

RAPPORT RSE...

2021-2022

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

(Articles L.225-102-1 et R.225-105-1 du Code de Commerce)



groupe pomona

110 ans 1912-2022

NOTRE ENGAGEMENT RSE AU CŒUR DE NOTRE STRATÉGIE POMONA 2025

L'exercice 2021-2022 s'est déroulé dans un contexte très volatile, incertain et complexe. Le conflit en Ukraine avec ses impacts sur l'énergie et les filières alimentaires a fait suite à la crise sanitaire de la Covid-19.

Ainsi, nos activités en restauration commerciale ont encore été perturbées dans la première moitié de l'exercice, puis l'inflation et les ruptures d'approvisionnement sont devenues notre quotidien. L'été a été marqué par des conditions climatiques extrêmes, signe du changement climatique qui nous affecte.

Dans ce contexte, nous avons veillé à garder le cap de notre stratégie POMONA 2025 avec la volonté de retrouver une activité dynamique après deux années difficiles : une croissance pilotée s'appuyant sur une orientation client réaffirmée, une recherche d'efficacité dans nos organisations et nos process, une « digitalisation » de nos activités ainsi que la volonté de garder le produit plus que jamais au cœur. Ancrés dans notre ADN, nos engagements RSE viennent naturellement soutenir ces piliers stratégiques. Lors de cet exercice, nous avons continué à faire progresser notre démarche, d'ailleurs l'AFNOR nous a décerné le label Engagé RSE au niveau confirmé.

Pour contribuer efficacement à la lutte contre le réchauffement climatique, nous avons commencé à construire notre trajectoire Bas Carbone : nous avons d'ores et déjà bâti un plan d'actions et sommes en train de définir des indicateurs et objectifs pour pouvoir suivre au plus près l'amélioration de nos performances. Afin de fédérer nos équipes et de favoriser le passage à l'action, nous déployons un outil robuste de sensibilisation, « La Fresque du Climat », au sein de notre comité exécutif et progressivement dans l'ensemble des comités de direction de nos réseaux, de nos régions et de nos fonctions transverses.

Concernant notre offre de produits, nous avons poursuivi nos actions pour développer et promouvoir une alimentation meilleure et responsable, en renforçant notre maîtrise de la sécurité sanitaire, en développant nos gammes labellisées et notre suivi des performances, en travaillant sur notre offre locale et en continuant le déploiement de notre marque de distributeur Bon&Engagé.

Pour soutenir la reprise, nos équipes se sont fortement mobilisées. Nous avons voulu mesurer cet investissement et ce qui le motive à l'aide d'une enquête interne. Les résultats sont en cours d'analyse et vont nous permettre d'ouvrir de nouveaux chantiers pour encore mieux favoriser l'engagement de nos collaborateurs.

Notre ancrage local a permis de traverser la crise avec une grande agilité. C'est indéniablement une force de notre Groupe. Des actions remarquables ont été réalisées : soutien aux restaurateurs, collectivités et commerçants, travail étroit avec nos fournisseurs locaux, encouragement des équipes, engagement dans les interprofessions et filières. Le partage de ces bonnes pratiques est clé pour continuer de progresser. Conscient de notre responsabilité, nous œuvrons chaque jour au plus près du terrain pour nous améliorer et être reconnu par tous comme un Partenaire de Confiance.

Bruno Mantovani
*Directeur Qualité & Responsabilité
Sociétale de l'Entreprise*



Modèle d'affaires PAGE 6

Gouvernance RSE et principaux enjeux du Groupe PAGE 8

MATRICE DE MATÉRIALITÉ	8
GOUVERNANCE	9
DEVOIR DE VIGILANCE	10
CONFORMITÉ	11

Nos Engagements RSE PAGE 12

1 | DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR L'ACCÈS À UNE ALIMENTATION MEILLEURE ET RESPONSABLE 12

1.1. PRÉSERVER LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS	14
/ AMÉLIORER LA QUALITÉ DE NOS RECETTES	14
/ LUTTER CONTRE L'ANTIBIORÉSISTANCE	15
/ SOUTENIR LA FILIÈRE BLEU-BLANC-CŒUR	15
1.2. AMÉLIORER LES PRATIQUES CULTURALES ET D'ÉLEVAGE	16
/ SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE	16
/ PROMOUVOIR LES CERTIFICATIONS ENVIRONNEMENTALES ET LES TECHNIQUES AGRONOMIQUES VERTUEUSES AU SEIN DE NOS FILIÈRES	17
/ PRIVILÉGIER LA PÊCHE ET L'AQUACULTURE DURABLES	20
/ AGIR POUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL	21
1.3. DÉFENDRE LES VALEURS SOCIÉTALES DE NOS ACHATS	23
/ PROMOUVOIR LES SIGNES D'IDENTIFICATION DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE (HORS AGRICULTURE BIOLOGIQUE)	23
/ PORTER LES ORIGINES FRANÇAISES	24
/ RESPECTER LES PRODUCTEURS ET FOURNISSEURS	25
1.4. MAÎTRISER LA CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE ET LA SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS	26
/ ACCOMPAGNER NOS SITES DANS DES DÉMARCHES DE CERTIFICATIONS	26
/ METTRE EN PLACE DES PLANS DE CONTRÔLE DES PRODUITS ET DES FOURNISSEURS	26
/ METTRE EN ŒUVRE NOTRE PLAN DE VIGILANCE	28

2 | ACCOMPAGNER NOS CLIENTS AVEC DES SERVICES SÛRS ET ÉCO-RESPONSABLES 29

2.1. FAIRE PREUVE DE TRANSPARENCE ET MESURER LA SATISFACTION DES CLIENTS	30
/ INFORMER SUR NOS PRODUITS ET METTRE À DISPOSITION DE NOS CLIENTS DES STATISTIQUES D'ACHAT	30
/ INFORMER ET ÉCOUTER LES CONSOMMATEURS, SENSIBILISER À LA NUTRITION ET À LA CONSOMMATION RESPONSABLE	30
/ MESURER LA SATISFACTION DE NOS CLIENTS	31

2.2.	RÉDUIRE LES POLLUTIONS ET L'IMPACT CARBONE	32
	/ STOCKAGE ÉCO-RESPONSABLE	33
	/ LIVRAISONS ÉCO-RESPONSABLES	35
2.3.	GÉRER LES DÉCHETS	38
	/ TRIER ET TRAITER NOS DÉCHETS	38
	/ AMÉLIORER LES EMBALLAGES	40
2.4.	LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ET LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE	41
3 	FAVORISER L'ENGAGEMENT DE NOS ÉQUIPES	42
3.1.	OFFRIR UN CADRE DE TRAVAIL TOUJOURS PLUS SÛR	43
	/ NOS ÉQUIPES	43
	/ ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL	44
	/ UNE POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION DYNAMIQUE	44
	/ DIALOGUE SOCIAL	44
	/ SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL	45
3.2.	ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT ET L'ÉVOLUTION DES COLLABORATEURS	47
	/ DÉVELOPPER LES TALENTS AVEC UNE SOLIDE POLITIQUE DE FORMATION	47
	/ FAVORISER L'ACCÈS À L'EMPLOI DES JEUNES DIPLÔMÉS	48
	/ PERMETTRE AUX COLLABORATEURS DE S'ENGAGER DANS DES ACTIONS SOCIÉTALES	48
3.3.	RESPECTER LA DIVERSITÉ	49
	/ MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES	49
	/ MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'EMPLOI ET DE L'INSERTION DES PERSONNES HANDICAPÉES	50
	/ MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'EMPLOI DES SENIORS	52
	/ MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'INSERTION DES PERSONNES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI	52
	/ POLITIQUE DE LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS	52
4 	CONTRIBUER À L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET AU DÉVELOPPEMENT LOCAL DES TERRITOIRES	53
4.1.	SOUTENIR L'EMPLOI LOCAL	54
4.2.	VALORISER LA PRODUCTION LOCALE	55
4.3.	CONTRIBUER AU TISSU SOCIO-ÉCONOMIQUE LOCAL	56
<hr/>		
ANNEXES		57

Modèle d'affaires

Ressources

NOS ÉQUIPES

11 523 collaborateurs
187 sites

NOTRE GOUVERNANCE

Conseil de surveillance
Directoire
Comité exécutif

NOS ACTIONNAIRES

75% famille Dewavrin
23,5% dirigeants et salariés
1,5% autocontrôle
Actionnariat français

Métier

NOS FOURNISSEURS

Filières responsables
Importation
Locaux

NOS CLIENTS

Restauration commerciale
Restauration collective
Commerces de proximité
GMS

NOS PRODUITS

Produits de la mer
Surgelés
Boissons

Fruits et légumes
Frais
Épicerie
Hygiène

SÉLECTIONNER
LES MEILLEURS PRODUITS

STOCKER LES PRODUITS
SUR TOUT LE TERRITOIRE

CONSEILLER
CHAQUE CLIENT



PRÉPARER
LES COMMANDES

OPTIMISER LES FLUX
DE TRANSPORT

LIVRER NOS CLIENTS
EN TEMPS ET EN HEURE



Valeur créée

- / Une alimentation meilleure et responsable
- / Des services sûrs et éco-responsables pour nos clients
- / Des collaborateurs engagés
- / Une contribution au développement local des territoires

NOTRE ADN

Né en 1912

dans le commerce des fruits et légumes, notre Groupe s'est diversifié et transformé au fil des

époques pour devenir le leader français de la distribution livrée de produits alimentaires auprès des professionnels des métiers de bouche.

Nous sommes fiers de célébrer nos 110 ans en 2022. Nos actions s'inscrivent dans la durée, ce qui est un socle important pour notre démarche RSE. C'est forts de notre histoire que nous construisons demain.



NOTRE EXPERTISE

Notre métier repose sur trois savoir-faire principaux :

/ Sélectionner

choisir les produits les plus adaptés pour permettre à nos clients de toujours mieux servir les leurs

/ Conseiller

aider nos clients à se développer en leur apportant des conseils et des services pertinents

/ Livrer

assurer la mise à disposition de nos produits en temps et en heure dans des conditions de livraison éco-responsables.

NOTRE ORGANISATION

Nous sommes un Groupe multi-spécialistes, organisé en réseaux d'experts implantés au plus près de nos clients et de nos fournisseurs via 187 sites en France, en Suisse et en Espagne.



TerreAzur : fruits, légumes et produits de la mer frais auprès des professionnels de la restauration, de la GMS et du commerce de proximité



Délice & Création : produits alimentaires et non alimentaires pour les artisans boulangers-pâtisseries



PassionFroid : produits surgelés, frais carnés et laitiers auprès des professionnels de la restauration



Saveurs d'Antoine : produits alimentaires et non alimentaires pour les artisans bouchers-charcutiers-traiteurs



EpiSaveurs : produits d'épicerie, boissons, hygiène et entretien auprès des professionnels de la restauration



Pomona Suisse : produits alimentaires pour les professionnels de la restauration en Suisse



Relais d'Or : glaces, produits frais, surgelés et d'épicerie auprès de la restauration commerciale indépendante



Pomona Iberia : produits alimentaires pour les professionnels de la restauration en Espagne.

Gouvernance RSE et principaux enjeux du Groupe

MATRICE DE MATÉRIALITÉ

Afin de définir notre politique RSE en adéquation avec les attentes des parties prenantes et d'identifier les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux prioritaires pour le Groupe, le Comité Exécutif a mené en septembre 2017 une première analyse de matérialité basée sur le référentiel ISO 26000 avec l'aide d'un cabinet spécialisé, Greenflex.

Cette analyse a été enrichie par la suite grâce aux nombreux échanges avec nos parties prenantes (clients, salariés, organisations professionnelles, ONG...). Elle couvre particulièrement les risques et leur prévention en matière de droits humains, libertés fondamentales, santé et sécurité des personnes avec un focus sur la sécurité sanitaire des aliments, l'environnement et la création d'emploi local, dans une optique globale de transparence et de satisfaction de nos clients.

Elle est régulièrement remise à jour lorsque des pistes d'amélioration sont identifiées dans le cadre du dispositif de surveillance des mesures ou lors de l'évolution du contexte externe.

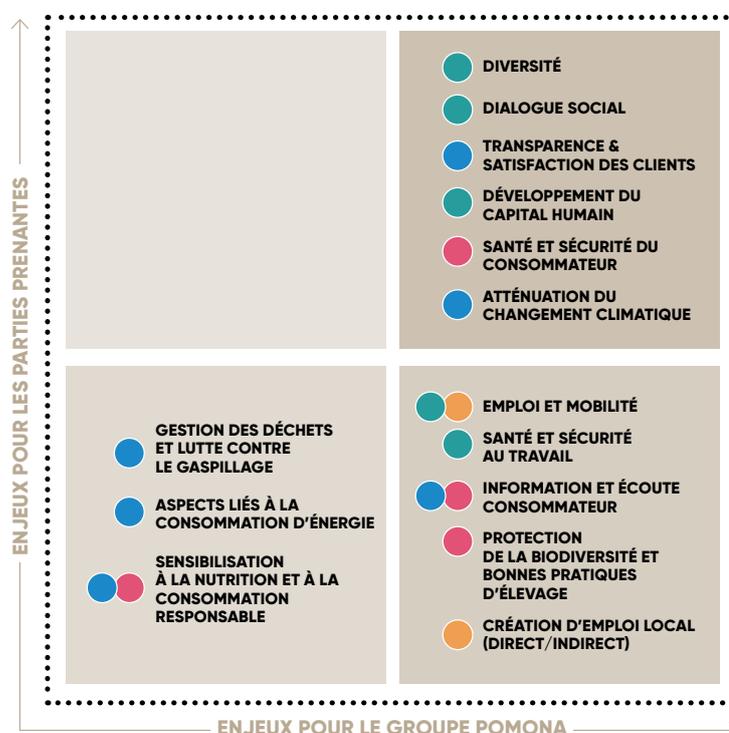
Notre analyse de matérialité a fait ressortir plusieurs enjeux mais seuls les plus importants ont été retenus avec des politiques et des indicateurs de performance associés (cf. annexe 1 - tableau des indicateurs)

Nous avons regardé comment nos actions s'inscrivaient dans les Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par les Nations Unies (cf. annexe 2 - Les 17 objectifs de développement durable – Nos actions RSE en réponse).

Les 17 ODD nous donnent la marche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous. Ils répondent aux défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, notamment ceux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice.

Les réponses à ces enjeux sont apportées dans le cadre de notre démarche RSE qui se décline autour de **4 engagements** :

- **Développer et promouvoir l'accès à une alimentation meilleure et responsable**
- **Accompagner nos clients avec des services sûrs et éco-responsables**
- **Favoriser l'engagement de nos équipes**
- **Contribuer à l'activité économique et au développement local des territoires**



Un e-learning détaillant nos 4 engagements RSE et leurs illustrations a été conçu lors de l'exercice 2021-2022. Il sera déployé en 2023 auprès de nos équipes.

GOUVERNANCE

Notre mission « Aider les professionnels des métiers de bouche à toujours mieux nourrir leurs clients » est le socle de notre démarche RSE. Le « mieux nourrir » est au cœur de notre métier : nos produits, nos services, nos collaborateurs.

Notre démarche est pilotée et animée par un Comité composé de membres du Comité Exécutif et par la Direction Qualité & Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (DQRSE). Cette instance se réunit 3 fois par an pour faire le bilan des projets en cours et futurs.

Notre Pôle RSE est composé d'une Chef de projet, d'une Responsable et d'un Directeur. Il travaille en étroite collaboration avec l'ensemble des équipes du Groupe.

La RSE a été directement intégrée dans notre stratégie POMONA 2025 sous la forme du pilier transverse : **« déployer les 4 engagements de notre politique RSE et construire notre trajectoire bas carbone »**.

Il soutient les 4 autres piliers de la stratégie que sont la croissance pilotée sur nos principaux segments, notre efficacité améliorée, nos transformations digitales accélérées et le produit encore plus mis au cœur.

La prise en compte de l'enjeu climatique est essentielle et structure nos feuilles de route RSE. Nous travaillons à la construction de notre trajectoire bas carbone qui devrait prendre forme dans le courant de notre exercice 2022-2023.



Pour **sensibiliser et fédérer nos équipes** sur cet enjeu, nous déployons les ateliers **« la Fresque du Climat »** et **« Inventons nos Vies Bas Carbone »** : sur une demi-journée, nos collaborateurs abordent de manière pédagogique, techniquement robuste et collaborative la compréhension du réchauffement climatique et les solutions possibles. Fin 2022, ce sont près de **300 managers qui ont participé à ces ateliers** qui se poursuivent en 2023 sur l'ensemble des Comités de Direction du Groupe. 8 collaborateurs ont été formés pour animer ces sessions.



L'exercice 2021-2022 a été marqué par notre obtention du Label Engagé RSE niveau CONFIRME conformément à notre objectif.

Cette première labellisation atteste de la **maturité de notre démarche RSE sur la base de l'ISO 26000 et des 17 Objectifs de Développement Durable des Nations-Unies**. Elle a été délivrée par l'AFNOR, à l'issue d'une étude approfondie de notre stratégie et de nos actions, complétée d'entretiens avec des collaborateurs (une centaine parmi nos équipes TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice et Création, Saveurs d'Antoine et nos directions fonctionnelles) et des parties prenantes externes (clients, fournisseurs, associations...).

L'AFNOR a salué notre démarche dans sa globalité, une implication forte et l'action à tous les niveaux sur de nombreux sujets.

Nous serons de nouveau évalués en 2025, afin de renouveler notre labellisation : **nous visons le niveau EXEMPLAIRE**, plus haut grade du Label Engagé RSE.



INDICATEURS CLÉS

Afin d'amplifier notre engagement et de rendre notre cap RSE encore plus lisible, nous avons défini des indicateurs clés associés à nos différents engagements pour nos réseaux français :

- / Part de nos ventes en produits issus de l'Agriculture Biologique**
- / Part de nos ventes en produits durables :** Bio et en conversion, AOP/AOC, IGP, STG, Label Rouge, Certification environnementale niveau 2, HVE, Produits fermiers, Commerce équitable, Régions Ultra-périphériques, Bleu-Blanc-Cœur, MSC, ASC, GLOBALG.A.P., Filières sans antibiotique, produits à marque Bon&Engagé
- / Satisfaction de nos clients mesurée avec un **Net Promoter Score****
- / Réduction de nos émissions de gaz à effet de serre**
- / Sécurité de nos collaborateurs mesurée avec un **taux de fréquence d'accidents du travail****
- / Indicateur d'engagement de nos collaborateurs** mesuré par notre enquête interne
- / Engagement de nos Directions Régionales sur des items liés à la production, l'insertion, la vie culturelle et l'économie locales**

Tous nos collaborateurs se retrouvent autour de **principes d'action** forts qui guident leur engagement au quotidien :

- / L'orientation clients**
- / La confiance dans les hommes**
- / L'esprit de conquête**
- / Le respect des engagements**
- / La culture du résultat**
- / La contribution au Groupe**

Pour renforcer l'action dans le sens de la RSE à tous les niveaux de l'entreprise, nous prévoyons d'**associer au descriptif de chacun de ces principes la prise en compte de l'enjeu climatique.**



DEVOIR DE VIGILANCE

(cf. annexe 3 - annexe méthodologique plan de vigilance)

Soumis au devoir de vigilance et conscients des enjeux de sa mise en œuvre, nous avons répertorié les activités essentielles suivantes comme étant couvertes par cette obligation :

- / Notre activité propre ;
- / Celle de nos fournisseurs de produits alimentaires ;
- / Celle de nos sous-traitants majeurs à savoir transporteurs, entreposeurs et fournisseurs de moyens techniques de livraison.

Pour chacune, nous avons évalué les risques pour le Groupe Pomona associés aux enjeux du devoir de vigilance en croisant trois dimensions : gravité, fréquence d'exposition et moyens de maîtrise mis en place.

Les politiques mises en œuvre, les actions menées en matière d'atténuation des risques ou de prévention des atteintes graves ainsi que les résultats obtenus sont suivis et mesurés grâce à différents indicateurs figurant dans le présent rapport.

Les enjeux ont ainsi été hiérarchisés de prioritaires à très faibles selon la cartographie ci-dessous :

ENJEUX	ACTIVITÉ PROPRE DU GROUPE	ACTIVITÉS DES FOURNISSEURS ET SOUS-TRAITANTS			
		FOURNISSEURS PRODUITS ALIMENTAIRES	TRANSPORTEURS AMONT - NAVETTES	STOCKAGE EXTERNE	MOYENS TECHNIQUES (VÉHICULES LIVRAISON)
DROITS HUMAINS	DROITS HUMAINS				
	LIBERTÉS FONDAMENTALES				
SANTÉ ET SÉCURITÉ	SANTÉ SÉCURITÉ AU TRAVAIL				
	SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS				
ENVIRONNEMENT	REJET DE GAZ À EFFET DE SERRE, RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE				
	POLLUTION – REJET DE DÉCHETS				
	CONSOMMATION D'ÉNERGIE				
	PRATIQUES D'ÉLEVAGE				
	PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ				

■ Prioritaire

■ Modéré

■ Faible

■ Très faible

CONFORMITÉ

/ ÉTHIQUE DES AFFAIRES ET ANTICORRUPTION

Dans la droite ligne des valeurs éthiques qui ont contribué à faire du Groupe ce qu'il est aujourd'hui, **un dispositif interne d'éthique et de prévention de la corruption** conforme à la Loi Sapin II a été mis en place.

Il repose sur les éléments suivants :

- **Une analyse** cartographique et périodique des risques,
- **Un code de conduite éthique** des affaires énonçant les valeurs et principes d'éthique du Groupe et les comportements à bannir, valeurs à partager avec les partenaires du Groupe,
- **Une norme interne** sur les cadeaux d'affaires, avantages et marques d'hospitalité,
- **Un dispositif d'alerte éthique** interne en ligne (pomona.signalement.net), ouvert à tous les collaborateurs du Groupe ainsi qu'aux cocontractants de Pomona et aux anciens salariés du Groupe et préservant la confidentialité des informations et l'anonymat des lanceurs d'alertes
- **Des contrôles comptables et financiers** renforcés et plus ciblés sur ces enjeux,
- **Un programme de formation** et de sensibilisation des collaborateurs exposés à travers un e-learning anticorruption dédié.

/ PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Soucieux de pouvoir assurer à ses collaborateurs et à ses parties prenantes un haut standard en matière de protection des données personnelles, nous avons également mis en place un **dispositif interne de protection des données personnelles** conforme au Règlement européen.

Cette approche constitue une opportunité de **renforcer la relation de confiance avec les salariés, partenaires et clients du Groupe Pomona**.

Un processus de mise en conformité a été lancé.

Un travail de **recensement des traitements de données personnelles** de toutes les entités du Groupe a été engagé avec le réseau de référents. Ces enjeux sont pris en compte dans nos relations contractuelles avec nos partenaires.

Un Délégué à la Protection des données (DPO), point d'entrée sur ces enjeux, anime et renforce le dispositif.

