



Des
PAROLES
aux
ACTES

Transgourmet poursuit le déploiement de sa stratégie développement durable et l'inscrit dans un changement d'échelle qui embarque toute sa chaîne de valeur. La prise en compte étendue de ses impacts ouvre de nouvelles pistes d'actions pour s'inscrire dans les objectifs fixés par Coop. Éric Decroix, président de Transgourmet France, et Anne Dolci, Directrice QHSE (Qualité Hygiène Sécurité et Environnement), dressent le bilan à date et évoquent les prochains jalons.

Les enjeux environnementaux sont toujours une priorité pour Transgourmet ?

Éric Decroix : Comment pourrait-il en être autrement ? La sobriété des moyens est intrinsèque au modèle de Transgourmet. Celui-ci permet de concilier une offre de service performante et adaptée aux attentes de nos clients avec les exigences croissantes en termes d'impact sur le climat. **Nous sommes pensés pour être responsables : cette conscience environnementale et sociétale est profondément ancrée dans l'ADN du groupe Coop, notre maison-mère.**

Anne Dolci : Non seulement ces enjeux sont prioritaires et nous poursuivons résolument le travail sur l'amélioration continue de notre performance énergétique, mais de plus, la prise en compte étendue de nos impacts à travers notre calcul de scope 3^{**}, nous ouvre des nouveaux chantiers à travailler avec nos partenaires commerciaux.

“Être un relais entre ceux qui veulent bien produire et ceux qui veulent bien se nourrir.”



Éric Decroix,
Président de Transgourmet France



Anne Dolci,
Directrice QHSE (Qualité Hygiène Sécurité et Environnement)

Comment abordez-vous ces nouveaux chantiers ?

A.D. : Aujourd'hui, nous devons faire des enjeux climatiques une cause qui dépasse les frontières de l'entreprise, notamment sur les flux amont qui sont la source principale des émissions générées par nos activités. Cela veut dire poursuivre les actions sur nos filières d'approvisionnement, en adaptant nos choix de référencements et en embarquant nos fournisseurs sur nos exigences d'achats responsables. Cela veut dire aussi maintenir l'effort en interne sur les investissements et les choix technologiques qui doivent nous amener à l'objectif de net zéro à horizon 2050 à l'échelle du groupe.

É. D. : Au-delà des enjeux climatiques, notre position dans la chaîne de valeur nous donne un rôle particulier d'échange, de transmission, “de la fourche à la fourchette”. Être un relais entre ceux qui veulent bien produire et ceux qui veulent bien se nourrir. Cela veut dire sélectionner avec discernement nos fournisseurs, mais aussi nos clients. Il nous faut travailler à concilier efficacité économique, environnementale et sociétale pour relever le défi durable. Et je suis convaincu que le modèle de Transgourmet déployé en France est en parfaite ligne avec cette ambition.

Quelles étapes majeures ont été franchies en 2023 ?

A. D. : Le bilan carbone élargi du groupe Coop a été réalisé. **Nous disposons désormais d'un instrument qui nous permet d'identifier avec précision où se situent nos impacts.** La réglementation européenne, notamment à travers la directive CSRD^{**}, abonde en ce sens. La demande d'informations relatives à nos pratiques sociales et environnementales de la part de nos clients est forte, car nous avons un impact sur leur propre empreinte carbone. Notre rôle est donc aussi de les orienter dans leurs choix responsables.

É. D. : Encore plus en 2023, il y a eu, de la part de notre actionnaire Coop, une véritable volonté d'harmoniser et d'embarquer l'ensemble des pays dans une stratégie ambitieuse, avec des objectifs exigeants en matière de développement durable. Nous consolidons nos indicateurs au niveau européen. Nous disposons d'une feuille de route claire et ambitieuse qui évite toute dispersion. Et en parallèle je donne la latitude à chaque établissement de gagner en autonomie responsable et de favoriser le déploiement du projet d'entreprise en local. Il faut penser global et être efficace au niveau local !

^o Voir page 11

^{**} Destinée à standardiser les pratiques de reporting, la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), en vigueur dès 2024, prévoit un rapport de durabilité étendu et détaillé en remplacement de la déclaration de performance extra-financière.

NOS OBJECTIFS DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022-2026

Le développement durable : un principe inscrit dans l'ADN de notre maison mère Coop et une ambition profondément ancrée dans l'identité et la stratégie d'entreprise de Transgourmet, où il est **mis en œuvre au quotidien avec la volonté de matérialiser chaque engagement pris en actes**.



