TRANSGOURMET
France

Développement durable

Bilan 2014 et perspectives

Partager le meilleur

Pourquoi une bouche ?

La bouche croque, savoure, sourit, parle, porte des idées... Pour toutes ces raisons, elle est le symbole que nous avons choisi pour illustrer nos engagements responsables.

Notre démarche de développement durable suit les recommandations de la norme internationale ISO 26000, en termes de responsabilité sociétale et de développement durable en entreprise.

Ce document a pour ambition de présenter un état des lieux de nos actions réalisées durant l'année 2014, au regard de nos enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux. Pour une meilleure compréhension et pour en faciliter la lecture, ce document est présenté selon les **7 questions centrales** de la norme ISO 26000.

Sommaire

1 p08

gouvernance

Système par lequel nous prenons des décisions et les appliquons en vue d'atteindre nos objectifs.

Édito p07

Qui sommes-nous ? p06

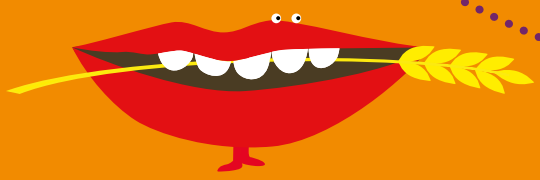
p36

tableau d'avancement des chantiers

7

communauté et développement local p32

Investissements que nous réalisons dans la société pour contribuer au développement local, et maintenir et renforcer nos relations avec les communautés locales.



p12

2 droits de l'homme

Droits fondamentaux (civils, politiques, économiques, sociaux, culturels) auxquels tous les êtres humains peuvent légitimement prétendre et sur lesquels nous sommes vigilants.

p16

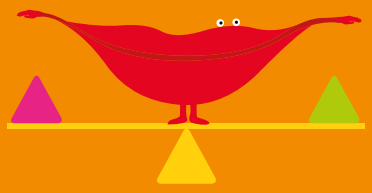
3 relations et conditions de travail

Aspects liés au travail que nous réalisons, ou qui est réalisé pour notre compte, y compris en cas de sous-traitance.

4 environnement

p20

Aspects liés aux impacts directs et indirects de nos décisions et activités sur l'environnement.



5 loyauté des pratiques

p24

Conduite éthique des affaires et des transactions que nous menons avec d'autres organisations.

p28

6 protection du client et consommation responsable

Responsabilités que nous avons vis-à-vis de nos clients et de leurs convives en matière d'information, d'éducation ou de promotion d'une consommation responsable.

Qui sommes-nous ?

Transgourmet France
un groupe de femmes et d'hommes engagés

La confiance de nos 80 000 clients, tous professionnels de la restauration et de la boulangerie-pâtisserie, nous situe dans le Top 3 des acteurs de notre marché, et nous conduit chaque jour à relever de nouveaux défis. Pour y parvenir, nous faisons preuve de détermination, de pragmatisme, d'innovation.

Nous construisons nos succès dans le respect des **5 valeurs qui fédèrent le groupe Transgourmet en Europe :** proximité, variété, image, innovation et partenariat.
Réunissant 3 800 collaborateurs, nos 5 entreprises œuvrent de concert pour satisfaire nos clients au quotidien autour d'une mission commune : **partager le meilleur**.

Transgourmet France est une filiale du Groupe Coop (16 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 54 000 collaborateurs). Elle est partie intégrante de l'activité Transgourmet Holding AG qui est le N°2 européen du cash & carry et des services à la restauration. À ce titre, Transgourmet France bénéficie de synergies de moyens qui lui permettent d'innover sans cesse et de délivrer une prestation de grande qualité auprès de tous ses clients.

TRANSGOURMET France

Transgourmet est le fournisseur national de référence pour la livraison de produits alimentaires et d'hygiène aux professionnels de la restauration et de la boulangerie-pâtisserie.

TRANSGOURMET seafood

Transgourmet Seafood est le spécialiste de la distribution et de la préparation sur-mesure des produits de la mer.

TRANSGOURMET fruits & légumes

Leader du marché de la distribution des fruits et légumes sur Paris et sa région.

TRANSGOURMET export

Situé au cœur du marché de Rungis, Transgourmet Export est le spécialiste de l'exportation de produits gastronomiques.

EUROCASH

Basé en Alsace, Eurocash propose aux professionnels des métiers de bouche plus de 20 000 produits alimentaires en cash & carry ou en livraison.

Le développement durable n'est pas une posture chez Transgourmet. C'est à la fois **une nécessité, un héritage et une manière de nous démarquer**.

Une nécessité, tout d'abord.
Notre Groupe est un acteur majeur de la distribution de produits alimentaires auprès des professionnels et, à ce titre, il permet à des millions de personnes de se nourrir chaque jour. Cette mission nous impose d'agir avec un sens aigu des responsabilités.

Notre métier est, en effet, au carrefour de multiples enjeux : environnementaux (réduction de nos émissions de gaz à effet de serre…), sociétaux (lutte contre le gaspillage alimentaire, promotion de la consommation responsable, action sur la sélection et l'origine de nos produits…) et sociaux (assurer de bonnes conditions de travail pour nos 3 800 collaborateurs…). Chacune de nos décisions doit être mesurée et prendre en compte son impact et ses conséquences immédiates et à long terme.

Un héritage, ensuite.
Notre filiation avec le Groupe Coop, acteur résolument engagé pour le développement durable de ses activités, marque fortement nos choix stratégiques.
C'est en intégrant les objectifs de notre actionnaire ainsi que les recommandations de la norme ISO 26000 que nous avons défini notre plan de développement durable 2014-2020. Celui-ci guide toutes nos actions, tant sur les produits que nous livrons que sur nos process et nos collaborateurs.

Une manière de nous démarquer, enfin.
Si nous avons fait le choix d'agir dans le respect de la norme internationale ISO 26000, c'est parce que cette norme qui, certes, ne délivre pas de certification, donne aux entreprises des recommandations claires en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Elle organise son approche au travers de 7 questions centrales autour desquelles nous avons organisé la conception de notre bilan.

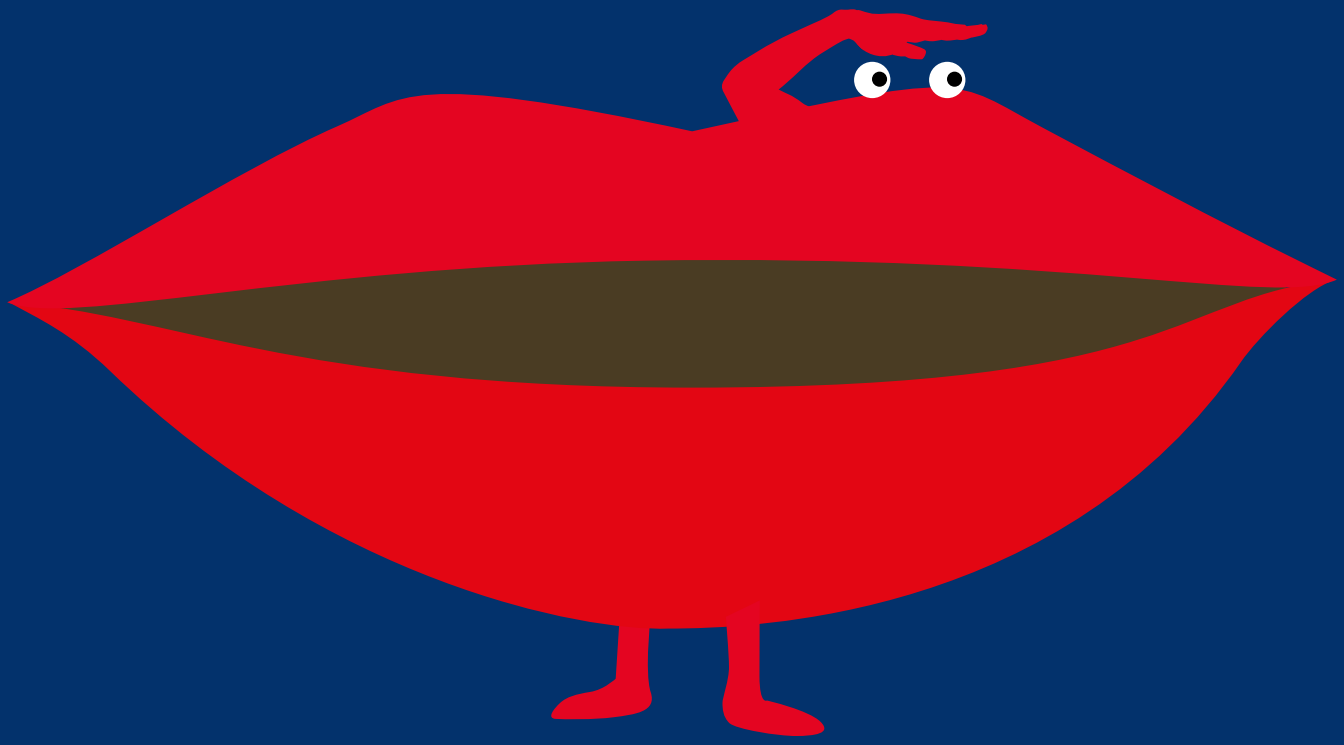
Rendre compte est la première de nos responsabilités, nous avons conçu ce bilan pour partager avec vous l'avancée de notre démarche de développement durable et j'espère que vous y trouverez les éléments d'information que vous attendez.

Jean-Christophe Adouritz
Président Transgourmet France

Partagerlemeilleur

Partager le meilleur est notre mission.
Elle s'est construite, année après année, autour d'actions concrètes, engagées et responsables.
Nous vous invitons à la découvrir sur
partagerlemeilleur.fr

gouvernance



Il n’existe pas de petites ou de grandes décisions. Il existe des décisions avec de petits ou de grands impacts. Voilà pourquoi, nous portons attention aux conséquences de nos choix. **Partager**le**meilleur** commence par là.

Démarche de développement durable de Coop

Convaincu de l'importance de mener une politique de développement durable intégrée, notre actionnaire suisse Coop a officiellement inscrit le développement durable dans ses lignes directrices, dès sa fondation il y a 150 ans, en intégrant les enjeux sociaux et économiques d'abord, puis en rajoutant la dimension environnementale. L'ambition, toujours affirmée, est de créer de la valeur ajoutée mais aussi de répondre aux nouveaux enjeux de société.

Désignée comme étant l'entreprise "la plus engagée du monde dans le développement durable" en 2011 par l'agence Oekom Research AG, Coop a établi une stratégie de développement durable performante s'articulant autour de trois grands axes.

Tout d'abord, **proposer des assortiments de produits responsables** afin d'inciter la société à changer sa manière de consommer. Cet engagement se traduit par des partenariats de longue date en faveur de l'agriculture biologique, du commerce équitable, du bien-être animal et de la biodiversité.

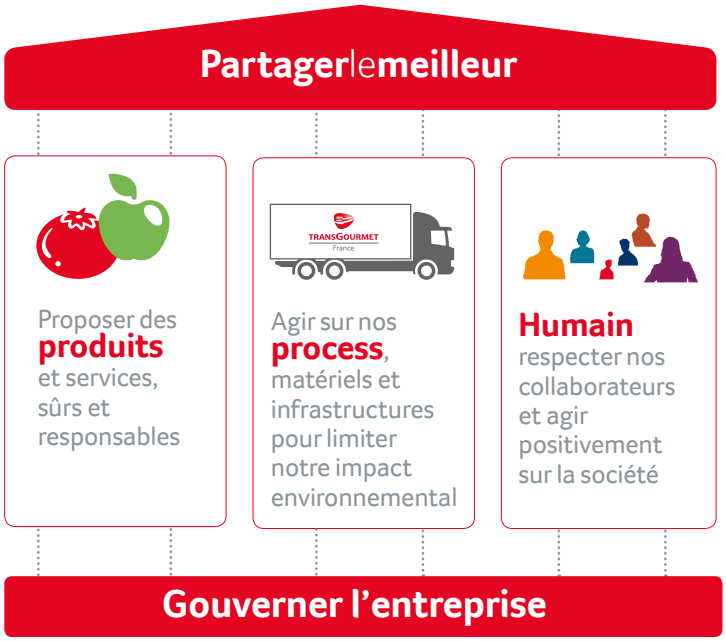
Le deuxième axe de la politique de Coop est l'**utilisation rationnelle des ressources et la protection du climat**. Une de ses mesures phares est la décision prise en 2008 d'atteindre, dans les secteurs sur lesquels une influence directe peut être exercée, un bilan CO_2 neutre en 15 ans, soit d'ici à 2023. Pour y parvenir, Coop entend prendre toutes les mesures techniquement réalisables et financièrement acceptables qui lui permettront de réduire continuellement les émissions de CO_2 générées par ses activités.

Enfin, **respecter ses collaborateurs** et agir positivement sur la société constituent le dernier axe de travail de Coop. Pour ce faire, l'entreprise veille au bien-être de ses collaborateurs grâce à certains avantages (formation d'apprentis, prévoyance vieillesse...), favorise l'intégration des handicapés et soutient par des dons alimentaires et financiers des associations locales.