Nos Engagements RSE

1 DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR L'ACCÈS À UNE ALIMENTATION MEILLEURE ET RESPONSABLE



Nous nous engageons à développer et promouvoir pour chaque segment de marché, depuis la production jusqu'à la mise en œuvre, l'accès à une offre produits engagée selon **quatre volets** :



A l'œuvre pour l'avancement de ces sujets, notre Direction Qualité & RSE regroupe un Pôle « RSE » et un Pôle « Filières Amont » composé de 11 Ingénieurs Qualité, qui travaillent avec les équipes Achats et Référencement de nos réseaux de distribution sur l'ensemble de ces enjeux.



INDICATEURS CLÉS

/ **Part de nos ventes en produits issus de l'Agriculture Biologique**

/ **Part de nos ventes en produits durables** : Bio et en conversion, AOP/AOC, IGP, STG, Label Rouge, Certification environnementale niveau 2, HVE, Produits fermiers, Commerce équitable, Régions Ultra-périphériques, Bleu-Blanc-Cœur, MSC, ASC, GLOBALG.A.P., Filières sans antibiotique, produits à marque Bon&Engagé



UNE RÉPONSE CLAIRE AU MIEUX MANGER : DES PRODUITS TOUJOURS PLUS RESPONSABLES, ACCESSIBLES ET AVEC DU GOÛT... POUR LE PLAISIR DE TOUS !

Voici la promesse de **Bon&Engagé**, la marque propre commune à **TerreAzur**, **PassionFroid** et **EpiSaveurs** lancée en 2021.

À travers cette marque transverse qui s'adresse prioritairement à la **restauration collective**, le Groupe concrétise son engagement à développer et promouvoir **l'accès à une alimentation meilleure et responsable**.

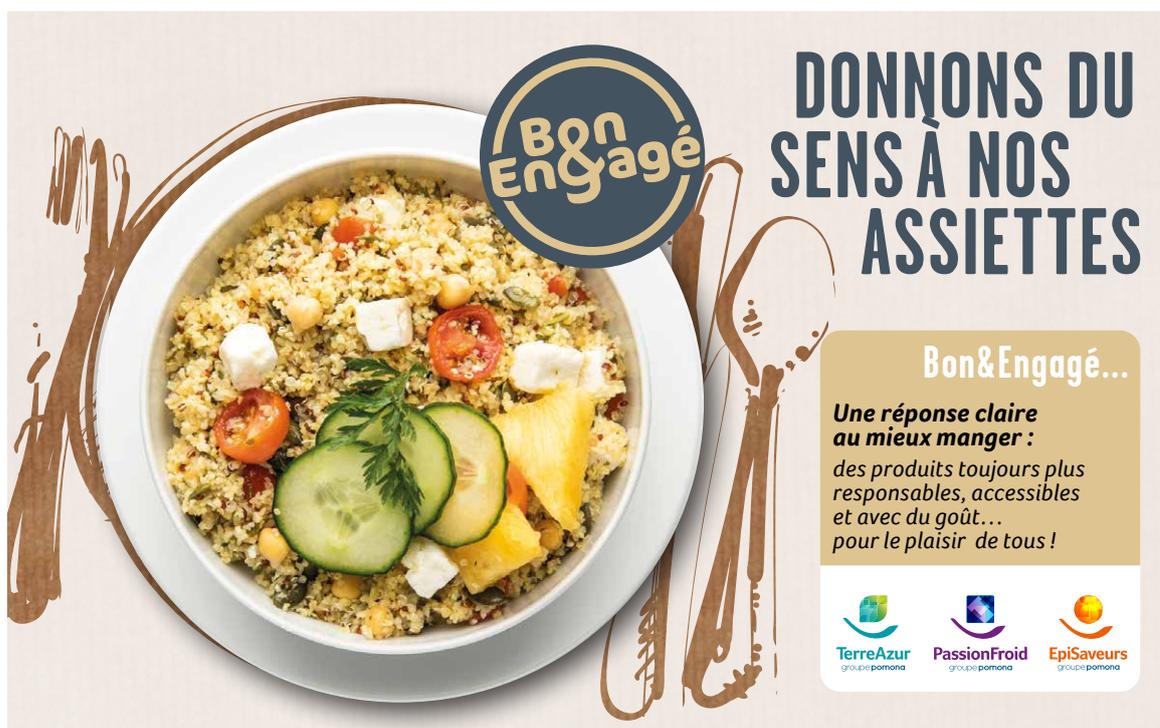
L'offre **Bon&Engagé** est le fruit d'un travail avec nos **fournisseurs et producteurs** dans une **démarche exclusive d'amélioration continue** basée notamment sur les engagements suivants :

- / **Sélectionner** les bons produits et les bons ingrédients ;
- / **Limiter** au maximum la présence d'additifs et d'ingrédients ultra-transformés et supprimer les arômes artificiels ;
- / **Améliorer** la qualité nutritionnelle des recettes ;
- / **Promouvoir** les filières françaises et locales ;
- / **Favoriser** la pêche durable et l'élevage responsable ;
- / **Agir** pour la transition écologique, et notamment l'agro-écologie.

Construite sur une **dynamique de progrès**, la marque **Bon&Engagé** a été lancée courant 2021 et s'enrichit au fil du temps, afin de permettre aux professionnels de la restauration – en particulier collective – de **composer des menus complets Bon&Engagé de l'entrée au dessert**, toute l'année. Une partie des références va contribuer à la **mise en œuvre de la loi EGalim**.

A ce jour, **TerreAzur** compte **39 familles de produits Bon&Engagé en fruits, légumes et produits de la mer** et prévoit d'en lancer 6 nouvelles en 2023. Chez **PassionFroid**, ce sont **214 références** couvrant les entrées froides et chaudes, salades traiteurs, plats cuisinés, charcuteries, saucisseries, viandes & volailles brutes et élaborées, légumes surgelés, produits de la mer, produits laitiers et desserts surgelés. Ce seront 64 nouvelles références qui viendront s'ajouter à la marque courant 2023. Enfin, **EpiSaveurs** a lancé pour sa part ses produits d'épicerie Bon&Engagé début 2022 et compte à présent **19 références** auxquelles viendront s'ajouter 8 nouvelles références pour l'année à venir.

Nous avons commercialisé 55 000 tonnes de produits à marque Bon&Engagé sur l'exercice 2021-2022



DONNONS DU SENS À NOS ASSIETTES

Bon&Engagé...

Une réponse claire au mieux manger :
des produits toujours plus responsables, accessibles et avec du goût... pour le plaisir de tous !





1.1 PRÉSERVER LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS

/ AMÉLIORER LA QUALITÉ DE NOS RECETTES

Certaines substances, comme les additifs, les arômes, les ingrédients ultra-transformés, sont suspectées d'effets néfastes sur la santé. Bien qu'autorisées par la réglementation, leur accumulation dans les produits, voire leur simple présence, est de plus en plus sujette à controverse et nos clients s'en inquiètent.

Le souhait de répondre au mieux aux attentes de nos clients et notre conviction qu'un retour à plus de simplicité et de naturalité est possible nous conduisent à éviter ces substances dès lors que nous le pouvons. En particulier, nous les retirons au maximum de nos recettes MDD, nous en bannissons même certaines de manière systématique, en respectant les qualités organoleptiques et nutritionnelles, en veillant au maintien de la sécurité sanitaire des aliments et à la maîtrise des prix.

Pour nos produits Bon&Engagé, les colorants synthétiques, les arômes artificiels, les exhausteurs de goût et certains émulsifiants et stabilisants sont interdits. Nous limitons au maximum tous les additifs et notamment les conservateurs et les amidons modifiés. Cette vigilance porte également sur les ingrédients ultra-transformés.

En parallèle de cela, nous portons une vigilance toute particulière aux **taux de sel et à la qualité des glucides et matières grasses** incorporés dans nos recettes, et faisons la **chasse aux sucres cachés** et transformés (sirop de glucose...).

Plus de
200
produits élaborés
lancés sous marque
Bon&Engagé



À titre d'exemple sur cet exercice :

/ **PassionFroid** a poursuivi sa démarche d'amélioration de ses recettes : une centaine de références ont été retravaillées. Le travail continue sur l'ensemble des gammes.

Nous disposons de 41 références norme AFNOR NF V46-003 (viandes sans additif et cuites dans leur conditionnement final).

/ **Nos réseaux** commercialisant de la **charcuterie fraîche** développent les offres de produits **sans nitrite*** : c'est même l'un des socles du cahier des charges des charcuteries **Bon&Engagé** ;

/ **TerreAzur** a complété sa gamme de salades de fruits sans conservateur Bon&Engagé par des **légumes cuits sous vide et sans conservateur**** : betteraves et pommes de terre ;

/ **Nos réseaux** font en continu un **travail de sensibilisation de leurs fournisseurs** à la nécessité de faire évoluer les recettes des produits du point de vue de leurs compositions.

/ L'intégration de la gamme DGF a été l'occasion pour **Délice & Création** de restructurer son offre autour de 3 marques de distributeur ayant pour pilier nos règles de **composition améliorée des recettes** (le moins d'additifs possible, certains bannis, pas d'arôme artificiel...). A ce jour, ce sont plus de **124 références** qui ont été retravaillées dans l'objectif d'intégrer cette offre.



* notamment des produits à conservation sans nitrite grâce à des extraits de végétaux et antioxydant ou produits pouvant contenir des nitrites d'origine végétale pour assurer la bonne conservation du produit, **sans conservateur conformément à la réglementation



/ LUTTER CONTRE L'ANTIBIORÉSISTANCE

Toujours dans l'objectif d'**œuvrer en faveur de la santé des consommateurs**, nous sommes engagés dans la lutte contre l'antibiorésistance en travaillant avec des **filières d'élevage sans antibiotique* et, pour le carné, françaises**.

Sur l'exercice 2021-2022 :

- / **Chez PassionFroid** : 64 produits issus de l'élevage sans recours aux antibiotiques*, soit presque 2000 tonnes, multi-espèces (porc, poulet, dinde, canard, pintade ou coquelet, poissons), frais et surgelés, nationaux ou régionaux ;
- / **Chez Délice & Création** : toujours en gamme, une référence de jambon cuit supérieur issu d'une filière d'élevage sans antibiotique après sevrage, dont les volumes vendus cette année ont atteint 25 tonnes ;

- / **Chez Saveurs d'Antoine** : une référence de jambon cuit supérieur issu de porcs élevés sans antibiotiques dès la naissance est toujours présente à la gamme. Dans ce réseau, nous constatons que c'est davantage l'attribut « sans nitrite » qui est recherché par nos clients ;
- / **Chez TerreAzur** : la filière du saumon Bömlö® prône un élevage sans recours aux antibiotiques. Plus globalement, les élevages de saumon sont de plus en plus vertueux en la matière, et via notre charte qualité et RSE nous encourageons ces progrès.

*porc : après sevrage

/ SOUTENIR LA FILIÈRE BLEU-BLANC-CŒUR



Nos actions en faveur de la nutrition se traduisent également via l'adhésion de **PassionFroid** et de **Saveurs d'Antoine** à l'association Bleu-Blanc-Cœur, soutenant ainsi cette démarche de réintroduction des sources naturelles d'oméga 3 dans la chaîne alimentaire.



PassionFroid était membre du Conseil d'Administration de l'association, pour le Collège Distributeur Grossiste RHD, depuis avril 2019. Depuis Septembre 2022, c'est au nom du Groupe Pomona que nous siégeons et ce pour une durée de 3 ans.



ÉTATS GÉNÉRAUX ALIMENTATION

En 2020, l'association a fait le bilan de l'évaluation des externalités environnementales de ses filières. Elle a démontré que le cahier des charges Bleu-Blanc-Cœur avait un impact positif en la matière. Un argumentaire qui répond au point 1 de l'Article 24 de la Loi Egalim, donnant la possibilité au pouvoir adjudicateur d'apprécier la pertinence des produits Bleu-Blanc-Cœur dans le cadre des « menus Egalim ».

/ Sur l'exercice 2021-2022, ce sont **125 références proposées** par **PassionFroid**, des produits carnés aux produits laitiers en passant par les ovoproduits et une offre petits pains : **955 tonnes vendues**.

/ **Saveurs d'Antoine** a sélectionné une offre d'une trentaine de produits Bleu-Blanc-Cœur en viandes, volailles et charcuteries, se traduisant par presque **29 tonnes vendues** sur l'exercice.

Des tonnages qui équivalent à 370 tonnes de CO2 rejetées en moins dans l'atmosphère et à 1 tonne d'oméga-3 en plus dans les assiettes.



1.2 AMÉLIORER LES PRATIQUES CULTURALES ET D'ÉLEVAGE

Notre objectif : être acteur de la transition agro-écologique en étant prescripteur auprès des filières amont et en les accompagnant dans leur mutation, qu'elles soient végétales ou animales.

/ SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE



Notre conviction qu'un retour à des pratiques plus respectueuses de l'environnement et de la biodiversité est possible nous conduit à encourager les filières obéissant au cahier des charges de l'Agriculture Biologique et celles qui s'y convertissent.

Les produits issus de l'Agriculture Biologique étant éligibles aux « menus Egalim »



ÉTATS GÉNÉRAUX ALIMENTATION

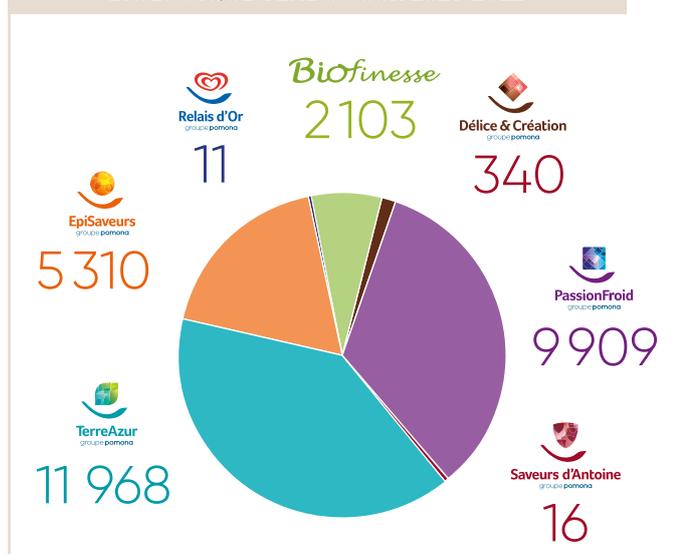
et même requis à hauteur de 20% minimum selon l'Article 24 de la Loi à compter du 1^{er} janvier 2022, notre mission est d'apporter à nos clients des solutions pour répondre à cette requête réglementaire.

À travers nos réseaux **PassionFroid, TerreAzur, EpiSaveurs, Délice & Création, Saveurs d'Antoine et Relais d'Or**, nous sommes certifiés par un organisme accrédité pour la distribution de produits « Agriculture biologique ». En ajoutant **Biofinesse**, une de nos filiales dédiée au Bio, ce sont **plus de 29 000 tonnes** de produits Bio qui y ont été commercialisées sur l'exercice **2021-2022**.

29 500

tonnes de produits Bio commercialisées sur l'exercice 2021-2022

TONNAGES DE PRODUITS ISSUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE VENDUS SUR 2021-2022



A date, **près de 3%** de nos volumes de ventes se font sur des produits issus de l'Agriculture Biologique ou en conversion.



Preuve de leur engagement tout particulier sur le sujet, **nos réseaux continuent d'accompagner des producteurs au cours de leur période de conversion à l'Agriculture Biologique**, phase pendant laquelle le cahier des charges Bio est respecté mais les produits ne sont pas encore certifiés. Ce sont **220 tonnes** qui ont été commercialisées cette année par PassionFroid et TerreAzur ; de premières références régionales ont été référencées chez EpiSaveurs.

/ PROMOUVOIR LES CERTIFICATIONS ENVIRONNEMENTALES ET LES TECHNIQUES AGRONOMIQUES VERTUEUSES AU SEIN DE NOS FILIÈRES

CERTIFICATIONS ENVIRONNEMENTALES



Prônant une agriculture qui intègre et développe la biodiversité dans la conduite de l'exploitation, qui limite au maximum les intrants et tient compte de la ressource en eau, la **Haute Valeur Environnementale** représente une démarche d'avenir que nous entendons porter de manière dynamique dans le cadre de notre politique RSE. Notre adhésion à l'Association Nationale pour le développement de la certification Haute Valeur Environnementale depuis le Salon de l'Agriculture 2020 en témoigne.

Depuis plusieurs années, nos réseaux TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs développent fortement leur offre issue de ces démarches, en travaillant de pair avec leurs fournisseurs producteurs. Exposer les enjeux, motiver des choix de démarches de certifications, aider à l'apport de solutions, accompagner dans le temps, c'est ce à quoi œuvrent nos équipes achats et qualité.

Le dispositif de certification environnementale intègre 3 niveaux d'exigences, dont les 2e et 3e niveaux sont reconnus officiellement éligibles aux 50% de produits durables ou sous signes d'origine et de qualité. Le niveau 2 est éligible jusqu'à fin 2026. En sélectionnant des produits issus de filières certifiées, en incitant celles qui ne le sont pas à entrer dans des démarches de certification, nous sommes en mesure d'offrir à nos clients des solutions pour atteindre leurs objectifs réglementaires.



ÉTATS GÉNÉRAUX ALIMENTATION

Notre marque **Bon&Engagé**  porte les filières de certification niveau 2 (CE2) et HVE :

/ Chez **PassionFroid**, ce sont des références Bon&Engagé de **légumes surgelés et de viande de porc** qui sont certifiées CE2 ; bientôt deux références de **charcuterie** vont venir compléter la gamme ;

/ **EpiSaveurs** a lancé 15 références de légumes en conserve Bon&Engagé origine France dont déjà **3 certifiées CE2**, les autres vont basculer progressivement sur cette certification ;

/ Chez **TerreAzur**, **tous nos fruits et légumes français** Bon&Engagé sont certifiés a minima CE2, de plus en plus basculent en HVE.

En complément de nos marques propres, nous sélectionnons également ces filières sous les marques de nos fournisseurs.



PassionFroid a une gamme déjà étoffée, **12 000 tonnes** de légumes, viandes, œufs, yaourts, desserts et purées de fruits **CE2** ont été commercialisées sur l'exercice. **La Haute Valeur Environnementale** se développe dans le réseau avec près de **11 tonnes** commercialisées en viandes de bœuf et yaourts.

EpiSaveurs a livré à ses clients près de **3 500 tonnes** de légumes, fruits, desserts de fruits et féculents issus d'exploitations certifiées niveau 2 de la Certification Environnementale ou HVE.

Quant à **TerreAzur**, ce sont plus de **50 000 tonnes** provenant d'exploitations CE2 ou HVE qui ont alimenté les menus de ses clients.

À noter : à fin septembre 2022, **100% de nos pommes fraîches françaises sont éligibles aux 50% Egalim** car labellisées Vergers écoresponsables, HVE, IGP ou Bio. 



CERTIFICATIONS À L'IMPORT

GLOBALG.A.P. The Global Partnership for Good Agricultural Practice Lorsque nos approvisionnements doivent s'étendre hors de France, nous veillons également à promouvoir des filières durables. En couvrant un nombre important de points de contrôle de **la certification environnementale niveau 2, le référentiel GLOBALG.A.P. est synonyme de bonnes pratiques culturelles**. Par ses montées de version régulières, il impulse une dynamique positive et donc une démarche de progrès permanente, notion très importante à nos yeux. Reconnu internationalement, il est également une référence en matière de sécurité sanitaire des aliments, de traçabilité et sur des points de contrôle santé et sécurité des travailleurs.

Lorsque certaines filières se réfèrent à d'autres démarches, nous analysons leur contenu et évaluons leur légitimité et leur pertinence par rapport à nos attentes et celles de nos clients.

Tous nos fruits et légumes frais d'import sous marque Bon&Engagé proviennent d'exploitations GLOBALG.A.P. ou VEGAPLAN (agrumes, ananas, pomme de terre...).

TerreAzur est partenaire depuis le 1^{er} octobre 2019 du mouvement « **Pour une Agriculture du Vivant** » qui regroupe, développe et diffuse des pratiques agronomiques basées sur la santé des sols et des écosystèmes, pour faire progresser tous types de cultures en systèmes conventionnels et biologiques. Ce partenariat témoigne de la volonté de TerreAzur de proposer à ses clients des fruits et légumes cultivés selon des **pratiques culturelles vertueuses**. Cette démarche agroécologique de progrès s'inscrit dans nos ambitions RSE et permet de structurer des filières agroécologiques sur le long terme. Nous siégeons au conseil d'administration et notre directeur des achats est désormais membre du bureau de l'association.

TerreAzur incite ses producteurs à rejoindre ce mouvement pour faire évoluer leurs pratiques agricoles. La démarche est progressive, nous travaillons filière par filière et sollicitons les producteurs en mesure de pouvoir s'engager dans ce type de changements. **Cette année 11 de nos fournisseurs se sont engagés à faire évoluer leurs pratiques.** Notre ambition est de continuer à en impliquer de nouveaux dans les années à venir.

Dans le cadre de l'association, nous participons notamment à l'ambitieux projet collectif « **Cultures d'Industrie sur Sols Vivants** » qui concerne la **filière pomme de terre**. L'objectif est de développer les **pratiques**

agroécologiques chez les agriculteurs, de créer un réseau d'échanges, de construire un modèle économique pérenne et de structurer des filières de valorisation pour sécuriser la transition des agriculteurs. Les producteurs intégrés dans ce projet ont mis en place des essais prometteurs, permettant d'envisager prochainement la commercialisation de nos premières pommes de terre cultivées sur « sol vivant ».

5 PRATIQUES MAJEURES DE L'AGROÉCOLOGIE



AGRO-FORESTERIE **COUVERTS VÉGÉTAUX** **STOCKAGE DU CARBONE DANS LE SOL** **LIMITATION DU TRAVAIL DU SOL** **STOCKAGE ET FILTRATION DE L'EAU**

Après 3 ans d'investissement pour porter la démarche dans l'entreprise et au sein de nos filières, nous allons franchir un palier d'engagement supplémentaire en nous faisant auditer fin 2022 via l'association, par un tiers extérieur attestant de notre niveau de maturité. Nous pourrions alors valoriser les pratiques de nos agriculteurs partenaires et les effets bénéfiques de l'agroécologie sur les sols, et commercialiser des références identifiables comme issues de cultures sur sols vivants.

C'est aussi dans cette dynamique d'engagement pour des pratiques agricoles plus durables que TerreAzur a participé au « **Défis de l'agroécologie** » organisés par l'association les 12 et 13 avril 2022 à Beauvais.

Nous avons accueilli 9 collaborateurs à la démarche en septembre 2022.

FEL PARTENARIAT



TerreAzur veille également à la **maîtrise des résidus des produits phytosanitaires** dans le cadre de la convention d'autocontrôles Fel'Partenariat. Ces analyses sont incluses dans le plan annuel d'analyses physico-chimiques sur les produits.



