

POULAILLON

VERS UN  
DÉVELOPPEMENT  
PLUS DURABLE  
2025



DÉCLARATION  
DE PERFORMANCE  
EXTRA-FINANCIÈRE



# TABLE DES MATIÈRES

<b>1. INTRODUCTION</b>	<b>04</b>
1.1 Edito	5
1.2 Présentation du Groupe	6
1.3 Synthèse de la stratégie RSE	13
1.3.1 Analyse de matérialité	13
1.3.2 Enjeux, risques et engagements	13
<b>2. LA QUALITÉ AU COEUR DE NOS ACTIVITÉS</b>	<b>16</b>
2.1 Qualité des produits et santé des consommateurs	17
2.2 Qualité et sécurité sanitaire des produits	19
<b>3. LA PRISE EN COMPTE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX</b>	<b>21</b>
3.1 Gestion des emballages	21
3.2 Gestion des déchets et lutte contre le gaspillage alimentaire	24
3.3 Gestion de la ressource « Eau »	26
3.4 Réduction de l’empreinte carbone	27
<b>4. UNE ENTREPRISE CENTRÉE SUR L’HUMAIN</b>	<b>29</b>
4.1 Gestion des talents, qualité de l’emploi et bien-être des collaborateurs	30
4.2 Diversité, égalité et inclusion	32
4.3 Santé et sécurité des collaborateurs	33
<b>5. UNE ENTREPRISE RESPONSABLE SUR L’ENSEMBLE DE SA CHAÎNE DE VALEUR</b>	<b>34</b>
5.1 Risques liés aux fournisseurs, transparence et relation durable avec les fournisseurs	35
5.2 Risques liés aux fournisseurs, bien-être animal	37
5.3 Gouvernance, risque éthique et conformité	38
<b>6. ANNEXES</b>	<b>41</b>
6.1 Note méthodologique	41

**DIRECTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIÈRE**  
 « Des valeurs familiales, un engagement durable »

Il y a plus de 50 ans, Paul Poulailon et son épouse Marie France s'installèrent à Mulhouse pour ouvrir leur première boulangerie dans le quartier de Dornach. Paul Poulailon aime innover. C'est ainsi qu'en 1973, il eut l'idée d'allonger de la pâte à bretzel pour former un petit pain qu'il garni de charcuterie pour en faire un sandwich : la Moricette® était née.

Au fil des années, et grâce à la détermination de Paul Poulailon, la Moricette® est devenue non seulement le produit phare du Groupe mais également une véritable institution pour tous les alsaciens et au-delà de nos frontières. Elle est à l'origine du succès du Groupe qui compte aujourd'hui plusieurs sites de production et de nombreux points de vente.

Paul POULAILLON et son épouse Marie France ont été rejoints à la tête du Groupe par leurs deux enfants : Fabien et Magali POULAILLON. Pleinement conscient de son rôle, le Groupe familial s'engage au quotidien pour offrir des produits de qualité en suivant une démarche responsable et durable.

Les engagements en matière sociale, environnementale et sociétale ne sont pas nouveaux et sont la clé d'une démarche volontaire entamée en la matière depuis plusieurs années. La Responsabilité Sociale des Entreprises (ci-après "RSE") est intégrée dans les orientations stratégiques du Groupe et discutée lors du Comité de Direction.

Par son histoire et son fonctionnement, le Groupe POULAILLON est un acteur profondément ancré dans son territoire : la production locale, le sens de la proximité et la dynamisation des territoires sont des engagements prioritaires. L'entreprise familiale assume une responsabilité sociale, tente de réduire son impact environnemental et soutient l'écosystème local par des mesures bénéfiques à l'activité économique et à l'emploi.

Le Groupe a conscience qu'une entreprise de sa taille et de son importance se doit d'agir en prenant en compte son impact social et environnemental. A ce titre, elle exige la collaboration, la participation et la coordination de chacun.

**Ce rapport a été construit selon les exigences légales et réglementaires en vigueur et vérifié par un organisme tiers. Il répond à l'ensemble des thématiques demandées, présente le modèle d'affaires du Groupe, les risques extra-financiers identifiés, les politiques mises en oeuvre pour les atténuer, ainsi que les indicateurs de performance associés.**



## “ Vers un Développement plus durable ! ”

Depuis plus de 50 ans, notre famille a plus que jamais la volonté de “faire bien” les choses et si nous voulons rester en accord avec ce que nous sommes, cela passe désormais également par un enjeu, de taille : la Responsabilité Sociale des Entreprises.

Cet enjeu est désormais le nôtre, comme il doit être celui de toutes les entreprises Françaises mais également européennes, puis mondiales. Nous tous, en portons la responsabilité.

S'inscrire dans cette démarche nous impose de reprendre tous nos engagements, le plus souvent informels, que nous effectuons au quotidien et que nos équipes appliquent. L'objectif de ce rapport est de livrer aux lecteurs, nos actionnaires, nos clients consommateurs, nos collaborateurs, une information claire et de mettre en avant tout ce que nous faisons déjà de longue date, puis de l'inscrire dans une évolution engagée. Le comité RSE que nous avons mis en place s'inscrit dans l'évolution de notre démarche.

Car nul ne peut ignorer le réchauffement climatique et ses bouleversements, les impacts environnementaux, la transition énergétique, sujet ô combien important pour les consommateurs d'énergie que nous sommes...

Tout cela doit s'inscrire dans l'évolution du Groupe, son modèle économique, et dans la poursuite de notre développement, mais un développement plus... durable !

Marie France, notre épouse et maman nous a quitté au cœur de l'été 2024. Son aura nous aidera à veiller au respect de nos valeurs et de nos engagements.

L'environnement, nos collaborateurs, nos clients, la qualité de nos produits, la sélection de nos fournisseurs, sont autant d'enjeux majeurs à prendre en compte.

Et nous sommes plus que jamais résolus à prendre notre responsabilité, sociétale, avec humilité face à l'ampleur de la tâche, mais détermination !

**Paul, Fabien et Magali POULAILLON**

# 1 - INTRODUCTION

## 1.2 Présentation du Groupe

### Les métiers et l'offre produits

#### La Moricette®, produit phare et emblème du Groupe

Inventée en 1973 par Paul Poulailon, la Moricette® se décline nature, garnie et de nombreuses variétés de sandwiches, vendue au grand public et en GMS.

La qualité organoleptique de la pâte en fait un produit d'exception largement diffusé. Deux grandes lignes de fabrication produisent 150 000 pièces quotidiennement.

En plus de son produit phare la Moricette®, le Groupe POULAILLON propose toute une gamme de produits généreux et qualitatifs pour tous les moments de la journée, en plus d'une eau à la minéralité exceptionnelle !



#### La boulangerie viennoiserie et pâtisserie

Activité historique du Groupe, la boulangerie reste au cœur de notre savoir-faire. Notre gamme de produits crus, précuits et cuits est élaborée à base de recettes authentiques. Nos pâtes bénéficient d'une fermentation lente de plusieurs heures qui rappelle le bon goût d'antan, développe une mie alvéolée et assure une conservation plus longue. Nos pains sont cuits sur sole.

Une vaste gamme de viennoiseries complète l'offre de panification avec des produits classiques, des produits saisonniers mais également d'incontournables spécialités alsaciennes. Nos chefs pâtisseries proposent quant à eux, de délicieuses pâtisseries fraîches et surgelées.



#### Le traiteur

Les chefs traiteur de Poulailon proposent une offre large, haut de gamme, où la main de l'Homme a toute son importance : nos produits apéritifs frais ou surgelés sont travaillés pour répondre à la demande de nos clients.

La tradition alsacienne est toujours représentée mais l'innovation est au cœur de notre stratégie. Chaque année, nos pains-surprises et nos plateaux de toasts s'enrichissent de nouvelles saveurs, de textures surprenantes et de formes tendances.



#### Le snacking

Pionnier avec la Moricette®, nous proposons une vaste gamme de sandwiches et bretzels adaptée à tous les moments de consommation et aux différents circuits de distribution (GMS, DA, RHF...). Attentifs aux évolutions du marché nous avons un seul objectif : « manger vite et bon » !



### L'eau minérale de Velleminfroy

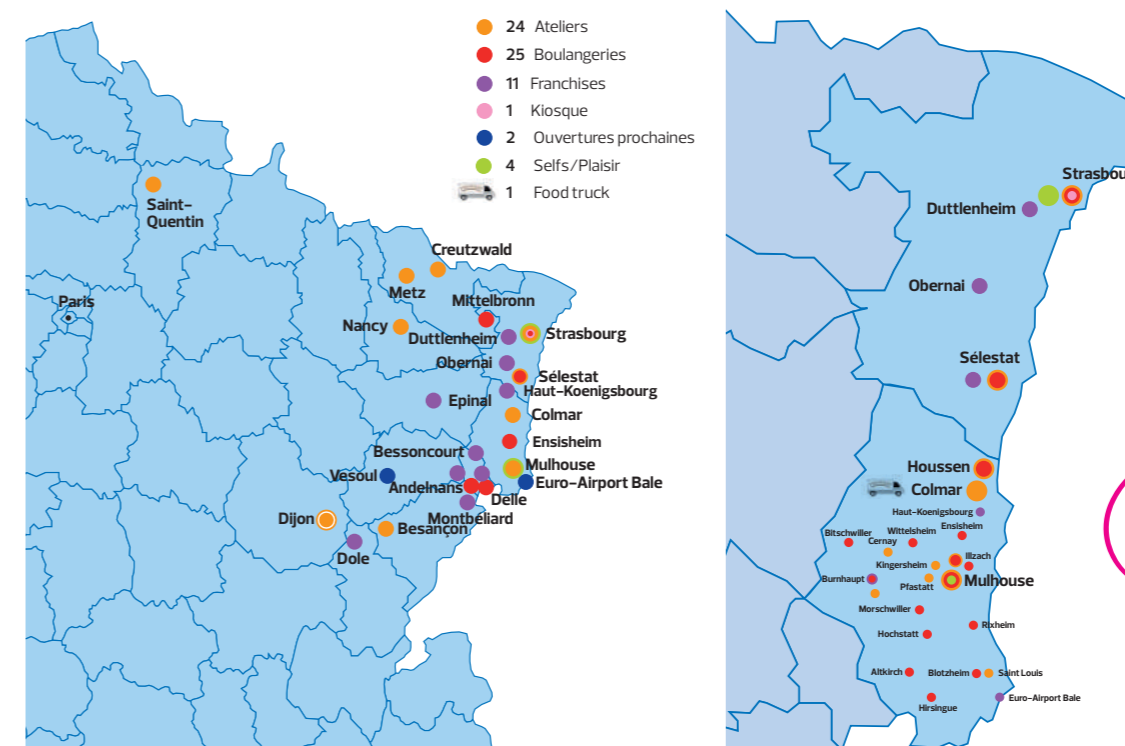
Du pain à l'eau, il n'y a qu'un pas, franchi par Paul Poulailon lorsqu'il a fait renaître l'ancienne source de Velleminfroy connue pour ses bienfaits depuis 1859.