Démarche de développement durable de Transgourmet France

Sous l'impulsion de Coop, l'engagement de Transgourmet France au plus haut niveau de la direction s'est traduit en 2014 par la fixation d'objectifs de développement durable pluriannuels sur la période 2014-2020.

La définition de nos objectifs et l'établissement du programme d'actions ou "Plan Développement Durable" pour les atteindre, se sont faits de manière participative avec tous les services de l'entreprise. L'utilisation des recommandations de la norme de responsabilité sociétale ISO 26000 nous a permis d'explorer tous les volets du développement durable. Les orientations de notre stratégie s'alignent sur celles de Coop et sont représentées également en **trois grands axes**, avec pour socle la gouvernance et pour mission "Partager le meilleur".



Système de gouvernance de Transgourmet France

Le système de gouvernance de Transgourmet France est constitué de la façon suivante :

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration réunit le Président Directeur Général de Transgourmet France (Jean-Christophe Adouritz) et 5 personnes représentant notre actionnaire Coop. Il correspond au niveau de décision le plus haut du groupe.

COMITÉ DE DIRECTION

Le Comité de direction a pour but de décider de la stratégie générale de l'entreprise.
Il compte 6 personnes dont le PDG et les représentants des fonctions clés de Transgourmet France parmi lesquels on compte 2 femmes.

COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité exécutif réunit le Comité de direction ainsi que tous les responsables des services centraux. Son rôle est de prendre les décisions opérationnelles qui serviront la stratégie d'entreprise décidée par le Comité de direction.

Pôle Développement Durable de Transgourmet France

Intégré au sein de la Direction Qualité de Transgourmet France, le pôle Développement Durable pilote et s'assure du bon déroulement des actions prévues dans le plan de développement durable. Son rôle est également de communiquer et de partager nos réussites en interne et en externe.

"Travailler au sein du pôle Développement Durable nécessite des compétences très transverses car nous sommes amenés à collaborer avec tous les services de l'entreprise. Toutes nos missions visent à accompagner Transgourmet France sur la voie de la responsabilité sociétale. Ceci donne du sens à notre travail."
Emmanuelle Tang Line Foot, chargée de mission Développement Durable.

Réviser les **objectifs** de l'entreprise et les **programmes associés, au crible du développement durable**

En 2014, afin que le développement durable soit porté au plus haut niveau et partagé par tous, nous avons intégré dans notre stratégie globale d'entreprise, les grands axes de notre stratégie Développement Durable. Ainsi, augmenter la vente de produits responsables de 3.73 points entre 2012 et 2020, poursuivre nos démarches de certification ISO ou encore assurer notre ancrage local font partie des objectifs stratégiques de Transgourmet France et sont déclinés en programme d'actions par enseigne.

Stratégie globale d'entreprise

Proximité
Ensemble, nous allons à la rencontre les uns des autres

Variété
Ensemble, nous réalisons des prestations convaincantes

Image
Ensemble, nous créons de la valeur ajoutée

Innovation
Ensemble, nous bâtissons notre avenir

Partenariat
Ensemble, nous cultivons la confiance

Lignes directrices

Objectifs stratégiques Transgourmet France

Programmes par enseigne

Objectifs individuels

Stratégie Développement Durable 2014-2020

Stratégie CO_2 2023

Améliorer notre **communication** sur le développement durable en interne et en externe

Communiquer de façon responsable autour du développement durable auprès de nos collaborateurs, clients et autres parties prenantes est primordial pour faire vivre la démarche, et sera l'un des chantiers phares de 2015.

Ainsi, la Newsletter Qualité et Développement Durable est le bon vecteur de partage de nos réussites avec nos collaborateurs.

Le présent document est également un moyen de rendre compte de façon sincère et transparente des actions menées et de nos axes d'amélioration à court et moyen-terme.

●●○○

Cartographier nos **parties prenantes**, évaluer nos impacts et prendre en compte leurs attentes

Nous nous attachons à dialoguer avec toutes nos parties prenantes, en interne (collaborateurs, partenaires sociaux) et en externe (fournisseurs, clients...).
Compte tenu de leur diversité, nous adaptons nos approches et engagements en fonction de chacune d'elle.

Dimensions	Parties prenantes	Attentes	Moyens de dialogue	Actions engagées
INTERNE	**Actionnaire Coop**	• Croissance, rentabilité et pérennité • Gouvernance stable et performante • Gestion des risques • Engagement dans le développement durable	• Conseil d'administration • Audits • Réunions par filière	• Stratégie d'entreprise • Programme d'actions par enseigne • Plan de développement durable
	Collaborateurs	• Sécurité et bien-être au travail • Employabilité • Développement des compétences	• Communication interne (Transgourmet Magazine, Newsletters, etc.) • Entretiens individuels • Réunions de service • Intranet • Enquête de satisfaction	Voir **QC3** RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL
	Partenaires sociaux	• Justice et équité sociale • Conditions de travail • Information sur l'organisation de l'entreprise	• Instances représentatives du personnel	Voir **QC2** DROITS DE L'HOMME Et **QC3** RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL
EXTERNE	**Clients et convives**	• Qualité de service • Qualité et sécurité des aliments • Transparence et information sur les produits • Offre de produits et services responsables	• Enquêtes de satisfaction clients • Fiches produits sur internet • Information sur les emballages • Réponse aux questionnaires clients • Salons professionnels	Voir **QC6** PROTECTION DU CLIENT ET CONSOMMATION RESPONSABLE
	Fournisseurs / Prestataires	• Juste rétribution • Respect des délais de paiement • Relation commerciale pérenne • Perspectives de développement	• Rencontre avec les acheteurs	Voir **QC5** LOYAUTÉ DES PRATIQUES
	Fédérations syndicales (Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution, Syndigel)	• Partage avec les autres distributeurs sur des thématiques communes	• Réunions avec les autres entreprises du secteur	• Contacts et échanges de points de vue au fil de l'eau
	Communautés locales	• Alternants : - Partage et mise à disposition des expertises de l'entreprise - Débouchés professionnels • Collaboration avec des associations locales (associations de collecte de dons alimentaires, ESAT...)	• Participation à des salons, jobboard*, journées portes ouvertes • Rencontres	Voir **QC7** COMMUNAUTÉ ET DÉVELOPPEMENT LOCAL
	Autorités publiques (DDPP, DGAL, DREAL)	• Conformité réglementaire	• Contacts et échanges de points de vue au fil de l'eau	• Contacts et échanges de points de vue au fil de l'eau

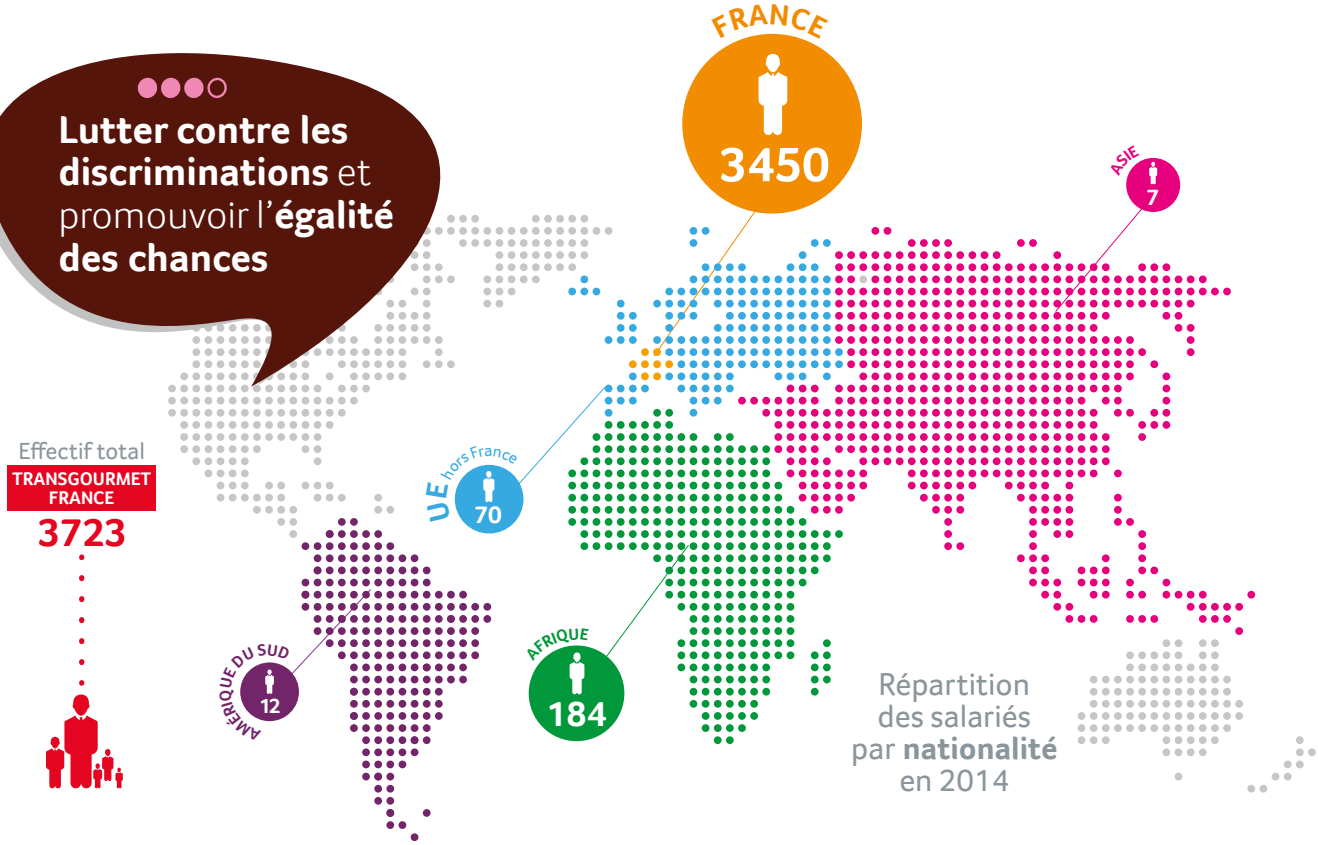
* Site emploi

droits de l'homme

Nous ne pouvons pas vivre à l'écart du monde, nous interagissons avec lui. Nos clients comme nos collaborateurs viennent de tous les horizons, nos fournisseurs également. **Partager**le**meilleur** est une attitude politique, au sens premier du terme *"qui concerne le citoyen"*.

●●●○

Lutter contre les discriminations et promouvoir l'**égalité des chances**



Répartition des salariés par **nationalité** en 2014

CHARTE DE LA diversité

À l'initiative de la Direction des Ressources Humaines Groupe, nous avons signé le 23 octobre 2014 la Charte de la Diversité, qui promeut la diversité culturelle, ethnique et sociale de la population française en entreprise. Cette mise en avant passe notamment par la sensibilisation des dirigeants et des collaborateurs.

En s'associant à cette charte, nous avons formalisé notre engagement dans la lutte contre toute forme de discrimination, et nous nous sommes engagés à communiquer et à renforcer nos actions en faveur de la diversité. Nous affirmons également notre volonté de mieux refléter dans nos effectifs la diversité de la population française.

"Dans le Groupe Transgourmet, la diversité est très présente. En signant cette charte, nous formalisons notre engagement en faveur de la diversité culturelle, ethnique et sociale entamé depuis quelques années". Caroline Besselièvre, Directrice des Ressources Humaines

Outre cette charte, nous avons signé un accord sur l'égalité Femmes-Hommes afin de lutter contre les attitudes sexistes en entreprise. Porté par Jean-Christophe Adouritz, cet engagement dénonce ces comportements et se traduit par la présence de femmes à des postes à responsabilité dans toutes les structures du groupe. Aujourd'hui, le Groupe compte 33 % de femmes au sein du Comité de Direction.

Répartition des salariés par **sexe** et **tranche d'âge** en 2014

FEMMES 29.7 %♀

HOMMES 70.3 %♂

179	925	1732	887
< 25 ans	25 à 35 ans	36 à 50 ans	> 50 ans

Acquis

Respecter les principes et droits fondamentaux de l'Organisation Internationale du Travail (OIT)

L'Organisation Internationale du Travail a pour vocation de promouvoir la justice et les droits internationalement reconnus de la personne humaine et du travail. Cet organisme, à travers des conventions et des recommandations, traite de questions considérées comme des principes et droits fondamentaux au travail, énoncés dans la Déclaration de l'OIT de 1998. Ces principes et droits sont :

- l'élimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire,
- l'abolition effective du travail des enfants,
- l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession,
- la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective.

Nous adhérons à l'ensemble de ces valeurs notamment au travers de la signature de la Charte de la Diversité et la mise en place d'accords collectifs sur l'égalité professionnelle, l'organisation du temps de travail ou encore le droit syndical.

Prochain chantier

S'assurer du respect des Droits de l'Homme auprès de nos fournisseurs

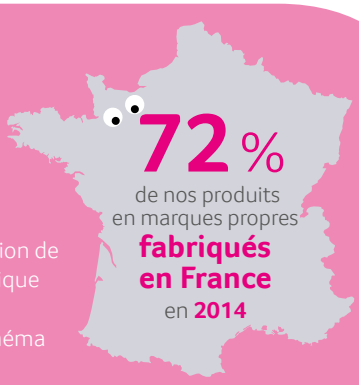
Tous les fournisseurs travaillant avec Transgourmet France s'engagent contractuellement à respecter la législation sociale en vigueur, notamment l'interdiction du travail des enfants, du travail clandestin et dissimulé et le respect des conventions internationales.