HUILE DE PALME

Nous la bannissons au maximum ; lorsque sa présence ne peut être évitée pour des raisons technologiques et de coût, nous demandons à nos fournisseurs de basculer sur des approvisionnements durables. Nous évitons de la remplacer par l'huile de coprah/coco, dont le profil en acides gras saturés n'est pas le plus favorable.

/ PRIVILÉGIER LA PÊCHE ET L'AQUACULTURE DURABLES

Sur la filière des produits de la mer, nous sommes engagés dans une démarche exigeante qui se traduit par la préservation des ressources sauvages, le développement de l'aquaculture durable et la lutte renforcée contre la pêche illégale.



Nos réseaux PassionFroid et TerreAzur sont certifiés par un organisme accrédité pour la distribution de produits certifiés « MSC » (Marine Stewardship Council) et « ASC » (Aquaculture Stewardship Council). **EpiSaveurs et Relais d'Or** sont également certifiés « MSC ». Ces certifications reconnaissent et valorisent la **préservation des ressources halieutiques et les démarches d'aquaculture durable**.

Ce sont plus de **9 700 tonnes de produits MSC** qui ont été commercialisées sur l'exercice **2021-2022**.

Avec un cahier des charges intégrant une surveillance des niveaux de stocks de poissons, une minimisation des impacts des engins de pêche sur l'environnement et des critères de conditions de travail à bord des navires, le label international et privé MSC contribue aux objectifs de durabilité que la Loi Egalim vise au travers du label public « Pêche Durable ». Son processus d'évaluation et de certification externes des pêcheries et sa chaîne de traçabilité contrôlée sont également des atouts.

Un argumentaire qui, via le point 8 de l'Article 24 de la Loi Egalim, donne la possibilité au pouvoir adjudicateur d'apprécier une équivalence entre MSC et Pêche Durable.

ÉTATS GÉNÉRAUX ALIMENTATION

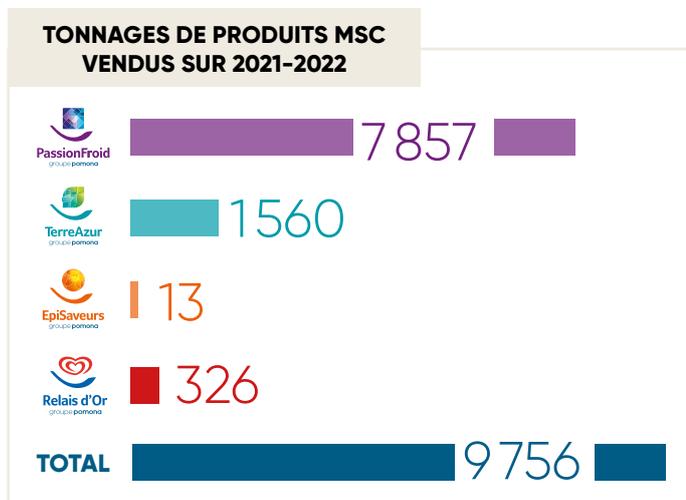
Plus de

9 700

tonnes de produits MSC commercialisées sur l'exercice 2021-2022

Chez PassionFroid, ce sont **65%** de nos volumes de ventes en poissons sauvages bruts qui se font sous **label MSC**, en progression par rapport à l'exercice précédent.

Chez TerreAzur, ce sont **22%** de nos volumes de ventes en poissons sauvages qui sont **certifiés MSC**. Un léger recul (-1 point par rapport à 2020-2021) qui s'explique par la **remontée en puissance des produits de pêche française** en restauration commerciale, secteur dont la part avait largement baissé lors de la crise sanitaire.



Nous ambitionnons d'ici 2023 d'atteindre :

100% de nos espèces majeures en surgelé certifiées MSC : cabillaud, colin/lieu, églefin, colin d'Alaska, Hoki. À date, nous sommes à 99%.

90% de notre lieu noir frais certifié MSC, l'espèce de poissons bruts la plus importante dans nos volumes de collectivités. Nos approvisionnements en frais ne permettent pas toujours d'avoir accès aux pêcheries certifiées mais notre objectif est bien de maximiser ces approvisionnements. **À date notre lieu noir est certifié à 87%.**

En 2021, nous nous étions également fixés l'objectif d'atteindre en 2023 75% de nos volumes de cabillaud frais certifiés MSC : à date nous sommes toujours à 32%, nous n'avons pas progressé depuis 2020-2021 en raison de problématiques d'approvisionnements.

Nous développons les certifications ASC ou GLOBALG.A.P. sur nos filières de produits d'aquaculture frais et surgelés, en particulier en saumon, dorade, bar, truite, crevettes et huîtres, avec **440 tonnes tracées** dans nos systèmes à date.

/ AGIR POUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

Dans l'objectif de contribuer à l'**amélioration des pratiques d'élevage**, nous nous sommes engagés* en juillet 2017 à réduire progressivement au sein de notre offre la part d'œufs et d'ovoproduits issus de poules élevées en cage. **L'objectif est d'atteindre 100% de produits issus de modes d'élevage alternatifs à la cage d'ici 2025.**

Nos réseaux **PassionFroid, Délice et Création** et **Saveurs d'Antoine** continuent la transition, en **collaboration avec la filière** qui se transforme et se dimensionne progressivement pour pouvoir fournir des volumes d'œufs provenant de **modes d'élevages hors cage**.

En 2022, nous avons continué d'intégrer à nos gammes de **nouvelles références issues d'élevages bio, en plein air ou au sol**, portant à **plus de 36%** notre assortiment la part de celles-ci et **plus de 15%** la part de volumes de vente d'œufs et ovoproduits issus de **modes d'élevages alternatifs** sur l'exercice.

Ces évolutions vont se poursuivre en 2023 grâce au travail de sourcing de nos acheteurs, accompagnés de nos ingénieurs qualité, particulièrement attentifs aux conditions d'élevage en bâtiments. Nous procédons d'ailleurs à des visites chez les éleveurs. Nous interdisons les systèmes combinés.

Nous souhaitons rester au maximum sur des **approvisionnements français** et être **attentifs aux contraintes et problématiques des éleveurs** qui se lancent dans la transition.

Nous sensibilisons nos équipes commerciales et nos clients à travers nos salons internes et nos supports de communication.

Dans la lignée de cet objectif, nous demandons à nos fournisseurs d'incorporer dans nos **recettes élaborées des œufs issus d'élevages alternatifs**, et ce tout particulièrement pour notre **marque Bon&Engagé**.



*pour nos réseaux PassionFroid, Délice et Création et Saveurs d'Antoine

DÉVELOPPER L'OFFRE VÉGÉTARIENNE

Dans l'objectif d'accompagner l'évolution des modes de consommation et la réduction de l'empreinte environnementale de l'alimentation, tout en contribuant à l'atteinte des objectifs réglementaires, nos réseaux enrichissent leurs gammes de produits adaptés à une alimentation plus végétale et les associent à de nombreuses idées recettes. Newsletters, tutos, rubriques « recettes veggie », catalogues dédiés accompagnent nos clients dans la diversification de leurs menus.

Nous remettons par exemple au goût du jour des légumineuses, des céréales et des graines parfois oubliées des assiettes, contribuant ainsi à varier les sources d'approvisionnement et donc les cultures.



Afin d'être conseillés et confortés dans nos choix, **nous consultons fréquemment certaines associations de défense du bien-être animal.**

Ces dernières nous aident également à avancer sur les critères d'amélioration des conditions d'élevage dans l'ensemble de nos filières animales. Nous intégrons ces **critères dans la charte d'engagement qualité et RSE** destinée à nos fournisseurs que nous ajustons et enrichissons chaque année. Nous leur demandons notamment de s'engager à s'assurer que les **5 principes fondamentaux qui régissent le bien-être animal** soient bien appliqués, à mettre en place un plan de progrès en matière de bien-être animal et à sensibiliser l'ensemble des maillons de la filière. Nous détaillons les étapes, transport, abattage par espèces terrestres (porcins, volailles, bovins...) et marines.

PassionFroid poursuit avec son fournisseur partenaire en volailles le déploiement de la démarche d'amélioration continue lancée depuis 5 ans par ce dernier et visant à **améliorer les pratiques d'élevage en poulaillers**, mettant ainsi en avant le savoir-faire des éleveurs français.



Nous continuons de développer, notamment en Bon&Engagé, une **gamme de porc issu d'élevages certifiés au niveau 2 de la certification environnementale**, engagée sur le bien-être animal notamment via la non-castration des porcs et garantissant un élevage sans antibiotique après sevrage. En janvier 2022, notre offre Le Boucher du Chef s'est enrichi d'une gamme de « **veau élevé sous la mère Label Rouge** » et d'une de « **porc fermier Label Rouge élevé en plein air** ».

Nos régions déploient également des démarches comme par exemple la filière « **cochon breton Label Rouge élevé sur paille** » en Bretagne chez PassionFroid ou « **porcs fermiers élevés en plein air** » dans le Sud-Ouest chez Relais d'Or.

Nous travaillons le pâturage sur nos produits laitiers.



1.3 DÉFENDRE LES VALEURS SOCIÉTALES DE NOS ACHATS

Renforcer la part de nos produits porteurs de **Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)** et aller chercher des **approvisionnements au cœur de nos territoires** matérialisent nos actions en faveur du volet sociétal de nos achats.

/ PROMOUVOIR LES SIGNES D'IDENTIFICATION DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE (HORS AGRICULTURE BIOLOGIQUE)

Nos réseaux **PassionFroid, TerreAzur, EpiSaveurs, Délice & Création et Saveurs d'Antoine** intègrent tous au sein de leurs gammes des produits sous signes officiels de qualité et d'origine : **Label Rouge, Appellation d'Origine Protégée (AOP) ou Contrôlée (AOC), Indication Géographique Protégée (IGP), Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)**. Ils sont l'expression de savoir-faire, de terroirs et/ou de patrimoines culinaires.

Les produits porteurs de « SIQO* » sont éligibles aux menus Egalim. En enrichissant notre offre d'un panel de références certifiées large et varié, nous aidons nos clients à faire progresser leur part de produits répondant à la Loi.

**Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine*



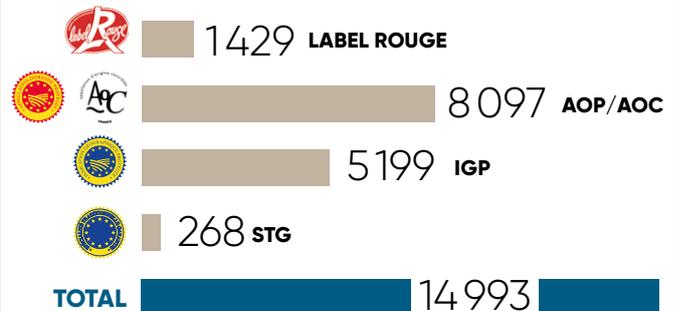
15 000

tonnes de produits labellisés



Ont été commercialisées cette année **15 000 tonnes** sous l'un ou l'autre de ces labels. **De fortes croissances** sont enregistrées dans l'ensemble de nos réseaux.

TONNAGES DE PRODUITS VENDUS SOUS SIQO 2021-2022



Une illustration concrète de ce dynamisme :

En plus des oranges espagnoles IGP sous la marque Bon&Engagé, TerreAzur a lancé des clémentines corses IGP.



Parmi les **autres labels de qualité officiels éligibles aux « menus Egalim »**, on compte les « **Régions Ultra-périphériques (RUP)** : **TerreAzur** a commercialisé plus de 5 700 tonnes de bananes des Antilles associées au label « RUP », en hausse de 19%.

/ PORTER LES ORIGINES FRANÇAISES

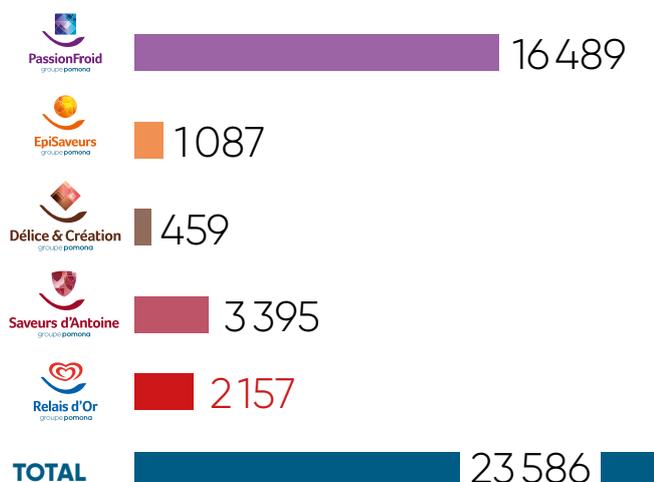


PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création, Saveurs d'Antoine et Relais d'Or sont habilités pour distribuer des produits porteurs de **labels Viandes Origine France.**

Notre réseau **PassionFroid** orienté vers la Restauration Hors Domicile a commercialisé **16 500 tonnes sous labels Viandes de France** (Porc, Bœuf, Volaille...) soit une progression de 17%.

Nos réseaux tournés vers les artisans ont quant à eux connu une nette progression de leurs ventes, atteignant près de **3400 tonnes sous label Porc français** chez **Saveurs d'Antoine**, soit une progression de 35%.

TONNAGES DE PRODUITS VENDUS SOUS LABELS VIANDES DE FRANCE 2021-2022



Nos oeufs et ovoproduits PassionFroid, Délice & Création et Saveurs d'Antoine sont **origine France**. PassionFroid déploie même le label Œuf de France.



TerreAzur et PassionFroid sont adhérents de la charte Pavillon France, garantie d'un sourcing de qualité avec des mareyeurs passionnés et du meilleur de la pêche française pour leurs clients. **Plus de 550 tonnes** de poissons, coquillages ou crustacés pêchés par un bateau battant Pavillon France ont été commercialisées par nos réseaux cette année.

Nous développons également **l'origine France sur nos produits laitiers et nos fruits et légumes**, en particulier dans nos réseaux orientés RHD :

- / **Plus de 7 produits laitiers sur 10** sont fabriqués avec du lait origine France. Ce critère constitue l'un des socles de notre marque **Bon&Engagé** pour les produits laitiers.
- / **En surgelé, près de 30%** de nos volumes de légumes bénéficient d'une matière première origine France.
- / **97% de nos pommes fraîches sont françaises**, en progression de 3 points par rapport à l'année dernière ;
1 fruit ou légume frais sur 2 est origine France.

Cuisiner nos recettes en France, en particulier lorsque le savoir-faire y est tout spécialement reconnu (gammes de pâtisseries et viennoiseries par exemple), fait partie des points auxquels nous sommes attentifs et que nous portons. **2 produits élaborés sur 3 vendus chez TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs sont fabriqués en France***.

Afin de mettre au profit de nos clients une expertise pointue des produits et des filières, **PassionFroid est partenaire de deux Meilleurs Ouvriers de France (MOF) :**

- / **un MOF Fromager**, avec lequel sont travaillés et sélectionnés nos fromages « L'Affineur du Chef » et avec qui nos équipes vont au cœur des terroirs pour dénicher les meilleurs produits aux histoires et caractères témoins de multiples patrimoines culinaires ;
- / **un MOF Boucher**, qui apporte sur les viandes et volailles fraîches un précieux savoir-faire produit auquel nos conseillers culinaires associent leur expertise du métier de la restauration.

Nos recettes Ma Très Bonne Glace chez PassionFroid sont élaborées exclusivement par des **artisans glaciers français**.

Saveurs d'Antoine porte également le savoir-faire français en proposant des **produits élaborés par des artisans et des maîtres artisans**.

**Tous les ingrédients ne proviennent pas de France*

/ RESPECTER LES PRODUCTEURS ET FOURNISSEURS

DÉVELOPPER LES FILIÈRES LABELLISÉES COMMERCE ÉQUITABLE



Afin de développer des relations commerciales respectueuses des hommes et de l'environnement, nous travaillons des filières de bananes, café, chocolats et glaces certifiées **Max Havelaar**.

Pour aider nos clients à élaborer leurs menus Egalim et afin de soutenir plus activement la rémunération et le développement des producteurs, nous sommes attentifs aux filières produits permettant de répondre à cette attente.

563 tonnes de produits Fairtrade / Max Havelaar vendus cette année par nos réseaux **TerreAzur**, **EpiSaveurs** et **Relais d'Or**.

Les labels répondant à la définition française et



ÉTATS GÉNÉRAUX ALIMENTATION

légale du Commerce Équitable étant éligibles aux 50% Egalim, grâce au texte de Loi Climat et Résilience d'Août 2021, ces derniers vont désormais trouver une place dans les menus durables et de qualité de nos clients.

ACCOMPAGNER LOCALEMENT

Le Groupe Pomona collabore avec de nombreux producteurs/fournisseurs dans toute la France.

Nous avons sur le territoire **plus de 300 acheteurs** qui travaillent le plus possible dans un esprit de collaboration pérenne et de confiance. Cela se traduit par exemple, sur certaines filières, par des engagements de volumes de notre part sur une ou plusieurs périodes de production.

Dans ce même souci de durabilité et de sécurisation de nos activités communes, **nos RQSE régionaux accompagnent quant à eux nos fournisseurs locaux** dans la mise en œuvre de leurs plans de progrès définis au cours d'audits de référencement et de suivi.

En fruits et légumes frais, **TerreAzur** met en place avec certains de ses producteurs des **contrats pluriannuels**, donnant ainsi à ces derniers de la visibilité dans le temps en termes de volumes et de prix. Cet engagement leur permet d'enclencher des investissements et des démarches agro-écologiques de manière plus sereine.

Via certains partenariats, nous contribuons à soutenir des éleveurs et producteurs. Par exemple, la démarche d'amélioration des pratiques d'élevage en poulaillers déployée depuis 5 ans par **PassionFroid** avec son fournisseur partenaire, offre **un soutien technique et financier** pour accompagner chaque éleveur et protéger son revenu.

PassionFroid Ouest est membre de la filière « **Ma Normande Locale** » : un élevage de la race Normande dans le grand ouest (Bretagne et Pays de la Loire), plus durable par le biais de la HVE et une meilleure rémunération des éleveurs avec de plus un achat des bêtes à l'équilibre.



En soutenant des démarches locales, comme Produit en Bretagne par exemple, nous soutenons l'emploi et le savoir-faire régional.

Il arrive parfois que nous devons mettre fin à une collaboration. Dans ce cas, nous mettons en place des plans de désengagement, en concertation avec les services achats et juridiques, afin de ne pas mettre en difficulté les producteurs et de respecter les délais de prévenance.



1.4 MAÎTRISER LA CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE ET LA SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Conformément à la réglementation, nous avons formalisé, pour l'ensemble de nos activités, notre **plan de maîtrise sanitaire, basé sur une étude HACCP** (analyse des dangers et points critiques de maîtrise) et les **bonnes pratiques d'hygiène**.

L'ensemble des procédures Qualité, Sécurité et Environnement sont **évaluées ou auditées chaque année** sur tous les sites pour chacun des réseaux par notre Direction Qualité & RSE. Ces audits portent sur la connaissance des règles par les salariés, le bon fonctionnement organisationnel et le bon suivi de la maintenance technique des installations et du matériel.

Notre Direction Qualité & RSE assure également un système de **veille réglementaire et sanitaire** à destination des équipes qualité afin d'adapter au plus vite nos procédures internes aux nouvelles évolutions.

La fonction Qualité Sécurité Environnement mobilise dans l'ensemble du Groupe plus de **90 collaborateurs à plein temps** soit près de 1% de l'ensemble de nos effectifs.

/ ACCOMPAGNER NOS SITES DANS DES DÉMARCHES DE CERTIFICATIONS

Pour prouver notre engagement en matière de santé et la sécurité sanitaire des consommateurs, nous avons développé une **politique ambitieuse de Certification**.

Compte tenu des enjeux de chaîne du froid et de la nature périssable de certains produits, **les réseaux TerreAzur et PassionFroid sont certifiés ISO 22000** pour leur système de management de la sécurité des denrées alimentaires.

Notre site **Délice & Création Centrale de Chanteloup les Vignes** est également certifié **ISO 22000**.

Les performances sont évaluées chaque année lors des audits par le Bureau Veritas Certification ou pour le site Délice & Création par AFNOR Certification.

100%

des régions TerreAzur et PassionFroid certifiées

ISO 22000
en 2022



/ METTRE EN PLACE DES PLANS DE CONTRÔLE DES PRODUITS ET DES FOURNISSEURS

Les mesures de maîtrise relatives aux fournisseurs de produits alimentaires reposent sur **l'intégration des exigences dans les cahiers des charges, les chartes d'engagement fournisseurs ou contrats**.

Une évaluation du respect des exigences est réalisée dans les **questionnaires, les visites et les audits de référencement et de suivi des fournisseurs** que nos équipes effectuent.

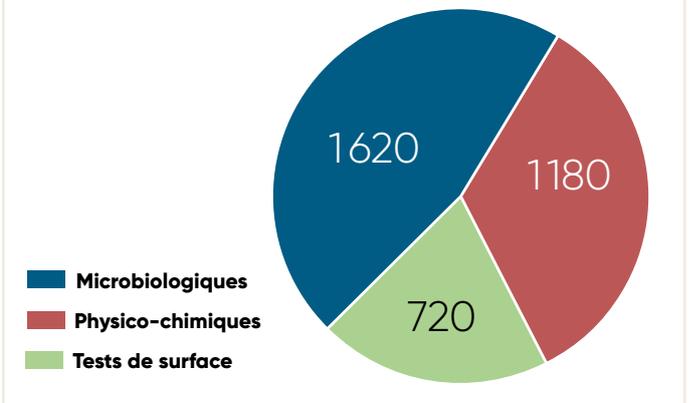
En ce qui concerne la sécurité sanitaire des denrées alimentaires, qui est notre enjeu prioritaire, une cartographie selon la nature des produits et leurs conditions de mise en œuvre est déployée dans le cadre de nos **démarches Qualité et Sécurité des Aliments**.

Nous menons notamment une démarche de **prévention et de surveillance** via l'élaboration et le suivi de plans de contrôle physico-chimique et bactériologique de nos produits, réalisés **par un laboratoire accrédité extérieur**.

Ces contrôles permettent de vérifier la sécurité sanitaire mais aussi l'absence de contamination des produits par des substances chimiques indésirables, la loyauté marchande des denrées et le respect des cahiers des charges. Les surfaces de travail sont aussi analysées pour valider l'hygiène des ateliers où sont manipulés les produits.

Les plans de contrôles sont révisés annuellement pour répondre au plus juste aux évolutions réglementaires et/ou anticiper les risques émergents. Ils ont repris selon un rythme correspondant à nos volumes d'activité, en progression par rapport à l'année dernière.