Exploitée depuis 2016, elle propose une gamme complète de bouteilles en verre et PET.

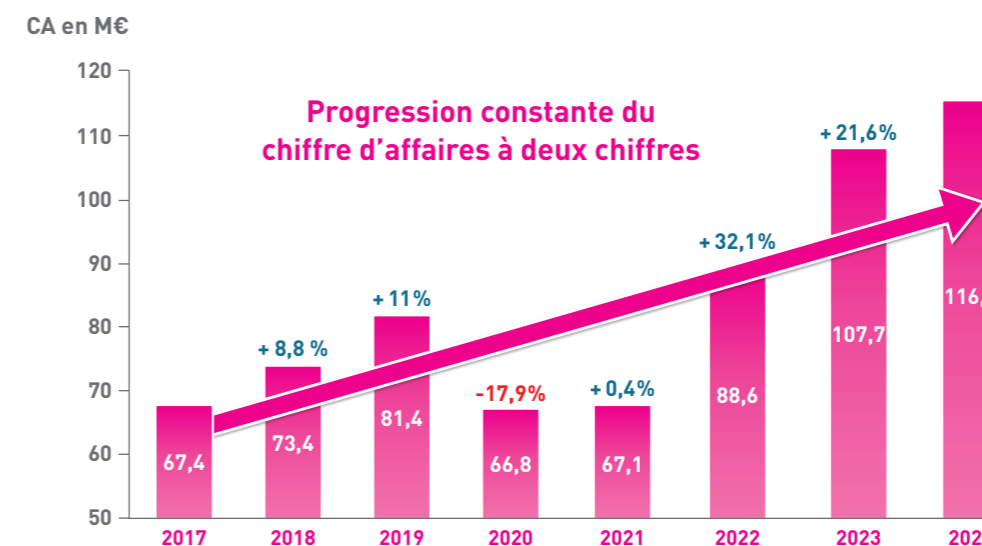


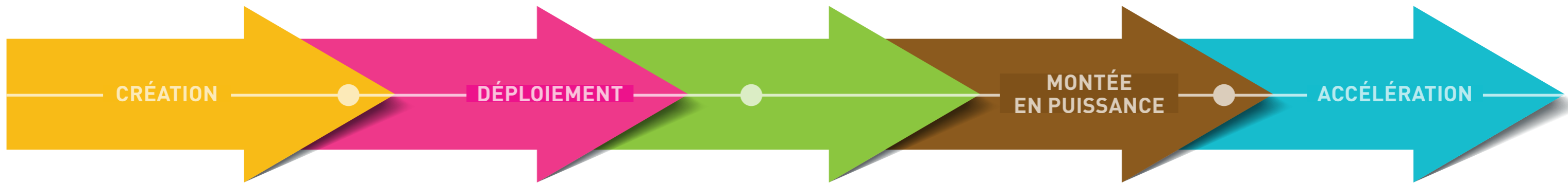
### Implantation géographique

#### Un ancrage Régional fort pour une ambition Nationale



### Evolution du volume d'affaires du Groupe POULAILLON





## ► 1973 Première Boulangerie

**1973**  
Ouverture de la première boulangerie spécialisée dans le Bretzel à Mulhouse et invention de la Moricette®



## ► 1980 Premier contrat avec la GMS

**1980**  
Produits Poulailon proposés par une enseigne de grande distribution

**1982**

- Ouverture d'un 2<sup>ème</sup> point de vente (Mulhouse)
- Dépôt de la marque Moricette®

**1986**  
Acquisition d'une chaîne de production automatisée de pâte à bretzel



## ► 1990 Création d'une offre traiteur • Arrivée de la 2<sup>ème</sup> génération

**1990**  
Création d'une offre traiteur

**1994**  
Arrivée de Fabien Poulailon pour développer l'activité GMS

**1999**  
Arrivée de Magali Poulailon pour développer les points de vente



## ► 2000 Développement du réseau de points de vente

**2002**  
Début de l'expansion du réseau de points de vente Poulailon

**2003**  
Acquisition d'un site de fabrication (Saint-Loup-Sur-Semouse) pour la confection de produits apéritifs surgelés

**2004**  
Acquisition de la source de Velleminfroy



## ► 2010 Diversification dans l'eau minérale

**2012**  
Ouverture du site de Wittelsheim (11500 m<sup>2</sup> : siège social et site de production)

**2015**

- Apport de la source Velleminfroy au Groupe
- Introduction en Bourse sur Euronext Growth

**2016**  
Autorisation d'embouteiller l'Eau de Velleminfroy

**2017**  
Acquisition du site de Saint-Vit

**2018**  
49 points de vente au total répartis dans le grand Est de la France

**Futur**  
5 à 6 ouvertures de magasins par an



## Historique du groupe



Enfant, lorsque Paul Poulailon passait avec son père devant la boulangerie de son village de Condrieu, en Isère, l'odeur du pain le faisait rêver. Dès lors il sut qu'il deviendrait boulanger.

C'est en 1973 que la première boulangerie de Paul POULAILLON voit le jour à Dornach, un quartier de Mulhouse. Accompagné de son épouse, Marie France, il crée la Moricette®, une pâte à bretzel allongée pouvant être garnie pour être dégustée comme un sandwich. Forte de son succès, la Moricette® est proposée pour la première fois dans une enseigne de grande distribution en 1980.

Une gamme traiteur est créée dans les années 1990. Les deux enfants des Epoux POULAILLON, Fabien et Magali POULAILLON, entrent également en fonction au sein du Groupe, respectivement en 1994 et 1999, pour renforcer et développer le réseau de points de vente et accroître l'importance de l'entreprise familiale, qui devient peu à peu un acteur majeur de la boulangerie dans le quart nord-est de la France, à la fois par ses magasins mais également par le développement d'une offre industrielle.

Les années 2000 propulsent l'entreprise familiale de boulangerie au statut de Groupe familial de restauration rapide intégré. En 2003, le Groupe fait l'acquisition du site industriel de Saint Loup sur Semouse **(70)** pour y fabriquer sa gamme de produits apéritifs surgelés.

Pour compléter son ascension, les Eaux Minérales de Velleminfroy sont rachetées par les Epoux Paul POULAILLON en 2004 et ont intégré le Groupe en 2015.

Afin d'augmenter sa capacité de production et pour répondre à une demande toujours plus croissante, le nouveau site de production de Wittelsheim est ouvert en 2012. Il abrite également tous les services administratifs.

En 2017, le Groupe achète le site de Production de SAINT-VIT **(25)**, qu'il agrandit en 2021 pour accroître sa production et accompagner le développement du Groupe.

Fin septembre 2024, Le Groupe compte 66 points de vente sur le territoire français.

## Que nous complétons des évènements suivants

**2021**  
Extension du site de production de SAINT-VIT **(25)** : nouvelle chambre froide et nouvelle ligne pour la fabrication de Moricette®

**2023**  
Franchissement du seuil de 100 M€ de chiffre d'affaires

**2024**  
Investissements pour le site d'embouteillage des Eaux minérales de VELLEMINFROY : ligne de production modifiée pour mise en place du bouchon solidaire sur toutes les gammes de bouteilles en PET et mise en place d'une cuve de stockage supplémentaire de 120 000 litres.

**Ce jour**  
66 points de vente répartis sur le quart nord-est de la France

## Et plus récemment...

**2022**

- Ouverture d'un point de vente à ENSISHEIM **(68)**
- Extension du point de vente de STRASBOURG - Homme de Fer **(67)**
- Reprise d'un fonds de commerce à STRASBOURG Aux Pralines de Mélanie **(67)**

**2023**

- Ouverture d'un point de vente à MITTELBRONN **(57)**
- Ouverture d'une franchise à OBERNAI **(67)**
- Ouverture d'un point de vente à LAMPERTHEIM **(67)**
- Reprise du point de vente de notre franchisé à DIJON **(21)**
- Ouverture d'un point de vente en Franchise à DOLE **(25)**

**2024**

- Ouverture d'un point de vente à DELLE **(90)**
- Ouverture par transfert d'un point de vente à ANDELNANS **(90)**
- Ouverture d'une franchise au départ de L'AEROPORT DE BALE MULHOUSE **(68)**

## La RSE en marche

### Labélisations

- 2018 Label IFS Food v6 sur le site de WITTELSHEIM – Les Ateliers Gourmands
- 2020 Label IFS Food v6 sur le site de SAINT LOUP SUR SEMOUSE
- 2021 - Certification ISO 2200 et IFS Food sur le site de VELLEMINFROY  
- Label IFS Food v6 sur le site de SAINT-VIT
- 2023 Renouvellement de la certification IFS Food v7 des sites de WITTELSHEIM, VELLEMINFROY, SAINT-VIT, SAINT-LOUP
- 2024 Renouvellement label IFS Food v8 sur l'ensemble de nos sites