En tant que distributeur, notre responsabilité est grande envers la préservation de l'environnement et la promotion d'une société juste, dans laquelle le champ des possibles reste ouvert.

Conscients que chacune de nos décisions a des conséquences sociales et écologiques importantes et complexes en France comme à l'échelle mondiale, nous nous attachons à la devise **"Des paroles aux actes"** et mettons en place **un cadre d'action stratégique contraignant pour contribuer de manière transparente et quantifiable au développement durable**. Aussi, **nous nous sommes fixés pour 2026 des objectifs encore plus ambitieux**, prenant en compte toutes les dimensions du développement durable, que nous mesurons constamment et sur lesquels nous communiquons largement auprès de l'ensemble de nos parties prenantes : nos clients, nos fournisseurs, nos producteurs, et bien entendu, nos collaborateurs.

LES PILIERS DE NOTRE DÉMARCHÉ DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022-2026

PILIER 1



**PRODUITS
& SERVICES**

Rendre nos chaînes d'approvisionnement toujours plus responsables :

- Transparence et traçabilité
- Normes sociales
- Standards minimaux

Protéger les ressources :

- Lutte contre la déforestation
- Chiffre d'affaires issu des produits bio
- Chiffre d'affaires issu des produits durables
- Bien-être animal

PILIER 2



**PROCESS
& OUTILS**

Atteindre la neutralité carbone à horizon 2050 :

- Réduction de la consommation d'énergie
- Réduction des émissions de CO₂

Devenir une entreprise zéro déchet :

- Lutte contre le gaspillage alimentaire
- Recyclage

PILIER 3



**COLLABORATEURS
& SOCIÉTÉ**

Agir en employeur responsable :

- Promotion des femmes
- Mesures de santé
- Formation continue
- Mobilité interne
- Taux de rotation du personnel

Endosser notre responsabilité envers la société :

- Programme d'alimentation saine et durable

**Socle
GOUVERNANCE**

PILIER 1



& PRODUITS SERVICES

Notre vocation ? Être acteur d'une alimentation durable, accessible au plus grand nombre, valorisant la qualité et répondant aux attentes de nos clients. Pour ce faire, nous nous fixons pour objectifs :

- de construire et de nous appuyer sur des chaînes d'approvisionnement responsables, c'est-à-dire fondées sur la transparence et la traçabilité, l'application de standards minimaux pour nos matières premières critiques et la vérification des normes sociales et des audits de nos fournisseurs à marque propre dans les pays à haut risque ;
- de protéger les ressources en luttant contre la déforestation, en augmentant la part des matières premières à marque propre produites conformément à une norme de bien-être animal et en soutenant la part du chiffre d'affaires généré par des produits durables et bio.

160

références Transgourmet
Origine, notre marque
développement durable.

240

références Transgourmet
Natura, notre marque bio.

70%

de nos achats sont
d'origine France.

1/3

des produits labellisés vendus
en restauration collective
sont bio.

Une "no-go list" en faveur du bien-être animal

Le bien-être animal est, depuis plusieurs années, un axe stratégique du groupe Coop. Dans cette logique et afin de matérialiser cet engagement directement au sein des filières, une liste de produits interdits a été établie, entraînant la suppression progressive desdits produits à marque propre du groupe. Une mesure mise en œuvre dès l'exercice 2022 au sein de Transgourmet France, date à laquelle la distribution des foies gras, magrets et produits issus de canards gavés a été suspendue. La suppression a été finalisée à la fin du 1^{er} semestre 2023. Au total, ce sont six références MDD qui ont été arrêtées après l'établissement de cette "no-go list".

e-Quilibre

NOTRE SOLUTION DIGITALE AU PLUS PRÈS DES ATTENTES DE NOS CLIENTS ET DE LEURS CONVIVES

Lancée en 2000, notre solution digitale e-Quilibre marquait une première étape dans la poursuite de notre objectif de réduction du gaspillage alimentaire. En effet, **e-Quilibre propose à plus de 1 000 clients de la restauration collective des menus adaptés** aux différents types de convives, aussi bien en termes de qualité nutritionnelle que de quantités. Désireuse de répondre aux évolutions sociétales, une option végétarienne hebdomadaire avait été ajoutée dès 2019 pour les établissements scolaires, conformément à loi EGalim¹. Nouveau cap franchi en 2023 : Transgourmet pousse encore plus loin la démarche en implémentant **une nouvelle fonctionnalité permettant de saisir, chaque jour, la quantité de déchets (servis, cuisinés, non servis) en volume et d'en découvrir l'équivalence en euros**. Un indicateur précieux pour ajuster les menus au plus proche des besoins et des goûts des convives. Et pour limiter davantage le gaspillage alimentaire.