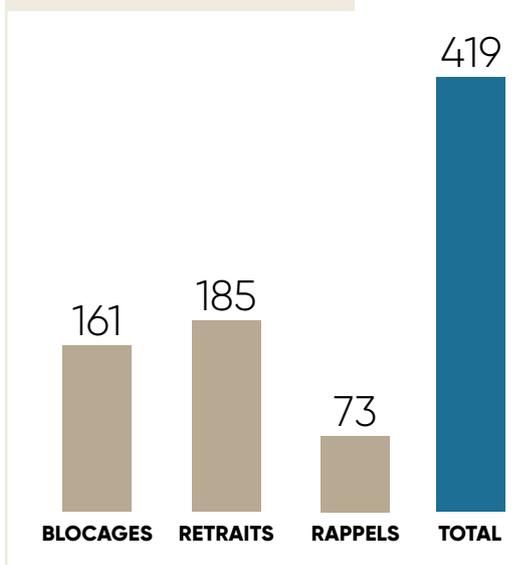
NOMBRE D'ANALYSES RÉALISÉES SUR 2021-2022



En matière de santé et de sécurité des aliments, nous avons géré, selon nos procédures internes couvertes par nos certifications, plusieurs opérations nationales de blocage (produit isolé dans nos entrepôts), retrait (produit retiré chez nos clients) ou rappel (produit retiré chez nos clients et communication d'informations à transmettre aux consommateurs).

Pour optimiser notre gestion des alertes, nous avons créé un pôle Service Après-Vente qui est en charge de gérer les alertes de manière centralisée pour les branches PassionFroid, TerreAzur et EpiSaveurs. En complément, un outil de gestion automatique des appels clients dans le cadre des alertes sanitaires a été mis en place afin de fiabiliser et de renforcer l'efficacité de nos procédures.

NOMBRE D'ALERTE GÉRÉES SUR 2021-2022



Après une année mouvementée, liée à la crise européenne de l'oxyde d'éthylène, le nombre d'alertes a diminué mais reste à un niveau élevé. De nombreux blocages ont touché EpiSaveurs en raison de la problématique de contamination des produits à risque par des insectes (pâtes, riz...).

Ces opérations ont été réalisées en coordination avec nos fournisseurs et nos clients et en rendant compte si nécessaire aux services officiels conformément à la réglementation.

Enfin, **nos équipes qualité et achats évaluent** chaque année la performance de l'ensemble de nos **fournisseurs nationaux sur les critères sanitaires et de qualité de service** :

- / Nombre d'alertes,
- / Nombre de non-conformités,
- / Maîtrise des livraisons,
- / Réactivité.

À la sortie des évaluations, des plans d'actions sont identifiés afin d'améliorer la performance de nos fournisseurs.

/ METTRE EN ŒUVRE NOTRE PLAN DE VIGILANCE

Dans le cadre de notre **Plan de Vigilance**, a été mis en évidence le **caractère stratégique des activités de nos fournisseurs de produits alimentaires**, qui font donc l'objet d'une cartographie très spécifique et exécutée de manière prioritaire.

NOTRE OUTIL DE CARTOGRAPHIE DES RISQUES

Dans un souci d'expertise et d'objectivité, nous avons demandé à un **tiers référent, l'AFNOR** (Association Française de Normalisation), de nous aider à mettre au point un **outil de cotation des risques fournisseurs** au regard du devoir de vigilance et au regard de spécificités de l'agro-alimentaire. Cet outil, finalisé en 2020, nous permet d'**évaluer par enjeu le niveau de risque associé à nos filières d'achats, par familles de produits, par pays, puis par fournisseur.**

Les enjeux répertoriés et évalués sont les suivants :

/ **relatifs au devoir de vigilance strict :** environnement, santé et sécurité au travail, droits de l'homme et conditions sociales, sécurité sanitaire des aliments

/ **complémentaires :** contexte et environnement des affaires, loyauté des pratiques et éthique, food defense, fraude alimentaire, bien-être animal.

L'outil permet de délivrer un scoring par fournisseur. Nos équipes Achats et Qualité l'ont mis en œuvre prioritairement sur les 8 familles de produits alimentaires jugées a priori les plus à risque et sur nos filières à marques propres.

CE TRAVAIL INITIÉ LORS DU PRÉCÉDENT EXERCICE CONTINUE À SE POURSUIVRE

Chez **TerreAzur**, c'est aujourd'hui plus d'une centaine de fournisseurs de fruits et légumes à marque propre Bon&Engagé et 100% Experts terroirs qui ont été évalués.

Chez **PassionFroid**, les fournisseurs de Fruits et légumes (49 sites) et de produits laitiers (12 sites) ont également été évalués.

L'ensemble des fournisseurs de produits à marque propre de nos réseaux TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs seront évalués à fin décembre 2022.

Chez **Saveurs d'Antoine**, les priorités avaient été traitées lors du précédent exercice. C'était également le cas chez **Délice & Création**, réseau dans lequel l'enjeu va désormais être d'intégrer dans ce process les fournisseurs des produits à marques propres DGF. Nous pourrions planifier les étapes de travail lorsque l'assortiment à ces marques sera stabilisé.

LE BILAN DE CET EXERCICE

Les évaluations nous permettent de **mettre à jour et d'enrichir encore davantage notre base de données informatives sur nos fournisseurs**. Nous identifions des données clés pour élaborer des **stratégies d'approvisionnement pertinentes, objectives, efficaces et fiables** face aux risques spécifiques de nos catégories d'achats. Nos équipes montent en connaissance et en compétences pour leur activité de sourcing.

Nous constatons, dans la majorité des cas travaillés à date, que nos approvisionnements présentent un niveau de risque inférieur au niveau de risque inhérent à la catégorie de produit. Nous approfondissons les différents enjeux au sein de nos filières d'achat (via notamment des questionnaires, nos audits...), comprenons de mieux en mieux les pratiques, les challengeons et si besoin mettons en place des plans de progrès.

Afin de systématiser la prise en compte de ces éléments lors des référencements de nouveaux fournisseurs ou lors des évaluations annuelles de nos fournisseurs en place, nous actualisons nos procédures internes en vigueur en y intégrant ces éléments de travail.

Si nécessaire nous mandatons des audits spécifiques visant à confirmer ou réduire le niveau de risque identifié.

2 ACCOMPAGNER NOS CLIENTS AVEC DES SERVICES SÛRS ET ÉCO-RESPONSABLES

DES SERVICES ÉCO-RESPONSABLES

- Un stockage moins énergivore
- Des livraisons moins carbonées
- Un traitement des déchets lié au cycle de vie des produits
- Une lutte contre le gaspillage alimentaire via des partenariats

NOTRE OBJECTIF

Être aux côtés des professionnels des métiers de bouche en leur apportant des services qui complètent leur propre démarche RSE.

DES SERVICES SÛRS

- Une transparence de l'information
- Une mesure de la satisfaction clients
- Une sécurisation via des outils de gestion

Dans le cadre de notre mission auprès de nos clients, nous souhaitons les accompagner dans leur démarche RSE en leur apportant des services de qualité et respectueux de l'environnement :



FAIRE PREUVE DE TRANSPARENCE ET MESURER LA SATISFACTION DES CLIENTS



RÉDUIRE LES POLLUTIONS ET L'IMPACT CARBONE



GÉRER LES DÉCHETS



LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ET LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE



INDICATEURS CLÉS

- / Satisfaction de nos clients mesurée avec un **Net Promoter Score**
- / Réduction de nos émissions de gaz à effet de serre



2.1 FAIRE PREUVE DE TRANSPARENCE ET MESURER LA SATISFACTION DES CLIENTS

/ INFORMER SUR NOS PRODUITS ET METTRE À DISPOSITION DE NOS CLIENTS DES STATISTIQUES D'ACHAT



Nous nous engageons sur la qualité des données produits transmises à nos clients, qui attendent des

informations fiables, précises, mises à jour régulièrement et facilement accessibles. Les fiches techniques doivent ainsi refléter ces exigences croissantes. C'est pourquoi nous avons décidé de refondre totalement notre système de gestion de l'information produits et de **mettre en place un PIM** (Product Information Management) dédié qui regroupe et permet des échanges sous forme digitalisée de l'ensemble des données produits. **Le système a été déployé dans nos réseaux PassionFroid et EpiSaveurs.**

Grâce à cet outil performant, nous faisons évoluer l'échange de données entre nos fournisseurs et nous, pour notre plus grand bénéfice commun :

- / **Une saisie centralisée et facilitée** via un portail web ergonomique compatible GDSN (Global Data Synchronisation Network),
- / **Des informations complètes**, mises à jour et conformes à la législation pour satisfaire nos clients et répondre au contexte réglementaire.

Dans la perspective de l'entrée en vigueur de l'Article 24 de la Loi Egalim et donc de la mise en place effective des 50% de produits durables ou sous signes d'origine ou de qualité dans les menus de restauration collective, **l'identification et le reporting chiffré de ces produits au sein des mercuriales de nos clients sont essentiels** pour permettre le pilotage et la mesure du niveau d'**atteinte de l'objectif de pourcentage**. Pour cela, depuis juin 2020, nous avons développé pour mise à disposition de nos clients des **statistiques spécifiques aux produits sous labels éligibles ou potentiellement éligibles** ; leurs labels sont clairement identifiés avec mention de leur éligibilité Egalim.

/ INFORMER ET ÉCOUTER LES CONSOMMATEURS, SENSIBILISER À LA NUTRITION ET À LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Dans le cadre des formations internes « École des chefs » ou « École des saveurs » qui s'adressent aux commerciaux en restauration collective, nos équipes de vente sont formées aux **enjeux et aux recommandations du GEMRCN** (Groupe d'Études des Marchés, Restauration Collective et Nutrition).

L'ensemble de nos réseaux met en place pour les équipes (commerciales, achats et qualité) des **supports et des formations sur les enjeux relatifs à nos engagements RSE.**

Plus particulièrement, **en 2023, les Grands Comptes de nos réseaux TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs vont bénéficier d'un module de formation étoffé sur les thématiques RSE.**

Notre pôle RSE intervient régulièrement dans les instances d'information de nos équipes de vente pour les acculturer sur les actualités et points d'expertise RSE. Il participe également à de nombreux échanges et rendez-vous clients.

Salons, événements organisés par les interprofessions, rencontres avec nos clients sont autant d'autres moyens et donc d'occasions d'informer et d'échanger sur les valeurs des produits et les enjeux de nutrition et de consommation responsable.

Le 15 juin 2022 s'est tenu à Paris le **salon national Restau'Co** dédié à la restauration collective, auquel le Groupe Pomona a participé. Les trois sites parisiens TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs se sont réunis sur un stand commun pour accueillir les prospects et clients.

Cette journée fut l'occasion d'**affirmer la présence du Groupe auprès de la restauration autogérée et des membres actifs du réseau Restau'Co.**



Près de 2 000 visiteurs ont été reçus par les équipes autour de plusieurs objectifs :

- / valoriser nos propositions en « **Bon&Engagé** »,
- / faire connaître nos offres pour accompagner nos clients sur la montée en gamme de leurs **achats à travers la loi Egalim**,
- / faire découvrir nos **nouveautés produits**.

Pour accompagner nos clients dans le **calcul et l'optimisation de leur empreinte carbone**, nous leur mettons à disposition notre empreinte carbone en livraison exprimée en gCO2 par kg livré. A date nous le faisons pour nos réseaux TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs ; nous allons l'étendre à nos autres réseaux France.

/ MESURER LA SATISFACTION DE NOS CLIENTS

Pour prouver leur engagement en matière de satisfaction clients, **les réseaux PassionFroid, TerreAzur, EpiSaveurs et Relais d'Or sont certifiés selon le référentiel ISO 9001 pour leur système de management qualité**, ce qui représente l'ensemble des régions des 4 réseaux.

Afin d'accompagner au mieux les clients, chaque année notre Direction Qualité & RSE réalise une **enquête de satisfaction auprès de 10 000 clients** de l'ensemble de nos réseaux de distribution français.

Ces enquêtes permettent de recueillir par segment client et par famille de produits les attentes sur l'ensemble des prestations et leurs évolutions, pour anticiper des besoins émergents.

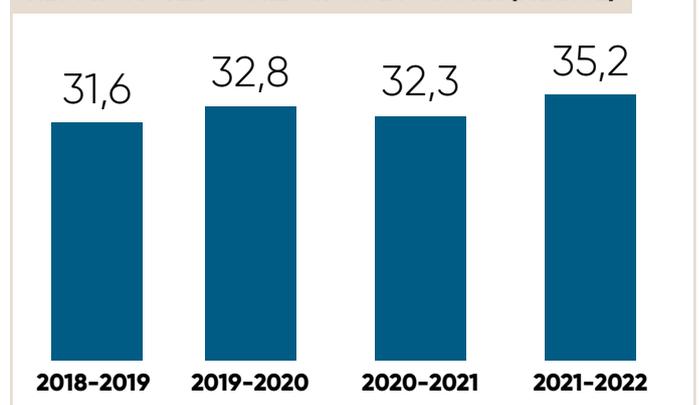
Les enquêtes mesurent la qualité perçue, exprimée selon le niveau de recommandation des clients, en complément des indicateurs internes de taux de service et de conformité de la commande suivis mensuellement.

Dans leur ensemble, nos réseaux français voient progresser leur Net Promoter Score avec un résultat à 35,2 pour l'exercice 2021-2022.

La progression de l'indicateur nous conforte sur la solidité de nos liens avec nos clients. Nous allons continuer sur cette lancée pour encore faire progresser nos scores et visons un objectif de 40 au minimum d'ici 2030.

L'ensemble des performances montre que nous restons un **partenaire de confiance pour nos clients**.

NET PROMOTER SCORE GROUPE POMONA (FRANCE)



Le Net Promoter Score permet de classer les clients en **trois catégories** selon leur degré d'enthousiasme :

/ **Promoteurs** = répondants donnant un score de 9 ou 10

/ **Passifs** = répondants donnant un score de 7 ou 8

/ **Détracteurs** = répondants donnant un score de 0 à 6

Il est calculé en prenant le pourcentage de promoteurs et en y soustrayant le pourcentage de détracteurs. **Le NPS n'est pas exprimé en pourcentage, mais comme nombre absolu qui se situe entre -100 et +100.**



NET PROMOTER SCORE = % PROMOTEURS - % DÉTRACTEURS



2.2 RÉDUIRE LES POLLUTIONS ET L'IMPACT CARBONE



Des études de l'ADEME montrent que les phases de production contribuent pour plus de 60% à l'impact environnemental des produits alimentaires, l'acheminement jusqu'aux entrepôts pour environ 15%, l'activité logistique de stockage et redistribution pour environ 10%, l'utilisation par les clients entre 5% et 10% et la fin de vie des produits pour moins de 10%.

BEGES

Depuis 2012 et conformément à la réglementation, nous réalisons et publions le **Bilan des Emissions de Gaz à Effet de Serre, BEGES**. Le 1^{er} BEGES a porté sur l'année civile 2011 ; il sert de référence. Le 3^{ème} BEGES a porté sur l'exercice social 2018-2019 et a été publié sur la plate-forme de l'ADEME fin 2019.

Cet exercice porte sur le périmètre Pomona SA et EpiSaveurs.

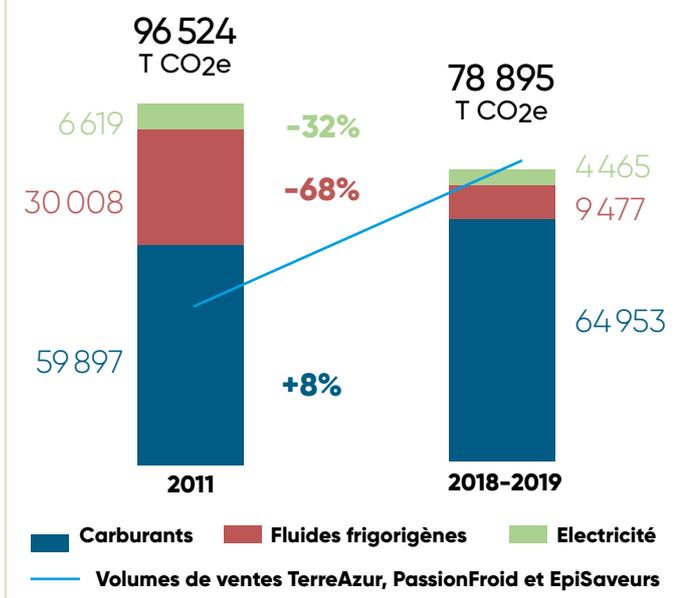
Notre prochain BEGES portera sur l'exercice 2022-2023 et sera élargi au scope 3 conformément à la réglementation, ainsi qu'à toutes nos entités France. Nous avons pour objectif de produire ensuite notre bilan carbone tous les ans.

La principale source d'émissions de gaz à effet de serre demeure la consommation de carburants par la flotte de livraison, pour une très grosse majorité, loin devant les pertes de gaz frigorigènes et la consommation électrique.

Depuis 2011, quand nos volumes de vente ont augmenté de 14%, les émissions globales de Gaz à Effet de Serre (GES) ont **baissé de plus de 18%** selon les évolutions suivantes :

- / **Baisse de 68% des émissions liées aux gaz frigorigènes**, en lien avec les actions menées par la Direction Immobilière sur le patrimoine immobilier et les techniques de réfrigération déployées,
- / **Baisse de 32% des émissions liées à la consommation d'électricité** principalement due à l'évolution du mix énergétique de la production d'électricité en France,
- / **Augmentation de 8% des émissions liées à la consommation de carburants** (flotte de livraison et commerciale) liée au développement de notre activité : la hausse des émissions est inférieure à l'augmentation du tonnage livré, preuve de l'efficacité des différentes actions d'optimisation logistique réalisées.

ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE EN TONNES ÉQUIVALENT CO₂



Les mesures en faveur de la limitation des gaz à effet de serre prennent en compte les trois aspects soulevés par le BEGES : la consommation électrique, les rejets de gaz frigorigènes et la consommation de carburants et ses rejets sur les activités de stockage et de livraison.

/ STOCKAGE ÉCO-RESPONSABLE

Notre Direction immobilière œuvre à la **réduction de l'impact environnemental au travers de 2 axes : la limitation des gaz à effet de serre** dus aux fluides frigorigènes et la **limitation de la consommation d'électricité**.

CHOIX DE FLUIDES FRIGORIGÈNES À FAIBLE IMPACT CARBONE

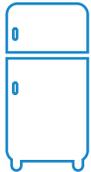
Les technologies d'équipement frigorifique utilisant des **fluides dits naturels (CO2 et/ou NH3 et propane notamment) à faible impact carbone** continuent d'être déployées sur nos entrepôts lors des opérations neuves ou des travaux de remplacement d'installations existantes.

Ces fluides remplacent progressivement les fluides de type HFC, qui sont des gaz à effet de serre avérés.

Des études intégrant un volet environnemental et énergétique sont ainsi menées systématiquement afin de définir le meilleur choix d'installation à mettre en œuvre. Elles sont réalisées avec l'aide d'un Assistant Maîtrise d'Ouvrage (AMO) spécialisé dans le froid industriel. En parallèle, la Direction immobilière reste en veille sur les nouvelles technologies.

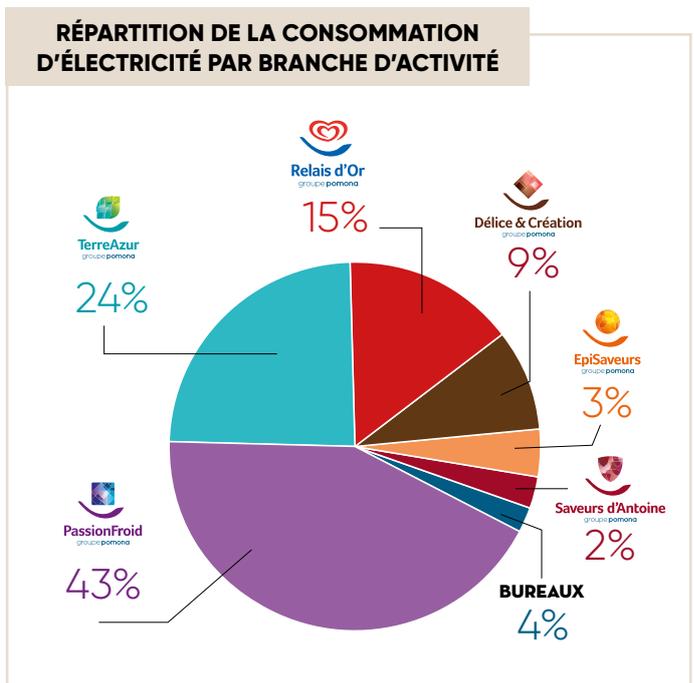
Lors de l'exercice 2021-2022, nous sommes intervenus sur 3 sites :

- / **TerreAzur Centre : installation de groupes froids au CO2** pour le nouveau site ;
- / **PassionFroid Chilly-Mazarin : remplacement de 2 groupes froids par une installation à très faible impact carbone ;**
- / **PassionFroid Saint-Ouen-l'Aumône : installations fonctionnant au NH3 et CO2** pour le remplacement des existantes et pour les extensions.

 **75 à 80%**

de la consommation électrique proviennent des équipements frigorifiques

PRINCIPAUX POSTES DE CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ



PassionFroid, TerreAzur et Relais d'Or représentent plus de 82% des consommations électriques du Groupe, principalement dues aux installations frigorifiques.

Pour ces 3 contributeurs principaux :

- / **75 à 80%** de la consommation d'électricité des sites proviennent des **équipements frigorifiques** ;
- / **20 à 25%** concernent les consommations d'électricité des systèmes de **chauffage/climatisation**, des bureaux, des locaux de charge des batteries chariots, du biberonnage... ;
- / **2 à 10%** représentent la consommation d'électricité dédiée à l'**éclairage** ; celle-ci varie selon l'activité des sites, de l'apport de lumière naturelle et de la technologie d'éclairage.

La part de Délice & Création dans la consommation totale d'électricité a mécaniquement augmenté par rapport à l'exercice précédent du fait de l'opération de rachat des sites DGF.

PLAN DE SOBRIÉTÉ ET AMÉLIORATION DU PILOTAGE DE LA CONSOMMATION ÉLECTRIQUE

/ Notre Direction Immobilière suit au niveau national, depuis plusieurs années, un **benchmark des consommations et des coûts d'électricité** de nos principaux entrepôts frigorifiques **PassionFroid et TerreAzur**, permettant d'animer notre **démarche d'optimisation associée**.

Dans le cadre des exigences relatives au Décret tertiaire, un travail de collecte et fiabilisation des données des sites non intégrés au benchmark est en cours et servira à **alimenter les actions de réduction des consommations d'électricité** sur les prochains exercices.

/ L'année 2022 a été marquée par une évolution de l'organisation interne de la Direction Immobilière avec la **création d'un nouveau pôle « Environnement & Prévention »** en charge notamment d'animer et de coordonner toutes les actions contribuant à la maîtrise énergétique du Groupe, qu'elles soient organisationnelles, techniques ou humaines.