### Démarches responsables

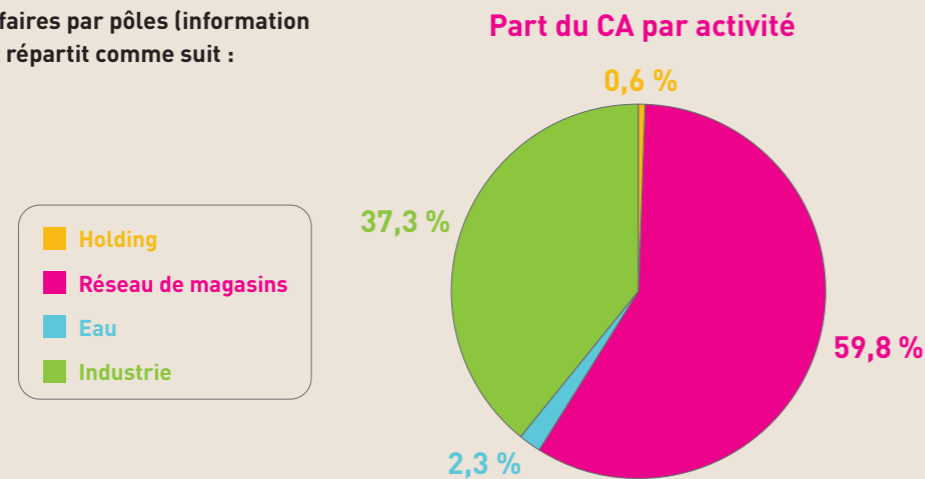
- 2019 Initiation de la démarche Clean label : sélection de produits et d'ingrédients sans additifs ni ingrédients de synthèse
- 2021 - Respect des critères de l'European Chicken Commitment  
- Approvisionnement exclusif en oeufs issus de la ponte au sol
- 2023 Adhésion au Pig Minimum Standard

### Produits responsables

- 2020 - Développement d'une gamme bio : baguette, Moricette®, mini- Moricette®, pain cuit sur sole et Kougelhopf  
- Réduction du plastique et suppression du sur-bouchon PET sur les bouteilles d'eau Minérale de VELLEMINFROY
- 2021 Mise en place d'un partenariat avec la banque alimentaire - gestion des invendus
- 2024 Mise en place du partenariat bouchon solidaire sur toute la gamme de bouteilles en PET et le remplacement des étiquettes adhésives par des étiquettes entourantes plus légères et recyclables

## Chiffres clés et bilan de l'année 2024

Le Chiffre d'affaires par pôles (information sectorielle) se répartit comme suit :



## Le modèle d'affaires

Le Groupe POUAILLON est constitué de 4 pôles :

- Le pôle Boulangerie qui est composé du réseau de magasins POUAILLON exploités en propre et en franchise, destiné au BtoC
- Le pôle Industrie qui comprend les activités de production et d'offre auprès de la clientèle GMS et professionnels, destiné au BtoB
- Le pôle Eau qui regroupe l'activité de production et de commercialisation des Eaux minérales de Velleminfroy
- Le pôle Holding représente la tête de groupe qui réunit les services supports communs à l'ensemble des pôles, la franchise et les marques

Le Groupe propose une offre complète qui s'adresse aussi bien à une clientèle professionnelle que particulière. Parmi les leaders sur le marché national de la boulangerie et de la restauration rapide, le Groupe fabrique à titre d'exemple, 38 millions de Moricettes® par an.

Le Groupe offre également la possibilité à ses clients de se fournir en produits POUAILLON via la boutique en ligne, proposant différents canaux de distribution des éléments commandés (récupération des achats directement en magasin ou livraison à domicile).

Dans le cadre de son développement, le Groupe propose l'ouverture en franchise de nouveaux points de vente. Le concept, orienté autour du savoir-faire, se diffuse autour de la marque, de la formation requise et l'assistance nécessaire à la réussite du franchisé.

Le modèle est très exactement celui exploité par le Groupe en succursale, en parfaite adéquation du modèle économique.

Le Groupe Poulaillon a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 116 M€ au courant de l'exercice clôturé au 30 septembre 2024 qui se répartit comme suit :

- Notre **clientèle grand public** représente 59,8 % du chiffre d'affaires total.

Nous avons trois typologies de points de vente :

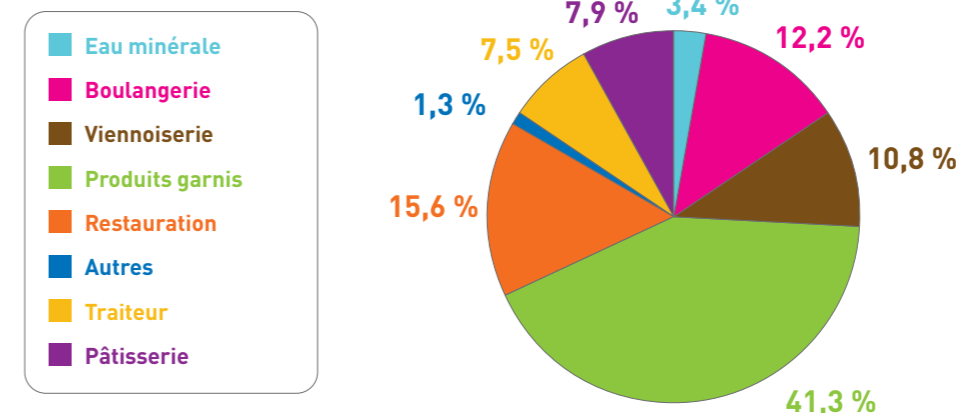


- Notre **clientèle professionnelle** représente 37,3 % du chiffre d'affaires total. La gamme, pour les GMS ainsi que la RHF, est proposée à la clientèle ce qui représente des référencements auprès d'enseignes de la grande distribution Française et Allemande.

Les ventes de l'eau minérale de Velleminfroy représentent 2,3 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

La majorité des ventes est constituée par les produits garnis (sandwichs ou Moricette®, à hauteur de 41,3 %). Viennent ensuite la restauration, la boulangerie et la viennoiserie puis notre offre traiteur, pâtisserie. L'eau minérale arrive en dernière position.

### Part du CA par famille de produits



## Informations complémentaires sur le modèle économique

Les offres produits du Groupe POULAILLON sont complémentaires et fonctionnent en parfaite synergie.

A noter également une complémentarité des BFR (besoins en fonds de roulement) en période de croissance :

- **Consommateur de trésorerie en BtoB**
- **Générateur de trésorerie en BtoC**

La clientèle est diversifiée avec un outil de production au service du BtoB et du BtoC.

Le réseau de magasins vend les produits de boulangerie, pâtisserie, traiteur du Groupe, ainsi que l'Eau minérale de Velleminfroy.

## Les sites de production



1

### Wittelsheim – Les Ateliers Gourmands (Mulhouse)

- 11 500 m<sup>2</sup> de surface de production et de stockage, construit en 2012.
- Production pour les points de vente et le BtoB.
- Site labellisé IFS en 2019, renouvellement de la certification le 29 novembre 2024 (IFS Food v8).

2

### Saint-Loup-sur-Semouse – Unité semi-industrielle en Haute-Saône (70)

- 2 400 m<sup>2</sup> de surface de production et de stockage acquis en 2003. Ce site est dédié à la fabrication de produits surgelés, notamment des macarons, des produits traiteurs et de panification.
- Site labellisé IFS en 2020, puis renouvelé le 29 novembre 2024 (IFS Food v8).
- Création d'un magasin d'usine.

3

### Saint-Vit – Unité industrielle (25)

- 3 500 m<sup>2</sup> de surface de production et de stockage. Ce site existant acquis en 2017 est dédié à la fabrication de produits de panification bio et conventionnels, de baguettes et du Pain G-Nutrition.
- En 2021, finalisation de l'extension du site avec une nouvelle chambre froide et mise en oeuvre d'une nouvelle ligne Moricette®.
- Site labellisé IFS en 2022, puis renouvelé le 5 août 2024 (IFS Food v8).

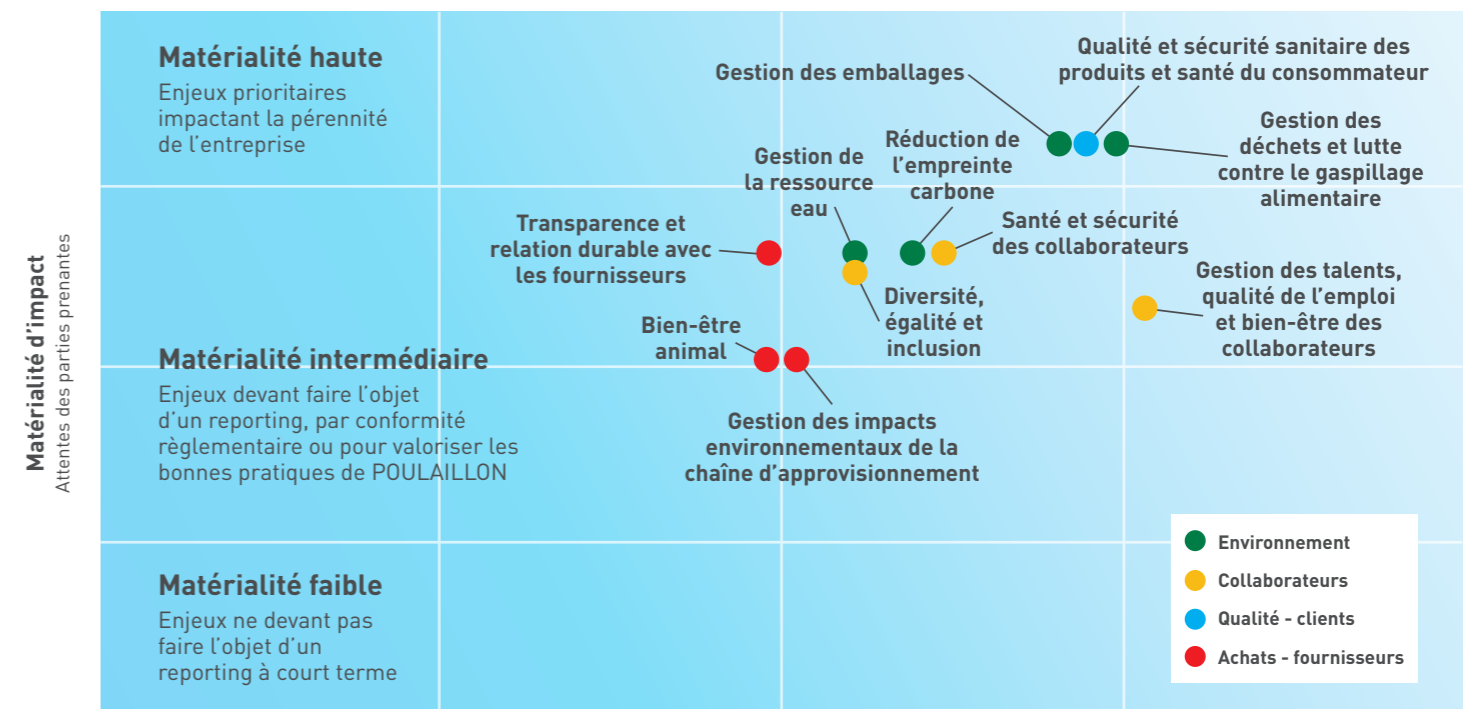
4

### Velleminfroy, Eau d'exception – Unité d'embouteillage (70)

- 2 800 m<sup>2</sup> de surface de production et de stockage.
- Diversification d'activité de 2016, l'eau minérale de Velleminfroy est une eau qui réunit toutes les qualités : riche en minéraux, d'une pureté zéro nitrate et pauvre en sodium.
- Site labellisé IFS en 2022, renouvellement de la certification le 21 juin 2024 (IFS Food v8).