Par ailleurs, dans les contrats signés entre Transgourmet France et nos fournisseurs, ces derniers sont incités à suivre des recommandations en termes de responsabilité sociale et environnementale :

proposer des produits moins impactants sur l'environnement et issus de démarches responsables, assurer la sécurité de leur personnel ou encore promouvoir la diversité et l'égalité professionnelles.

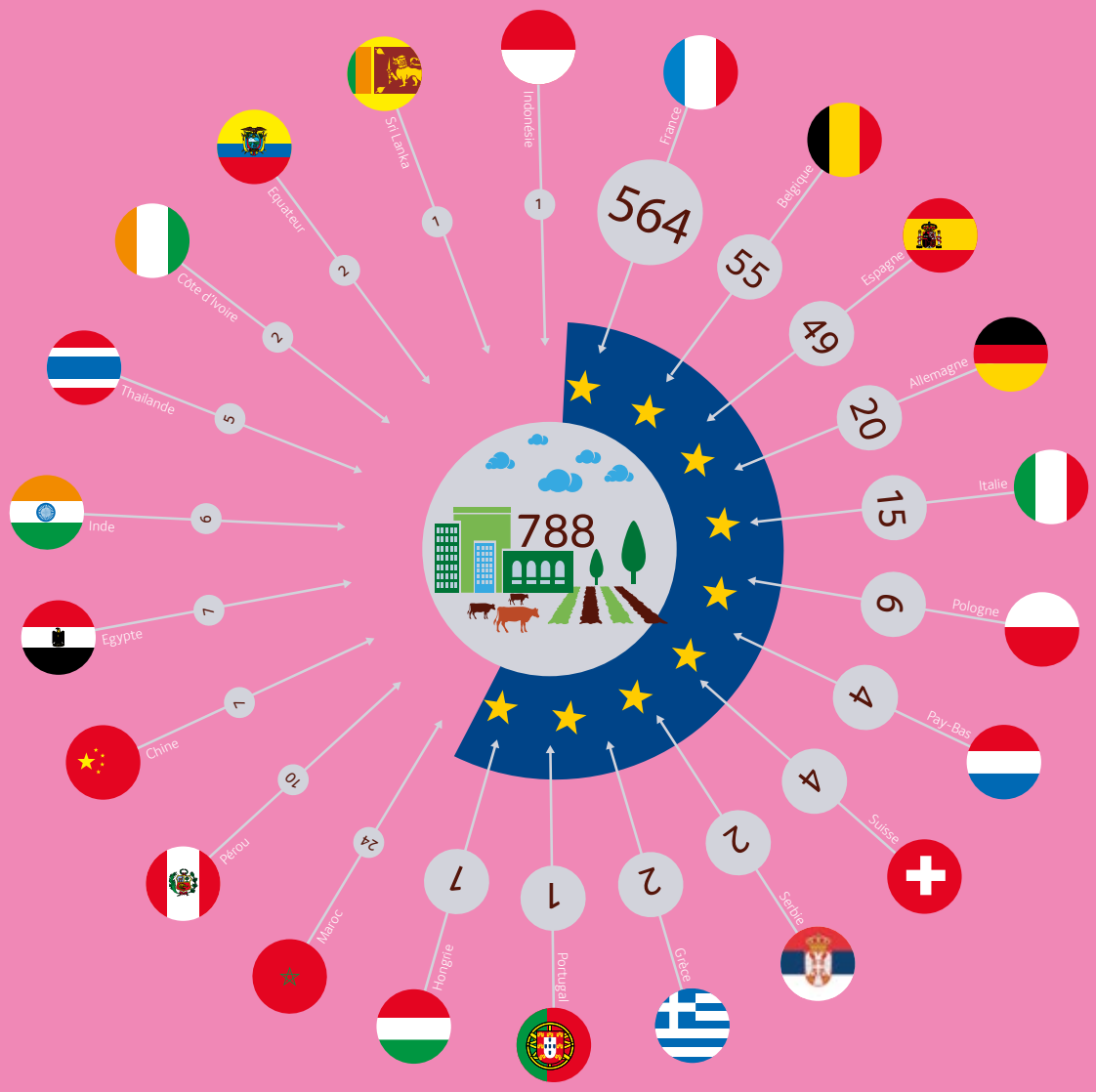
En ce qui concerne nos fournisseurs de produits en marques propres, nous avons établi une cartographie de ces derniers en fonction de la localisation géographique des sites de fabrication.
Comme le montre le schéma ci-dessous, 72 % de nos produits en marques propres sont fabriqués en France. Seuls 8 % sont fabriqués hors de l'Union Européenne.
Tous nos fournisseurs de produits en marques propres sont déjà audités sur le plan de la sécurité des aliments, en fonction du risque qu'ils présentent.

La prochaine étape sera d'évaluer ces fournisseurs sur des critères autres, et notamment sociaux, en commençant par ceux situés hors de l'Union Européenne et qui ne sont donc pas soumis à la réglementation communautaire.



Répartition de nos fournisseurs de produits en marques propres

Localisation des sites de fabrication en 2014



Paroles d'**expert**

Brigitte Monsou Tantawy

Responsable des Ressources Humaines chez SolidEthic, impliquée dans de nombreuses associations et enseignante dans diverses matières liées au développement durable

Les Droits de l'Homme sont un concept selon lequel tout être humain possède des droits universels, et inaliénables, quels que soient "*leur ethnie, leur couleur, leur sexe, leur langue, leur religion, leur opinion politique, leur origine nationale ou sociale, leur fortune, leur naissance ou toute autre situation*".

Brigitte Monsou Tantawy a travaillé pendant 25 ans en Europe et dans de grandes entreprises de l'industrie agroalimentaire, à des postes variés, allant de la R&D aux Ressources Humaines. Après 2 ans au WBCSD (Conseil mondial des affaires pour le développement durable, rassemblant près de 200 entreprises internationales unies par une volonté commune de développement durable) en Suisse, où elle était chargée du dialogue avec les parties prenantes, Brigitte Monsou Tantawy est revenue en France pour mettre à disposition du monde associatif son expérience des grandes entreprises et de la responsabilité sociétale.

Oxfam France et **Unicef France** sont deux des ONG dans lesquelles elle est investie.

Présentez-nous Oxfam France.

B.M. Oxfam France est une association de lutte contre la pauvreté dans le monde. Les Droits de l'Homme sont au cœur de ses actions : égalités des droits Femmes-Hommes, droits citoyens, droits d'accès à la terre et aux ressources naturelles... Oxfam plaide auprès des gouvernements et des entreprises pour le respect de ces droits.

Quelles sont vos missions chez Oxfam France ?

B.M. Je siège actuellement au Conseil d'administration et je participe à la définition des axes stratégiques 2016-2019 : choix des grandes thématiques pour les plaidoyers, mise en place d'actions de collectes, aide aux autres associations Oxfam des pays francophones, etc.

Selon vous, comment Transgourmet France peut contribuer à la question des Droits de l'Homme ?

B.M. De par ses actions, Transgourmet France contribue déjà à faire respecter les Droits de l'Homme au sein-même du Groupe. Ainsi, **la signature de la Charte de la Diversité en 2014 est un acte engageant auprès de ses collaborateurs, valorisant les efforts de Transgourmet France** en la matière. La mise en place d'une ligne d'écoute pour ses collaborateurs afin de diminuer les risques psychosociaux va également dans ce sens.

Néanmoins, Transgourmet France a aussi son rôle à jouer auprès de ses autres parties prenantes, et notamment ses fournisseurs. Transgourmet France doit utiliser son influence sur le marché pour inciter ces derniers, notamment ceux situés dans des pays pouvant présenter un risque, à respecter les Droits de l'Homme dans leurs opérations et faire respecter ceux-ci dans leurs chaînes de valeur.

Quelles seraient les actions à mettre en place ?

B.M. En pratique, il s'agirait pour Transgourmet France de réaliser une évaluation de ses fournisseurs les plus à risque. Cette évaluation pourrait être d'abord documentaire, puis prendre la forme d'un audit. Par ailleurs, au-delà de la seule question des Droits de l'Homme, c'est l'ensemble de la démarche de responsabilité sociale et environnementale du fournisseur qu'il faudrait évaluer. Mais je reste consciente que la mise en place d'une politique d'achats responsables est un travail laborieux et de longue haleine. **L'intégration dans tous les contrats signés avec les fournisseurs des exigences de Transgourmet France en termes de développement durable, est déjà une étape significative.**

Un des grands enjeux actuels est d'assurer la sécurité alimentaire des populations, la malnutrition étant l'une des conséquences principales de la pauvreté. On peut ainsi souligner le rôle que joue Transgourmet dans la lutte contre la pauvreté en France en donnant des produits alimentaires, et on peut espérer que son engagement sera renforcé, notamment à travers la création de partenariats avec des ONG dédiées par exemple.

"Un des grands enjeux actuels est d'assurer la sécurité alimentaire des populations."

relations et conditions de travail

Il est insupportable d'imaginer que le travail puisse atteindre à l'intégrité de nos collaborateurs. C'est devenu l'un de nos combats, comme la transmission des connaissances, la formation de nos équipes... **Partagerlemeilleur** doit commencer par se vivre dans nos bureaux ou nos entrepôts. Sans limite, ni compromis.

●●○○

Poursuivre le déploiement et le suivi de la **prévention des risques professionnels**

En 2012, nous nous sommes engagés à diviser par trois le taux de fréquence des accidents du travail, d'ici à 2015.

Afin de piloter cette politique, un responsable national de la prévention des risques a été nommé. Ses missions : mettre en place et coordonner les actions de prévention des risques dans l'ensemble du Groupe, et s'assurer notamment de la bonne programmation des visites de sécurité et du suivi des accidents du travail.

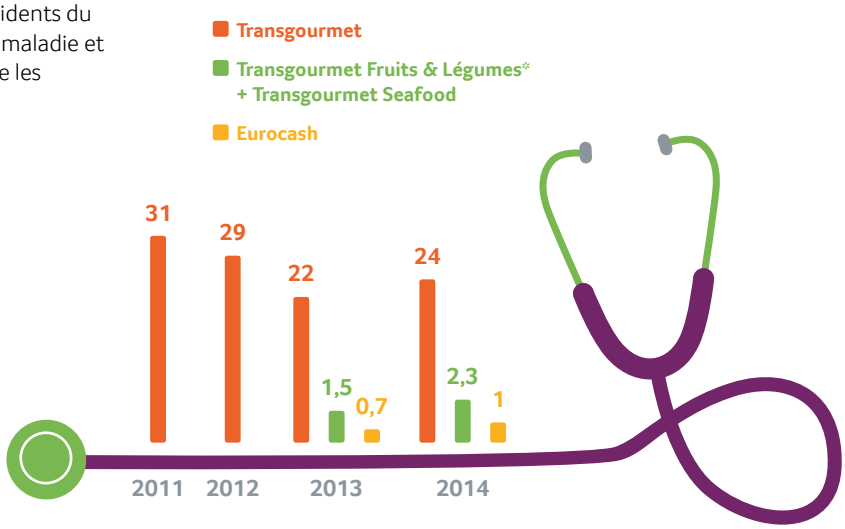
Par ailleurs, un réseau de correspondants sécurité a été mis en place. Présent dans chaque établissement, ce collaborateur est chargé d'analyser les accidents du travail et de suivre les actions de prévention propres à son site.

L'ensemble des comités de direction de tous les établissements ont également suivi des formations à la visite de sécurité, afin de prévenir les accidents de travail.

Pour piloter au mieux le dossier et fournir des indicateurs au niveau national, nos établissements sont dotés d'un outil informatique qui leur permet de déclarer les accidents du travail auprès de la caisse régionale d'assurance maladie et de mettre à jour le document unique qui recense les risques encourus sur chaque établissement.

Cette politique de prévention des risques s'est poursuivie en 2014 pour être déployée sur l'ensemble des nos filiales.

Nombre d'**accidents du travail** avec arrêt (moyenne mensuelle)



●●●○

Réduire la pénibilité au travail et prendre en compte les **risques psychosociaux**

Afin d'assurer à nos collaborateurs des conditions professionnelles préservant leur santé, nous avons lancé en 2013 un plan d'actions de 3 ans sur la pénibilité au travail. Ce plan d'actions comporte par exemple des adaptations et aménagements des postes de travail, réalisés suite à des visites de sécurité ou des études ergonomiques, ou encore suite à des améliorations des conditions de travail sur le plan organisationnel (formation des gestionnaires de stocks afin d'optimiser les parcours de préparation en entrepôt par exemple).

Fin 2014, nous avons établi un partenariat avec Psya, hotline de prévention et de gestion des risques psychosociaux. Ainsi, tous nos salariés peuvent contacter anonymement des psychologues s'ils en éprouvent le besoin, afin de surmonter des moments difficiles, dans le cadre professionnel ou personnel.