¹ EGalim : loi issue des États Généraux de l'Alimentation promulguée le 1^{er} novembre 2018.



NOTRE MARQUE LOCALE “FRUITS & LÉGUMES” ENCORE PLUS PROCHE

Créée en 2010, la marque Jardins de Pays avait, dès son lancement, la vocation de soutenir l'engagement local du groupe. Conformément à notre objectif d'augmenter la part du chiffre d'affaires issu de produits durables, nous avons tout naturellement choisi d'étendre notre offre locale à l'ensemble du territoire et de renforcer le processus de Jardins de Pays. Ainsi, les **150 références commercialisées sous cette appellation sont toutes issues de producteurs ou, à défaut, de groupements de producteurs, situés dans un rayon**

de 150 km en région et de 200 km en Île-de-France.

Dans un souci de transparence, le producteur accepte qu'un ensemble de données soient mises à disposition des clients finaux et notamment celles portant sur les pratiques de production. Outre la proximité, la saisonnalité est également privilégiée avec l'interdiction d'utiliser des serres chauffées selon le calendrier de commercialisation du CTIFL². L'éligibilité EGalim (certifications HVE, Bio, etc.) et Global Gap font aussi partie des critères de sélection de nos fournisseurs.



Nous nous sommes fixé l'objectif que **chaque site Transgourmet dispose d'une gamme de fruits et légumes locaux de la marque.** Signe de l'assiduité du groupe, le chiffre d'affaires de Jardins de Pays est en progression de 23 %. Au global, ce sont 3 500 produits locaux qui sont distribués par l'ensemble des marques du groupe.



natura

NOTRE MARQUE BIO DE RÉFÉRENCE(S) !

Lancée en 2021, Transgourmet Natura se positionnait déjà comme une référence, celle de première marque bio en RHF. Matérialisant l'engagement du groupe en faveur de l'agriculture biologique et sa volonté de proposer des produits respectueux de l'environnement au plus grand nombre, Transgourmet Natura répond tout autant à une demande croissante de la part des consommateurs qu'aux exigences de la loi EGalim, visant à faciliter l'accès à une alimentation saine, sûre et durable. **De 150 produits à son lancement, l'offre de Transgourmet Natura ne cesse de s'enrichir : ce sont désormais 240 références bio qui sont proposées à des prix accessibles.**



ORIGINE



TOUJOURS PLUS DE MARQUES TRANSGOURMET DURABLES ET RESPONSABLES

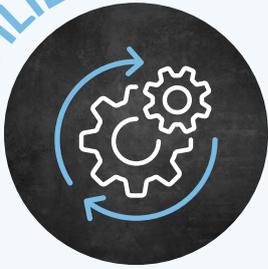
Le chiffre d'affaires de notre marque bio Transgourmet Natura enregistre une progression de 14 %, portant à 17 % l'évolution de l'ensemble de nos produits bio. Les produits locaux connaissent, pour leur part, un accroissement de 8 %, conformément à nos objectifs développement durable portant sur la protection des ressources.

Notre volonté ? **Poursuivre et intensifier cette dynamique en invitant, pour chacune de nos MDD, nos fournisseurs sur les grandes familles de produits à coconstruire des gammes entièrement responsables.** Un certain nombre de leviers susceptibles de soutenir cette dynamique sont à l'étude : l'adaptation de nos appels d'offres avec un cahier des charges plus strict, en accord avec les exigences de Coop, pour sélectionner nos fournisseurs ou encore le déploiement d'un outil adapté pour réaliser notre enquête développement durable annuelle.

04
05



PILIER 2



& PROCESS & OUTILS

Poursuivant notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2050 et de tendre vers zéro déchet, nous déployons de nouvelles initiatives pour maîtriser davantage nos process et nos outils de travail et implémenter les meilleures pratiques environnementales. Celles-ci portent notamment sur :

- la réduction de notre consommation d'énergie spécifique et de nos émissions de GES par unité de surface ;
- l'augmentation de notre flotte de véhicules à plus faibles émissions ;
- la réduction du gaspillage alimentaire, la diminution de la quantité de plastique de nos emballages, la réduction et la valorisation nos déchets.

10 560 kg

de CO₂ économisés par nos filiales Transgourmet Seafood et Transgourmet Fruits & Légumes grâce à l'utilisation de bacs réutilisables Pandobac¹.

796 t

de CO₂ équivalent évitées grâce à l'utilisation de biodiesel et de colza français².

60 %

des poids lourds achetés en 2022 roulent au gaz ou au biocarburant B100.