Nous capitalisons sur le suivi et l'optimisation de nos installations électriques, ainsi que sur le management de nos consommations d'électricité pour contribuer au plan de sobriété et réduire notre empreinte carbone.

Le choix a été fait de **rénover** les installations frigorifiques et les éclairages avec des technologies moins gourmandes en électricité :

/ **Les technologies frigorifiques à fluide naturel**, en plus d'avoir un impact carbone réduit, sont aussi plus performantes et consomment moins d'électricité ;

/ **Un éclairage LED** a été déployé sur la quasi-totalité des sites de **TerreAzur** et de **PassionFroid**.

Energies renouvelables :

/ **Installations de panneaux photovoltaïques : 5 sites** sont concernés par des projets d'installations de panneaux photovoltaïques avec auto-consommation de l'électricité produite. Ces projets vont permettre de produire autour de 1500 MWh d'électricité, soit 15% de la consommation totale de ces sites, tout en contribuant à la réduction de notre empreinte carbone (à hauteur de 22 tonnes

de CO₂ par an). Une fois ces premiers projets aboutis, l'objectif du groupe est de poursuivre la mise en place d'installations sur les nouveaux bâtiments et d'étudier la faisabilité d'installations sur les sites existants.

/ Nous avons signé un **contrat de gré à gré (ou power purchase agreement - PPA)** pour acheter directement de l'électricité issue de la **production éolienne** : à partir de Mars 2024 et pour une durée de 5 ans, **10% de notre électricité seront issus du parc éolien Saurupt** de la commune de Séraumont dans les Vosges.

Enfin, notre Direction Immobilière reste **en veille** concernant de **nouvelles pistes d'optimisation** susceptibles d'être déployées dans nos entrepôts dans un souci d'amélioration continue, et la **recherche de solutions innovantes et durables** en matière de conception et d'exploitation de nos bâtiments et équipements.



SURVEILLANCE DES ACTIVITÉS DE STOCKAGE EXTERNE

Pour certaines filières, nous avons parfois recours à du stockage externe. Nos prestataires sont référencés sur leur capacité à respecter nos exigences en matière de santé, sécurité, environnement. Ces exigences sont précisées dans les cahiers des charges, les chartes et les contrats. Des audits ou inspections sont réalisés pour vérifier en priorité les enjeux de sécurité sanitaire des aliments. Nos prestataires font l'objet d'évaluation initiale et d'un suivi selon nos procédures Qualité Sécurité Environnement. Nous n'avons pas eu de remontées de situation de défaillance cette année.

/ LIVRAISONS ÉCO-RESPONSABLES

Nous veillons à **maîtriser la chaîne logistique** depuis nos fournisseurs jusqu'à nos clients **en matière de qualité de service et d'impact environnemental**.

SÉLECTION ET SUIVI DES TRANSPORTEURS TIERS AMONT

Concernant le transport amont, **nous organisons et massifions nos approvisionnements**

jusqu'aux entrepôts en régions. Cette démarche consiste à charger des camions complets regroupant des produits provenant de plusieurs fournisseurs issus d'un même bassin.

Nos **bilans d'émissions de gaz à effet de serre** ont montré un impact environnemental presque équivalent entre le transport amont depuis les fournisseurs jusqu'à nos entrepôts de stockage et la distribution depuis nos sites jusqu'à nos clients.

Les transporteurs amont sont référencés et suivis conjointement par la **Direction Développement Commercial Organisation et Méthodes et la Direction Qualité et RSE**. Ils s'engagent sur un cahier des charges, des chartes et des contrats qui intègrent des exigences qualité sécurité environnement. Ils sont évalués au référencement et en suivi annuel selon les procédures du groupe. Ils déclarent annuellement les coûts en équivalent CO2 pour le transport en propre des produits des fournisseurs jusqu'à nos entrepôts.

Sur l'exercice 2021-2022, 10 nouveaux transporteurs ont été évalués en référencement, 1 transporteur a fait l'objet d'un audit de suivi avec un résultat favorable. Dans le cadre de nos évaluations annuelles, nous n'avons pas détecté de situation de défaillance sur les enjeux liés au plan de vigilance.

La collecte des **déclarations annuelles** de nos transporteurs des **coûts environnementaux** en équivalent CO2 a couvert sur l'exercice 2021-2022, pour nos réseaux en France, 57 sociétés de transport et 770 000 Tonnes transportées.

Concernant les coûts environnementaux du transport des produits pour notre compte depuis nos fournisseurs jusqu'à nos entrepôts, **l'impact moyen calculé est de 60 g CO2/kg transporté**.

Au-delà de ce résultat, le reporting met en évidence des données de qualité hétérogène selon les transporteurs. Nous avons identifié 4 transporteurs sur lesquels nous menons des actions d'amélioration et un transporteur vertueux sur lequel nous allons approfondir les bonnes pratiques.

L'enjeu reste de rendre le reporting plus robuste.

PILOTAGE DES FOURNISSEURS DE VÉHICULES DE LIVRAISON

Nous privilégions la location pour **disposer des dernières générations de véhicules** de livraison et d'un panel de services qui offre confort et sécurité au quotidien à nos collaborateurs.

Nous bénéficions entre autres d'un plan de **maintenance préventive et curative** pour assurer le bon état des véhicules, un plan de lavage des véhicules pour garantir un niveau d'**hygiène et de sécurité sanitaire** des produits et de la mise en place d'un « tour de parc » systématique à fréquence adaptée.

Nous évaluons la qualité de la prestation à fréquence régulière.

Concernant l'émission de particules, **la totalité du parc de 2600 camions est en norme EURO 5 et 6**. Depuis quelques années, 100% des renouvellements sont réalisés exclusivement avec des véhicules de norme EURO 6, norme la plus vertueuse qui concerne 88% du parc versus 86% l'année dernière. Nous nous orientons en 2023 vers un taux de 96% en EURO 6.

Nous investiguons activement les différentes technologies alternatives pour la transition énergétique.

Les constructeurs de poids lourds sont eux-mêmes encore en recherche de la solution qui permettra la production en grande série de véhicules à la fois durables, performants et aux coûts d'exploitation maîtrisés.



19 véhicules circulent actuellement avec des énergies alternatives au thermique :

- / 5 véhicules hybrides
- / 12 véhicules en **BIO GNC** issu de méthanisation (-80% de CO₂e par rapport à un véhicule thermique)
- / 2 véhicules en **B100** (colza 100% français, -60% de CO₂e par rapport à un véhicule thermique)

Sur l'exercice 2022/2023, nous nous équiperons de **120 camions sous technologie BIO GNC ou B100**. Près de **70 de nos camions thermiques déjà en commande sont prévus pour être rétrofitables**, c'est-à-dire pouvant fonctionner aussi bien au diesel qu'au biodiesel.

En parallèle, nous testons des solutions de camions électriques.

Nous articulons le verdissement de notre flotte de véhicules de livraison autour de ces différentes technologies.

Nos investissements sont réalisés en priorité dans le cadre de l'extension des **Zones à Faibles Émissions (ZFE)**.

Enfin, le respect des riverains est au cœur de nos préoccupations. **165 véhicules sont certifiés PIEK**, ce qui garantit que le matériel respecte le seuil sonore maximum de 60 dB(A). Cette initiative contribue à la réduction des nuisances sonores, notamment lors des livraisons nocturnes dans les centres-villes.

Nous avons exclu le diesel de notre flotte de véhicules légers de société et de fonction.



La **Charte Objectif CO2**, portée notamment par l'ADEME, accompagne les transporteurs pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Nous travaillons pour y adhérer en Décembre 2022.

PILOTAGE ET SUIVI DES PERFORMANCES DE LIVRAISON

Notre Groupe renforce en continu ses actions d'**optimisation des tournées de livraison sur les plans écologique, économique et qualité de service**.

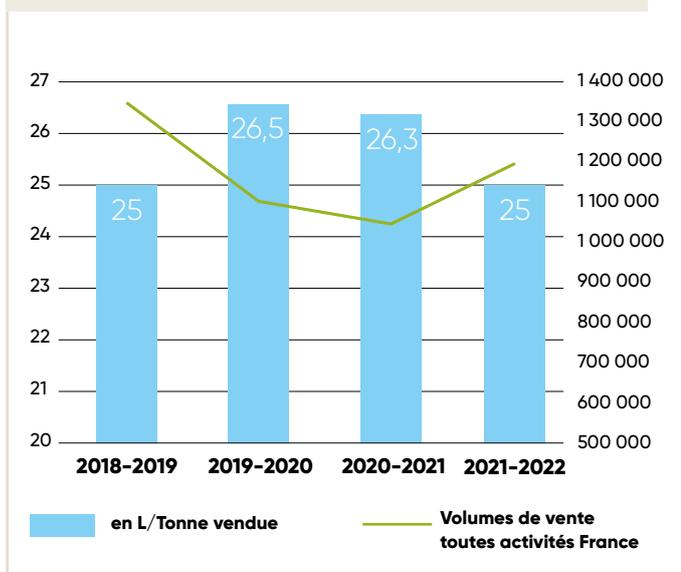
L'organisation de nos réseaux à destination de la Restauration Hors Domicile par température de livraison (frais, surgelé, ambiant) nous permet une adaptation aux justes fréquences de livraison des produits. De plus, les technologies de refroidissement de nos véhicules de livraison sont ainsi dédiées aux produits conservés selon ces technologies.

Nous poursuivons nos actions et initiatives pour :

- / adapter les tournées aux variations d'activité en utilisant un **logiciel couplé à des systèmes de géolocalisation**
- / équiper nos équipes avec le **matériel adapté** et ainsi réduire l'utilisation de papier
- / former les équipes à l'**éco-conduite** afin d'agir sur la consommation de carburant
- / travailler avec nos clients sur l'**optimisation des fréquences de livraison** et poids moyens livrés

Sur l'exercice 2021-2022, nous avons consommé environ **29,9 millions de litres de carburant** sur notre périmètre d'activité France.

EVOLUTION COMPARÉE DES CONSOMMATIONS ANNUELLES DE GASOIL ET GASOIL NON ROUTIER ET DES VOLUMES DE VENTES



La reprise d'activité s'est traduite par un retour de notre indicateur L/Tonne vendue à un niveau d'avant crise sanitaire.

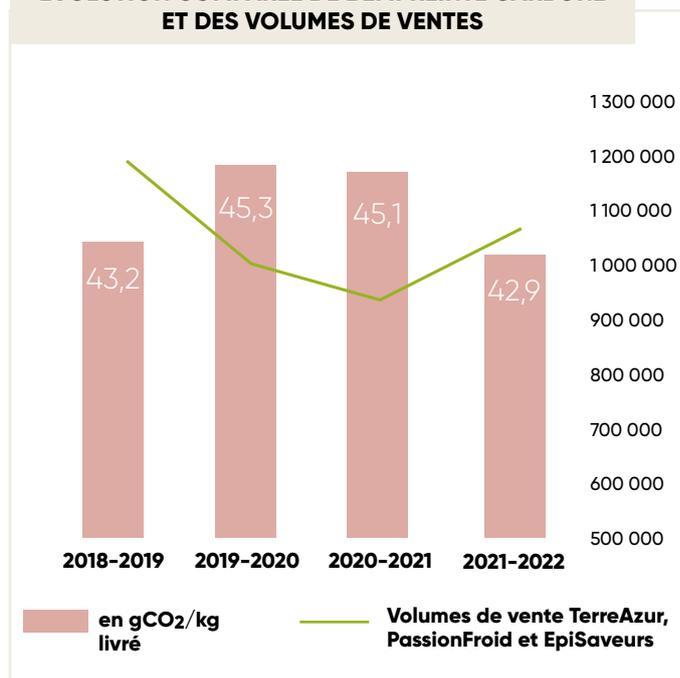
Depuis 2021, nous basculons progressivement nos véhicules sur l'outil télématique SAMSARA, qui permet de suivre un certain nombre d'indicateurs, notamment la consommation de carburant et les kilomètres parcourus. Ce nouvel outil doit nous permettre de fiabiliser nos données et de suivre, à horizon 2023, l'intégralité de notre flotte de véhicules.

Nous animons et réalisons un benchmark de l'empreinte carbone pour les réseaux **PassionFroid, TerreAzur et EpiSaveurs.**

L'indicateur piloté est le gCO₂/kg livré, le gCO₂ étant la quantité d'équivalent CO₂ des émissions liées aux consommations de carburants de la flotte de livraison de chaque réseau.

Tout comme le L/Tonne vendue pour l'ensemble du Groupe Pomona, le gCO₂/kg livré pour nos réseaux TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs est revenu à un niveau d'avant-crise sanitaire.

EVOLUTION COMPARÉE DE L'EMPREINTE CARBONE ET DES VOLUMES DE VENTES



Notre Groupe a rejoint en décembre 2019 le Club Déméter, aux côtés de grands acteurs de la logistique et de la distribution tels que La Poste, Carrefour, mais également de l'ADEME et du Ministère de la transition écologique et solidaire. En devenant membre de ce club, nous réaffirmons notre volonté de contribuer à la mise en œuvre de solutions logistiques plus respectueuses de l'environnement, en ce qui concerne notamment la logistique urbaine du dernier km et la transition énergétique des véhicules.



2.3 GÉRER LES DÉCHETS

/ TRIER ET TRAITER NOS DÉCHETS

Nous générons peu de déchets dans notre activité propre. En effet, d'une part, les cartons et plastiques proviennent majoritairement des étapes de fabrication des produits, ces derniers devant être protégés par des emballages lors des étapes de stockage et de transport. D'autre part, les déchets bois proviennent principalement des palettes endommagées lors des activités logistiques.

Le flux des biodéchets permet de suivre la quantité des produits alimentaires écartés et mis en destruction au fil du processus logistique.

Le suivi de nos déchets se matérialise en **deux filières distinctes**, chacune composée de différentes sous-filières :



Zone de stockage des déchets du site de Lomme - PassionFroid Hauts-de-France / Normandie

FILIÈRES DE DÉCHETS

DÉCHETS
NON DANGEREUX



DÉCHETS DANGEREUX
(ou potentiellement Dangereux)



SOUS-FILIÈRES

- / Bio-déchets
- / Bois
- / Cartons
- / Plastiques
- / Papiers
- / Autres déchets non dangereux (métaux,...)

- / Néons, piles, ampoules
- / Déchets de produits chimiques
- / Déchets de séparateurs d'hydrocarbures, de bac à graisse
- / Gaz frigorigènes
- / Déchets bureautiques
- / Autres déchets (potentiellement) dangereux

ET POUR AIDER NOS CLIENTS

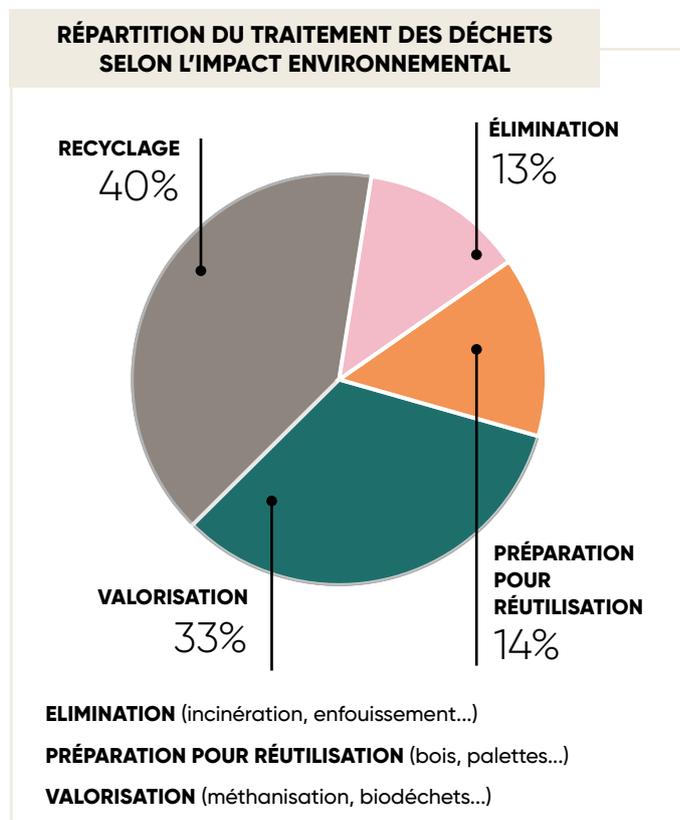
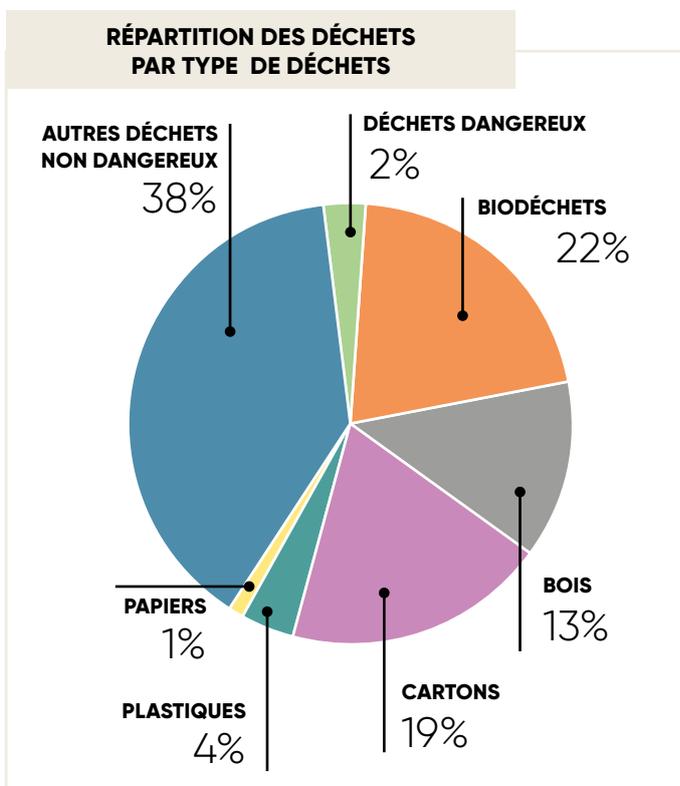
EpiSaveurs propose à ses clients une mise en contact avec un prestataire agréé pour la collecte des huiles usagées.

Pour les réseaux **PassionFroid, TerreAzur et EpiSaveurs**, un **registre des déchets** a été déployé afin d'identifier :

/ la **répartition des déchets** selon différentes typologies,

/ la **répartition des modalités de traitement des déchets** selon leur impact environnemental.

Le poids total de déchets généré par l'activité des trois réseaux s'évalue près de **9 000 tonnes** réparties selon les graphiques ci-dessous :



Afin de réduire son empreinte environnementale et conformément à la réglementation, le Groupe Pomona a déployé le **tri sélectif des déchets dans ses établissements**. Cette bonne pratique permet une meilleure orientation des déchets vers des filières de ré-emploi, recyclage ou simple valorisation.

Ainsi, les **emballages en carton** issus de nos activités en entrepôt sont soit réutilisés pour préparer des commandes, soit **triés et récupérés pour être recyclés**.

L'ensemble de nos sites procède par ailleurs à la récupération des palettes en bois chez les clients. Les palettes non réutilisables sont ensuite recyclées ou revalorisées dans la filière bois.

En 2021-2022, les flux individuels bois, carton, papier et plastique représentent 38% de la répartition des déchets comme étant des flux triés et collectés séparément. Cependant, une part complémentaire de ces flux est incluse dans la catégorie « Autres déchets non dangereux » comme flux en mélange (ex : benne mixte carton/plastique, compacteur 5 flux...) mais collectés par des prestataires chargés de les trier sur leurs sites pour les valoriser.

La hausse de nos volumes de déchets est **corrélée à l'évolution de nos volumes d'activité**, encore perturbée sur la première partie de l'exercice, ce qui n'a pas facilité la gestion des flux. L'**optimisation** de nos quantités et filières de traitement de déchets fait partie des points de vigilance de nos régions.

/ AMÉLIORER LES EMBALLAGES

L'emballage a pour fonction de protéger le produit alimentaire d'un point de vue sanitaire, organoleptique et mécanique, depuis sa production jusqu'à sa consommation. C'est également un support de communication comportant les informations associées aux exigences réglementaires, allégations et autres éléments marketing relatifs au produit. C'est donc un **outil indispensable de la maîtrise de la sécurité sanitaire, d'efficacité de la chaîne logistique et de réduction du gaspillage alimentaire.**

En parallèle de contribuer à l'amélioration du traitement des déchets sur nos sites de stockage, nous travaillons à la **réduction et à l'optimisation des emballages** avec nos fournisseurs.

4 points clés sont intégrés à notre charte qualité et RSE que nos fournisseurs s'engagent à respecter lorsque nous les référençons :

groupe pomona

USTENSILES ET EMBALLAGES

Ce guide s'applique aux emballages primaires (*unité de vente*) et secondaires (*groupe d'unités de vente*) ainsi qu'aux contenants et ustensiles. Il est nécessaire d'accorder une attention toute particulière aux emballages des produits Bio et Agro-écologiques.

4 POINTS CLÉS

- RÉDUIRE AU MAXIMUM L'UTILISATION D'EMBALLAGES À LA SOURCE**
 - Dans le respect de la protection du produit et de la surface de communication,
 - Éviter le suremballage
 - Limiter l'épaisseur de l'emballage
 - Limiter la part de vide dans les emballages
 - Limiter le plus possible l'ajout d'ustensiles tels que les pailles ou les couverts
- RAISONNER LES CHOIX DE MATÉRIAUX SELON LES FILIÈRES DE RECYCLAGE**
 - Privilégier des matériaux dont la filière de recyclage existe en France
 - Éviter les matériaux pouvant perturber la qualité du processus de recyclage
 - Privilégier l'emploi de mono-matériaux quand cela est possible afin d'optimiser leur recyclabilité
 - Sensibiliser aux gestes de tri à travers les mentions, logos et fiches techniques
- CHOISIR DES MATERIAUX RESPONSABLES**
 - Raisonner le choix de l'emballage en évaluant son impact environnemental sur l'ensemble du cycle de vie
 - Privilégier l'utilisation de matériaux recyclables, compostables en compostage domestique et/ou issus de matières biosourcées
 - Privilégier l'utilisation de plastique recyclé si aucune autre alternative au plastique ne convient – de manière générale, éviter l'utilisation de plastiques vierges
 - Privilégier l'utilisation d'adjuvants (encres, vernis, colles, etc.) les plus naturels possibles et minimiser leur utilisation
- PORTER UN REGARD ATTENTIF SUR LA PROVENANCE ET L'ORIGINE DES MATERIAUX**
 - Privilégier l'origine Europe quand cela est possible
 - Privilégier les approvisionnements en emballages et matières premières à proximité des sites de production et de transformation
 - Privilégier des filières labellisées
 - Pour les matériaux issus du bois, privilégier les certifications FSC (*Forest Stewardship Council*) ou PEFC (*Program of the Endorsement of Forest Certification*)

Chez **TerreAzur**, les fruits et légumes à marques **Bon&Engagé** et **100% Experts terroirs** sont conditionnés dans des **cartons issus de filières FSC***.