## 1.3 Synthèse de la stratégie RSE

### 1.3.1 Analyse de matérialité



**Matérialité financière pour l'entreprise**  
Le périmètre couvert par le présent rapport coïncide avec le périmètre du Groupe consolidé POULAILLON dont les comptes sont publiés par la société mère POULAILLON SA. Les magasins franchisés sont exclus des données fournies sauf mention contraire expresse.

## Méthodologie de l'analyse de matérialité

Cotation de la matérialité d'impact (analyse de l'impact potentiel de l'entreprise sur l'environnement et la société) vis-à-vis des enjeux RSE. Cotation de la matérialité financière mesurant la fréquence et la gravité des 11 enjeux principaux identifiés lors de l'analyse de matérialité d'impact.

Les enjeux ont été cotés et revus par 9 personnes membres du comité RSE et des fonctions centrales de l'entreprise, dont la Directrice Générale Déléguée du Groupe, Magali POULAILLON.

L'exercice de cotation a été réalisé dans le cadre de l'accompagnement d'un cabinet spécialisé externe.

### 1.3.2 Enjeux, risques et engagements

**Les engagements RSE de l'entreprise se traduisent de la manière suivante :**

- Respecter le personnel et renforcer la dimension humaine de leur quotidien
- Satisfaire les clients avec des produits de qualité et en leur proposant des lieux de rencontre et d'échange
- Être attentif à la santé des consommateurs et aux nouvelles tendances de consommation
- S'approvisionner en produits locaux et issus d'une agriculture respectueuse de l'environnement
- S'engager en faveur de la cause animale
- Réduire les emballages et lutter contre le gaspillage alimentaire

## Gouvernance RSE

Un comité RSE est en cours de structuration. Il rassemble les collaborateurs représentant chaque fonction centrale du Groupe POULAILLON (Achats, qualité, marketing, réseau de magasin, industrie, ressources humaines, juridique et gouvernance), permettant de mener à bien les projets de transformation en impliquant les collaborateurs concernés. Il aura notamment pour missions de suivre les actions mises en place et de devenir une véritable force de proposition concernant les démarches et les indicateurs à mettre en oeuvre.

#	Nom de l'enjeu	Description de l'enjeu	Risques
01	Qualité	Santé et satisfaction du consommateur	Image détériorée du Groupe
02	Qualité	Qualité et sécurité sanitaire des produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risque d'intoxication client</li> <li>• Perte de l'image d'enseigne qualitative</li> </ul>
03	Environnement	Gestion des emballages	Sur-coût des emballages et impacts environnementaux des déchets plastiques
04	Environnement	Gestion des déchets et lutte contre le gaspillage alimentaire	Perte de valorisation des invendus alimentaires
05	Environnement	Gestion de la ressource eau	Sur-consommations d'eau
06	Environnement	Réduction de l'empreinte carbone	Utilisation de process énergivore couteux et néfastes pour les parties prenantes
07	Social	Gestion des talents, qualité de l'emploi et bien-être des collaborateurs	Perte de collaborateurs clés et difficultés à recruter
08	Social	Diversité, égalité et inclusion	Discrimination dans le traitement des collaborateurs
09	Social	Santé et sécurité des collaborateurs	Atteinte physique des collaborateurs
10	Fournisseurs	Transparence et relation durable avec les fournisseurs	Perte de traçabilité des produits
11	Fournisseurs	Bien-être animal	Non respect des réglementations en vigueur

\* Indicateur actuellement indisponible, à construire...

#	Indicateurs associés	Analyse des risques
01	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enquête de satisfaction des commandes internet</li> <li>• Nombre de petits déjeuners offerts aux associations</li> <li>• Valeur moyenne des dons par associations</li> <li>• Nombre de réclamations avec bons / Nombre de tickets</li> </ul>	<p>Un client insatisfait peut entraîner une détérioration de l'image du Groupe et des produits vendus, ainsi que plus généralement une perte de confiance globale.</p> <p>Il est crucial de traiter rapidement les doléances d'un client insatisfait pour limiter au maximum le bouche-à-oreille négatif pouvant généraliser une image négative.</p>
02	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux d'appropriation de la Food Safety Culture (FSC)</li> <li>• Part des fournisseurs certifiés sur la qualité des produits *</li> <li>• Réclamations clients</li> <li>• Délais de réponse aux réclamations</li> </ul>	<p>Si ces indicateurs ne sont pas suffisamment élevés, cela peut avoir pour conséquence une perte de confiance du consommateur sur la qualité des produits. La sélection des fournisseurs par leur fiabilité aura une incidence sur la qualité des produits : toute faille peut avoir des dommages directs auprès des clients tels que des risques d'intoxication alimentaire. L'objectif du Groupe étant de sécuriser la santé et proposer des produits qualitatifs, sains pour la santé.</p>
03	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tonnage d'emballages plastiques (réseau / industrie)</li> <li>• Proportion des emballages cartons (réseau / industrie)</li> <li>• Proportion d'emballages réutilisables *</li> </ul>	<p>La gestion des emballages est un objectif primordial afin de réduire au maximum les émissions de gaz à effet de serre (impactant le réchauffement climatique) mais également afin de préserver les animaux (éviter les étranglements des mammifères marins, des oiseaux, l'ingestion mortelle de déchets, ainsi que la pollution des fonds marins,...) et, à petite échelle, éviter les risques pour la navigation humaine (accidents, blocage des hélices).</p>
04	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Production de déchets du pôle industrie</li> <li>• Part du DIB</li> <li>• Part des biodéchets</li> <li>• Volume d'huile recyclée</li> <li>• Volume de dons alimentaires</li> <li>• Volume de lots surprises vendus et pains durs</li> </ul>	<p>Le gaspillage alimentaire représente un prélèvement inutile de ressources naturelles (eau, terres cultivables...) et des émissions de gaz à effet de serre qui pourraient être évitées. Des indicateurs à la hausse résultent d'une hausse des invendus alimentaires, donc déchets alimentaires. L'objectif est de réduire ces sujets, et à défaut, de réutiliser ces produits afin d'éviter à long terme d'aggraver l'impact environnemental.</p>
05	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consommation d'eau (réseau/magasins)</li> </ul>	<p>Limiter notre consommation d'eau permet d'éviter l'abaissement des nappes phréatiques et l'assèchement des rivières.</p>
06	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consommation d'électricité</li> <li>• Consommation d'électricité d'origine renouvelable*</li> <li>• Part de l'électricité d'origine renouvelable*</li> <li>• Consommation de gaz</li> </ul>	<p>Réduire l'empreinte carbone par la maîtrise des consommations en énergies permet de lutter contre le réchauffement climatique.</p>
07	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'ETP</li> <li>• Taux de rotation du personnel</li> <li>• Nombre d'apprentis</li> <li>• Nombre d'heures de formation*</li> </ul>	<p>Risques de maladies professionnelles de type burn-out, perte de confiance en soi des collaborateurs, le bien-être psychologique et mental est aujourd'hui un enjeu clé du Groupe.</p> <p>Une politique RH proactive et un environnement de travail sain sont essentiels pour attirer et fidéliser les talents, et ainsi assurer la croissance durable de l'entreprise.</p>
08	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de féminisation</li> <li>• Proportion de femmes cadres</li> <li>• Proportion de salariés en situation de handicap</li> </ul>	<p>Mettre en place une égalité et inclusion des salariés réduit significativement les inégalités sociales et culturelles, favorisant ainsi le bien-être psychologiques des collaborateurs et collaboratrices concernés.</p>
09	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accidents du travail sans arrêt</li> <li>• Accidents du travail avec arrêt</li> </ul>	<p>La sécurité au travail est une priorité. Cet aspect non sécurisé pourrait avoir de lourds impacts tels que : risque de maladies professionnelles voire incapacité de travail, ayant un impact psychologique pour le salarié mais aussi les supérieurs hiérarchiques et la direction, l'image du Groupe peut aussi être altéré auprès des clients consommateurs ou professionnels, autres collaborateurs, potentiels candidats,...</p>
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proportion des achats réalisés en local</li> </ul>	<p>Les circuits courts répondent à de nombreux besoins importants : diminution des émissions de GES, diminution des déchets, lutte contre le gaspillage, meilleure rémunération des producteurs...</p>
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proportion des volumes de poulets certifiés ECC utilisés dans les magasins</li> <li>• Proportion des volumes de poulets certifiés ECC utilisés dans les activités BtoB</li> <li>• Part des articles relatifs aux œufs certifiés «ponte au sol» parmi les 80 % les plus achetés</li> </ul>	<p>L'amélioration du bien-être animal a un effet positif sur la santé animale. En améliorant la gestion des systèmes d'élevage et en réduisant la surpopulation, cela permet de diminuer l'impact des maladies sur les animaux, ainsi que les blessures et les infections qui en résultent et in fine, éviter tout risque relatif à la qualité du produit consommé ayant les conséquences évoquées ci-avant.</p>

\* Indicateur actuellement indisponible, à construire...