79 %

de la surface de nos entrepôts en propriété équipés de fluides conformes à la réglementation F-Gas applicable en 2030.



Nous poursuivons la décarbonation de notre transport

Le renouvellement de notre flotte se poursuit, toujours dans cette volonté de réduire l'impact de notre transport. En plus du remplacement de nos poids lourds en faveur de camions roulant au gaz, biodiesel ou, bientôt en 2024, à l'électricité, nous entamons la bascule des véhicules légers utilisés par nos commerciaux en privilégiant les énergies moins émettrices de CO₂, et notamment les motorisations hybrides et électriques.

UN NOUVEL OUTIL TÉLÉMATIQUE POUR ENCOURAGER L'ÉCO-CONDUITE

Conscients que le transport représente un poste important des émissions de GES, nous avons souhaité accompagner nos chauffeurs dans l'adoption d'une conduite écoresponsable.

Outre les formations "bonnes pratiques" déjà mises en œuvre, un nouvel outil devrait être déployé au cours de l'année 2024 pour les guider au mieux, au quotidien, avec une réelle volonté de sensibilisation. Freinage, maîtrise de la vitesse et de l'accélération, mais aussi recommandations spécifiques en fonction des zones traversées font partie des fonctionnalités de cette aide à la conduite.

VERS UNE EXTENSION DE L'UTILISATION DES BACS RÉUTILISABLES

Devenir une entreprise zéro déchet est l'une de nos ambitions en matière d'engagement environnemental. Aussi, depuis 2019, nous avons adopté la solution Pandobac pour notre filiale Transgourmet Seafood : une alternative réutilisable aux bacs en polystyrène traditionnellement employés pour livrer nos clients en poisson. Les bacs sont récupérés, lavés avant de faire l'objet d'une nouvelle tournée, et ainsi de suite. **De 60 bacs mis en circulation au lancement de cette initiative à près de 800 à la fin du premier trimestre 2023, le partenariat avec Pandobac s'est intensifié et révèle toute sa pertinence.**

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : 36 000 caisses polystyrènes ont ainsi été évitées depuis le lancement de la collaboration. Et ce n'est qu'une première pierre au déploiement d'autres actions visant à réduire le volume de nos emballages et conditionnements.



1 Selon une étude de la coopérative MU. Les bacs ont été utilisés 17 895 fois.

2 Source : Oleo100, 2022.



ADOPTER LES BONS RÉFLEXES EN MATIÈRE DE SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Déjà bien engagés dans un plan d'efficacité énergétique, nous souhaitons intensifier l'optimisation de notre consommation d'énergie en impliquant chacun de nos collaborateurs. C'est l'objet de notre plan de sobriété lancé fin

2022, fruit d'une réflexion sur l'impact énergétique des actions quotidiennes ; qui entend **systématiser des écogestes simples, souvent déjà adoptés dans la sphère personnelle, dans le contexte professionnel**. Son objectif ? Ancrer, dans la durée, des réflexes soutenant l'amélioration de l'empreinte de nos activités, tout au long de l'année : réduction de la température des bureaux en hiver, extinction des lumières hors exploitation, décalage des charges sur les heures creuses... L'initiative est soutenue par une campagne de communication. Chaque direction est également invitée à s'emparer du sujet. Une "minute énergie" a déjà été ajoutée à l'ensemble des briefs en entrepôt.



LUMIÈRE SUR L'EFFICACITÉ DES LED

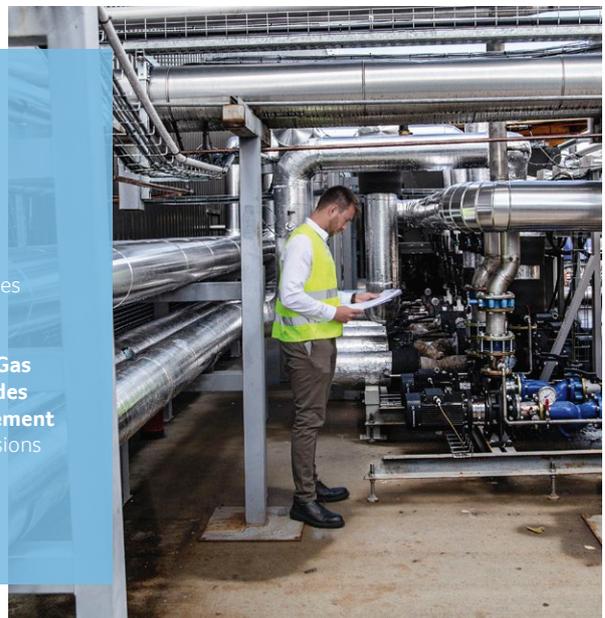
Conformément à notre objectif de neutralité carbone à horizon 2050, nous avons équipé l'intégralité de nos entrepôts de LED. Couplé à la détection de présence, **ce dispositif permet de réduire de 80 % nos consommations énergétiques liées à l'éclairage**.