En produits de la mer, le polystyrène expansé disparaît progressivement pour nos clients livrés au détail. C'est un **carton compact** qui le remplace à date dans une majorité de nos régions.



Ce carton est constitué à 95% de fibres cellulosiques recyclées et vierges certifiées FSC et est recyclable.

Pour une partie de ses crustacés, **TerreAzur Pays de Loire** a supprimé le plastique en passant sur des **cagettes en bois PEFC**, recyclable**. Prochaine étape : les coquillages !



Ses emballages de moules basculent en sacs de jute ou bourriches en bois. Depuis Juin 2021, plus de **4 tonnes de plastique ont été économisées**.

*Forest Stewardship Council : label assurant une production de bois ou d'un produit à base de bois qui respecte des procédures garantissant la gestion durable des forêts et des communautés locales

**Plan European Forest Certification : label garantissant une production de bois issue de sources responsables et une gestion durable des forêts.



2.4 LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ET LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE

Nous nous inscrivons dans une **démarche de lutte contre le gaspillage alimentaire** à travers différentes actions.

Le **flux des denrées alimentaires** que nous distribuons se matérialise par le schéma ci-contre :

Nous avons signé le premier **Pacte National de lutte contre le gaspillage alimentaire le 16 octobre 2013**, puis avons renouvelé notre engagement en signant le **Pacte National 2017-2020**.

Nous avons sélectionné **9 mesures** parmi les 16 proposées et participé à **deux groupes de travail** sur :

- / **La gestion des invendus et les dons alimentaires,**
- / **L'efficacité, l'innovation et les partenariats tout au long de la chaîne.**

Au sein d'une commission pilotée par l'AFNOR, nous avons activement **participé à l'élaboration du référentiel pour le label « Anti-gaspillage alimentaire dans la distribution »**, mis en place par la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGEC). Notre succursale PassionFroid Sud-Ouest s'est portée volontaire pour éprouver la grille d'évaluation : à l'issue de l'audit test par Bureau Veritas, elle a atteint le niveau « exemplaire » de la labellisation « avec mention spéciale ».



Banques Alimentaires

Nous avons réaffirmé notre soutien à la Fédération Française des Banques Alimentaires (FFBA) en signant en **octobre 2020** une **nouvelle convention de partenariat pour une durée de 4 ans**. Cela fait suite à la signature du premier partenariat en 2014, renouvelé en 2017 pour une nouvelle durée de 3 ans.

L'objectif de la FFBA de **lutter contre la pauvreté en agissant contre le gaspillage alimentaire** fait écho à notre conception de nos responsabilités sociales et environnementales.

L'implantation des Banques Alimentaires sur tout le territoire national au travers d'antennes locales est très proche de la nôtre et nous permet ainsi de venir en **aide à de nombreuses associations regroupées au sein de la FFBA**.

Dans la quasi-totalité de nos succursales, un référent Banques Alimentaires est garant des dons et actions de mécénats initiés localement.

Ainsi, nous privilégions le réseau de Banques pour nos dons de produits ne pouvant plus être vendus. D'octobre 2021 à septembre 2022, les quantités données se sont élevées à **966 tonnes de produits, soit environ 1 900 000 repas**.

Via le don aux banques alimentaires, nous avons **évité de gaspiller environ 20% de produits invendus**. En effet, sur le périmètre des réseaux **PassionFroid, TerreAzur, EpiSaveurs, Délice & Création** (hors ex-DGF) et **Saveurs d'Antoine**, nous avons mis en jet voirie 2 503 tonnes de produits sur l'exercice 2021-2022.

En tant que mécène, nous avons aussi contribué :

- / Au **lancement d'une cuisine d'insertion en restauration collective** en Eure-et-Loire ;
- / **A l'achat d'un camion frigorifique pour la banque alimentaire** de l'Hérault ;
- / **A l'installation de panneaux photovoltaïques** sur la toiture de la banque alimentaire de Rennes ;
- / **A la réinstallation de l'antenne de la banque alimentaire** de la Roche-sur-Yon ;
- / **A l'aménagement de deux conteneurs frigorifiques pour les banques alimentaires** d'Auvergne-Rhône-Alpes ;
- / **Au développement de l'application collecte - portée territoires** de la Fédération.

966 tonnes données
aux Banques Alimentaires entre
octobre 2021 et septembre 2022

3 FAVORISER L'ENGAGEMENT DE NOS ÉQUIPES

UN ENGAGEMENT EN INTERNE

Une politique RH tournée vers :

- la réussite individuelle et collective de tous les collaborateurs
 - l'insertion professionnelle des personnes éloignées de l'emploi
- la permanence du dialogue social
- l'engagement des collaborateurs



UN ENGAGEMENT EN EXTERNE

- La possibilité de participer à des actions solidaires et sociétales

Nos actions pour soutenir l'engagement de nos équipes se déclinent selon plusieurs piliers d'actions :

OFFRIR UN CADRE DE TRAVAIL TOUJOURS PLUS SÛR

ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT ET L'ÉVOLUTION DES COLLABORATEURS

RESPECTER LA DIVERSITÉ



INDICATEURS CLÉS

- / Sécurité de nos collaborateurs mesurée avec un **taux de fréquence d'accidents du travail**
- / Un **indicateur d'engagement de nos collaborateurs** mesuré par notre enquête interne



3.1 OFFRIR UN CADRE DE TRAVAIL TOUJOURS PLUS SÛR

/ NOS ÉQUIPES

Notre effectif à fin d'exercice 2021-2022 s'élève à **11 523 salariés**, dont une majorité exerce un métier dans le domaine de la logistique. Il est en hausse de 3% par rapport à l'exercice précédent.

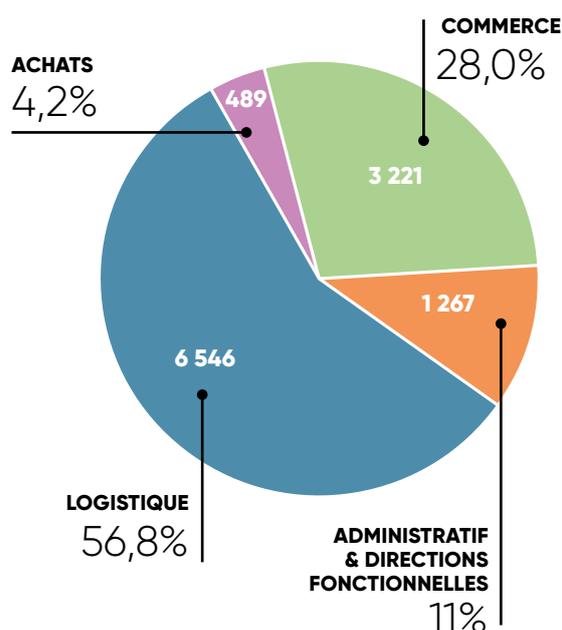


La répartition de nos différents métiers au sein de l'effectif du Groupe est stable par rapport à l'exercice précédent.

La moyenne d'âge de nos collaborateurs est de 42 ans, leur ancienneté moyenne de 9 ans.

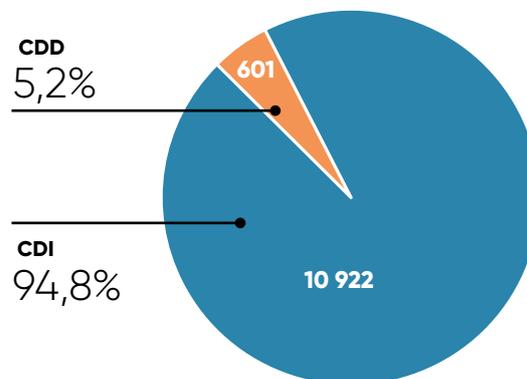
Nous privilégions les embauches en contrat à durée indéterminée, afin d'assurer la pérennité de nos savoir-faire et de contribuer à l'engagement de nos équipes. Au moment de son intégration chaque collaborateur bénéficie d'un accueil sur site où lui sont présentés l'entreprise, son environnement de travail, son équipe, le règlement intérieur, les consignes et procédures Qualité Hygiène Sécurité et Environnement.

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR MÉTIER À FIN SEPTEMBRE 2022



La part des CDI sur l'effectif total du Groupe est quasiment stable par rapport à l'exercice précédent.

EFFECTIF PAR TYPE DE CONTRAT À FIN SEPTEMBRE 2022



/ ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

Des accords dits « activité partielle de longue durée »

conclus et applicables depuis le 1^{er} novembre 2020 chez Pomona EpiSaveurs, Pomona SA et Relais d'Or, et désormais échus, ont permis de mettre en place une réduction des horaires de travail adaptée à la baisse de dynamique de notre secteur d'activité pendant la crise COVID et d'éviter tout licenciement économiques.

Le recours au télétravail a permis au plus fort de la crise de se conformer aux exigences du protocole sanitaire. Depuis le 2 novembre 2021, ce mode de travail à distance se pérennise désormais hors crise à travers une Charte déployée au sein du Groupe, et particulièrement au Siège Social avec deux jours de télétravail par semaine.

De manière plus globale, nos salariés bénéficient d'accords d'aménagement-réduction du temps de travail, ce qui leur permet d'acquérir des jours de réduction du temps de travail. Nos cadres bénéficient quant à eux de forfaits jours.

Le Groupe Pomona a décidé de mettre en œuvre, au titre des années 2022 et 2023, le **mécanisme de monétisation des jours de réduction du temps du travail (JRTT)** prévue dans la loi de finances rectificative pour 2022. Le salarié disposant de jours de réduction du temps du travail (JRTT) qu'il ne souhaite pas prendre peut les monétiser dans la limite de 5 jours en 2022 et 5 jours en 2023. Les journées ou demi-journées de RTT monétisées seront **majorées de 25%**.

/ UNE POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION DYNAMIQUE

La culture des résultats et la confiance dans les hommes sont des valeurs phares du Groupe. À ce titre, nous menons une politique de **rémunération équitable et motivante, basée sur la reconnaissance de la performance individuelle et collective.**

Elle s'articule autour des principes suivants :

- / **Rémunérer la performance individuelle** au travers d'un système de prime variable sur objectifs incitatif et motivant ;
- / **Reconnaître la qualité et/ou la progression** dans la tenue du poste par une politique d'augmentation individuelle au mérite ;
- / **Associer les collaborateurs au développement du Groupe** grâce à des accords de participation et d'intéressement pour l'exercice 2021/2022 allouant une prime deux fois plus importante que celle de l'exercice précédent ;

/ **Veiller à l'équité interne** et la cohérence de la politique de rémunération avec les pratiques du marché ;

/ **Proposer des régimes de protection sociale adaptés** en termes de frais de santé et de prévoyance.

Afin de sécuriser une partie de la rémunération globale de nos collaborateurs, une part de la prime sur objectifs a été réintégrée dans le salaire mensuel fixe depuis le 1^{er} octobre 2021.

Le 31 mars 2022, les négociations annuelles obligatoires ont abouti chez Pomona SA à la signature d'un accord avec la CFDT et FO permettant à tous les salariés de bénéficier d'une **augmentation mensuelle de 80 € bruts** avec effet rétroactif au 1^{er} janvier, de la généralisation du bénéfice des **titres restaurant**, une **majoration de la prime transport** déjà existante ainsi que la revalorisation des gratifications versées par l'entreprise à l'occasion de l'attribution des médailles du travail.

Entre octobre et décembre 2022, les salariés du Groupe Pomona pourront **débloquer les sommes issues de la participation et l'intéressement** versés sur le Fonds Commun de placement Groupe Pomona dans la limite de 10 000 €.

/ DIALOGUE SOCIAL

Notre politique en matière de relations sociales est axée sur la permanence du dialogue social.

Nous disposons de **3 Comités Sociaux et Économiques Centraux** (Pomona, Pomona EpiSaveurs et **Délice & Création**) ainsi que de **56 CSE**. Outre d'éventuelles réunions exceptionnelles, chaque C.S.E.C. se réunit deux fois par an ; chacune de ces réunions est précédée de commissions économiques, formation, égalité hommes femmes ou logement. Les réunions des CSE sont quant à elles mensuelles.

En parallèle des consultations obligatoires périodiques, nous communiquons régulièrement auprès des différents C.S.E.C. sur tous les sujets importants liés à la vie de l'entreprise.

Bilan des accords collectifs

Après consultation des partenaires sociaux, **un accord d'intéressement a été signé dès 2013** entre la Direction et trois syndicats représentatifs dans le Groupe (CGT, CGT-FO et CFDT) permettant la distribution à l'ensemble des salariés d'une prime d'intéressement égale à 10% de notre résultat net consolidé à compter de l'exercice 2013-2014.

Cet accord a depuis été régulièrement renouvelé, le 26 janvier 2017 puis le 12 décembre 2019.

/ SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Sécurité, Agissons Ensemble !

Notre ambition est de « préserver la santé au travail de nos collaborateurs et améliorer les conditions de travail ».

Nous continuons de piloter nos résultats en matière de sécurité par l'intermédiaire de deux indicateurs : le Taux de Fréquence et le Taux de Gravité.

Taux de Fréquence = Nombre d'accidents du travail avec arrêt / Nombre d'heures travaillées x 1 000 000

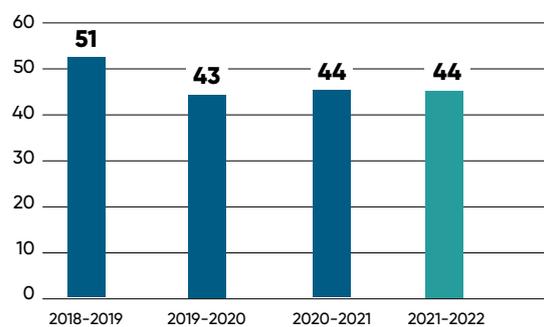
Taux de Gravité = Nombre de jours de travail perdus à cause de l'arrêt de travail / Nombre d'heures travaillées x 1 000

Nos résultats sur l'**exercice 2021/2022** sont de **44 en Taux de Fréquence et 3,15 en Taux de Gravité** sur TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice et Création, Saveurs d'Antoine et Relais d'Or, avec cependant une forte hétérogénéité des résultats entre succursales.

Nous avons des Taux de Fréquence en augmentation dans certains réseaux ; nous maintenons notre objectif d'un Taux de Fréquence inférieur ou égal à 30 à horizon 2025, certaines succursales ont déjà atteint ce résultat. Pour rappel, notre période de référence pour cet indicateur reste l'exercice 2018-2019 qui est exempt des aléas du contexte sanitaire. Il est cette année **en baisse par rapport à notre période de référence.**

Afin d'encourager les démarches et de motiver les équipes, **3 objectifs d'effort d'animation** seront définis au niveau de chaque succursale TerreAzur et PassionFroid.

TAUX DE FRÉQUENCE

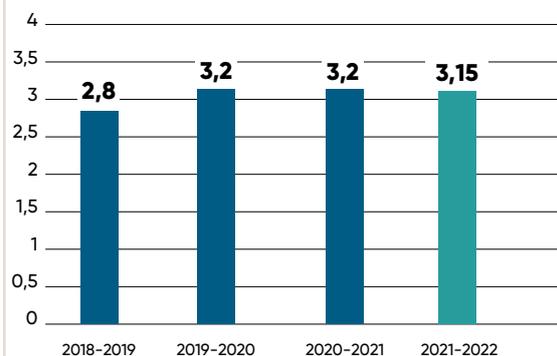


Périmètre :

■ TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création, Saveurs d'Antoine.
■ Sur 2021/2022, nous avons intégré les données des réseaux Relais d'Or et des nouveaux sites Délice & Création dans le calcul de ces indicateurs.

L'analyse des Taux de Fréquence est corrélée à celle des Taux de Gravité, permettant d'affiner le pilotage :

TAUX DE GRAVITÉ



Périmètre :

■ TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création, Saveurs d'Antoine.
■ Sur 2021/2022, nous avons intégré les données des réseaux Relais d'Or et des nouveaux sites Délice & Création dans le calcul de ces indicateurs.



Déployé sur les réseaux TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs depuis 2021 et Saveurs d'Antoine depuis 2022, notre **outil de suivi, d'analyse et de reporting des accidents de travail** nous permet de **gagner en efficacité et en fiabilité** dans les remontées de données mais aussi dans les analyses.

La migration vers Acciline+ de Délice & Création fin 2023, puis Relais d'Or en 2024, nous permettra **à terme de piloter 100% des événements** et donc des résultats.

Cet exercice a été marqué par une activité soutenue avec toujours des difficultés de recrutement notamment sur les fonctions de chauffeur-livreur et préparateur entraînant parfois des surcroûts d'activité pour les équipes.

La démarche Sécurité au Travail a continué de se déployer sur l'exercice avec :

- / Des modules de **formation e-learning** mis en place en succursales, comme l'Accueil Sécurité au Travail ;
- / Des **outils de sensibilisation** à l'utilisation du hayon ou des transpalettes électriques mis à disposition des équipes chauffeurs ;
- / A chaque conception d'un nouvel entrepôt, un **travail conjoint de la Direction Sécurité et des équipes des pôles Supply Chain et Immobilier** pour améliorer l'**ergonomie** des pickings, respecter la taille des espaces de circulation, mettre en place des filmeuses automatiques, sécuriser les flux de circulation notamment des piétons ;
- / **33 visites sécurité réalisées** afin de partager les bonnes pratiques et d'aider les succursales à progresser dans leur démarche Sécurité au Travail ;
- / **L'évolution des équipements** de nos collaborateurs afin d'améliorer les conditions de travail de nos chauffeurs et de sécuriser nos camions de livraison en proposant des feux de recul additionnels, des feux de travail en haut de cadre, la porte vitrée côté passager (réduction des angles morts) ainsi que le rideau électrique en porte arrière ;
- / Le développement pour l'ensemble du Groupe d'une **tenue chauffeur harmonisée intégrant des éléments de sécurité** validés par les chauffeurs eux-mêmes.

Nous restons concentrés sur **nos enjeux** en poursuivant notre feuille de route :

- / **Réduire l'accidentologie** de nos chauffeurs-livreurs ;
- / Développer la **culture Prévention des risques** et améliorer les conditions de travail ;
- / Surveiller l'**application des 7 basiques du management** de la sécurité chez TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs ;
- / Commencer la mise en place du **système de management de la sécurité** chez Saveurs d'Antoine, Délice & Création et Relais d'Or.





3.2 ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT ET L'ÉVOLUTION DES COLLABORATEURS

/ DÉVELOPPER LES TALENTS AVEC UNE SOLIDE POLITIQUE DE FORMATION

Grâce à la **diversité de nos activités et à la richesse de nos métiers**, nous avons pour ambition de donner les moyens à chaque collaborateur de se développer et de s'épanouir professionnellement.

Les entretiens annuels de développement et les entretiens professionnels auxquels sont conviés régulièrement nos collaborateurs permettent de faire le point sur leurs besoins de formation, leurs attentes et leurs souhaits d'évolution. Ces derniers sont un moment idéal pour détecter les potentiels évolutifs de nos collaborateurs et identifier les actions d'accompagnement à mettre en place pour les soutenir dans leur parcours.

Pour accompagner cette démarche, nous mettons en œuvre une politique de formation proactive et diversifiée.

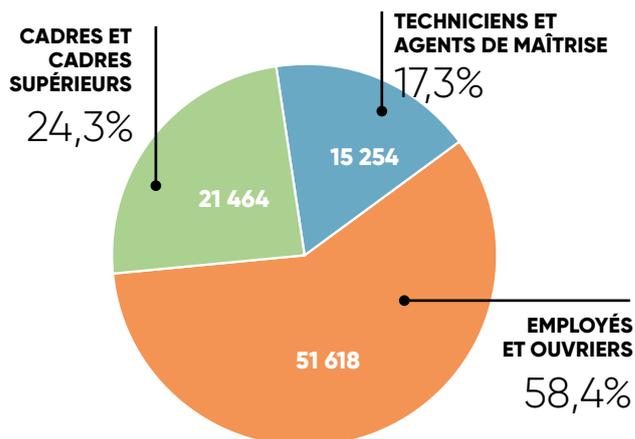
L'investissement formation pour l'année civile 2021 a représenté 2,83% de la masse salariale.

3938 collaborateurs des domaines commerciaux, achats, technique-logistique, ressources humaines, gestion-finance, juridique, informatique ou encore bureautique, ont participé à ces actions et ont consacré globalement **88 336 heures** à l'amélioration de leur qualification professionnelle (données hors filiales à l'étranger).

Nos sessions ont été adaptées en format digital : à date, 45% des participants de l'offre de formation nationale ont effectué leur formation à distance. Les bénéfices qui en découlent sont une possibilité de séquencer les formations et de dispenser les programmes de manière plus progressive dans le temps. Cela permet aux apprenants entre 2 séquences à distance de tester des acquis de la formation, en évitant les déplacements. Cette approche permet aussi de mieux intégrer la formation dans l'activité professionnelle des apprenants.

Notre effort de formation répond aux besoins liés au développement de nos activités ainsi qu'à la nécessaire évolution des compétences de nos équipes.

NOMBRE D'HEURES DE STAGES DE FORMATIONS RÉMUNÉRÉES PAR STATUT



Par ailleurs, nous continuons à organiser des formations diplômantes en alternance. Depuis 2019 en région parisienne, le Groupe Pomona organise avec l'AFTRAL, premier intervenant national sur le marché de la formation en transport, logistique et sécurité, ses propres promotions d'alternants. En 2021/2022, 30 personnes ont obtenu leur titre professionnel de conducteur routier sur porteur pour devenir chauffeur-livreur.

En mai 2022, un partenariat a été conclu pour développer cette pratique dans 7 régions : un dispositif tripartite bâti entre l'AFTRAL, le Groupe STEF et le Groupe Pomona, permet de former des salariés et des personnes recrutées en contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation. Des promotions d'apprenants dédiées aux 2 sociétés (Groupes Pomona et STEF) sont ainsi développées dans 7 écoles de l'AFTRAL (Poitiers, Rennes, Lille, Nancy, Lyon, Fos-sur-Mer, Bordeaux). Les bénéficiaires de la formation obtiennent le titre professionnel de conducteur routier sur porteur de marchandises.



/ FAVORISER L'ACCÈS À L'EMPLOI DES JEUNES DIPLÔMÉS

Nous mettons en place des **partenariats avec plusieurs écoles** (niveau BAC +4/5) dont les domaines de formation font écho à nos métiers. Nos équipes RH se rendent régulièrement sur leurs **forums pour l'emploi**, diffusent auprès d'elles nos offres de stage/alternance/emploi, plusieurs des membres de notre Comité Exécutif rencontrent et échangent avec leurs promotions, en devenant même parfois les parrains.