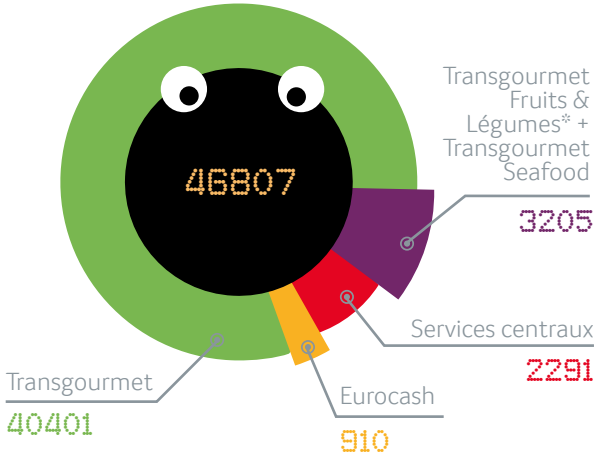
* All Fresh Logistique en 2014

Garantir l'**accès** aux **dispositifs de formation** à tous les collaborateurs

La formation est un investissement à long terme dont l'objectif est le développement permanent des compétences de nos collaborateurs et de leur potentiel dans leur travail. Tout au long de leur carrière dans l'entreprise, des formations internes spécifiques aux métiers et à la culture du Groupe leur sont proposées. Afin que tous nos collaborateurs puissent connaître les dispositifs de formation, nous communiquerons spécifiquement sur le Compte Personnel de Formation au travers d'une plaquette d'information et grâce au déploiement de l'entretien professionnel, en 2015.

* All Fresh Logistique en 2014

Nombre d'heures de formations
en 2014



Professionnaliser la transmission des connaissances et compétences par le **tutorat métier**

Aujourd'hui, 34 tuteurs-chauffeurs travaillent dans nos établissements.

"Ces chauffeurs renforcent leurs compétences, ce qui a un impact immédiat sur la qualité des livraisons. Tout le monde y gagne", commente Bruno Scoarnec, Responsable transport national de Transgourmet France.

En 2014, 8 nouveaux chauffeurs ont été formés à la fonction tutorale. Par ailleurs, nous poursuivons leur accompagnement dans la reconnaissance de leurs compétences en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie. Une promotion de 10 tuteurs chauffeurs se verra remettre en 2015 un "Certificat de Compétences Entreprise" étoffant ainsi l'équipe des 6 tuteurs déjà certifiés.

"Quand j'interviens auprès de mes collègues, j'observe leur conduite, avant de leur donner des conseils d'amélioration [...].Être tuteur est pour moi une satisfaction, car j'aime transmettre, échanger et accompagner mes collègues en répondant à leurs questions" commente Aymeric Rabet, chauffeur et tuteur certifié.

Après le succès du déploiement du tutorat chauffeur-livreur, nous avons souhaité étendre le dispositif au métier de préparateur. Sur l'année 2014, 30 tuteurs préparateurs de commandes de l'enseigne Transgourmet et 2 de l'enseigne Eurocash, ont été formés sur des programmes de trois jours par collaborateur. Leur mission : accompagner les nouveaux entrants dans leur parcours d'intégration afin de leur transmettre compétences, bonnes pratiques et retours d'expérience.

66 **tuteurs** (préparateurs et chauffeurs) **formés** depuis 2009

Garantir l'**adaptation** au poste de travail et développer l'**employabilité** des collaborateurs

Dès 2012, nous nous sommes attelés au développement de l'employabilité de nos collaborateurs les plus fragiles au regard de leurs faibles qualifications et maîtrises des savoirs de base.

175 **stagiaires VIA formés** depuis sa création en 2012

175 bénéficiaires, prioritairement issus des métiers Entrepôt et Transport, ont participé au programme VIA (socle de compétences) et 13 500 heures de formations ont été dispensées. Chaque collaborateur a bénéficié d'un parcours de formation individualisé d'au moins 70 heures, et développé ainsi son autonomie sur les plans professionnels et personnels. Ceci contribue pour l'entreprise, à améliorer le travail en équipe, les relations avec les clients et le climat social.

Développer les produits et services à destination des salariés dans le cadre du **logement**

Montant total des prestations

octroyées en 2014 aux collaborateurs de Transgourmet France pour l'aide au logement

409 668 euros

En France, la participation des employeurs à l'effort de construction est un dispositif qui permet d'aider les salariés à se loger grâce à un versement des entreprises.

Cette obligation est une opportunité d'apporter un soutien à nos collaborateurs. Dans ce cadre, nous réalisons régulièrement sur chaque établissement des permanences afin d'aider nos salariés dans la concrétisation de leurs projets immobiliers. Ainsi, en 2014, 58 prestations ont été délivrées : relogement (16), prêt pour la réalisation de travaux, prêt pour l'acquisition, prise en charge d'impayés, etc.

Prochains chantiers

Organiser la démarche Handicap de l'entreprise

Nous sommes soucieux du respect de nos collaborateurs, de leurs compétences et de la prévention des discriminations. Aussi, nous souhaitons développer notre politique actuelle autour du handicap. À cet effet, en 2014, un référent national a été nommé et sa mission est de promouvoir au niveau national l'insertion des salariés handicapés dans l'entreprise.

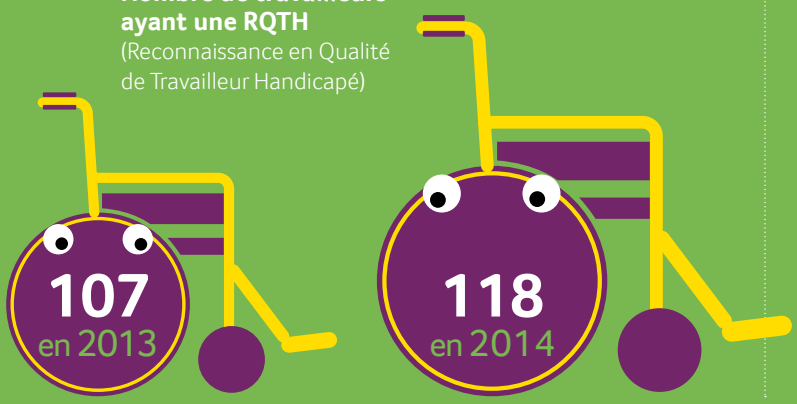
Dans ce cadre, diverses actions de sensibilisation autour du handicap sont prévues en 2015.

Une campagne de sensibilisation de nos collaborateurs à la question du handicap sera lancée début 2015 avec la création et la diffusion d'une brochure.

En février 2015, dans le cadre du "mois du handicap", chaque établissement accueillera durant une demi-journée un ambassadeur extérieur, reconnu travailleur handicapé. Ce dernier aura une mission d'écoute et de conseil auprès des salariés désirant échanger ou être accompagnés dans leur démarche.

Enfin, au sein de notre enseigne Transgourmet, des négociations sont en cours avec les organisations syndicales afin de signer un accord sur le handicap. Celui-ci prévoit notamment le recrutement d'au moins 15 collaborateurs handicapés dans les 3 ans et la création d'une commission santé/emploi régionale qui aura pour mission de débattre des éventuelles orientations, formations, aménagements horaires et/ou de poste, permettant de privilégier le reclassement de chaque salarié devenu handicapé.

Nombre de travailleurs ayant une RQTH
(Reconnaissance en Qualité de Travailleur Handicapé)



Améliorer la préservation de l'équilibre vie professionnelle/ vie personnelle des collaborateurs

Nous sommes conscients de l'importance et des bénéfices, aussi bien pour l'entreprise que pour les collaborateurs, d'un équilibre vie professionnelle/vie personnelle. C'est pourquoi dès 2015, les actions, listées ci-dessous, seront lancées :

- Réalisation d'une charte pour une meilleure conciliation vie professionnelle/vie personnelle à destination des managers encadrant des collaborateurs ;
- Réalisation d'un entretien de pré-départ en congé maternité ou parental, pour préparer le congé et faciliter le retour en poste des salariés ;
- Réduction de la durée journalière de travail d'un quart d'heure sans réduction de salaire pour les femmes enceintes à l'expiration du 4e mois de grossesse ;
- Aménagement de l'emploi du temps des collaborateurs lors de la rentrée scolaire pour accompagner les enfants le jour de la rentrée des classes de la maternelle à la 6e inclus.

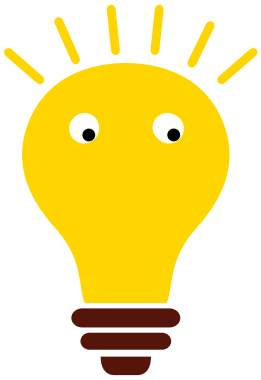
environnement

L'environnement est le bien que nous partageons avec tous. Nous en héritons et nous le léguons. Nous en connaissons l'importance et la fragilité. Année après année, nous multiplions les initiatives pour le préserver. C'est en agissant ainsi que nous pourrons continuer de **Partager**le**meilleur**.

Utiliser durablement les ressources

Réduire les consommations d'électricité

Consommation d'**électricité** par m²
(périmètre Transgourmet France)



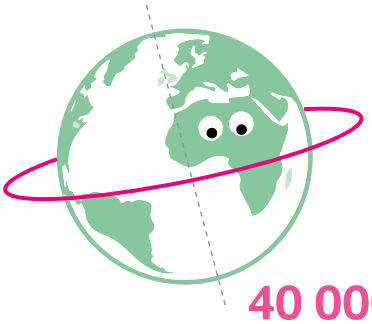
2013 **230** KWh / m²
2014 **216** KWh / m²

●●●○ Investir dans des **matériels** et des **installations moins énergivores**

2014 est l'année de la construction du nouveau bâtiment de notre siège social et de notre nouvel établissement de Valenton (Val de Marne). Les deux bâtiments ont été conçus de façon à limiter au mieux les pertes énergétiques.
Ainsi, le bâtiment du siège social a été érigé dans le respect de la dernière réglementation thermique, dite RT 2012. L'entrepôt, quant à lui, bénéficie d'améliorations telles que l'installation de 15 puits de lumière supplémentaires par rapport à l'ancien bâtiment, pour un éclairage naturel. **Un régulateur de tension, tel que ceux déjà existant sur les établissements de Transgourmet Rhône, Centre Ouest, Ouest et Nord, a également été installé. Ainsi, 8 à 10 % d'économie d'électricité est espéré en moyenne par an.** Enfin, le remplacement de l'ensemble des luminaires de Transgourmet Rhône par des tubes fluorescents permet une économie de 120 mégawatt/an. L'expérience, si elle est concluante, sera ensuite déployée sur l'ensemble des établissements.

●●○○ Appliquer les **bonnes pratiques** énergétiques

Outre le choix de notre matériel, l'application de bonnes pratiques par nos collaborateurs est primordiale pour limiter les consommations d'électricité. **Un guide des bonnes pratiques pour la gestion des bâtiments a ainsi été diffusé en 2014 auprès de tous les techniciens de maintenance.** Il donne des conseils sur la gestion des matériels, des bureaux, des locaux de charge et des entrepôts notamment. L'efficacité de ce déploiement est évaluée par le suivi des consommations d'électricité.



40 000 km
(soit la circonférence de la Terre)
de **film plastique économisé par an** grâce à l'utilisation de rolls munis de bâches repositionnables pour la préparation des commandes de nos clients

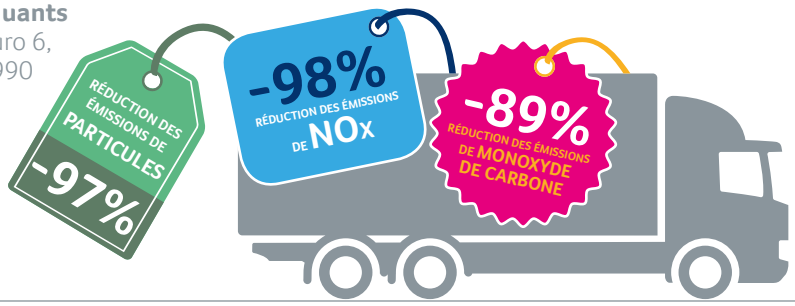
Réduire les consommations de carburant

●●●○ Maintenir la baisse de consommation de **carburant**

Cette pratique fermement ancrée a permis de diminuer nos consommations de carburant des camions d'environ 1,5 million de litres par rapport à 2012 (chiffres Transgourmet), soit une réduction d'environ 15 % de la consommation. L'effort porte surtout sur l'application des bonnes pratiques de conduite rationnelle, inculquées aux chauffeurs-livreurs grâce à l'action des tuteurs-chauffeurs (voir p. 18). La réduction des kilomètres parcourus de près de 3 millions entre 2012 et 2014 (chiffres Transgourmet), grâce à notre outil géologistique d'optimisation des tournées, y a également fortement contribué.

Poursuivre la réduction des pollutions

Réduction des émissions de polluants
entre les normes Euro 0 et Euro 6, depuis 1990



Investir dans une flotte de **véhicules moins polluants**

Pour limiter les pollutions sonores et de l'air, **nous nous sommes dotés en 2014 de 6 camions urbains (7,5 t) dont la particularité du groupe froid est d'être alimenté non pas avec du Gazole Non Routier (GNR), mais avec de l'électricité, provenant d'une génératrice directement liée au moteur du camion**. En parallèle, le plancher et les hayons des véhicules ont été adaptés afin de diminuer les nuisances sonores.
Dans la même lignée, un nouveau type de camion possédant un groupe froid 100 % autonome, alimenté par une batterie, est en test sur l'établissement de Transgourmet Valenton.
En 2014, nous avons aussi lancé le renouvellement de notre flotte avec des camions poids lourds à la norme Euro 6.