VERS UNE DÉMATÉRIALISATION COMPLÈTE DE NOS FACTURES

Dans l'anticipation de la réforme fiscale visant à lutter plus efficacement contre la fraude à la TVA, la dématérialisation de nos factures et bons de livraison a démarré en 2016. À partir du 1^{er} juillet 2024, l'intégralité des factures émises par les entreprises devront impérativement être éditées et envoyées en version électronique. Ce système est déjà opérationnel avec les marchés publics et certains de nos grands comptes, et sera progressivement étendu à l'ensemble de nos clients. **Le mérite de cette anticipation est double : se mettre d'ores et déjà en conformité avec l'obligation et économiser des grandes quantités de papier. À ce jour, 2,5 millions de factures de 2 à 4 pages ont été dématérialisées. La cible fixée au cours des prochaines années représentera une économie de 8 à 15 millions de feuilles imprimées.** Un bon point pour notre impact ! Si la dématérialisation complète de Transgourmet sera effective au 1^{er} janvier 2024, nous sommes bel et bien prêts : depuis novembre 2022, les clients donnant leur accord peuvent en effet retrouver leurs factures dans leur espace en ligne, rubrique "Mes factures".

Le remplacement de nos installations de fluides frigorigènes continue

Très tôt, nous avons investi dans un plan de remplacement des fluides frigorigères en faveur d'installations utilisant des fluides naturels (CO₂), moins impactants pour l'environnement. **Une démarche qui nous permet d'être proactifs vis-à-vis de la réglementation F-Gas interdisant, à compter de 2030, la maintenance et la recharge des installations utilisant des fluides dont le potentiel de réchauffement global (PRG ou GWP) est supérieur à 2500.** En abaissant les émissions directes de GES, cette mesure contribue à réduire notre impact environnemental. Au total, sur nos 17 bâtiments en propriété, 12 sont dotés d'installations frigorigères non soumis à la F-Gas.



PILIER 3



& COLLABORATEURS SOCIÉTÉ

Souhaitant endosser pleinement notre mission d'employeur responsable, nous protégeons nos collaborateurs en améliorant leurs conditions et leur qualité de vie au travail, soutenons leur employabilité en continu et prônons la diversité et l'égalité des chances.

Désireux d'étendre la portée de nos engagements à l'ensemble de la société, nous promovons une alimentation saine et durable auprès de nos clients.

91

contrats d'apprentissage et de professionnalisation conclus par Transgourmet France entre 2022 et 2023.

39%

de postes de direction occupés par des femmes.

6,54%

des collaborateurs en situation de handicap en 2022.

93/100

à l'Index Égalité F/H 2022 pour Transgourmet Opérations.

Évaluer pour mieux prévenir

Notre action en faveur d'une meilleure prévention de nos métiers logistiques continue avec le lancement d'un projet d'évaluation des conditions de livraisons clients. Dans un premier temps, il sera déployé sur le périmètre de Transgourmet Opérations. Son but ? **Garantir la juste application des protocoles de sécurité en livraison** et se faire le fidèle reflet des contraintes d'accès des différents établissements. Pour ce faire, commercial, chauffeur et référent protocole de sécurité sont directement impliqués au process.



NOUS ŒUVRONS POUR LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION

L'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, l'insertion des personnes en situation de handicap et l'emploi des séniors sont au cœur de nos préoccupations. Preuve de cet engagement, nous figurons en dixième place dans le palmarès "Meilleur Employeur 2023", catégorie "Commerce de gros" du magazine Capital, et en troisième place du classement "Entreprise engagée pour la diversité", toujours dans la même catégorie. **Signataires de la Charte de la diversité depuis 2014**, nous sommes convaincus que celle-ci est un vecteur de cohésion sociale et un facteur de progrès pour l'entreprise. Aussi, nous agissons pour que nos effectifs soient le reflet fidèle de la diversité de la population française : plus d'une vingtaine de nationalités sont aujourd'hui représentées au sein du groupe en France.