/ PERMETTRE AUX COLLABORATEURS DE S'ENGAGER DANS DES ACTIONS SOCIÉTALES

Nous proposons à nos équipes de s'engager auprès d'associations dont nous sommes partenaires.

En tant que partenaire de l'association « Nos Quartiers ont des Talents » (NQT), le Groupe est engagé depuis plus de 2 ans pour l'égalité des chances et l'insertion professionnelle de jeunes diplômés Bac +3 à Bac +5, issus de milieux sociaux modestes ou de zones prioritaires, au travers de parrainages.

102 parrainages ont été opérés depuis le début du partenariat, avec près de 50% de jeunes accompagnés qui ont trouvé une issue positive à leurs démarches (retour à l'emploi, stages en alternance concrétisés, poursuite d'études...).

Sur l'exercice 2021-2022, **18 nouveaux parrains/marraines** se sont engagés, permettant ainsi aux jeunes diplômés de continuer à bénéficier de conseils professionnels avisés, d'un partage d'expérience, en plus d'avoir l'opportunité d'agrandir leur réseau et d'être ainsi mieux armés.

Nos différentes régions et branches se sont particulièrement mobilisées grâce à des parrains/marraines issus de tous les types de métiers : ressources humaines, logistique, commerce, achat, informatique, qualité et administratif & financier.

Pour continuer à nous investir dans ce partenariat porteur de sens, nous proposons également à nos collaborateurs de participer à des **actions organisées avec NQT** tout au long de l'année :

- / Évènements de **speed-coaching** en collaboration avec certains services emploi en Université ;
- / **Hub de l'alternance via Seekube**, avec des recrutements à la clé ;
- / **Échanges réguliers** avec des jeunes inscrits au dispositif via notamment LinkedIn.





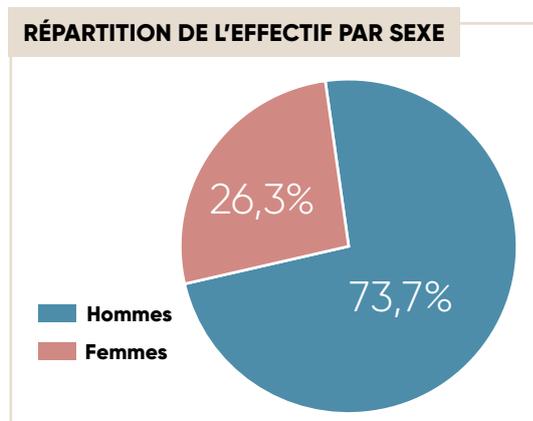
3.3 RESPECTER LA DIVERSITÉ

La confiance dans les hommes est l'un de nos principes d'action. Une des expressions de cette confiance est le respect de la diversité de l'ensemble de nos collaborateurs.

C'est dans cet esprit que nous nous sommes engagés depuis 2009 dans la mise en œuvre d'actions concrètes en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, de l'emploi des personnes en situation de handicap et de l'emploi des seniors.

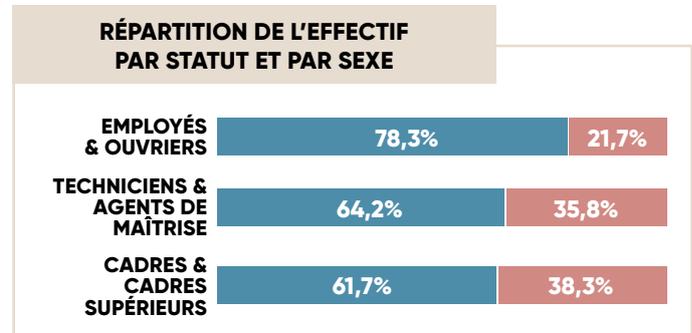
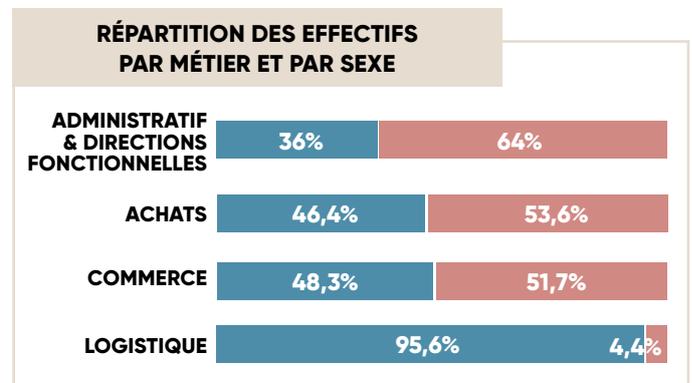
/ MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

A fin septembre 2022, l'effectif total du Groupe se répartit comme suit pour l'exercice 2021-2022.



Au sein du Groupe, les femmes exercent tous les métiers.

Leur part dans l'effectif total et au sein de nos différents métiers et statuts a peu varié par rapport à l'exercice précédent :



Les axes de notre **politique en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes** sont les suivants :

- / **Les conditions d'accès** à l'emploi, à la formation professionnelle et à la promotion professionnelle ;
- / **Le déroulement de carrières** ;
- / **Les conditions de travail** et d'emploi et en particulier celles des salariés à temps partiel ;
- / **L'articulation entre la vie professionnelle et la vie personnelle** ;
- / **La mixité des emplois** ;
- / **Le principe d'égalité de traitement** entre salariés à temps plein et à temps partiel assorti d'indicateurs de suivi qui permettent de s'assurer de l'effectivité de ce principe ;
- / Des mesures permettant de **supprimer les écarts de rémunération** entre les femmes et les hommes titulaires d'un même poste.

Les index égalité salariale (1) entre les femmes et les hommes sont les suivants en 2021 :

POMONA SA	DÉLICE & CRÉATION	SAVEURS D'ANTOINE	EPISAVEURS	RELAIS D'OR
87/100	83/100	78/100	87/100	90/100

Le décret du 25 février 2022 prévoit que lorsque le score de l'index de l'égalité professionnelle est en deçà de 85/100, des objectifs de progression soient fixés pour chaque indicateur pour lequel la note maximale n'a pas été atteinte. Ces objectifs sont eux aussi publiés sur le site Internet de l'entreprise.

La société Délice & Création s'est fixé les objectifs de progression suivants :

Indicateur n°1 : Écarts de rémunérations entre les femmes et les hommes (score obtenu : 33 sur 40 points) : continuer à sensibiliser les salariés en charge des RH ainsi que les managers sur les objectifs de l'entreprise en matière d'égalité salariale ;

Indicateur n°5 : Mixité au sein des dix plus hautes rémunérations (score obtenu : 0 sur 10 points) : privilégier le recrutement ou la promotion de femmes sur les postes concernés en cas de départ de l'entreprise d'un salarié en poste.

La société Saveurs d'Antoine s'est quant à elle fixée les objectifs de progression suivants :

Indicateur n°1 : Écarts de rémunérations entre les femmes et les hommes (score obtenu : 38 sur 40 points) : atteindre les 40 points ;

Indicateur n°2 : Répartition des augmentations individuelles (score obtenu : 10 sur 20 points) : atteindre le même pourcentage d'hommes et de femmes ;

Indicateur n°5 : Mixité au sein des dix plus hautes rémunérations (score obtenu : 0 sur 10 points) : privilégier le recrutement ou la promotion de femmes sur les postes concernés en cas de départ de l'entreprise d'un salarié en poste.

(1) Instauré par la Loi pour la Liberté de choisir son avenir professionnel du 5 septembre 2018. L'index permet de mesurer l'écart salarial entre les femmes et les hommes selon une méthodologie qui repose sur l'évaluation de 5 indicateurs : rémunérations, augmentations, promotions, congés maternité et parité du top management. Le seuil minimum à atteindre étant 75 points sur 100.



/ MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'EMPLOI ET DE L'INSERTION DES PERSONNES HANDICAPÉES

Depuis 2012, nous sommes mobilisés en faveur de l'intégration et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, avec la mise en œuvre d'actions concrètes qui s'articulent autour de **4 axes forts** :

- / **Le maintien dans l'emploi**, avec des mesures sur l'adaptation des postes de travail, la reconversion ou encore la gestion des carrières ;
- / **Le partenariat avec les entreprises du secteur protégé & adapté** ;
- / **L'embauche et la formation**, par le biais de l'accueil de stagiaires ou alternants en situation de handicap, de partenariats avec des écoles ou organismes spécialisés, d'actions de recrutement directes sur des salons ou des sites emploi dédiés aux travailleurs handicapés ;
- / **La sensibilisation auprès de nos équipes** tout au long de l'année, concrétisée par des quiz internes, des concours, des ateliers de mise en situation, des tests de matériels ergonomiques, la mise en scène de l'opération *Activateur de Progrès* proposée par l'Agefiph, des campagnes d'affichages, la participation à l'opération *Rêves de Gosse* au cours de laquelle les branches TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs offrent l'ensemble des produits destinés à la préparation des repas pour la caravane, ...).

Pour être au plus proche du terrain, un **réseau de 45 référents handicap régionaux** a été constitué dont la mission est de relayer notre politique handicap et la faire vivre au quotidien au sein des équipes.

Sur l'année civile 2021, **notre taux d'emploi direct global de travailleurs handicapés s'élève à 4,95%**, avec 487 bénéficiaires à l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés (dont 21 nouveaux recrutements).

Une newsletter interne trimestrielle, « *HandiNews, du côté du handicap* », est diffusée à l'ensemble de nos salariés. Véritable outil d'échange et de partage d'informations entre les régions, ce document est destiné à les informer et à les sensibiliser sur la politique handicap du Groupe.



Partenariat avec LADAPT

Depuis 10 ans, nous sommes partenaires de **LADAPT, association pour l'insertion sociale et professionnelle des personnes handicapées**. Nous bénéficions ainsi de son expertise et de son accompagnement régional sur la sensibilisation et la formation de nos équipes au handicap, sur le recrutement et le maintien dans l'emploi ; nous avons également accès à son réseau d'ESAT.

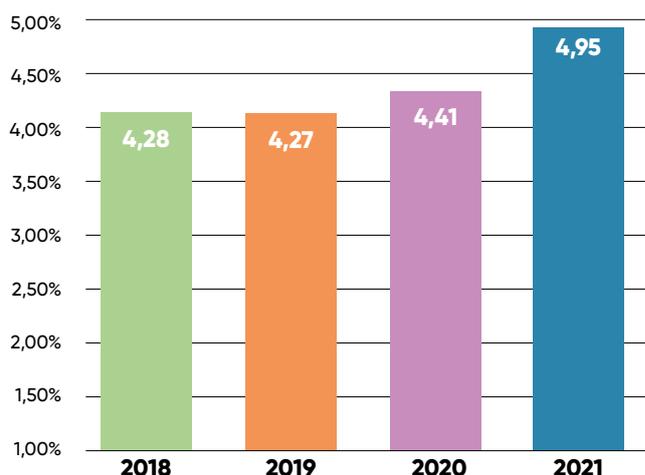


Jean-François Villard, DRH du Groupe, signe la Convention de Mécénat avec LADAPT



Enfin, notre Groupe est **membre de l'association interentreprises Hangagés**, dans le but de partager et de mutualiser les expériences et les bonnes pratiques afin de **mieux recruter et intégrer des personnes en situation de handicap**.

TAUX D'EMPLOI GLOBAL DES TRAVAILLEURS HANDICAPÉS



Ce partenariat se concrétise par la participation à la **SEEPH (Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées)**, rendez-vous annuel incontournable, mais aussi à l'opération de sensibilisation **DuoDay**, journée annuelle au cours de laquelle plusieurs duos se forment permettant ainsi à des personnes en situation de handicap de s'immerger dans un environnement professionnel.



Soirée stand-up organisée le 12 mai 2022

Après deux années d'absence en raison de la crise sanitaire, l'opération **Ouverture de Champ**, est repartie en 2022. Le Groupe Pomona, partenaire de l'événement, a proposé à l'ensemble de ses salariés de participer aux cinq soirées organisées à Paris et en Province (Bourges, Rennes, Toulon et Maubeuge). Ce fut l'occasion d'aller à la rencontre de l'image, de l'humour et du handicap autour du cinéma, l'objectif étant de sensibiliser le grand public sur le sujet.

/ MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'EMPLOI DES SENIORS

Les démarches engagées en faveur de l'embauche et du maintien dans l'emploi des seniors ont pour vocation de développer une synergie entre les différentes générations qui coexistent au sein de nos équipes en renforçant le lien intergénérationnel et en valorisant l'ensemble des collaborateurs par la transmission et le partage de leurs compétences et expertises. Les mesures concrètes portent sur :

- / L'anticipation des évolutions professionnelles par la mise en place d'entretiens réguliers et la possibilité pour les 45 ans et plus d'utiliser leur CPF pour réaliser un bilan de compétences ;
 - / L'amélioration des conditions de travail et la prévention des situations de pénibilité par la mise en place d'une priorité de passage sur un poste de jour ou un poste en température positive devenant disponible et l'octroi de jours de repos supplémentaires pour les seniors de 55 ans et plus ;
 - / Le développement des compétences et des qualifications grâce à une aide à l'accès des seniors volontaires à la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) ;
 - / L'aménagement des fins de carrière et de la transition entre activité et retraite par la possibilité pour les 55 ans et plus de réaliser un bilan retraite et de participer à un stage de préparation à la retraite ;
 - / Le développement du tutorat avec notamment des formations spécifiques.
- À fin septembre 2022, les salariés âgés de plus de 55 ans représentent 15% de l'effectif total du Groupe.**

/ MESURES PRISES EN FAVEUR DE L'INSERTION DES PERSONNES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI



LA TABLE DE CANA

Le premier traiteur gourmand et engagé

Depuis fin 2017, nous sommes **partenaires de l'Association Nationale La Table de Cana**, réseau de 10 entreprises d'insertion implantées en France ayant une activité économique de traiteur ou restaurateur. Afin de lui garantir un soutien dans la durée, nous avons **renouvelé fin 2020 notre convention de partenariat pour une durée de 5 ans.**

Deux volets dans le cadre de ce partenariat : **un mécénat de compétences et technologique** ainsi qu'un **soutien financier**. Ce dernier s'est traduit de la manière suivante sur l'exercice 2021-2022 :

- / Aide à la **reprise d'un restaurant collectif** à Lyon et à la réfection du sol d'une salle de stockage à Saint-Etienne
- / Participation à une étude stratégique et opérationnelle de l'**activité Traiteur de l'association**
- / **Couverture des frais de fonctionnement** de l'association nationale.

/ POLITIQUE DE LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Nous conduisons notre démarche de lutte contre les discriminations liées à l'âge, au sexe et au handicap au travers de la **mise en œuvre des mesures prévues par les plans d'actions « Égalité professionnelle entre les femmes et les hommes »** ainsi que par le déploiement de notre politique en faveur de **l'emploi des personnes en situation de handicap.**

Depuis 2015, plusieurs opérations de sensibilisation ont été menées auprès de l'ensemble de la population des managers du Groupe : intervention lors de réunions annuelles, intégration du sujet **« diversité et lutte contre les discriminations »** dans les formations management.

Nous avons adopté en 2018 et intégré dans notre **règlement intérieur le principe de neutralité** en matière d'expression des convictions personnelles d'ordre politique, religieux ou philosophique. En effet, nous considérons que pour travailler ensemble sereinement à la poursuite d'un objectif commun, les convictions personnelles d'ordre politique, religieux ou philosophique doivent rester dans la sphère privée dont elles relèvent afin d'éviter les confrontations et/ou conflits que leur manifestation pourrait engendrer.

Cette neutralité est indispensable pour préserver l'ouverture et la diversité que nous souhaitons au sein de nos équipes tout en permettant l'exercice de la liberté d'expression de l'ensemble des collaborateurs dans la limite du bon fonctionnement de l'entreprise et du respect du pluralisme des convictions. Elle crée par ailleurs un cadre de travail favorisant l'épanouissement de la personnalité de chaque collaborateur en le protégeant de tout prosélytisme et de toute pression qui l'empêcheraient de faire ses propres choix, d'exercer son libre arbitre et d'**accomplir sa mission dans un environnement serein.**

4 CONTRIBUER À L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET AU DÉVELOPPEMENT LOCAL DES TERRITOIRES

UNE DYNAMIQUE LOCALE

- Une implantation au cœur des territoires
- Un développement du tissu économique local
- Un choix de producteurs locaux ou régionaux

NOTRE OBJECTIF

Favoriser une économie locale dynamique, qui fasse rayonner les patrimoines, les cultures et les identités, en créant de l'emploi et en favorisant la production locale

UN DÉPLOIEMENT LOCAL DES ENGAGEMENTS NATIONAUX

- Une implication de nos collaborateurs dans la vie et les initiatives locales
- Un engagement solidaire au sein des régions



SOUTENIR L'EMPLOI LOCAL



VALORISER LA PRODUCTION LOCALE



CONTRIBUER AU TISSU SOCIO-ÉCONOMIQUE LOCAL

C'est en capitalisant sur les bonnes pratiques engagées en régions que nous continuerons de prouver notre légitimité à être « **le plus régional des distributeurs nationaux** ».

C'est en partageant ces bonnes pratiques au cœur et entre les différents territoires que nous continuerons de progresser et que **nous contribuerons toujours mieux à leur développement**.

Les actions menées par nos régions intègrent généralement ces différentes parties prenantes :

- / **De futurs collaborateurs ;**
- / **Des fournisseurs locaux ;**
- / **Des clients et prospects ;**
- / **Des institutions ;**
- / **Les médias et réseaux sociaux locaux ;**
- / **Les prescripteurs et clients de nos clients.**



INDICATEURS CLÉS

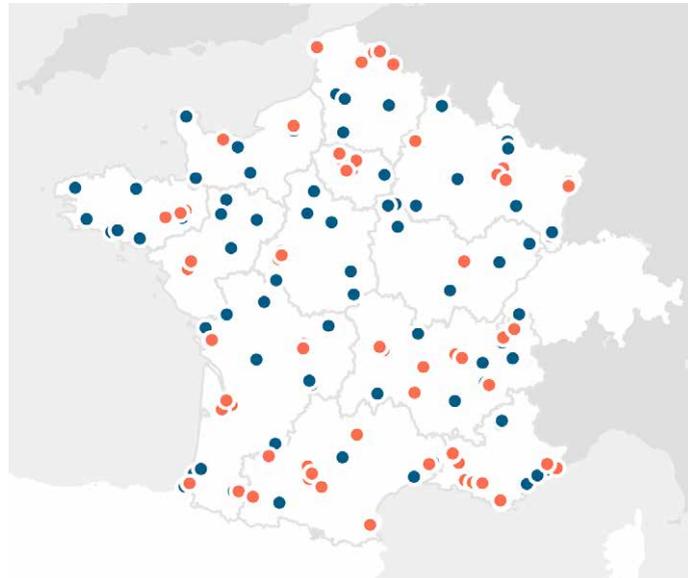
- / **L'engagement de nos Directions Régionales sur des items liés à la production, l'insertion, la vie culturelle et l'économie locales**



4.1 SOUTENIR L'EMPLOI LOCAL

La grande majorité de nos effectifs exerce son activité en province. À ce titre, nous jouons un rôle important en matière d'emploi local au travers de nos 180 implantations sur le territoire français.

180
implantations en France



- Directions régionales
- Plateformes logistiques et agences commerciales

	30/09/2021		30/09/2022	
	Nb	%	Nb	%
ILE-DE-FRANCE	2 279	20,4%	2 324	20,2%
AUTRES RÉGIONS	8 419	75,4%	8 686	75,4%
ÉTRANGER	472	4,2%	513	4,4%
TOTAL	11 170		11 523	

Chacune des régions de nos réseaux EpiSaveurs, PassionFroid et TerreAzur est dotée d'une équipe composée d'un Responsable Achats, d'un Directeur Commercial et d'un Responsable Qualité Sécurité Environnement (RQSE), qui œuvrent, en parallèle de nos forces logistiques, auprès de nos fournisseurs régionaux et pour nos clients locaux. Les fonctions support telles que Ressources Humaines, Administratif et Financier sont également représentées.

Dans nos régions, nous sommes en **lien étroit avec les Écoles d'Ingénieurs et de Commerce, les BTS/DUT, les lycées professionnels**, notamment hôteliers : leur faire connaître nos métiers, favoriser les temps d'échange dans une optique de recrutement, contribuer à l'enrichissement des programmes de formation... autant d'actions pour **développer l'emploi local dans nos métiers et recruter des personnes qualifiées.**

Nos succursales peuvent également nouer des partenariats avec les agences pour l'emploi locales, afin de favoriser les recrutements au cœur de nos zones d'activités.



Nos équipes RH Siège et Région présentes pour revenir à la rencontre des étudiants d'UniLaSalle, KEDGE Business School et de l'École d'Ingénieurs de PURPAN, afin de recruter ses talents de demain.



4.2 VALORISER LA PRODUCTION LOCALE

Nous nous engageons dans la vie et le développement des territoires où nous sommes implantés en privilégiant le **choix de producteurs locaux ou régionaux**. Cette démarche nous permet de contribuer au développement de l'activité locale.


FRUITS & LÉGUMES DE
MA RÉGION

Avec son concept **Fruits & Légumes de Ma Région**, **TerreAzur** participe activement à la **valorisation des fruits et légumes frais des régions**. Le concept a été développé pour promouvoir les spécificités des terroirs et garantir une commercialisation locale des produits régionaux. Sur l'exercice 2020-2021, les acheteurs de nos différentes succursales **TerreAzur** ont travaillé avec **379 producteurs régionaux** en direct et **46 coopératives** ou structures d'expédition régionales nous donnant accès à **plus de 2000 producteurs régionaux**.

En produits de la mer frais, TerreAzur développe un sourcing avec les criées des différents bassins français.



Quotidiennement, **TerreAzur** donne accès à ses clients aux opportunités de la pêche locale : les produits **En direct de nos criées** sont achetés directement en criée par nos experts en région, qui sélectionnent le meilleur des débarquements.



TerreAzur et PassionFroid sont **signataires de la charte Aquaculture de nos Régions®** pour mettre en avant l'aquaculture française. Cette charte réunit les engagements des pisciculteurs en matière de qualité et de conditions d'élevage des poissons d'eau douce et d'eau de mer. Elle met en avant toutes les **garanties de fraîcheur, de traçabilité, de suivi sanitaire, de bien-être des poissons** et est contrôlée par un organisme indépendant.



PassionFroid contribue aux circuits courts avec son concept 100% Ma Région, sélection de **431 produits** dont la recette est typique d'une région et la production réalisée localement. Près de **1 350 tonnes** de ces produits ont été commercialisées localement.



PassionFroid et **EpiSaveurs** ont commercialisé **3 150 tonnes de références labellisées « Produit en Bretagne »** sur l'exercice 2021-2022.

Nos succursales portent les marques de leurs régions et terroirs.

Par exemple **en Alsace**, ce sont les marques « Savourez l'Alsace » et « Fruits et Légumes d'Alsace » qui sont présentes et bien visibles dans nos entrepôts.