Plus contraignante que les autres, la norme Euro 6 impose que les moteurs soient construits de manière à diminuer les rejets de gaz à effet de serre et les polluants, ainsi qu'à abaisser les niveaux sonores. 120 camions, soit 20 % de la flotte, ont aussi vu leurs rideaux relevant automatisés, permettant ainsi d'atténuer le bruit émis lors des livraisons.

Enfin, notre parc de voitures n'est pas en reste et 2 voitures 100 % électriques sont mises à la disposition des collaborateurs en libre-service sur Transgourmet Fruits & Légumes*.

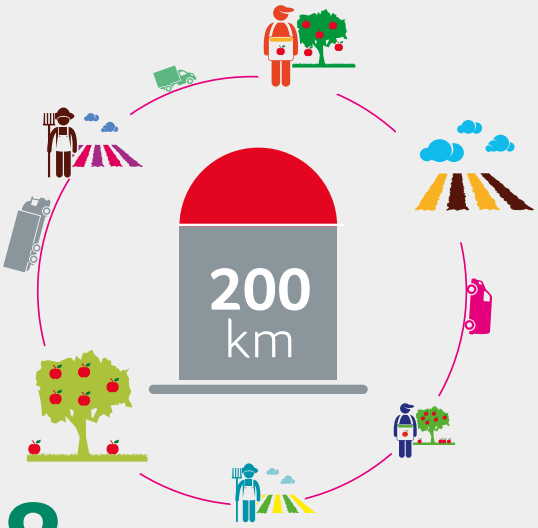
Améliorer la gestion des **déchets**

Depuis 2012, nous avons mis en place une politique nationale de gestion des déchets. Réduction de la casse en entrepôt, optimisation des stocks, tri et valorisation des déchets (recyclage des cartons, retraitement par Emmaüs du matériel informatique obsolète, méthanisation des déchets organiques, etc.) sont des pratiques quotidiennes pour réduire et valoriser nos déchets. Chez Transgourmet Seafood, l'ensemble des sous-produits de transformation du poisson sont redirigés vers des filières de nourriture animale.
Ainsi, 72 % de nos déchets ont été valorisés en 2014.

Acquis

Promouvoir des produits respectueux de l'environnement

Nous mettons en avant les produits respectueux de l'environnement grâce à notre gamme de produits Bio et aussi au travers de notre marque Jardins de Pays pour les fruits et légumes. **Transgourmet Fruits & Légumes* promeut ainsi les producteurs localisés dans un rayon maximum de 200 km** autour des établissements de Rungis et Mantes-la-Jolie. Les pratiques culturales sont un autre critère fondamental de référencement à la marque Jardins de Pays comme la limitation des intrants et pesticides, la préservation des sols, ou encore l'optimisation de l'utilisation de l'eau.



28 producteurs
Jardins de Pays en 2014

* All Fresh Logistique en 2014

Conduire une démarche environnementale globale

Acquis

Contribuer au maintien de la biodiversité

La culture des fruits et légumes de la marque Jardins de Pays participe au maintien du paysage et de la biodiversité. Près de 80 variétés de fruits et légumes sont ainsi cultivées dans le respect de leur saisonnalité et en utilisant des pratiques culturales telles que l'introduction d'insectes auxiliaires ou de ruches, de haies pour les lapins, etc. afin de recréer les écosystèmes. Transgourmet Fruits & Légumes* contribue également à maintenir la culture de variétés anciennes, comme les carottes de couleur.

●●○○

Poursuivre nos actions pour atténuer le **changement climatique**

Premier distributeur suisse à s'engager auprès des pouvoirs publics à accroître son efficacité énergétique, notre actionnaire Coop s'est fixé un objectif ambitieux dès 2008 : parvenir à un bilan CO_2 neutre en 2023. Pour atteindre cet objectif, Coop entend diminuer de 50 % ses émissions de CO_2, puis de compenser les émissions n'ayant pas pu être évitées. La stratégie consiste à réduire de 20 % les consommations d'énergie et d'augmenter la part des énergies renouvelables. Concrètement, des actions sont mises en place sur l'alimentation en électricité (utilisation exclusive d'énergie hydraulique réduisant ainsi de moitié les émissions de CO_2), au niveau des points de vente (application dans tous les magasins neufs et rénovés d'une norme imposant des standards quant au chauffage et au traitement de l'eau par exemple), mais aussi au niveau des entreprises de production (besoins énergétiques couverts à 10 % par le biogaz) et des transports (camions roulant au biodiesel et au biogaz privilégiés, rachat d'une entreprise de transport ferroviaire et routier de marchandises permettant de substituer le transport routier par le transport ferroviaire…).

Ainsi, en 2013, et sous l'impulsion de Coop, **nous nous sommes fixés de réduire de 20 % la quantité d'équivalent CO_2 émis par tonne de produits livrés d'ici à 2023**. Toutes les actions citées dans les chapitres précédents ainsi que des initiatives telles que l'installation de salles de visioconférences pour limiter les déplacements par exemple, ont aussi permis de diminuer d'environ 7 % ce ratio par rapport à 2012, année de référence.

Notre Bilan Réglementaire des Emissions de Gaz à Effet de Serre (BEGES) sera disponible courant 2015.

●●●○

Valoriser notre **démarche environnementale**

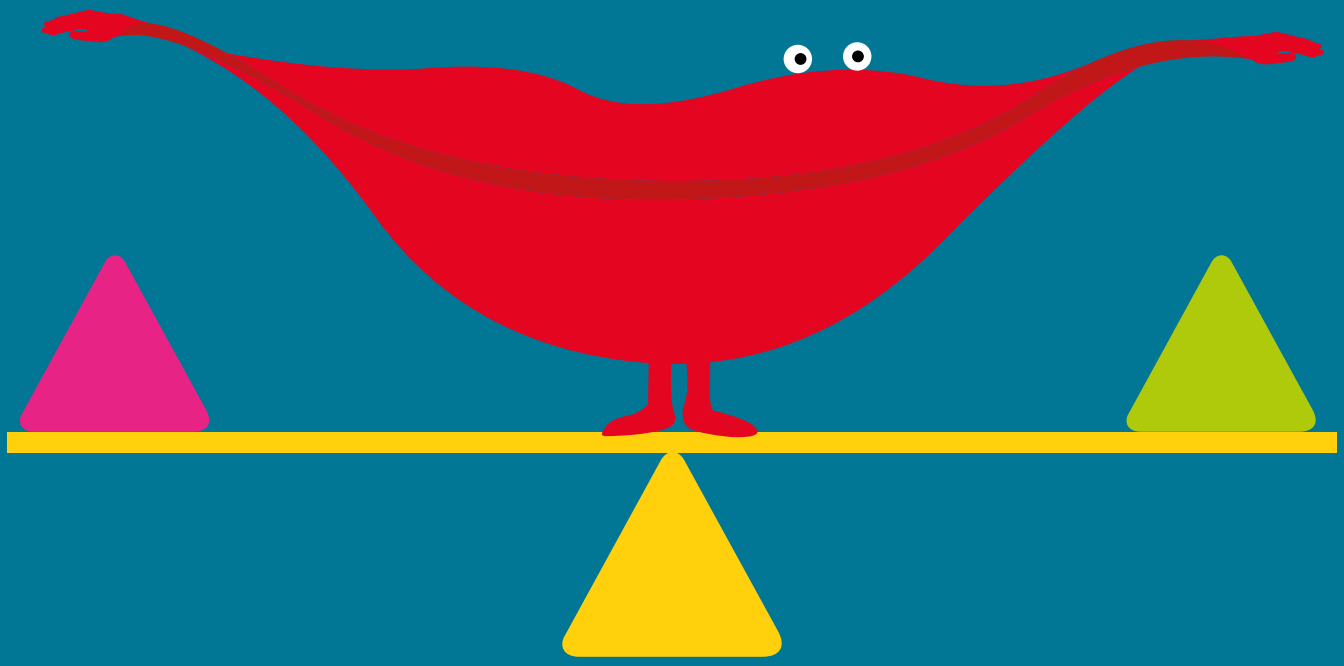
Les actions citées précédemment sont valorisées par des démarches volontaires.

Par exemple, nos actions engagées sur notre flotte de camions nous ont naturellement conduits à signer la charte "Objectif CO_2 - les Transporteurs s'engagent" en 2012.

La certification ISO 14001 des deux établissements Transgourmet Fruits & Légumes* de Rungis et de Mantes-la-Jolie récompense toutes les actions menées pour prévenir les pollutions et utiliser durablement les ressources.

* All Fresh Logistique en 2014

loyauté des pratiques



Partagerle**meilleur** n’est pas juste une incantation généreuse, c’est aussi une attention rigoureuse portée au respect des bonnes pratiques. Nous ne transigeons pas sur les principes de loyauté et de respect.

Acquis

Contrôler nos processus pour garantir des pratiques transparentes et loyales

Grâce à notre actionnaire suisse Coop, nous avons mis en place un Système de Contrôle Interne (SCI) en 2 étapes : tout d'abord la formalisation des pratiques référentes dans notre métier, et ensuite le contrôle de la bonne application de ces pratiques. **Le SCI nous permet ainsi de garantir l'effectivité et la transparence de nos pratiques et par là-même, de répondre à une exigence de conduite éthique des affaires.**

Le SCI couvre les principales activités de l'entreprise, ce qui nous permet de :

- **protéger** les actifs
- **prévenir** les risques de fraudes
- **détecter** les défaillances
- **assurer** la fiabilité de notre gestion
- **garantir** l'exactitude et l'intégralité des enregistrements comptables
- **rendre compte** de l'activité par un reporting financier pertinent

Respecter notre code de conduite interne

Notre code de conduite formule des lignes directrices obligatoires à suivre lors des relations avec nos fournisseurs. Il s'applique à tous les collaborateurs qui achètent des marchandises, des prestations de service, des biens immobiliers et des terrains, ou qui passent tout type de commande à des tiers. Ce code peut s'étendre aux relations avec les autorités.

Il exige de chaque collaborateur d'adopter un comportement éthique sur les aspects suivants : esprit de coopération avec nos partenaires commerciaux, négociations loyales, approvisionnement de produits de qualité afin de répondre aux exigences de nos clients.

Par ailleurs, ce code de conduite prévoit très précisément de respecter la mise en concurrence des fournisseurs et d'adopter un comportement responsable au regard de notre influence sur le marché.

Nos collaborateurs sont également soumis à l'obligation de ne pas se procurer d'avantages grâce à leurs relations avec les fournisseurs (commissions, prêts, cadeaux...) et il leur est interdit de proposer aux autorités publiques des avantages matériels.

Enfin, nous possédons un règlement des compétences qui permet de régir le cadre de responsabilité des grandes décisions prises dans l'entreprise.

Acquis

Collaborer et s'engager dans des partenariats avec les producteurs agricoles

La coopération entre Transgourmet Fruits & Légumes* et les producteurs de la gamme Jardins de Pays se traduit par la signature de contrats triennaux, avec une garantie de rémunération pour les producteurs à hauteur de 80 % du chiffre d'affaires de l'année précédente.

Outre la stabilité qu'elle offre, la garantie d'un minimum d'achats permet à nos producteurs de s'engager sur des investissements à long terme (acquisition de matériel, de terrain...).

Prochaine étape du renforcement de notre coopération avec nos partenaires commerciaux : la mise en place de contrats tripartites entre Transgourmet Fruits & Légumes*, les producteurs et les clients, sur une durée de 5 ans.

* All Fresh Logistique en 2014

91 %
des fiches techniques des produits en marques propres **mises à jour** en 2014 dans le cadre de la réglementation **INCO**

Améliorer l'**information** donnée aux clients sur les produits

Suite à la crise provoquée par la fraude à la viande de cheval en 2013, nous nous sommes engagés à améliorer et à fiabiliser l'information donnée aux clients et aux convives sur les produits. Ainsi, **dans le respect du Règlement européen 1169/2011 ou Réglement INCO (Information aux Consommateurs)** qui rend obligatoire l'affichage d'informations spécifiques utiles pour les clients tels que les allergènes ou encore les valeurs nutritionnelles, l'ensemble des étiquettes et des fiches techniques de nos produits en marques propres ont été révisées et mises en conformité en 2014. Notre catalogue de produits, disponible sur internet, a également été mis à jour.

Garantir à nos clients des **produits conformes** et **non frauduleux**

Pour s'assurer du respect des cahiers des charges de nos produits en marques propres, nous réalisons des analyses microbiologiques et physico-chimiques (nutritionnelles, contaminants...). Une procédure détermine ainsi le plan d'analyses selon la typologie des produits.

La plupart des analyses que nous réalisons sont une vérification de la conformité réglementaire. Néanmoins, nous allons au-delà de ces impératifs en ce qui concerne les analyses microbiologiques. En effet, nous nous basons sur les critères plus exigeants de notre syndicat professionnel, la Fédération des établissements du Commerce et de la Distribution (FCD), et nous travaillons en collaboration avec un laboratoire qui nous prodigue des conseils adaptés.