FUTUR(E)S FOOD, LE PRIX QUI RÉCOMPENSE LA FOOD DE DEMAIN

Des projets disruptifs qui font bouger les lignes, voilà ce que Futur(e)s Food veut mettre à l'honneur ! Futur(e)s Food, c'est la première initiative en France qui récompense les "food-entrepreneurs" engagés, responsables et novateurs, et c'est le fruit d'une association entre Transgourmet, Service Compris, et Sirha Food. Qu'ils soient restaurateurs, chefs, ingénieurs, épiciers, agriculteurs, reconverti(e)s et nouveaux talents, **avec Futur(e)s Food, Transgourmet souhaite mettre en lumière ces entrepreneurs visionnaires qui bousculent les codes, font bouger les lignes et qui contribuent à façonner l'avenir de l'alimentation de demain.** C'est aussi une occasion de célébrer tous ces projets qui intègrent des valeurs durables dans leur activité, tout en proposant des produits et des expériences de qualité. En offrant une reconnaissance bien méritée à 25 projets nominés, et en récompensant 5 gagnants dans 5 catégories différentes (Agriculture, Reconversion, Solidaire, Expérience, Innovation), Transgourmet, Service Compris et Sirha Food souhaitent **inspirer et encourager d'autres acteurs de l'industrie à adopter des pratiques responsables et innovantes.**



EN MARCHÉ... ET EN COURSE !

Dans le cadre de nos actions pour **soutenir le bien-être au travail**, nous convions, depuis 2022, nos collaborateurs à relever des défis sportifs locaux ou à participer au Grand Chelem, un challenge national. Des courses solidaires Odysee, au profit de la lutte contre le cancer du sein, au Marathon de Paris, en passant par Squadeasy, une application de challenges sportifs en équipes... Au total, **plus de 250 collaborateurs et collaboratrices** ont pris part à cette première édition 2022. Et ce n'est qu'une première !

SOCLE GOUVERNANCE

L'ensemble de nos piliers stratégiques se fondent sur un socle. Ce socle, c'est la gouvernance. Il irrigue et pilote nos trois piliers. Chez Transgourmet, nous sommes convaincus que pour atteindre chacun de nos objectifs, il faut offrir un cadre, des moyens et des instruments de méthodologie, de mesure et de contrôle. C'est la vocation de ce socle, qui oriente toutes nos actions vers la satisfaction client et fait de chaque collaborateur un acteur à part entière de notre démarche développement durable.



* enquête de satisfaction annuelle réalisée en novembre 2022

La qualité et la satisfaction client au cœur de nos actions

Notre mission ? **Simplifier la vie de nos clients en leur garantissant la meilleure qualité de service et de conseil**, pour qu'à leur tour, ils ne se consacrent qu'à une chose : la satisfaction de leurs clients. Ainsi, nous organisons chaque jour des "comités d'amélioration permanente" destinés à mesurer et améliorer notre niveau de service. Cela passe bien sûr par la mesure régulière de la satisfaction de nos clients avec une enquête "cocooning" dès la première livraison, ou encore par une enquête de satisfaction annuelle menée auprès de l'ensemble de nos clients. Ces enquêtes déterminent notre NPS (Net Promoteur Score), un indice de recommandation qui s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue afin de toujours mieux répondre aux attentes de nos clients. Cela passe aussi par la formation et l'affiliation de chaque collaborateur, en contact direct ou non avec la clientèle, afin qu'il soit à la fois acteur de la qualité et conscient de la valeur ajoutée de son travail.

08
09

QUATRE NORMES ET UNE SEULE ORGANISATION

Chez Transgourmet, les domaines de la sécurité des aliments, de l'environnement et de la qualité sont regroupés au sein d'un **système de management intégré**. Cette organisation mutualisée permet la gestion conjointe des différentes certifications (ISO 22000 et FSSC 22000, ISO 14001 et ISO 9001) et garantit une cohérence dans le pilotage de nos actions. De même, elle fluidifie et simplifie les processus. Ce fonctionnement soutient notre démarche responsable et concourt à répondre aux attentes de l'ensemble de nos parties prenantes et intéressées, de nos clients jusqu'aux riverains.

LA SÉCURITÉ DE NOS ALIMENTS DOUBLEMENT CERTIFIÉE

Nous étions déjà certifiés ISO 22000. Une nouvelle étape a été franchie en matière de **management de la sécurité des aliments avec l'obtention de la certification FSSC 22000**. En effet, cette norme vient renforcer le cadre de l'ISO 22000 en y adjoignant de nouvelles exigences, notamment liées à la Food Defense¹, à la fraude alimentaire et à notre propre structure d'audit interne. Un référentiel strict, qui abonde dans le sens de notre démarche d'amélioration continue et offre à nos clients une assurance supplémentaire en matière de sécurité alimentaire.