## 2 - LA QUALITÉ AU COEUR DE NOS ACTIVITÉS

En garantissant à ses clients des produits sains et une alimentation de qualité, le Groupe Poulaillon s'inscrit dans une démarche d'entreprise responsable et respectueuse de l'environnement ainsi que des Hommes. Cette démarche passe par l'approvisionnement du Groupe en priorité auprès de fournisseurs soucieux des politiques environnementales et par la mise en place d'une traçabilité "produits".

### Les engagements Qualité de la Direction du Groupe sont les suivants

- Priorités en matière de qualité des produits et de sécurité sanitaire.
- Attrait pour le produit bien fait, les produits premium et réguliers, le sens du client et de l'offre renouvelée, la culture des bonnes pratiques.
- Volonté d'une forte présence sur le terrain pour assurer un contrôle important de la qualité des produits.

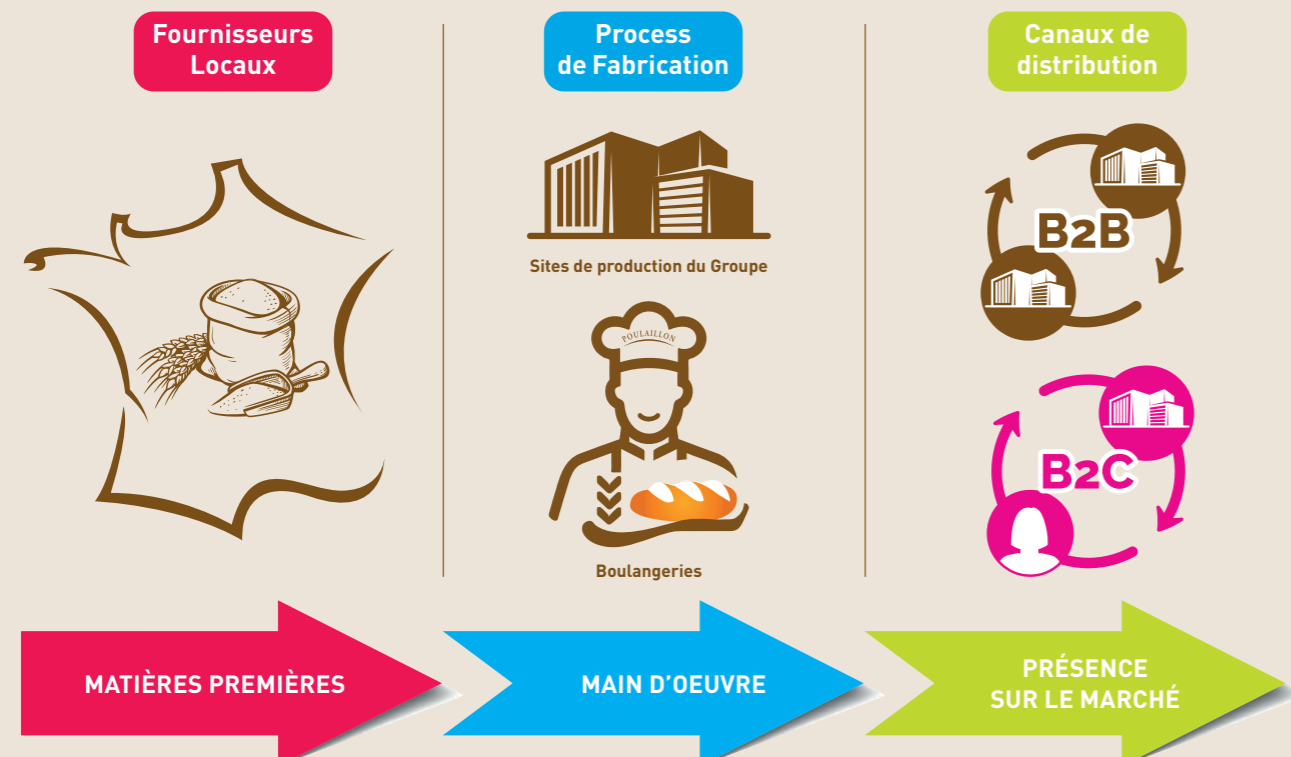
### Le périmètre couvert par la Qualité

Tous les sites de production et tous les points de vente sont concernés par la politique Qualité.

### Une équipe Qualité dédiée

L'équipe Qualité est constituée d'une dizaine de personnes au niveau du Groupe. Elle est managée par la « directrice qualité » qui travaille étroitement avec les équipes Recherches et Développement, Achats et Marketing.

- L'équipe supervise un système de management de la qualité et de la sécurité des denrées alimentaires qui couvre la production et le développement de produit de panification, de sandwiches, de produits traiteur et de pâtisseries, et généralement l'ensemble de la production.
- Ces principes de management s'inscrivent dans l'objectif de déployer un système managérial de la sécurité des denrées alimentaires et de se faire reconnaître par la certification IFS.
- Les activités d'embouteillage d'eaux minérales sont suivies par l'équipe dédiée en charge des sujets liés à la qualité des produits.



La qualité intervient dès le choix et la sélection des matières premières et suit tout le process de fabrication, ceci afin de prévenir tout risque.

## 2.1 Qualité des produits et santé des consommateurs

Le Groupe est guidé par la volonté de concilier produits de qualité, performance économique et engagement sociétal, tout en conciliant le bien-être des consommateurs et plaisir gustatif.

### Attentif à la santé et aux nouvelles tendances

Pour ses productions, le Groupe POULAILLON fait de plus en plus appel à des aliments dits « clean label » sans additif ni ingrédients de synthèse. Ceci dans l'objectif de proposer des produits toujours plus sains à destination de ses consommateurs.

Le Groupe détient et commercialise l'eau minérale de Velleminfroy, la seule eau minérale en France à réunir toutes les qualités : richesse en minéraux essentiels (calcium et magnésium), pauvre en sodium, d'une pureté Zéro nitrate, Zéro pesticide, Zéro trace de résidus médicamenteux et Zéro PFAS (polluants éternels).

De la même manière, le Groupe POULAILLON a diversifié sa production avec le lancement d'une gamme Bio pour ses pains et sa fameuse Moricette®. La gamme contient également une baguette Bio à l'eau minérale de Velleminfroy, garantissant la qualité sanitaire de ces produits.

C'est dans ce même état d'esprit, que le Groupe POULAILLON fabrique le premier pain brioché hyper-protéiné (apport de vitamines et de minéraux) remboursé par la sécurité sociale, le GNutrition®.

### Les informations aux consommateurs

La réglementation en termes d'affichage obligatoire est suivie et contrôlée en interne auprès de chacune des succursales. Les principales informations présentées sont notamment :

- **Affichage des compositions et allergènes sur tous les produits pré-emballés.**
- **Mention de l'origine des ingrédients sur les produits pré-emballés selon la réglementation.**
- **Identification de l'origine géographique des viandes rentrant dans la composition des produits, selon la réglementation.**
- **L'étiquetage en magasin précise si un produit est sans gluten, végétarien ou végan.**

### La satisfaction client

Répondre aux attentes et besoins des clients est un objectif clé pour Poulaillon. Le Groupe met donc en place différentes actions pour garantir la satisfaction client, notamment en matière de qualité des produits.

Les avis et réclamations clients sont réceptionnés par adresse mail spécifique, sur les avis Google ou dans la section dédiée du site internet.

Velleminfroy dispose également d'une adresse mail spécifique pour traiter les questions techniques spécifiques ou les réclamations des clients.

Un questionnaire de satisfaction est envoyé après chaque commande en ligne avec une synthèse tous les six mois, et exceptionnellement la première fois sur une période de neuf mois. Les résultats sont présentés en interne dans le but d'améliorer les process existants le cas échéant.

#### Indicateurs de performance

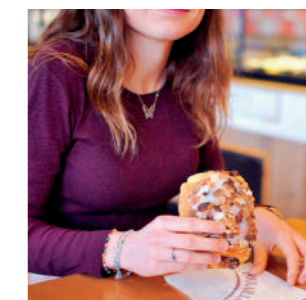
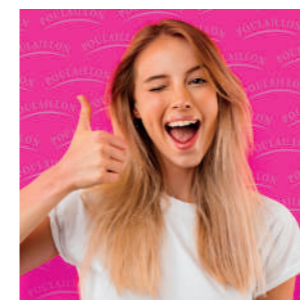
Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Enquête de satisfaction des commandes internet (évaluations 5 étoiles)	53,9 %	55,6 %	55,0 %

Indicateurs du 01/01 au 30/09/2024 - Points de vente réseau

#### Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Enquête de satisfaction des commandes internet (évaluations 4 et 5 étoiles)	NC	73,8 %	70,0 %

Indicateurs du 01/01 au 30/09/2024 - Points de vente réseau



Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable | Indicateur stable | Evolution défavorable

### Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Nombre de réclamations clients / Nombre de BL	0,33 %	0,36 %	0,50 %

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

### Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Nombre de réponse aux réclamations sous 5 jours ouvrables / Nombre total	85,1 %	89,8 %	90,0 %

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

### Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Nombre de réclamations avec geste commercial (bons d'achat) / Nombre de passages clients (=tickets)	NC	1/85 500	0,10 %

Indicateurs sur l'année comptable - Points de vente réseau

## Zoom sur une initiative

### Poulaillon, soutient la SPA de MULHOUSE

Pendant la période d'Halloween 2023, Poulaillon a proposé dans le réseau de magasins le "Chat fait Peur", une pâtisserie spécialement élaborée pour l'occasion. Pour chaque achat, 1 euro était reversé à la Société Protectrice des Animaux de Mulhouse Haute-Alsace. Magali Poulaillon a ainsi remis un chèque de 2 500 € à Luciana Jelsch Giovannini Vice-Présidente de la SPA de Mulhouse à la fin de l'opération.



Soucieux de contribuer activement au bien-être des communautés locales, **le Groupe s'engage pleinement auprès des associations caritatives et des établissements scolaires** en leur offrant des bons pour des lots de petits déjeuners TOM, édités spécialement par le siège.

Ces bons, qui témoignent de la volonté du Groupe de soutenir des actions solidaires, **peuvent être utilisés dans l'ensemble des magasins POULLAILLON**, à l'exception des franchises. Cette initiative reflète l'engagement du Groupe envers la responsabilité sociale de l'entreprise et le souci constant de répondre aux besoins des plus vulnérables et de **satisfaire pleinement tous les clients**.

### Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	
Nombre de petits-déjeuners offerts aux associations	NC	678	
Valeur moyenne des dons par association	NC	12,57 €	

Indicateur groupe



POULLAILLON



## Zoom sur une initiative

### G-Nutrition® le premier pain remboursé par la sécurité sociale !

Le pain brioché G-Nutrition est le fruit d'une coopération entre Cérélab (Groupe Dijon Céréales) et Eurogerm. Cette brioche hyper-protéinée s'adresse aux personnes dénutries, sur prescription médicale.

Il est fabriqué par Poulaillon à Saint Vit et distribué par le laboratoire Nutrisens dans les pharmacies et établissements de santé.



## 2.2 Qualité et sécurité sanitaire des produits

### Politique qualité et sécurité des denrées alimentaires

La politique qualité et sécurité des denrées alimentaires a été écrite en 2016. Elle est mise à jour dans le cadre d'une revue de direction annuelle (dernière révision de la politique en avril 2023), cette démarche ayant pour but d'adapter la sécurité aux nouvelles exigences de la certification IFS et de prendre en revue les objectifs issus de la revue de Direction.

L'objectif est de définir les axes prioritaires de travail du Groupe en matière de certification, de formation des collaborateurs, de consolidation des évolutions réalisées sur le logiciel interne et de traçabilité des produits.

#### Les objectifs principaux :

- Garantir la qualité et la sécurité alimentaire des produits.
- Développer une culture «Food Safety» dans les équipes.

### Politique Food Fraud

La fraude alimentaire fait référence à la dénaturation délibérée et intentionnelle de denrées alimentaires, d'ingrédients ou d'emballages pour en tirer un avantage économique.

La maîtrise de ce risque passe par une évaluation annuelle de nos fournisseurs afin de s'assurer du respect des cahiers des charges en vigueur.

### Maîtrise de la qualité et de la sécurité des denrées alimentaires

#### ► Certification des processus de production

La certification IFS basée sur les standards sectoriels de la grande distribution réalisée par un organisme certificateur. Il s'agit d'un référentiel européen permettant un contrôle strict de la sécurité et de la qualité des produits.

En cas d'écarts identifiés, mise en place de plans d'actions correctifs, ceux-ci étant revus annuellement sur l'ensemble des sites, selon les besoins de l'IFS.

L'ensemble des sites de production du Groupe est certifié IFS depuis au moins 2019. Cette démarche s'inscrit dans la volonté de travailler uniquement avec des fournisseurs certifiés sur la qualité.



Légende des indicateurs de performance

Evolution favorable

Indicateur stable

Evolution défavorable

POULLAILLON

### ► Formation et accompagnement des collaborateurs

Le Groupe POULAILLON s'assure de la propagation des gestes à appliquer par ses collaborateurs par le biais d'une formation annuelle sur les bonnes pratiques d'hygiène, la sécurité des denrées alimentaires et la culture Food Safety, obligatoire pour tous les employés en contact direct avec les produits (formations en présentiel par groupes d'environ 15 personnes).

Ces formations sont assurées en partie par un consultant externe, avec la volonté d'internaliser progressivement cette formation, ce qui est déjà le cas pour tout le réseau de magasins.

### ► Consolidation et traçabilité des produits

Le logiciel interne Progial, ERP d'industrie, permet le suivi de la traçabilité des matières premières, des stocks et des produits finis. Procédure de référencement et de suivi des fournisseurs (renvoyer vers le chapitre 5.1).

Plan de gestion des non-conformités mis en place en fonction du type de non-conformité, de réclamation, en lien avec une volonté de développer les audits fournisseurs pour renforcer le contrôle qualité des produits.

### ► Plan de maîtrise sanitaire et maîtrise quotidienne des bonnes pratiques d'hygiène

Un **GBPH** (Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène), interne au Groupe POULAILLON a été mis en place.

Ce guide inclut des enregistrements, un plan de nettoyage désinfection, des inspections et audits internes, une échantilothèque de produits finis conservés jusqu'à leur DLC (Date Limite de Consommation) ainsi qu'un plan de contrôle des matières premières et des produits finis.

Suivi **HACCP** (Analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise, **H**azard **A**nalysis **C**ontrol **C**ritical **P**oints) :


- Manuel des procédures qui consigne l'ensemble des procédures de traçabilité, gestion des réclamations, gestion de crise, etc...
- Plan de contrôle sur les produits chimiques.

L'installation du logiciel « **POPPINA** », solution dématérialisée sur tablette, sur tout le réseau magasins consigne dans le cadre du HACCP, la traçabilité, le nettoyage et l'étiquetage. Nettoyage quotidien des lieux de production avec des produits d'hygiène de grade alimentaire testés et référencés (fournisseur unique).

#### Contrôles :

- Audits réguliers au sein des sites ou points de ventes par le responsable qualité et environnement.
- Plusieurs contrôles bactériologiques et physico-chimiques quotidiens par le laboratoire interne.
- Cahier des charges partagé avec les fournisseurs.

#### Indicateurs de performance

Connaissance de la Food Safety Culture	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Taux d'appropriation de la Food Safety Culture	91,0 %	86,6 %	85,0 % 

La Food Safety Culture est définie selon le rapport de la GFSI (Global Food Safety Initiative) comme : "un ensemble de valeurs, croyances et normes communes qui ont une incidence sur l'état d'esprit et le comportement à l'égard de la sécurité sanitaire des aliments au sein d'une organisation, à l'échelle de l'organisation et dans l'ensemble de celle-ci".

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels



## Zoom sur une initiative

### Le référentiel IFS Food : une revue de référence !

Le référentiel IFS Food est l'un des principaux référentiels reconnus par le **GFSI** (Global Food Safety Initiative), qui est un groupe de travail international composé de détaillants, de fabricants et d'organismes de certification.

En quelques mots, la certification IFS Food garantit :

- Une **traçabilité** sûre de la chaîne de production/transformation/distribution
- De bonnes pratiques **d'hygiène** et de fabrication
- Une conformité des produits, **sans fraude alimentaire**
- Une **méthode HACCP** bien maîtrisée

C'est en 2017 que le Groupe POULAILLON a décidé la mise en oeuvre de la certification sur le site de Wittelsheim, qui depuis 2021 a été étendue à l'ensemble de ses sites de production.

100 % des sites de production du Groupe POULAILLON sont certifiés IFS.



## 3 - LA PRISE EN COMPTE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

### 3.1 Gestion des emballages


#### La réduction des emballages

Le Groupe favorise les fournisseurs qui utilisent des emballages en cartons. Le verre est proscrit sur les activités historiques, ce qui est également le cas du métal et plus récemment du bois.

Le verre reste très demandé pour le conditionnement de l'eau, notamment chez les clients restaurateurs.

A chaque fois que cela est possible les suremballages sont supprimés. Ceci sous condition de ne pas altérer la qualité des produits.

#### Indicateurs de performance

Gestion des emballages - Points de vente	Réel 2023	Réel 2024		
Proportion des emballages plastiques sur la totalité des déchets	NC	18 %	Objectif 2025	
Proportion des emballages cartons sur la totalité des déchets	NC	82 %		
Tonnage de plastiques par million d'euros de CA de production	NC	0,226		NC 
Tonnage de cartons par million d'euros de CA de production	NC	1,0287		NC 
Tonnage de déchets par million d'euros de CA de production	NC	1,259		NC 

Indicateurs sur l'année civile 2023 - Points de vente réseau

#### Indicateurs de performance

Gestion des emballages - Professionnels	Réel 2023	Réel 2024		
Proportion des emballages plastiques sur la totalité des déchets	NC	42 %	Objectif 2025	
Proportion des emballages cartons sur la totalité des déchets	NC	57 %		
Tonnage de plastiques par million d'euros de CA de production	NC	0,649		NC 
Tonnage de cartons par million d'euros de CA de production	NC	0,878		NC 
Tonnage de déchets par million d'euros de CA de production	NC	1,543		NC 

Indicateurs sur l'année civile 2023 - Professionnels

Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable  | Indicateur stable  | Evolution défavorable 



Le Groupe a récemment investi dans une nouvelle ligne de conditionnement de produits traiteurs et de boulangerie sous atmosphère dirigée frais et surgelés, dont la livraison est prévue pour février 2025.

Aujourd'hui, les produits concernés sont emballés dans une barquette avec opercule au-dessus.

A l'avenir, si les essais sont concluants, ceux-ci seraient filmés rétractés.

Cette nouvelle ligne permettrait ainsi de réduire les quantités d'emballages mais également d'assurer une Date Limite de Conservation (DLC), soit in fine de réduire également les déchets alimentaires.

Element	Actuel	Futur	Gain en %	Gain en kg
Ligne Pain	47 g	30,94 g	- 35 %	2 497 kg
Ligne Moricette®	25 g	16,33 g	- 35 %	8 365 kg

## Recyclabilité

### Présentation des initiatives mises en oeuvre :

- Mise en place d'un cahier des charges définissant les types d'emballages recyclables et définissant nos exigences en ce sens.
- Changement des films pour les sandwiches, auparavant en plastique complexe et maintenant en 100 % PE (polyéthylène), plus facilement recyclable.
- Passage progressif aux emballages en papier ou, à minima, mono-matériau pour les emballages des sandwiches.
- Changement complet d'emballage, du plastique vers le carton pour les cakes.
- Suppression des canettes au profit de bouteilles en plastique plus facilement recyclables, les filières étant mieux adaptées.
- Introduction de vaisselles réutilisables dans les points de vente.

## Réduction des quantités consommées

Réduction de la laize des films d'ensachage de sandwiches depuis 2022 sur l'usine de Wittelsheim.

Retrait progressif des plastiques à usage unique dans les emballages.

Déploiement de la loi **AGEC** (**A**nti **G**aspillage pour **E**conomie **C**irculaire) et suppression des contenants à usage unique sur place.

Abandon progressif des emballages dits « marketing », pour un remplacement par des emballages filmés rétractés, moins consommateurs de matières.