Des analyses complémentaires peuvent également être réalisées, en fonction du produit : analyses ADN pour les viandes et poissons ou encore analyses sensorielles pour l'huile d'olive par exemple.

2868 analyses
produits réalisées en 2014 par un laboratoire indépendant

L'objectif : détecter et éviter les fraudes, qu'il s'agisse d'adultération (ajout d'un produit de moindre valeur à un autre produit), ou encore de glazurage pour augmenter artificiellement le poids des produits de la mer (poissons, coquillages...), par exemple.

Enfin, des audits des fournisseurs des produits en marques propres sont réalisés par des organismes extérieurs. Ceux-ci sont contrôlés en fonction du risque qu'ils présentent d'un point de vue de la sécurité des aliments.

Parole d'**expert**

Hansueli Loosli

Président du Conseil d'administration
Transgourmet Holding

M. Loosli qui êtes-vous ?

H.L. Je suis quelqu'un qui aime les gens et qui, lorsqu'il agit, le fait avec enthousiasme et conviction. En tant que président du Conseil d'administration, je reste fidèle à ma passion : le commerce. Enfant déjà, j'aidais ma mère dans son petit magasin. J'ai tout de suite aimé le commerce et cet amour m'est resté toute ma vie.

Le commerce, c'est le changement ! Être confronté chaque jour à de nouvelles situations, accueillir les changements comme des défis à relever, c'est ce qui m'a plu dès le début. J'aime aussi collaborer avec des gens de tous horizons, discuter avec des collègues ou avec des clients. C'est comme cela que je sens les affaires, que je vois d'où peuvent venir les dangers et les opportunités. C'est bon de voir chez les autres cette passion qui m'habitait déjà enfant.

Que signifie pour vous la loyauté des pratiques ?

H.L. La loyauté des pratiques est indispensable à toute entreprise. Elle suppose respect et confiance, deux valeurs indispensables lorsqu'on veut voir aboutir une collaboration humaine. Ces valeurs sont aussi importantes pour le groupe Coop. Nous plaçons les principes écologiques, sociaux et éthiques au centre de nos préoccupations.

Quels sont les dispositifs de Coop garantissant la loyauté des pratiques en interne, envers nos fournisseurs et envers nos clients ? Comment s'assure-t-on de leur application ?

H.L. Nous appliquons le Code de conduite du groupe Coop de manière systématique. Ce code est signé par les nouveaux collaborateurs à partir d'un certain niveau de management dès leur entrée en fonction, au même titre que le contrat de travail. Les supérieurs hiérarchiques sont responsables du respect des principes qu'il contient. Ce qui compte, c'est que chaque collaborateur puisse s'adresser à un interlocuteur interne en la matière.

Comment a été élaboré le Code de conduite interne ? A qui est-il destiné ?

H.L. Les questions relatives au droit de la concurrence ont pris de l'importance au fur et à mesure de la croissance du groupe Coop, jusqu'au moment où des directives valables pour tous les collaborateurs se sont avérées nécessaires. C'est ainsi que le Code de conduite est né en 2005, généralisant des règles sur les relations avec les fournisseurs et autres partenaires commerciaux.

Ce code s'adresse aux acheteurs, mais aussi plus généralement à tous les collaborateurs en contact direct avec des partenaires commerciaux.

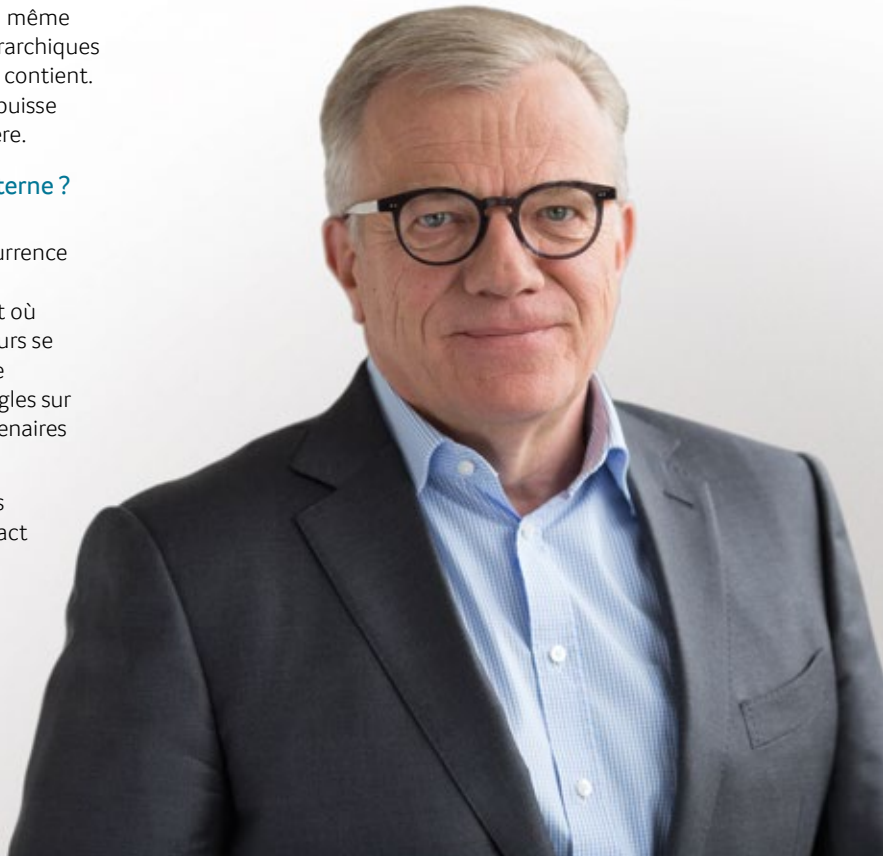
Comment cela s'applique pour Transgourmet ?

H.L. Transgourmet a son propre Code de conduite, dérivé de celui du groupe Coop. Les éléments centraux en sont le respect des dispositions légales, en particulier celles qui concernent les fraudes ou les évasions fiscales. Beaucoup de ces principes semblent évidents :

> *« Nous entretenons avec nos fournisseurs des relations de partenariat basées sur le long terme et le respect des engagements, et orientées vers la performance et la création de valeur, avec des perspectives de développement durable tant pour Transgourmet que pour eux. »*

Ou bien prenons l'exemple de l'enrichissement personnel : nous n'offrons pas de cadeaux à nos partenaires commerciaux et nos collaborateurs s'engagent à n'accepter des fournisseurs, ni avantages directs ou indirects, ni pour eux-mêmes ni pour des tiers, que ce soit sous forme d'argent, de cadeaux ou de tout autre avantage financier.

Ces principes d'ordre général sont complétés par des directives spécifiques à Transgourmet, concernant les relations avec les fournisseurs, les exigences de qualité, la marche à suivre avec la concurrence, et les cadeaux et autres commissions.



protection du client et consommation responsable

Nous permettons à de milliers de professionnels de nourrir chaque jour des millions de personnes. Nous mesurons donc aisément le poids de nos responsabilités et de nos obligations. Nous les avons résumées simplement : **Partager**le**meilleur**.

●●●○

Obtenir la **certification ISO 22000** pour l'ensemble de nos établissements

- Entrepôts Transgourmet certifiés ISO 22000
- Entrepôts Transgourmet Fruits & Légumes* certifiés ISO 22000
- Entrepôts en projet de certification ISO 22000
- Entrepôts à certifier

La certification selon la norme internationale ISO 22000, centrée sur la sécurité des denrées alimentaires, constitue un gage de notre professionnalisme, vis-à-vis de nos clients, mais aussi vis-à-vis de nos fournisseurs et de nos collaborateurs :

- **Pour nos clients professionnels de l'alimentaire**, c'est la garantie de leur livrer l'ensemble des produits qu'ils commandent, en toute intégrité et en garantissant leur sécurité ;
- **Pour nos fournisseurs**, c'est l'assurance de travailler avec un distributeur respectueux de leurs produits et de leur image de marque ;
- **Pour nos collaborateurs**, c'est l'opportunité d'acquérir des compétences adaptées au secteur de l'agroalimentaire, qu'il s'agisse de vendre, manipuler ou transporter des produits.

Notre objectif est de faire certifier plus de 50 % de nos établissements d'ici 2015. À date, le siège de Transgourmet France, 6 établissements Transgourmet et 2 établissements Transgourmet Fruits & Légumes* sont certifiés ISO 22000. Trois établissements supplémentaires devraient rejoindre le club des certifiés en 2015.

●●○○

Mettre en place des dispositifs pour promouvoir la **consommation de produits responsables**

Encourager et promouvoir la consommation de produits responsables est l'un des objectifs stratégiques d'entreprise que nous nous sommes fixés. Ainsi, nous souhaitons doubler la part du chiffre d'affaires des produits responsables dans le chiffre d'affaires total du Groupe d'ici à 2020, par rapport à 2012.

Pour cela, les établissements Transgourmet et Transgourmet Fruits & Légumes* sont certifiés pour la distribution de produits issus de l'agriculture biologique. Notre offre en produits Bio est aujourd'hui bien implantée et régulièrement suivie.

De son côté, notre atelier de transformation Transgourmet Seafood a obtenu en 2014 les certifications MSC (Marine Stewardship Council) et Label Rouge. La première certification garantit que les produits sont issus de pratiques de pêche responsables. Quant au Label Rouge, il promeut des produits de qualité supérieure aux produits standards.

* All Fresh Logistique en 2014

Dans le cadre de sa démarche de filière, Transgourmet Fruits & Légumes* met en place des partenariats durables avec ses fournisseurs.

Pour proposer à nos clients un ananas totalement maîtrisé du champ à l'assiette, nous avons choisi de travailler avec Keelings, acteur majeur de la production et de la distribution de fruits et légumes, qui bénéficie de filières directes dans 43 pays.

Le choix de Keelings a notamment été motivé par :

- **une démarche qualité** rigoureuse (certifications Global Gap et Sedex...),
- **un système de traçabilité** pertinent,
- **une contribution au développement** des populations locales des pays dans lesquels les filières sont implantées,
- **des exigences environnementales** élevées en ce qui concerne les pratiques culturales (objectif "Carbone neutre").

Le partenariat ainsi créé engage dans la durée diverses parties prenantes : Keelings, ses producteurs, Transgourmet Fruits & Légumes* et nos clients.

* All Fresh Logistique en 2014

Contribuer à sensibiliser nos clients à la **nutrition** et les aider à **réduire le gaspillage alimentaire** grâce à l'**offre e-Quilibre**

e-Quilibre est un service que nous proposons à nos clients de la restauration collective, accessible grâce à une simple connexion internet.

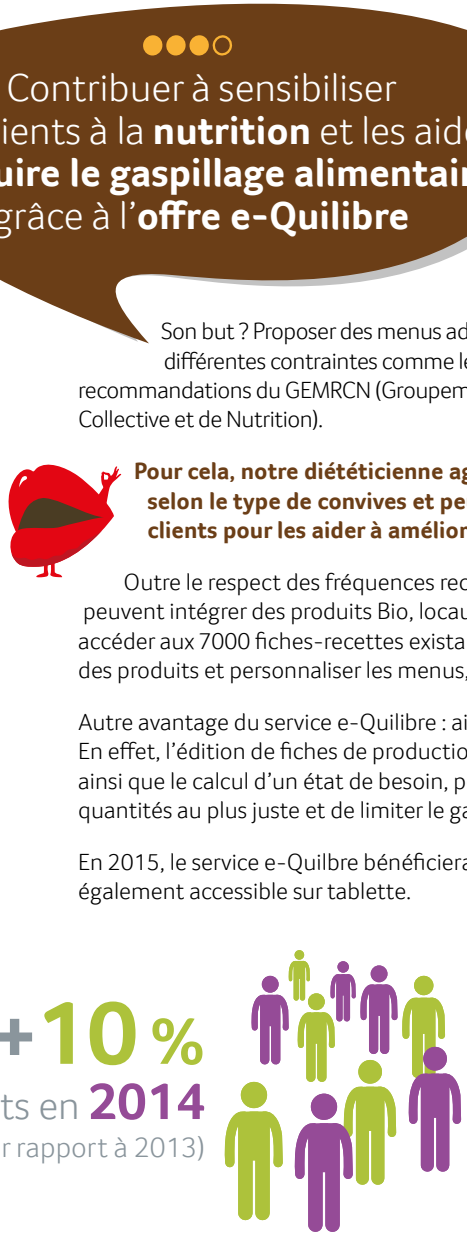
Son but ? Proposer des menus adaptés aux convives de nos clients en intégrant différentes contraintes comme le respect du budget et la conformité aux recommandations du GEMRCN (Groupement d'Étude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition).

Pour cela, notre diététicienne agréée a établi près de 40 plans alimentaires selon le type de convives et peut adapter et contrôler les menus de nos clients pour les aider à améliorer la qualité nutritionnelle des repas servis.

Outre le respect des fréquences recommandées par le GEMRCN, ces menus peuvent intégrer des produits Bio, locaux et de saison. Par ailleurs, les clients peuvent accéder aux 7000 fiches-recettes existantes, fiches techniques et valeurs nutritionnelles des produits et personnaliser les menus, conservant ainsi leur autonomie.