LA QUALITÉ SIÈGE CHEZ TRANSGOURMET FRANCE

En 2022, **l'obtention de la certification ISO 9001 a été un projet phare et fédérateur** pour l'ensemble des activités de notre siège social. Cette norme internationale reconnue a pour enjeux principaux de suivre et d'animer nos objectifs développement durable au sein de chaque processus, de renforcer le rôle des filières dans l'accompagnement des sites opérationnels et de favoriser les interactions inter-filières grâce à la définition d'une approche processus. L'ensemble des principes sur lesquels elle repose permettent de maintenir ou d'améliorer la qualité de notre organisation et de l'ensemble de nos produits et services, en impliquant nos collaborateurs. Le dernier audit n'a fait état d'aucune non-conformité : un beau succès collectif doublé d'un gage de qualité pour toutes nos parties prenantes.



¹ Ensemble des actions mises en place pour protéger la chaîne alimentaire des industries contre les actions malveillantes, criminelles ou terroristes.

Nos objectifs développement durable pour 2026

État d'avancement au 31/12/2022

	DOMAINES STRATÉGIQUES	OBJECTIFS DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022-2026	ÉTAT D'AVANCEMENT
Pilier 1 : Produits et services	Chaînes d'approvisionnement responsables	Nous disposons d'une transparence et d'une traçabilité totales tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour 75 % des matières premières critiques (café, cacao, huile de palme, fruits & légumes, bois & papier, œufs, laits & produits laitiers, viande, poissons & fruits de mer) utilisées dans nos marques propres.	● ● ● ○
		85 % des fournisseurs de nos marques propres qui produisent dans des pays à haut risque disposent d' un audit valable ou d'un certificat de normes sociales, dont 80 % sont jugés bons.	● ● ○ ○
		Nous appliquons des normes minimales de développement durable pour 75 % des matières premières critiques (fruits & légumes, dont pays avec stress hydrique et pays à risque, café, cacao, huile de palme alimentaire, soja alimentation animale, bois & papier, poissons & fruits de mer) utilisées dans nos marques propres.	● ● ○ ○
	Protection des ressources	Nous veillons à ce que 85 % des matières premières critiques présentant un risque élevé de déforestation (comme le café, le cacao, l'huile de palme alimentaire, le soja alimentation animale, le bœuf, le bois et le papier) utilisées dans nos marques propres proviennent de sources exemptes de déforestation et de conversion.	● ● ○ ○
		Nous portons le chiffre d'affaires généré avec des produits durables à plus de 48,67 millions €.	● ● ● ●
		Nous portons le chiffre d'affaires généré avec des produits bio à plus de 25,53 millions € dans le secteur alimentaire.	● ● ● ●
		50 % des matières premières animales utilisées dans nos marques propres ont été produites conformément à une norme de bien-être animal.	● ○ ○ ○
Pilier 2 : Process et outils	Neutralité carbone d'ici 2050	Nous réduisons de 10 % la consommation d'énergie spécifique par m² utilisé par rapport à 2021.	● ○ ○ ○
		Nous réduisons de 21 % les émissions spécifiques de CO ₂ eq par m² utilisé par rapport à 2021.	● ○ ○ ○
		Nous réduisons de 26 % les émissions de CO ₂ eq par tonne de marchandises livrées par rapport à 2021.	● ○ ○ ○
		30 % de nos transports de marchandises sont effectués avec des moyens de transport à faibles émissions (moyens de transport propres).	● ○ ○ ○
		50 % de nos fournisseurs de marques propres d'importance stratégique nous confirment l'application d'objectifs climatiques fondés sur des données scientifiques (SBTi).	● ● ○ ○
Entreprise zéro déchet		Nous maintenons le taux de recyclage des déchets à un minimum de 70 % (valorisation thermique exclue).	● ● ● ●
		Nous évitons le gaspillage alimentaire et veillons à ce que 99,83 % des aliments présents dans nos entrepôts soient utilisés pour la consommation humaine.	● ● ● ●
		Nous réduisons la quantité de plastique dans nos emballages de produits en marques propres de 10 % par rapport à 2021.	● ○ ○ ○
Pilier 3 : Collaborateurs et Société	Responsabilité à l'égard des collaborateurs	Nous avons une proportion de 30 % de femmes dans les postes de direction (NB : cadres supérieurs, cadres et agents de maîtrise).	● ● ● ●
		Nous proposons des apprentissages à au moins 30 personnes chaque année.	● ● ● ●
		Au moins 15 apprentis sont embauchés à l'issue de leur formation chaque année.	● ○ ○ ○
		Tous les employés bénéficient d' au moins une formation ou d'un perfectionnement par an.	● ● ○ ○
		Tous les cadres bénéficient d' au moins deux formations ou perfectionnements par an.	● ● ● ○
		50 % de nos postes de direction (cadres et agents de maîtrise) sont pourvus en interne.	● ● ○ ○
		Nous touchons 100 % de la population active au moins une fois par le biais de programmes et de mesures de santé , en se basant sur les besoins par métier.	● ● ● ●
		Nous maintenons notre taux de sortie à un niveau bas de 16 %.	● ● ● ●
Responsabilité vis-à-vis de la Société		Nous mettons en œuvre des programmes et des campagnes définis annuellement afin de promouvoir une alimentation saine et durable auprès de nos clients.	● ● ● ●