## Réemploi des emballages

Utilisation de cagettes pliables, robustes et ré-employables, à la place de cartons jetables, pour le transport à destination du réseau de magasins, des pâtisseries, des produits apéritifs traiteur, des jus de fruits, des salades et des plats du jour.

## Intégration de matière recyclée dans les emballages

Cartons de transport des aliments en carton majoritairement recyclés.

## Valorisation et gestion des déchets

Récupération des cartons pour leur valorisation par le groupe Schroll sur le site de production de Wittelsheim avec les déchets plastiques de l'usine.

Le Groupe fait preuve de rigueur sur le tri des déchets et adopte une démarche éco circulaire en mettant en place différentes filières concernant le tri. Plus de 99% des déchets font l'objet soit d'un recyclage, soit d'une valorisation.

### Indicateurs de performance

Gestion des déchets	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	
Production de déchets (Poids du déchet en tonnes par million € de CA de production)	30,99	29,08	28,0	✓
Part du DIB (Déchet Industriel Banal non recyclable)	16,1 %	18,3 %	20,0 %	⊗
Part des biodéchets (Revalorisés en méthanisation)	68,4 %	67,5 %	70,0 %	✓

Indicateurs sur l'année civile - Sites de productions

## Zoom sur une initiative

### Ecoconception des bouteilles d'eau

Tout est mis en oeuvre pour réduire la quantité de plastique utilisée pour la fabrication des bouteilles PET tout en répondant aux exigences de qualité et résistance du produit.

- Suppression du sur-bouchon (diminution du plastique et du prix de la bouteille).
- Changement du col de la bouteille permettant de réduire le poids de la bouteille de 2g.
- Amélioration de la recyclabilité du produit.
- Travail sur l'amélioration de la recyclabilité de l'étiquette entourant (mono-matériau).
- Intégration de PET (Polyéthylène Téréphtalate) recyclé dans la composition des bouteilles.
- Intégration d'un % minimum de PET recyclé dans les bouteilles pour les clients qui le demandent.
- **Passage au bouchon solidaire en 2024.**
- Remplacement des étiquettes adhésives sur les bouteilles en PET par des étiquettes entourantes pour diminuer l'impact environnemental de l'emballage et améliorer la recyclabilité.
- Réduction du poids et de l'épaisseur du film des packs plastiques.

Plusieurs de ces mesures font suite au diagnostic réalisé en 2023 par le Groupe avec Vitagora et le kit RSE ANIA-ACTIA de l'Association Nationale des Industries Agroalimentaires.



## 3.2 Gestion des déchets et lutte contre le gaspillage alimentaire

### Enjeux prioritaires pour le Groupe

Les activités du Groupe POULLAILLON sont consommatrices de matières premières agricoles. Le Groupe met en œuvre plusieurs actions afin de réduire les déchets générés, de valoriser la production, les déchets incompressibles et de lutter contre la précarité alimentaire.

Les déchets alimentaires du Groupe rassemblent les matières issues de la production (produits non cuits, cuits, transformés) puis les produits commercialisés en réseau.

Le Groupe privilégie l'achat de farine en silo, plutôt qu'en sacs, pour éviter les déchets.

### Réduction des déchets en production

Plusieurs initiatives ont été mises en œuvre ou sont en cours d'application afin de réduire les quantités de déchets générés en production et d'améliorer leur taux de valorisation.

#### ► Optimisation des quantités d'intrants

- Projet de diminution des quantités de semoule utilisées en fond de ligne.
- Optimisation de la quantité de farine/semoule en fonction du taux d'humidité grâce au savoir-faire des boulangers.
- Les consommations de matières premières (farine, semoule ...) sont enregistrées en continu par des appareils de mesure industriels, permettant d'alerter en cas d'anomalie / panne.

#### ► Réutilisation des intrants pour réduire la production de déchets

Les procédés de production permettent de limiter la production de déchets, notamment via la réutilisation de rognures (issus de la découpe de produits plats par empreinte, éléments non conformes en taille, poids, forme ou des pains / viennoiseries), qui sont réincorporés dans la chaîne de production et ne génèrent pas de déchet.

#### ► Valorisation des déchets

100% des déchets de pâte et de farine sont valorisés en méthanisation par notre prestataire Suez et Agrivalor, collecteur local, par la biométhanisation.

Déchets de pain distribués à des agriculteurs à proximité pour l'alimentation animale.

Filière de collecte spécialisée des déchets bois avec la société « AgreBois ».

Mise en place d'une collecte sélective des cartouches d'encre usagées au profit de la « Ligue contre le cancer ».

Récupération des huiles de friture des magasins et des sites de production pour valorisation sous forme de biocarburant.

#### ► Dons d'inventus de production

Don d'inventus à des partenaires luttant contre la précarité alimentaire, notamment la Banque Alimentaire et d'autres associations solidaires.

#### Indicateurs de performance

Lutte contre le gaspillage alimentaire	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Part du CA Industrie* valorisé en dons	0,1 %	0,1 %	0,1 %

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

## Zoom sur une initiative

### Des partenariats noués par le Groupe

Dons d'inventus, de produits en fin de vie ou soumis à une date limite de consommation courte en partenariat avec les associations de lutte contre la précarité alimentaire, notamment la Banque Alimentaire du Haut-Rhin et d'autres associations caritatives.



## Réduction des déchets au réseau de magasins

En 2024, le Groupe est entré en partenariat avec le réseau « COCCI » qui installe une presse à balle pour le retraitement du carton, du plastique et de l'aluminium.

Le format MOULIN qui dispose de la place nécessaire pour recevoir ces équipements installe depuis 2022 « COCCI » notamment sur ses magasins d'Ensisheim et Lampertheim. Le Groupe prendra en compte ces dispositifs pour les nouvelles constructions et souhaite l'étendre à d'autres magasins dont les constructions sont plus anciennes ; cependant, des contraintes techniques ne le permettent pas à date.

**Le Groupe a démarré un travail d'optimisation des contenants et tournées en 2024, qui se poursuit pour 2025 :**

#### Mise en place de contenants uniques de plus grandes tailles, ayant pour conséquence :

- De réduire les tournées auprès de nos magasins,
- D'éviter les diverses manipulations de bacs par le personnel, qui n'ont plus besoin de sortir les 5 ou 6 poubelles à roulettes : les camions poubelles viennent directement à la benne pour la collecte.
- D'éviter l'espace perdu compte tenu de leur plus grande capacité.

#### Ajustement des collectes et passages au plus juste, permettant :

- D'éviter les collectes à vide et la sur-collecte avec des passages inutiles,
- D'optimiser des jours de tournées afin d'avoir des collectes non trop rapprochées, ni trop espacées mais également éviter que les contenants ne débordent.
- De réduire les collectes en période d'activités plus faibles et ajustement lors des activités plus fortes.

## Lutte contre le gaspillage alimentaire • réseau de magasins

Commercialisation des inventus à des prix attractifs.

- Vente de produits de la veille, dits " lots surprises " à prix remisé.
- Vente de lots de 6 viennoiseries de la veille à tarif réduit.
- Vente de brioches de la veille à prix remisé.
- Vente de sacs de pains durs à tarif réduit.



#### Indicateurs de performance

Lutte contre le gaspillage alimentaire	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Part des lots surprises vendus	87,1 %	87,7 %	85,0 %
Part des sacs de pain dur vendus	NC	97,4 %	85,0 %

Indicateurs sur l'année comptable - Points de vente réseau

Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable ✓ | Indicateur stable ○ | Evolution défavorable ✗

### 3.3 Gestion de la ressource “ Eau ”

#### Limiter la consommation de la ressource “ Eau ”

Le Groupe tend à renforcer les dispositifs lui permettant de limiter la consommation de ressources importantes telles que l'eau, d'en préserver la disponibilité et la qualité, tant pour ses activités de production d'eau minérale que pour l'usage d'eau alimentaire dans le cadre des procédés de panification.

Il veille à la réduction de la consommation de l'eau sanitaire et respecte la réglementation relative au rejet des eaux usées.

**L'eau minérale est le produit unique de la marque Velleminfroy constituant le Pôle Eau du Groupe.**

#### ► Pour les autres pôles

L'eau alimentaire est l'un des intrants principaux pour la confection des produits de boulangerie, élément majeur de la matière première des produits de panification.

La réduction de la consommation de l'eau sanitaire du réseau de magasins et des sites de production est un sujet de surveillance quotidienne, dont les rejets doivent être suivis et traités.

#### Velleminfroy : débit de la source et contrôle qualité exigeant

- Réalisation d'un diagnostic RSE avec Vitagora à l'été 2023.
- Respect du débit de pompage imposé par l'ARS / Le débit de pompage est modulé selon la demande.
- Réalisation d'une étude hydrogéologique par un professionnel, dans le cadre du dossier d'autorisation d'exploitation de la source, confirmant que la ressource n'est pas à risque.
- Analyses bactériologiques et physico-chimiques en laboratoire interne quotidiennes à chaque étape du processus de production (forage, usine, embouteillage). Transmission à l'Agence Régionale de la Santé dans le cadre de l'agrément d'embouteillage.
- Mise en place d'une cuverie supplémentaire pour optimiser les quantités embouteillées, dans le cadre de la montée en puissance de l'activité.
- Travail de reconnaissance de la source comme étant d'intérêt général pour participer à sa protection et sa pérennisation (demande en cours d'instruction).

#### Réduire la consommation d'eau et de nettoyage dans les procédés de production, et garantir une eau d'évacuation aussi propre que possible

Mise en place de buses sur les sorties d'eau pour limiter le débit à 20 litres / minute pour les opérations de nettoyage.

Utilisation d'un séparateur à graisse pour limiter l'impact sur l'environnement des eaux rejetées.

Présence d'un séparateur à hydrocarbure dans les bouches d'égout de tous les parkings (sites de production, magasins) pour maîtriser la pollution liée aux rejets involontaires d'hydrocarbures par les véhicules stationnant sur leurs propriétés.

Installation de centrales de nettoyage pour surveiller la concentration des produits d'entretien dans les eaux rejetées. Ces installations permettent le dosage des produits chimiques stockés dans un local, par alimentation directe sur les centrales de nettoyages.