Ou encore « Ma Région, ses Terroirs » en **Auvergne-Rhône Alpes**.



Dans la **région Grand Est**, cette mise en avant de produits régionaux se traduit même par l'édition d'un livret de Recettes par le Conseiller culinaire de PassionFroid.



Dans le **Sud-Ouest**, Saveurs d'Antoine étudie la distribution d'un steak haché des Pyrénées avec un groupement d'éleveurs et un transformateur locaux.



4.3 CONTRIBUER AU TISSU SOCIO-ÉCONOMIQUE LOCAL

Nos actions pour ce faire sont nombreuses et variées :

- / Participer, sous les couleurs de nos différents réseaux, à des **challenges sportifs ou à des actions caritatives** ;
- / **Soutenir les commerçants et artisans locaux** ;
- / Accompagner l'organisation des **festivals et animations culturelles** de la région ;
- / Réaliser des **actions de mécénat** en nature ou en matériel ;
- / Être présents et actifs auprès des **instances régionales** ;
- / Devenir un acteur essentiel de la **logistique des circuits courts**.

Nous sommes **acteurs de la solidarité locale** en participant à ou en animant des démarches au cœur de nos régions :

- / **PassionFroid Ouest** a organisé un concours culinaire « Les Toques Bauloises » avec les restaurateurs de la ville de La Baule. En **Bourgogne-Franche-Comté, PassionFroid**, en plus d'en être fournisseur, a participé à l'organisation du festival VYV, un des événements musicaux les plus importants dans la région.



- / **Relais d'Or Occitanie** développe des moyens logistiques en propre pour desservir des zones rurales ou de montagne, tout comme TerreAzur Auvergne qui assure la livraison dans des zones isolées en Creuse, Lozère et Corrèze.

- / Dans le cadre de la **collecte nationale des Banques Alimentaires** en Novembre 2021, **plusieurs établissements (EpiSaveurs Est, EpiSaveurs Centre, TerreAzur Champagne Lorraine, TerreAzur Aquitaine, TerreAzur Bourgogne / Franche-Comté, Délice & Création Auclert et le Siège Social)** ont récolté de nombreux dons de leurs collaborateurs, pour ainsi dépasser la tonne de denrées collectées.
- / **Nos réseaux sensibilisent localement** aux bons produits, comme par exemple en Auvergne avec une animation autour de la pomme régionale dans 2 lycées ou des fruits exotiques dans 2 cantines de l'armée, ou encore dans le Sud-Ouest avec la participation d'un conseiller culinaire à la semaine du goût au sein d'établissements scolaires.
- / **Nombreuses sont nos équipes qui associent engagement et sport** : Randos du Coeur, Marathon Vert, Course du Ruban Rose, des exemples parmi d'autres qui témoignent du soutien de causes chères à nos collaborateurs, tout en promouvant la pratique d'activités physiques et sportives. C'est même en pédalant que le siège social a célébré la Semaine du Développement Durable, en réalisant des smoothies par le biais d'un vélo mixant des fruits frais.

Démontrer également notre **légitimité et notre aptitude**, étant donnée notre expertise logistique, à accompagner de manière **écologique et responsable le développement des circuits courts** au sein des territoires fait partie des actions fortes et stratégiques que mènent nos équipes auprès des décideurs locaux.

Nos équipes se mobilisent pour la mise en place d'une logistique urbaine durable en participant, dans leurs régions respectives, au programme InTerLUD, soutenu par le Ministère de la Transition écologique.

InTerLUD

Nous avons à cœur d'être des **acteurs responsables, socialement et économiquement**, au sein de nos différentes régions de France.

ANNEXES

Annexe 1

INDICATEURS RSE ET COMMENTAIRES MÉTHODOLOGIQUES (PÉRIODE ET PÉRIMÈTRE DE REPORTING)

PÉRIMÈTRE PRODUITS : NÉGOCE

	PÉRIODE OCTOBRE 2020 À SEPTEMBRE 2021	PÉRIODE OCTOBRE 2021 À SEPTEMBRE 2022	ÉVOLUTION	PÉRIMÈTRE D'ACTIVITÉS GROUPE POMONA
Tonnes vendues	902 809	1 042 940	15,5%	Groupe Pomona (hors NOVAFRIGO)
1. DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR L'ACCÈS À UNE ALIMENTATION MEILLEURE ET RESPONSABLE				
PRÉSERVER LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS				
Recettes retravaillées : nombre de références	37	103	66	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine
Filières sans antibiotique : nombre de références	65	69	4	TerreAzur, PassionFroid, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine
Bleu-Blanc-Cœur : nombre de références	139	154	15	PassionFroid, Saveurs d'Antoine
AMÉLIORER LES PRATIQUES CULTURALES ET D'ÉLEVAGE				
Agriculture Biologique : tonnages	20 602	29 657	44,0%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (ex-DGF non compris sauf Val de Seine et Nord-Est), Saveurs d'Antoine, Biofinesse, Relais d'Or
Bio en conversion : tonnages	394	223	-43,4%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs
Certifications environnementales niveaux 2 et 3 (HVE) : tonnages	27 702	65 931	138,0%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs
MSC : tonnages	8 432	9 756	15,7%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Relais d'Or
Œufs et ovoproduits : part de volumes hors cage	13,1%	15,3%	2,2	PassionFroid, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine – 2021/2022 : ajout de Délice et Création Val de Seine, Nord-Est, Dijon, Auxerre, Pays Catalan
Œufs et ovoproduits : part d'assortiment hors cage	31,2%	36,1%	4,9	PassionFroid, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine – 2021/2022 : ajout de Délice et Création Val de Seine, Nord-Est, Dijon, Auxerre, Pays Catalan
DÉFENDRE LES VALEURS SOCIÉTALES DE NOS ACHATS				
SIQO : tonnages	9 920	14 993	51,1%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (ex-DGF non compris sauf Val de Seine et Nord-Est), Saveurs d'Antoine, Relais d'Or
Bananes des Antilles : tonnages	4 851	5 783	19,2%	TerreAzur
Viandes de France : tonnages	19 126	23 587	23,3%	PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (ex-DGF non compris sauf Val de Seine et Nord-Est), Saveurs d'Antoine, Relais d'Or
MAÎTRISER LA CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE ET LA SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS				
Effectifs fonction QSE à fin septembre	90	90	-	Groupe Pomona France
ISO 22000 : nombre de régions certifiées à fin septembre	29	30	1	PassionFroid, TerreAzur, Délice & Création Centrale
Nombre d'analyses microbiologiques	1 340	1 620	20,9%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine
Nombre d'analyses physico-chimiques	1 090	1 180	8,3%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine
Nombre de tests de surface	765	720	-5,9%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine
Nombre d'alertes gérées	608	419	-31,1%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine
2. ACCOMPAGNER NOS CLIENTS AVEC DES SERVICES SÛRS ET ÉCO-RESPONSABLES				
FAIRE PREUVE DE TRANSPARENCE ET MESURER LA SATISFACTION DES CLIENTS				
ISO 9001 : nombre de régions certifiées à fin septembre	49	49	-	PassionFroid, TerreAzur, EpiSaveurs, Relais d'Or
Net Promoter Score : valeur et évolution	32,3	35,2	2,9	Groupe Pomona France (hors Biofinesse)
RÉDUIRE LES POLLUTIONS ET L'IMPACT CARBONE				
Emissions GES : TCO2e	2011 96 524	2018-2019 78 895	-18,3%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs - données estimées avec une incertitude de 20% à 30%
Consommation d'électricité en kWh	123 407 389	132 887 821	7,7%	Groupe Pomona France (hors ex-DGF sur 2020/2021)
Consommation de carburant en Millions de Litres	27,2	29,9	9,9%	Groupe Pomona France (hors ex-DGF)
Livraison : consommation gasoil routier et non routier en L/T vendue	26,3	25	-1,3	Groupe Pomona France (hors ex-DGF)
Livraison : empreinte carbone en éq gCO2/Kg livré	45,1	42,2	-2,9	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs
Livraison : nombre de véhicules en énergie alternative	15	19	4,0	Groupe Pomona France
GÉRER LES DÉCHETS				
Déchets : tonnages sur période juillet A à juin A+1	7 663	8 991	17,3%	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs
LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ET LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE				
Dons FFBA : tonnages bruts	909	966	6,3%	Groupe Pomona France

INDICATEURS RSE ET COMMENTAIRES MÉTHODOLOGIQUES (PÉRIODE ET PÉRIMÈTRE DE REPORTING) suite

	PÉRIODE OCTOBRE 2020 À SEPTEMBRE 2021	PÉRIODE OCTOBRE 2021 À SEPTEMBRE 2022	ÉVOLUTION	PÉRIMÈTRE D'ACTIVITÉS GROUPE POMONA
3. FAVORISER L'ENGAGEMENT DE NOS ÉQUIPES				
OFFRIR UN CADRE DE TRAVAIL TOUJOURS PLUS SÛR				
Effectif à fin septembre	11 170	11 523	3,2%	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
Moyenne d'âge (ans)	42	42	-	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
Effectif en CDI à fin septembre	10 731	10 922	191	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
Effectif en CDD à fin septembre	439	601	162	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
Accidents du travail : taux de fréquence	44	44	-	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine - 2021/2022 : ajout Relais d'Or et ex-DGF
Accidents du travail : taux de gravité	3,2	3,15	-0,05	TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création (hors ex-DGF), Saveurs d'Antoine - 2021/2022 : ajout Relais d'Or et ex-DGF
ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT ET L'ÉVOLUTION DES COLLABORATEURS				
Nombre de collaborateurs formés années civiles 2020 et 2021	3 528	3 938	410	Groupe Pomona France (hors ex-DGF)
Nombre d'heures de formation rémunérées années civiles 2020 et 2021	74 092	88 336	14 244	Groupe Pomona France (hors ex-DGF)
RESPECTER LA DIVERSITÉ				
Part des hommes	73,7%	73,7%	-	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
Part des femmes	26,3%	26,3%	-	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
Index égalité salariale /100 années civiles 2020 et 2021	87	87	-	PassionFroid, TerreAzur
Index égalité salariale /100 années civiles 2020 et 2021	84	83	-1	Délice & Création (hors ex-DGF)
Index égalité salariale /100 années civiles 2020 et 2021	76	78	2	Saveurs d'Antoine
Index égalité salariale /100 années civiles 2020 et 2021	88	87	-1	EpiSaveurs
Index égalité salariale /100 années civiles 2020 et 2021	non disponible	90	non disponible	Relais d'Or (hors Bretagne Normandie, Les Surgelés de Monaco et Loire Aquitaine)
Taux d'emploi direct global des travailleurs handicapés années civiles 2020 et 2021	4,41%	4,95%	0,54	Groupe Pomona (hors Novafrigo et ex-DGF)
Taux salariés > 55 ans	12%	15%	3	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
4. CONTRIBUER À L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET AU DÉVELOPPEMENT LOCAL DES TERRITOIRES				
SOUTENIR L'EMPLOI LOCAL				
Q/P des effectifs à fin septembre Île-de-France	20,4%	20,2%	-0,2	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
Q/P des effectifs à fin septembre « Autres régions »	75,4%	75,4%	-	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
Q/P des effectifs à fin septembre Etranger	4,2%	4,4%	0,20	Groupe Pomona (hors Novafrigo)
VALORISER LA PRODUCTION LOCALE				
Nombre de producteurs Fruits et Légumes de Ma Région	399 producteurs en direct + 46 coopératives/ expéditeurs	379 producteurs en direct + 46 coopératives/ expéditeurs		TerreAzur
100% Ma Région : tonnages	3 100	1 346	-56,6%	PassionFroid
Produit en Bretagne : tonnages	2 860	3 150	10,1%	PassionFroid, EpiSaveurs
CONTRIBUER AU TISSU SOCIO-ÉCONOMIQUE LOCAL				

Annexe 2

LES 17 OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE – NOS ACTIONS RSE EN RÉPONSE

OBJECTIFS DÉVELOPPEMENT DURABLE	NOS ACTIONS RSE GROUPE POMONA
 ODD1 – Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde	Engagement 1 : mettre en œuvre notre plan de vigilance Engagement 2 : lutter contre le gaspillage et la précarité alimentaire Engagement 4 : soutenir l'emploi local et valoriser la production locale
 ODD2 – Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir une agriculture durable	Engagement 1 : préserver la santé des consommateurs, améliorer les pratiques culturelles et d'élevage, défendre les valeurs sociétales de nos achats, maîtriser la conformité réglementaire et la sécurité sanitaire des aliments Engagement 2 : lutter contre le gaspillage et la précarité alimentaire
 ODD3 – Donner aux individus les moyens de vivre une vie saine et promouvoir le bien-être à tous les âges	Engagement 1 : préserver la santé des consommateurs Engagement 3 : respecter la diversité
 ODD4 – Veiller à ce que tous puissent suivre une éducation de qualité dans des conditions d'équité et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie	Engagement 3 : politique de formation et respect de la diversité
 ODD5 – Réaliser l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles	Engagement 3 : respecter la diversité
 ODD6 – Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau	Engagement 1 : améliorer les pratiques culturelles et d'élevage Engagement 2 : réduire les pollutions et gérer nos déchets
 ODD7 – Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable	Engagement 2 : réduire les pollutions
 ODD8 – Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous	Engagement 4 : soutenir l'emploi local, valoriser la production locale, contribuer au tissu socio-économique local
 ODD9 – Mettre en place une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation	Engagement 1 : améliorer les pratiques de production
 ODD10 – Réduire les inégalités entre les pays et en leur sein	Engagement 3 : respecter la diversité
 ODD11 – Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables	
 ODD12 – Établir des modes de consommation et de production durables	Engagement 1 : préserver la santé des consommateurs, améliorer les pratiques culturelles et d'élevage, défendre les valeurs sociétales de nos achats, maîtriser la conformité réglementaire et la sécurité sanitaire des aliments
 ODD13 – Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions	Engagement 1 : préserver la santé des consommateurs, améliorer les pratiques culturelles et d'élevage, défendre les valeurs sociétales de nos achats, maîtriser la conformité réglementaire et la sécurité sanitaire des aliments Engagement 2 : réduire les pollutions et gérer nos déchets
 ODD14 – Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable	Engagement 1 : privilégier la pêche durable – MSC
 ODD15 – Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres	Engagement 1 : améliorer les pratiques culturelles et d'élevage
 ODD16 – Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes aux fins du développement durable	
 ODD17 – Partenariats pour la réalisation des objectifs	

ANNEXE MÉTHODOLOGIQUE PLAN DE VIGILANCE

Le Plan de Vigilance comporte les « mesures de vigilance raisonnable » propres à identifier des risques et à prévenir les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes ainsi que l'environnement, résultant des activités du Groupe Pomona à travers ses sociétés, ses filiales et ses établissements qu'il contrôle directement ou indirectement, mais également de celles des sous-traitants ou fournisseurs avec lesquels est entretenue une relation commerciale établie en lien avec leurs activités.

Ce plan reprend les principes d'achats responsables applicables à la relation avec les sous-traitants et fournisseurs mais ne vise pas à se substituer aux dispositifs en place chez ces derniers.

Il a été élaboré dans le cadre de la Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés-mères et des entreprises donneuses d'ordre et en s'appuyant sur le référentiel ISO 26000 sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises.

L'application du devoir de vigilance au sein du Groupe Pomona s'appuie sur un mode opératoire qui en présente les modalités de construction, les règles de gestion et les modalités de communication.

Il est structuré selon les 5 étapes suivantes :

- Cartographie des risques,
- Procédures d'évaluation régulière des filiales, des sous-traitants et des fournisseurs,
- Mesures et actions validées d'atténuation des risques ou de prévention des atteintes graves ,
- Mécanisme d'alerte et de recueil des signalements sur existence ou réalisation des risques,
- Dispositif de suivi des mesures mises en œuvre et d'évaluation de leur efficacité.

Le plan et sa mise en œuvre sont révisés annuellement et rendus publics dans le rapport annuel du Directoire, il est intégré dans la Déclaration de Performance Extra-Financière.

Le Directoire est en charge de l'élaboration du plan de vigilance et le révisé chaque année.

Pour sa première analyse, le Directoire s'est appuyé sur les travaux du Comité Exécutif du Groupe sur l'ensemble du périmètre de la Responsabilité Sociétale du Groupe Pomona.

L'activité du Groupe Pomona peut se résumer en trois mots : sélectionner, conseiller, livrer.

La mission peut être décrite ainsi : « Aider les professionnels des métiers de bouche à toujours mieux nourrir leurs clients ».

Les domaines de responsabilité sociétale et du devoir de vigilance portent sur :

- 1- Les activités réalisées par les réseaux de distribution et chaque établissement de chaque réseau et les sous-traitants qui rendent ces activités possibles.
- 2- Les fournisseurs des produits alimentaires et leurs activités liées à la production.

Chacun des domaines à enjeu majeur a été évalué par les membres du Comité Exécutif pour prendre en compte l'ensemble des parties prenantes avec lesquelles ils

travaillent. Cette évaluation est mise à jour chaque année en fonction des performances réalisées et des résultats de l'écoute des attentes ou exigences des différentes parties prenantes.

Les risques ont été recensés et leur niveau de gravité a été évalué dans chaque domaine d'action pour chaque activité (filiale, établissement, fournisseur) concernée.

L'évaluation du risque se base sur l'appréciation de chaque critère en combinant la gravité ou importance de l'enjeu et la fréquence d'exposition liée à la « volumétrie » de l'activité dans le domaine.

Face à chaque risque évalué Prioritaire, Modéré ou Faible, des mesures de maîtrise ont été définies avec des responsables du suivi et des moyens d'évaluation de leur efficacité.

Ces mesures peuvent mettre en œuvre des moyens techniques, organisationnels, humains et financiers.

Face à un risque estimé non significatif ou très faible, le Groupe Pomona ne met pas obligatoirement en œuvre de moyens de surveillance spécifique mais agit en « bon père de famille » en appliquant les bonnes pratiques usuelles.

Cette évaluation « initiale » est ensuite pondérée sur la base des moyens de maîtrise mis en place dont la performance et la validité sont réévaluées chaque année à la lumière des résultats et des éventuelles défaillances.

Pour assurer un contrôle et un suivi des risques significatifs, le Groupe Pomona est doté d'une organisation interne permettant d'assurer un contrôle de sa chaîne d'approvisionnement et des activités de ses filiales.

Des indicateurs et des outils de reporting sont en place et pilotés par activité. Pour chaque risque et domaine d'activité, un responsable du suivi est identifié.

Les performances et le périmètre concerné sont repris dans la Déclaration de Performance Extra-Financière. Ils permettent de valider l'efficacité des mesures.

Les responsables enregistrent les performances et les éventuelles situations de non-conformité qui les concernent.

Les alertes peuvent provenir de toutes les parties prenantes internes et externes. Le service communication assure la veille des alertes reçues sur le site internet du Groupe et les redirige vers le responsable habilité dans le respect de la confidentialité et du statut du lanceur d'alerte.

Certaines situations à risque – pour les domaines les concernant – peuvent être étudiées avec les organisations syndicales représentatives.

Ce plan de vigilance s'inscrit dans le cadre d'une démarche d'amélioration continue du groupe Pomona. Lors des révisions annuelles, les performances et les alertes sont une donnée d'entrée qui permet de compléter le plan d'amélioration et de renforcer – si nécessaire – les mesures de prévention et d'atténuation des risques. La cotation des risques est également revue annuellement, notamment à travers l'écoute des attentes ou exigences des différentes parties prenantes et les performances réalisées et permet de valider le renforcement ou l'atténuation de certaines mesures de prévention.

POMONA

Société Anonyme
3 avenue du Docteur Ténine
92160 Antony

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

Exercice clos le 30 septembre 2022



Deloitte & Associés
6 place de la Pyramide
92908 Paris-La Défense Cedex
France
Téléphone : + 33 (0) 1 40 88 28 00
www.deloitte.fr

POMONA

Société Anonyme
3 avenue du Docteur Ténine
92160 Antony

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

Exercice clos le 30 septembre 2022

A l'Assemblée Générale des actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (« tierce partie ») de votre société (ci-après « entité »), accrédité par le COFRAC sous le numéro n°3-1886 (Accréditation Cofrac Inspection, 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 30 septembre 2022 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentées dans le rapport de gestion groupe en application des dispositions légales et réglementaires 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 est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Société par actions simplifiée au capital de 2 188 160 €
Société d'Expertise Comptable inscrite au Tableau de l'Ordre d'Île-de-France
Société de Commissariat aux Comptes inscrite à la Compagnie Régionale de Versailles et du Centre
572 028 041 RCS Nanterre
TVA : FR 02 572 028 041

Une entité du réseau Deloitte

Deloitte.

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 :

- *Le périmètre de reporting diffère selon les indicateurs environnementaux, sociaux ou sociétaux publiés ; il couvre à minima 80% des activités ou des effectifs consolidés. Ces limites sont précisées par les éléments méthodologiques accompagnant les Informations RSE dans le rapport de gestion.*

Préparation de la Déclaration

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 présentés dans la Déclaration.

Limites inhérentes à la préparation de l'information liée à la Déclaration

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 ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Directoire :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir 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 et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxinomie verte) ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il 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 en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

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

Deloitte.

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations 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, ci-après les « Informations ».

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, ni sur la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément à notre programme de vérification en application des dispositions des articles A. 225 1 et suivants du code de commerce, de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative, et de la norme internationale ISAE 3000 (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. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. 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 trois personnes et se sont déroulés entre novembre 2022 et décembre 2022 sur une durée totale d'intervention de trois 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 une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

Nos travaux ont fait appel à l'utilisation de technologies de l'information et de la communication permettant la réalisation des travaux et entretiens à distance sans que cela n'entrave leurs exécutions.

Deloitte.

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 entreprises incluses dans le périmètre de consolidation], 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.
- 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 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 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 importantes¹ ; 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 entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 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.

¹ Informations qualitatives sélectionnées : Préserver la santé des consommateurs : soutenir la filière Bleu-Blanc-Cœur ; Gérer les déchets : trier et traiter nos déchets ; Accompagner le développement et l'évolution des collaborateurs : favoriser l'accès à l'emploi des jeunes diplômés.

Deloitte.

- Pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants², 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 des principales activités de l'entité et couvrent entre 80 et 100% 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.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une 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.

Paris-La Défense, le 23 décembre 2022

L'organisme tiers indépendant,

Deloitte & Associés



Catherine Saire
Associée, Développement Durable



Julien Rivals
Associé, Développement Durable

² Informations quantitatives sélectionnées : Effectifs au 30 septembre 2022 ; Répartition des hommes et des femmes sur l'effectif total ; Accidents du travail : taux de fréquence et taux de gravité ; Consommation d'électricité en kWh ; Consommation de carburant en millions de Litres ; Consommation de gasoil routier et non routier en L/t vendue.

Déclaration de performance extra-financière

2021-2022

(Articles L.225-102-1 et R.225-105-1 du Code de Commerce)