Autre avantage du service e-Quilibre : aider nos clients à limiter le gaspillage alimentaire. En effet, l'édition de fiches de production (détails des produits par recette et convive) ainsi que le calcul d'un état de besoin, permettent à nos clients de commander des quantités au plus juste et de limiter le gaspillage.

En 2015, le service e-Quilbre bénéficiera d'améliorations ergonomiques et sera également accessible sur tablette.



●●●○

Améliorer notre qualité de services grâce à la **certification Qualicert**

La certification Qualicert définit un standard de qualité de service et permet de sécuriser et d'améliorer de façon permanente la chaîne de services. Une seule commande, une seule livraison, une seule facturation : notre concept multiproduits nécessite un engagement sans faille, de la prise de commande à la livraison. **Notre démarche qualité s'articule ainsi autour de trois engagements que nous prenons auprès de nos clients : les aider à faire le meilleur choix, leur apporter un service logistique sur mesure et garantir une qualité de service à chaque étape**.

Qualicert contribue à mobiliser nos collaborateurs et met en valeur leurs compétences professionnelles au service des clients. À travers cette démarche, c'est chaque service de l'entreprise qui se mobilise et s'engage pour la satisfaction de nos clients.

Notre objectif : obtenir en 2015 la certification Qualicert de la totalité des établissements du réseau Transgourmet dédiés à la restauration hors domicile.

1
seule commande
seule livraison
seule facturation

Prochain chantier

Intégrer des critères de développement durable dans le référencement de nos produits en marques propres

La définition de nos exigences en ce qui concerne nos produits en marques propres permet de donner une visibilité à nos engagements et de véhiculer une image forte, montrant notre implication dans la conception de nos produits.

Nous avons ainsi défini des minima sur les plans sanitaire, nutritionnel ou environnemental. Notre objectif : encourager nos industriels partenaires pour qu'au moins 80 % de nos produits en marques propres soient conformes à nos exigences d'ici à 2020.

Par exemple, nous souhaitons privilégier l'utilisation de l'huile de palme d'origine durable (certification RSPO - Roundtable on Sustainable Palm Oil), pour limiter la déforestation et l'impact sur les populations dans les pays producteurs. Nous souhaitons également orienter la fabrication de nos produits en marques propres vers l'utilisation de produits de la mer issus d'espèces non menacées. Enfin, nous avons identifié d'autres axes d'améliorations tels que la diminution du taux d'acides gras trans ou de sel dans les produits.

communauté et développement local

Nous avons le goût des bonnes choses et des initiatives tournées vers les enfants, les personnes handicapées, les talents... et nos voisins. **Partager**le**meilleur** est une manière de vivre, généreuse et bienveillante.

●●○○

S'impliquer dans les cursus de formation initiale de notre filière par l'**accueil de stagiaires, d'alternants** ou par des interventions

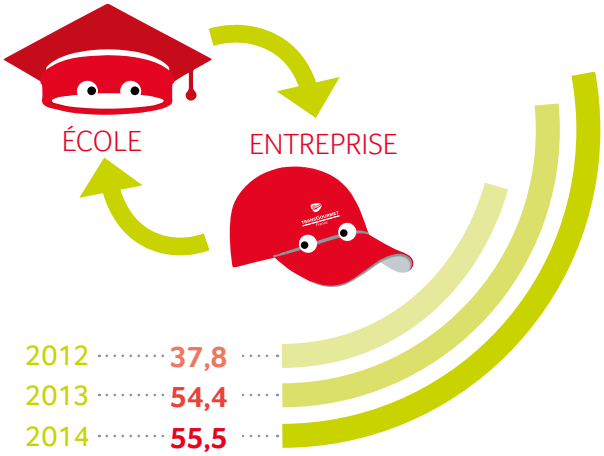
Chaque année, nous permettons à une centaine d'étudiants de tous métiers et niveaux d'avoir une expérience professionnelle, et ainsi de découvrir ou parfaire leur connaissance du monde de l'entreprise.

Engagés sur une vision à long terme, nous travaillons à la mise en œuvre de partenariats privilégiés avec les écoles afin de mieux faire connaître nos métiers et opportunités aux étudiants. Les relations avec les écoles et l'intégration des stagiaires et alternants sont deux axes forts de la stratégie de recrutement du Groupe. Différentes actions seront conduites dans le cadre de ces partenariats : visites d'établissements, présentation des métiers dans les écoles, études de cas, simulations d'entretien, forums, etc.

Actuellement, les alternants comptent pour 1,75 % des effectifs de Transgourmet France avec l'objectif d'atteindre les 3 % d'ici à 2015.

Dans ce cadre et pour la première fois, nous étions présents du 16 au 18 janvier 2015 sur le salon de l'apprentissage et de l'alternance à Paris : l'occasion pour nous d'aller à la rencontre des futurs jeunes actifs, de gagner en visibilité et d'anticiper les recrutements de la rentrée de septembre 2015. Sur ces 3 jours, des centaines d'étudiants ont visité le stand Transgourmet et plus de 200 CV ont été récoltés.

Nombre moyen d'**alternants**



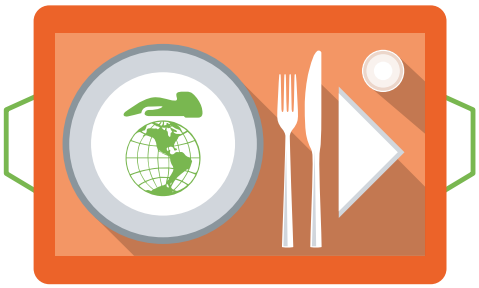
●●○○

Soutenir les **initiatives** de notre filière **en faveur du développement durable**

Dans la lignée de l'initiative Campus Responsables (www.campusresponsables.com), la Fondation Nicolas Hulot (FNH), le réseau RESTAU'CO et l'association Graines de Changement travaillent ensemble pour construire une méthode d'accompagnement et favoriser une restauration collective plus responsable, dans les établissements de restauration en gestion directe.

Une réunion avec l'ensemble des parties prenantes de la filière a été menée en juillet 2014 pour échanger sur la mise en place d'un dispositif de certification participative selon le référentiel "Restaurant durable" : 65 professionnels du secteur, producteurs, élus et citoyens y ont participé, et Transgourmet en faisait partie !

Plusieurs pistes ont été proposées à l'issue de ce groupe de travail afin de préciser le rôle de chacun, et lancer une expérimentation en 2015 dans des restaurants scolaires.



Acquis

Nombre d'**ESAT** avec lesquels nous travaillons

31

Collaborer avec des ESAT
(Établissements et Services d'Aide par le Travail)

Les Établissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT) permettent à une personne handicapée d'exercer une activité dans un milieu protégé si elle n'a pas acquis assez d'autonomie pour travailler en milieu ordinaire, et facilitent ainsi l'intégration de ces personnes.

Outre l'embauche des personnes en situation de handicap, nous contribuons à l'intégration des travailleurs handicapés au travers du financement et de la construction de partenariats avec des entreprises du secteur protégé. Chaque année, nous multiplions ces partenariats qui se concrétisent soit par l'achat de fournitures à un ESAT, soit par la mise en place de sous-traitance (entretien des espaces verts, lavage de camions...) ou par le financement d'ESAT. Des contrats de prestations de services ou d'achat de fournitures à hauteur de 299 800 € ont été réalisés en 2014 avec des ESAT.

Promouvoir l'**économie locale**

Avec ses 61 sites et plateformes, Transgourmet France contribue à l'économie locale en employant près de 3800 collaborateurs dont 300 télévendeur(se)s ou 960 chauffeurs-livreurs, tous basés en France.

Par ailleurs, 88 % de nos fournisseurs sont établis sur le sol français. Nous proposons également un assortiment total de près de 2500 produits locaux et régionaux. Ce sont donc aujourd'hui plus de 200 fournisseurs régionaux qui sont mis en avant et bénéficient d'une ouverture sur le marché de la Restauration Hors Domicile.

La gamme Jardins de Pays va plus loin et incarne notre engagement à promouvoir l'économie locale. En effet, les produits de cette gamme sont cultivés dans un rayon de 200 km autour des établissements de Transgourmet Fruits & Légumes* situés en région parisienne. **Près de 30 producteurs sont ainsi engagés dans ce partenariat et proposent plus de 80 variétés de fruits et légumes de saison.**

"Les produits locaux connaissent un succès croissant de toutes parts car nos clients intègrent de plus en plus les notions de proximité géographique et de développement du tissu économique local. Transgourmet se positionne comme un partenaire fiable [...]. L'enjeu est maintenant d'utiliser davantage notre force logistique pour faciliter l'acheminement des produits locaux vers nos clients."
Jérôme Goudichaud, Chef de file Marchés Publics de Transgourmet Aquitaine et Midi-Pyrénées.

* All Fresh Logistique en 2014

Jardins de pays

évolution
du chiffre d'affaires
"Jardins de Pays"

Promouvoir le **patrimoine culinaire français et européen**

●●●○

Pour partager le meilleur avec nos clients et mettre en avant la richesse et la qualité du fleuron du patrimoine culinaire français qu'est le fromage, nous avons noué un partenariat fort en 2014 avec Marie Quatrehomme. Cette femme fromager affineur basée à Paris a été récompensée pour son niveau d'excellence technique et sa créativité, en recevant la distinction de meilleur ouvrier de France (MOF) en 2000.

En nous appuyant sur l'expertise de Marie Quatrehomme, nous avons composé avec elle, une gamme représentative des grandes familles de fromages français, en sélectionnant des producteurs régionaux réputés pour leur savoir-faire et la qualité de leurs produits.

27 variétés de fromages composent la gamme dont 21 sont des AOP (Appellation d'Origine Protégée) comme le roquefort et 2 des IGP (Indication Géographique Protégée) comme la tomme de Savoie au lait cru. Ces deux signes officiels de qualité témoignent d'un savoir-faire reconnu et rattaché à une aire géographique déterminée.

Promouvoir les talents culinaires de tous horizons fait également partie de nos missions ! En 2014, nous avons organisé un concours culinaire international : Les Chefs en Or. Venus de différents pays européens, les chefs invités ont élaboré une recette à partir de trois de nos produits, choisis par Thierry Marx, chef étoilé du Mandarin Oriental et Président du jury. Nous avons ainsi récompensé de jeunes chefs, âgés de moins de 21 ans, et des chefs confirmés. Les heureux lauréats 2014 étaient : Emanuel Mocan représentant de la Roumanie dans la catégorie Apprentis, et Max Zibis représentant de l'Allemagne dans la catégorie Chefs.

Le label AOP est attribué à un produit dont toutes les étapes de fabrication sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une aire géographique déterminée.

Le label IGP est attribué lorsque les caractéristiques du produit sont étroitement liées à une zone géographique dans laquelle se déroule au moins sa production ou sa transformation, avec un savoir-faire reconnu.

Prochain chantier

Signer le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire

La lutte contre le gaspillage alimentaire est un chantier dont les enjeux sont à la fois d'ordre environnemental (préserver les ressources naturelles) et sociétal (soutenir les personnes dans le besoin).

Nous agissons auprès d'organismes de collecte, en donnant ou en vendant à prix cassé les invendus, les produits non commercialisables et les produits non conformes, mais qui restent consommables. Nous travaillons avec des associations nationales (Restos du cœur, Secours Populaire, Banques Alimentaires...) ainsi qu'avec des associations locales (Un Avenir pour demain en Midi-Pyrénées par exemple). Nous réalisons également des dons pour l'alimentation animale. Ainsi, l'un des établissements de Transgourmet Fruits & Légumes* donne ses produits non commercialisables à une ferme de la région parisienne. Par ailleurs, les sous-produits de Transgourmet Seafood sont réorientés vers une usine de nutrition animale. Enfin, nous vendons à faible coût les produits à dates courtes à des épiceries sociales ou à des soldeurs en gros. Notre volonté est de pérenniser nos relations avec les associations tout en les encadrant par une procédure de dons.

Afin de renforcer notre engagement dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, nous souhaitons adhérer en 2015 au mouvement anti-gaspi promu par le gouvernement, et signer le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire.