● ○ ○ ○ Initié ● ● ○ ○ En progrès ● ● ● ○ Avancé ● ● ● ● Très avancé

SCIENCE-BASED TARGETS INITIATIVE

Conscients des conséquences environnementales de notre activité, nous nous devons d'être au rendez-vous d'un des plus grands enjeux du siècle. Aussi, nous avons rejoint la SBTi (Science-based Targets Initiative), une initiative collaborative lancée en 2015 par plusieurs organisations à but non lucratif, destinée à répondre aux objectifs fixés par la COP21. Elle a pour but d'accompagner les entreprises dans la réduction de leurs émissions de GES par le biais d'outils adaptés et la fixation d'objectifs concrets.

BILAN GES DU GROUPE COOP 2021

ÉMISSIONS DIRECTES

ÉMISSIONS INDIRECTES

SCOPE 1

SCOPE 2

2%

- 77% issues du transport
- 12% issues de l'électricité

ÉMISSIONS INDIRECTES

SCOPE 3

98%

- 92% issues des produits et services achetés

LES SCOPES

Lors de la définition du bilan carbone d'une entreprise, ses émissions de GES sont mesurées sur trois périmètres distincts :

SCOPE 1 : LES ÉMISSIONS DIRECTES

Le scope 1 correspond aux émissions directes issues de sources contrôlées par l'organisation.

SCOPE 2 : LES ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À L'ACHAT OU LA PRODUCTION D'ÉNERGIE

Le scope 2 est relatif aux émissions indirectes de GES liées à la consommation d'énergie nécessaire à la fabrication du produit. Les émissions induites par l'électricité consommée par les usines lors de la production seront par exemple comptabilisées dans le scope 2.

SCOPE 3 : LES AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES

Le scope 3 correspond aux émissions indirectes de GES liées aux autres étapes du cycle de vie du produit (approvisionnement, utilisation, fin de vie, etc.).

L'engagement de Transgourmet France

Avec le groupe Coop, nous nous engageons à réduire nos émissions directes de CO₂ équivalent de 21% entre 2021 et 2026, conformément à l'objectif de 1,5 °C de l'Accord de Paris. Cet objectif s'appuie sur des actions concrètes qui portent notamment sur :

- le **transport** avec le renouvellement de notre flotte de véhicules lourds et légers privilégiant les carburants alternatifs, l'optimisation des tournées et la promotion de l'écoconduite (Scope 1) ;
- les **installations énergétiques** avec le déploiement d'un plan de sobriété énergétique, l'installation de panneaux photovoltaïques et le remplacement des fluides frigorigènes (Scope 2).

Nous travaillons également sur l'**abaissement de l'impact environnemental du scope 3**. Cette démarche est d'autant plus importante que la plupart des émissions générées surviennent en amont des activités du groupe. Elle doit donc s'appuyer sur l'institution de mesures spécifiques à nos chaînes d'approvisionnement, comme l'intégration d'un critère de sélection "impact environnemental" dès l'appel d'offres. Au cours des prochains mois, des initiatives seront déployées, invitant nos partenaires à s'inscrire dans cette dynamique. (Scope 3)



TRANSGOURMET

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

Suivez Transgourmet France sur     

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 • Émetteur : Direction QHSE Transgourmet France - Pôle R.S.E. - 2023

• Conception et réalisation : **okó** • Crédits photos : Gilles Dacquin, Patrick Matern, Oram S Dannreuther, Arthur Pequin, Jacky Mercien, Julie Balagué, Sylvain Leurent, Okó, Nicolas Lobbstaël, Franck Juery, Jérémie Dequiedt, Shutterstock, Adobestock • Impression : Gutenberg Networks



Impression **handi**  **PRINT** entreprise adaptée

Encre végétale, papier non blanchi.