* All Fresh Logistique en 2014

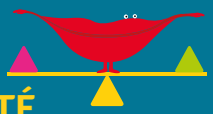
Tableau d'avancement des chantiers

QUESTIONS CENTRALES ISO 26000	DOMAINES D'ACTIONS DU PLAN DÉVELOPPEMENT DURABLE 2014-2020	CHANTIERS
GOUVERNANCE	Inscrire le développement durable dans la stratégie d'entreprise	Réviser les objectifs de l'entreprise et les programmes associés, au crible du développement durable
	Communiquer de façon responsable sur le développement durable	Améliorer notre communication sur le développement durable en interne et en externe
	Cartographier nos parties prenantes, évaluer nos impacts et prendre en compte leurs attentes	Cartographier nos parties prenantes, évaluer nos impacts et prendre en compte leurs attentes
DROITS DE L'HOMME	Principes fondamentaux et droit du travail	Respecter les principes et droits fondamentaux de l'Organisation Internationale du Travail (OIT)
	Cultiver le respect entre collaborateurs et l'égalité des chances	Lutter contre les discriminations et promouvoir l'égalité des chances
	Communiquer avec transparence sur nos produits et sur notre chaîne d'approvisionnement	S'assurer du respect des Droits de l'Homme auprès de nos fournisseurs
RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL	Garantir la santé et la sécurité au travail de nos collaborateurs	Poursuivre le déploiement et le suivi de la prévention des risques professionnels
	Garantir la santé et la sécurité au travail de nos collaborateurs	Réduire la pénibilité au travail et prendre en compte les risques psychosociaux
	Former et développer les compétences de nos collaborateurs	Garantir l'adaptation au poste de travail et développer l'employabilité des collaborateurs
	Former et développer les compétences de nos collaborateurs	Garantir l'accès aux dispositifs de formation à tous les collaborateurs
	Former et développer les compétences de nos collaborateurs	Professionnaliser la transmission des connaissances et compétences par le tutorat métier
	Améliorer les relations au travail - Cultiver le respect entre collaborateurs et l'égalité des chances	Développer les produits et services à destination des salariés dans le cadre du logement
	Améliorer les relations au travail - Cultiver le respect entre collaborateurs et l'égalité des chances	Organiser la démarche Handicap de l'entreprise
	Améliorer les relations au travail - Cultiver le respect entre collaborateurs et l'égalité des chances	Améliorer la préservation de l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle des collaborateurs
ENVIRONNEMENT	Poursuivre la réduction des pollutions	Promouvoir des produits respectueux de l'environnement
	Conduire une démarche environnementale globale	Contribuer au maintien de la biodiversité
	Utiliser durablement les ressources	Investir dans des matériels et des installations moins énergivores

ÉTAT D'AVANCEMENT	RÉSULTATS 2014	OBJECTIFS 2020 (OU 2023 POUR LE CO_2)
●●●○	Intégration d'objectifs Développement Durable dans la stratégie d'entreprise	Objectifs Développement Durable systématiquement intégrés dans la stratégie d'entreprise et suivis
●●○○	• Newsletter mensuelle • Support de présentation de notre démarche Développement Durable mis à jour	Plans de communication interne et externe suivis
●●○○	Établissement de la cartographie de nos parties prenantes et de leurs attentes	Cartographie de nos parties prenantes existante et tenue à jour, avec identification des risques et opportunités
ACQUIS	Acquis	Acquis
●●●○	• Signature de la Charte pour la Diversité • Accord sur l'égalité Femmes-Hommes	Maintien de l'engagement dans la Charte pour la Diversité et respect des plans de progrès définis
PROCHAIN CHANTIER	—	Évaluation de nos fournisseurs de produits à marques propres identifiés à risque
●●○○	• Taux de fréquence annuel des accidents de travail par enseigne : - Transgourmet : 82 - Transgourmet Fruits & Légumes* et Seafood : 48 - Eurocash: 53 • % du personnel logistique vu en visite de sécurité par enseigne : Transgourmet : 100 %	• Taux de fréquence annuel des accidents de travail pour Transgourmet France < taux de fréquence du secteur d'activité (en 2013 = 30) • 100 % du personnel logistique de Transgourmet France fait l'objet d'une visite de sécurité
●●●○	• Poursuite du plan d'actions sur la pénibilité • Mise en place d'une hotline de prévention et de gestion des risques pyscho-sociaux	• Intégration de la pénibilité dans la politique de prévention des risques • 100 % des encadrants formés à la prise en compte des risques psycho-sociaux
●●●○	Pas de résultat 2014 : session de formation VIA reportée ultérieurement (environ 50 volontaires)	100 % des personnes en besoin formées sur l'ensemble des enseignes (VIA)
●●○○	46 807 heures de formations dispensées, soit 1 670 stagiaires formés parmi nos collaborateurs	Accès à la formation à 100 % des collaborateurs
●●●●	• 38 tuteurs-chauffeurs et préparateurs formés • 10 nouveaux tuteurs-chauffeurs certifiés	• Au moins 1 tuteur-chauffeur et 2 tuteurs-préparateurs par établissement • 100 % des tuteurs volontaires ont obtenu la certification de leurs compétences
●●●●	Ratio d'utilisation de la subvention = 125 %	• Ratio d'utilisation de la subvention ≥ 100 % • Au moins 1 permanence par an sur chaque établissement
PROCHAIN CHANTIER	—	• Une politique Handicap formalisée et structurée pour le Groupe • Partenariats diversifiés sur le handicap • 15 embauches d'ici à 2017
PROCHAIN CHANTIER	—	Collaborateurs aidés par Transgourmet France à concilier au mieux leur vie professionnelle et leur vie personnelle
ACQUIS	Acquis : gamme de produits Bio et à la marque Jardins de Pays	Acquis
ACQUIS	Acquis : gamme de produits à la marque Jardins de Pays	Acquis
●●●○	• Nouveau bâtiment du siège social construit selon la RT 2012 • Installation d'un régulateur de tension sur les nouveaux bâtiments de Valenton (siège et entrepôt)	• Amélioration continue des bâtiments • 1 régulateur par établissement dont Transgourmet France est le propriétaire

* All Fresh Logistique en 2014

Niveau d'avancement de nos actions ●○○○ initié ●●○○ en progrès ●●●○ avancé ●●●● très avancé

QUESTIONS CENTRALES ISO 26000	DOMAINES D'ACTIONS DU PLAN DÉVELOPPEMENT DURABLE 2014-2020	CHANTIERS
ENVIRONNEMENT	Utiliser durablement les ressources	Appliquer les bonnes pratiques énergétiques
	Utiliser durablement les ressources	Maintenir la baisse de consommation de carburant
	Poursuivre la réduction des pollutions	Investir dans une flotte de véhicules moins polluants
	Poursuivre la réduction des pollutions	Améliorer la gestion des déchets
	Conduire une démarche environnementale globale	Poursuivre nos actions pour atténuer le changement climatique
	Conduire une démarche environnementale globale	Valoriser notre démarche environnementale
 **LOYAUTÉ DES PRATIQUES**	Lutter contre la corruption	Contrôler nos processus pour garantir des pratiques transparentes et loyales
	Lutter contre la corruption	Respecter notre code de conduite interne
	Promouvoir la responsabilité sociétale dans la chaîne de valeur	Collaborer et s'engager dans des partenariats avec les producteurs agricoles
	Adopter des pratiques loyales de commercialisation et d'information	Améliorer l'information donnée aux clients sur les produits
	Adopter des pratiques loyales de commercialisation et d'information	Garantir à nos clients des produits conformes et non frauduleux
PROTECTION DU CLIENT ET CONSOMMATION RESPONSABLE	Devenir le référent en qualité de service et sécurité des aliments	Obtenir la certification ISO 22000 pour l'ensemble de nos établissements
	Devenir le référent en qualité de service et sécurité des aliments	Améliorer notre qualité de services grâce à la certification Qualicert
	Contribuer à une consommation responsable	Mettre en place des dispositifs pour promouvoir la consommation de produits responsables
	Assumer nos responsabilités envers la Société	Contribuer à sensibiliser nos clients à la nutrition et les aider à réduire le gaspillage alimentaire grâce à l'offre e-Quilibre
	Assumer nos responsabilités envers la Société	Intégrer des critères de développement durable dans le référencement de nos produits en marques propres
COMMUNAUTÉ ET DÉVELOPPEMENT LOCAL	Assumer nos responsabilités envers la Société	Collaborer avec des ESAT (Etablissements et Services d'Aide par le Travail)
	Former et développer les compétences de nos collaborateurs	S'impliquer dans les cursus de formation initiale de notre filière par l'accueil de stagiaires, d'alternants ou par des interventions
	Assumer nos responsabilités envers la Société	Soutenir les initiatives de notre filière en faveur du développement durable
	Assumer nos responsabilités envers la Société	Promouvoir l'économie locale
	Éducation et culture	Promouvoir le patrimoine culinaire français et européen
	Assumer nos responsabilités envers la Société	Signer le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire

ÉTAT D'AVANCEMENT	RÉSULTATS 2014	OBJECTIFS 2020 (OU 2023 POUR LE CO_2)
●●○○	• Guide des bonnes pratiques • Consommations d'électricité : 216 kWh/m²	Réduction de 18,9 % de la consommation d'électricité en 2023 par rapport à 2012
●●○○	Consommation de carburant (transport interne et aval, en propre et presté) : 28,1 l/100 km	Réduction de 3 % de la consommation de carburant en 2023 par rapport à 2012
●●●○	• 6 camions 7,5 t avec un groupe froid alimenté par génératrice + test d'un camion avec un groupe froid 100 % autonome • Consommation de gazole non routier : 4,8 l/100 km • 7 % de la flotte renouvellé par des camions à la norme Euro 6	• Amélioration continue des technologies utilisées pour nos camions • Réduction de 3,1 % de l'utilisation de gazole non routier en 2023 par rapport à 2012 • 100 % des nouveaux camions respectent la norme Euro en vigueur
●●○○	72 % de déchets valorisés	80 % de déchets valorisés
●●○○	109,8 kg CO_2e / tonne de produits livrés soit une réduction de 7 % par rapport à 2012	Réduction de 20 % du ratio "Quantité de CO_2e par tonne de produits livrés" en 2023 par rapport à 2012
●●○○	• Poursuite des certifications ISO 14001 des deux établissements Transgourmet Fruits & Légumes* de Rungis et Mantes-la-Jolie	• Maintien et déploiement de la certification ISO 14001 • Poursuite de l'engagement dans la Charte "Objectif CO_2 : les Transporteurs s'engagent"
ACQUIS	Acquis	Acquis
ACQUIS	Acquis	Acquis
ACQUIS	Acquis : 28 producteurs Jardins de Pays	Acquis
●●●○	91 % des fiches techniques des produits en marques propres conformes au règlement INCO	100 % de fiches techniques des produits en marques propres conformes au règlement INCO en 2015
●●●○	• 2868 analyses produits • Taux de réalisation du plan de contrôles sur produits en marques propres : 88 %	Taux de réalisation du plan de contrôle sur produits en marques propres : 100 %
●●●○	Établissements certifiés : Siège, 6 Transgourmet et 2 Transgourmet Fruits & Légumes*	100 % des établissements Transgourmet France certifiés, dans le périmètre défini
●●●○	Lancement de la démarche de certification sur Transgourmet Valenton	100 % des établissements de Transgourmet France certifiés dans le périmètre défini
●●○○	Part du chiffre d'affaires des produits responsables (labellisés) dans le chiffre d'affaires global de Transgourmet France : 2,58 %	Part du chiffre d'affaires des produits responsables (labellisés) dans le chiffre d'affaires global de Transgourmet France: 6,19 %
●●●○	• Augmentation de 10 % du nombre de clients e-Quilibre par rapport à 2013 • Augmentation de 7,5 % du chiffre d'affaires e-Quilibre par rapport à 2013	Augmentation
PROCHAIN CHANTIER	—	Au moins 80 % des produits en marques propres strictement conformes à nos exigences
ACQUIS	Acquis : 31 ESAT partenaires	Acquis
●●○○	Nombre d'alternants égal à 1,75 % des effectifs de Transgourmet France	Nombre > 3 % des effectifs de Transgourmet France
●●○○	Participation au groupe de travail "Restauration Collective Responsable"	Poursuite des partenariats et interventions auprès de nos parties prenantes
●●●○	• Maintien de la gamme de produits locaux et régionaux de Transgourmet • Augmentation de 23 % du chiffre d'affaires des produits de la gamme Jardins de Pays de Transgourmet Fruits & Légumes*	• Maintien et développement de la gamme de produits locaux et régionaux • Augmentation du chiffre d'affaires des produits Jardins de Pays
●●●○	• Partenariat avec Marie Quatrehomme • Concours international "Les Chefs en Or"	Poursuite et développement d'autres partenariats
PROCHAIN CHANTIER	—	Poursuite de l'engagement dans la lutte contre le gaspillage alimentaire

* All Fresh Logistique en 2014

Niveau d'avancement de nos actions ●○○○ initié ●●○○ en progrès ●●●○ avancé ●●●● très avancé

TRANSGOURMET
France

Transgourmet France
17, rue de la Ferme de la Tour
ZAC Val Pompadour - 94460 VALENTON
Tél. : 01 46 76 61 61
www.transgourmet-france.fr

Transgourmet France - SAS au capital de 486 938 341 € - 17 rue de la Ferme de la Tour - CS10005 - 94460 Valenton - RCS Créteil 413392903 - Code APE 7022Z • Emetteur : Direction Qualité Transgourmet France - Pôle Développement Durable • Conception et réalisation : okó • Crédits photos : Franck Beloncle, Jean Chiscano, Gilles Dacquin, Jérémie Dequiedt, Getty, Marc Guéret, Jean-Marc Pechart, Photononstop, Heiner H. Schmitt, Shutterstock, Thinkstock • Impression : Gutenberg Networks.

Merci à tous les contributeurs.

papiers
Avec Ecofolio tous les papiers se recyclent.

FSC www.fsc.org RECYCLÉ Fabriqué à partir de matériaux recyclés FSC® C119878

Ecolabel

Impression Handi PRINT entreprise adaptée

Encre végétale, papier non blanchi.