#### Indicateurs de performance

Gestion de la ressource d'eau	Réel 2023	Réel 2024	
Coût de l'eau par million d'€ de CA Production - Professionnels	1225 €	1578 €	✓
Coût de l'eau par million d'€ de CA Points de vente réseau	534 €	995 €	✓

Indicateurs sur l'année comptable



### Zoom sur une initiative

#### Réduire la consommation d'eau sanitaire

Concerne les sites de productions de Wittelsheim et de Saint-Vit

- Mise en place d'une machine auto-laveuse en remplacement du lavage au jet pour le nettoyage du sol, permettant la réduction de la consommation d'eau de plus de 50 %.
- Passage d'un nettoyage des plaques de cuisson au karcher à un nettoyage sans rinçage, avec l'installation d'un SAS de nettoyage évitant le sur-encrassement (prévision 2025, site de Saint Vit).
- Investissement en cours dans une cabine de lavage sur le site de Wittelsheim, permettant de réduire la consommation en eau d'environ 1500 m<sup>3</sup> par an.

Début de l'année 2024, le Groupe a progressivement mis en place des machines auto-laveuses dans les magasins, permettant, outre la réduction de la consommation d'eau, la pénibilité des salariés.



### 3.4 Réduction de l'empreinte carbone

**Les activités du Groupe POULAILLON sont consommatrices d'énergie et émettrices de gaz à effet de serre. Le Groupe met en oeuvre plusieurs actions concrètes afin de réduire ses émissions, ce qui est un enjeu prioritaire pour le Groupe.**

#### La réduction des émissions de GES

Le Groupe tend à renforcer les dispositifs lui permettant de limiter la consommation de ressources importantes telles que l'eau ou l'énergie. Pour exemple, la grande majorité du Groupe s'approvisionne en électricité renouvelable.

- **Le Groupe dispose d'un responsable qualité et environnement chargé de développer la stratégie environnementale au sein des différentes structures et installations du Groupe.**
- **Son action se fait tant dans les sites de production que sur le réseau de magasins.**
- Il est soutenu par une équipe composée de 3 personnes.

**Le Groupe a mis en place un partenariat avec ENERGIESDEV pour la remontée des données de toutes les consommations du Groupe, permettant ainsi un réel suivi afin notamment de les optimiser en vue d'une réduction.**

#### Le bilan carbone

L'empreinte carbone du Groupe POULAILLON est composée du **scope 1** (émissions directes liées à la fabrication des produits), **scope 2** (émissions indirectes liées à la consommation d'énergie), et du **scope 3** (émissions liées à l'amont - empreinte carbone des achats ; et l'aval - logistique).

Le Groupe a identifié des postes émetteurs en **scope 1** (fluides frigorigènes) et **scope 2** (consommation d'électricité, de chaud et de froid).

Le bilan carbone du Groupe est en cours de réalisation et devrait permettre d'approcher l'impact du Groupe sur les consommations d'énergies, dans le but de pouvoir aborder progressivement la réduction de celles-ci.

#### Améliorer l'efficacité énergétique des processus et des bâtiments

Mise en place d'une check-list RSE pour les économies d'énergie.

- Les "animateurs" des sites de production et des magasins du Groupe ont été sensibilisés aux économies d'énergies. Ils sont en charge de la **vérification des postes les plus consommateurs d'énergie.**
- **Mesures d'économie d'énergie sur certains sites.** Par exemple le site de Saint-Vit, les éclairages et portes sectionnelles sont équipés de détecteurs de présence pour limiter l'énergie liée à l'éclairage et les déperditions de chaleur / froid. Par exemple également toutes les nouvelles constructions du réseau de magasin sont équipées de détecteurs automatiques.
- En partenariat avec une entreprise spécialisée, des **dalles de parking en produits recyclés.** Deux sites sont déjà équipés, **Ensisheim (68)** et **Mittelbronn (57).**
- Réalisation de **contrôles thermographiques** sur les **sites de production (Velleminfroy, Wittelsheim)** afin d'identifier de potentielles déperditions énergétiques et comment les limiter.

Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable ✓ | Indicateur stable ⚠ | Evolution défavorable ✗

## Améliorer l'efficacité énergétique des processus et des bâtiments

- Accompagnement par des prestataires de génie thermique (Saint-Vit) pour **optimiser l'efficacité énergétique**.
- **Récupération de chaleur fatale** : la chaleur issue de certains équipements spécifiques tels que les centrales frigorifiques, CO2, est récupérée pour le préchauffage de l'eau sanitaire et une partie du chauffage des bâtiments.
- **Transition progressive des éclairages en LED**.
- **Recherche de performance environnementale dans le choix des sites de production**. Par exemple le site de Wittelsheim a été conçu en fonction des choix des matériaux, de sa disposition, de ses infrastructures, de ses aménagements, de sa facilité de nettoyage des installations et d'entretien des locaux.

## Production de froid, fluides frigorigènes

Les dernières centrales de production de froid sont au CO2 (R744) afin de **limiter l'utilisation des fluides frigorigènes à haut potentiel de réchauffement planétaire**.

Concernant les risques environnementaux et de pollution, le choix qui a été fait est celui de la prévention. Des **contrôles réglementaires externalisés sont régulièrement effectués** concernant les liquides frigorigènes ou encore les chaudières afin que les risques soient diminués.

## Réduire les émissions indirectes liées aux activités du Groupe

**Renouvellement** progressif de la flotte de véhicules avec des **véhicules hybrides ou électriques**, ce qui a notamment conduit à l'installation de bornes de recharges électriques au siège social du Groupe.

**Eco-conduite** : une formation a été dispensée à l'ensemble des livreurs.

Bridage des moteurs installés sur la flotte de véhicules pour limiter les excès de vitesse, donc l'impact sur les consommations de carburant et aussi sur la qualité de l'air.

## Décarboner l'énergie utilisée

Consultations et réflexions dans le but d'installer des panneaux photovoltaïques. Produire et consommer de l'énergie renouvelable, contribuerait à réduire l'empreinte carbone par optimisation de la consommation d'énergie.

### Indicateurs de performance

Réduction de l'empreinte carbone	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	
Consommation d'électricité du réseau de magasins (kWh consommés / € de CA réalisé)	101 000	86 756	85 000	✓
Consommation d'électricité du pôle industrie (kWh consommés / € de CA de production)	190 536	188 591	185 000	✓

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

### Indicateurs de performance

Réduction de l'empreinte carbone	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	
Consommation de gaz (kWh/million d'€ de CA production)	108 478	99 188	100 000	✓

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

Le Groupe a également candidaté à un programme d'aide à la décarbonation pour grandes entreprises.

Une réflexion est menée pour la mise en place de fours hybrides sur la future ligne à Moricette® prochainement installée à WITTELSHEIM.



## Zoom sur une initiative

### L'efficacité énergétique et la récupération de chaleur fatale sur le site de Saint-Vit

Le site de production de Saint-Vit a installé un système de récupération de la chaleur générée par les surgélateurs afin de chauffer la dalle au sol et l'étuve de production. Le partenaire AXIMA Réfrigération est en charge de cet investissement.

Fin 2024, le groupe froid du site de production de Wittelsheim a été remplacé et l'ensemble de la supervision des installations frigorifiques revue, afin d'améliorer la performance énergétique du site.

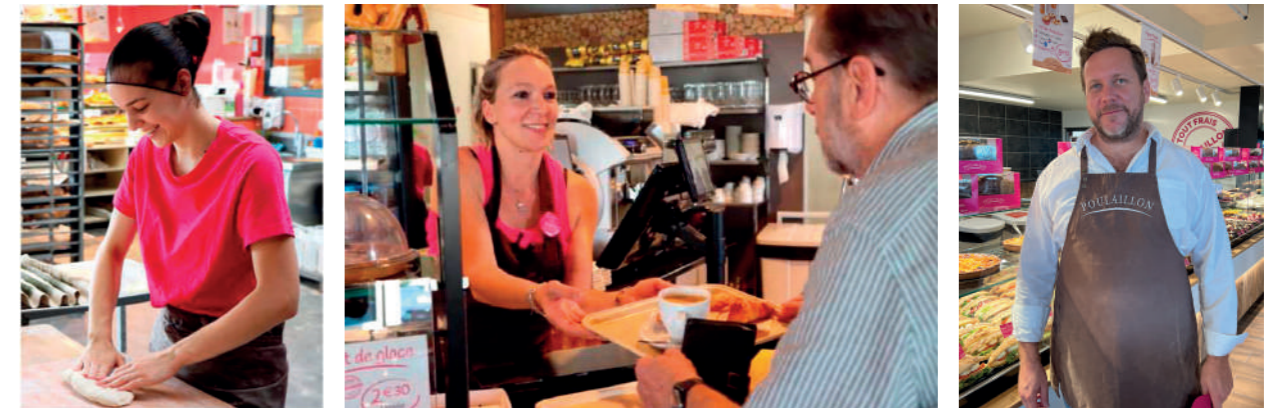
A été intégré au cahier des charges des nouvelles constructions du Groupe, la couverture des toits en couleur blanche, permettant une accumulation de chaleur moindre au sein des locaux comme sur les points de vente de DELLE et ANDELNANS.



Un **audit énergétique** avec la Chambre de Commerce et de l'Industrie est **programmé en 2025** pour le site de production de WITTELSHEIM.

## 4 - UNE ENTREPRISE CENTRÉE SUR L'HUMAIN

Le Groupe tient à garantir l'épanouissement des collaborateurs sur leur lieu de travail. Pour ce faire il veille au respect des droits des salariés et s'efforce de maintenir le respect du principe d'égalité entre les employés qui porte notamment sur l'égalité des sexes, des chances et du salaire.



## Dialogue avec les employés, collaborateurs du Groupe

Le Groupe POULLAILLON dispose des différentes instances représentatives du personnel, prévues par la loi, ce sont des CSE, Comités Sociaux Economiques, instances qui regroupent anciennement les Comités d'Entreprise (CE), les Délégués du Personnel (DP) et les Comités d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT).

Les instances représentatives du personnel permettent à la fois d'échanger en permanence sur la stratégie du Groupe et de construire durablement nos politiques de ressources humaines.

## Présentation de la gouvernance liée aux ressources humaines, à la santé et la sécurité au travail

Le Comité de Direction supervise et pilote les plans de développement à l'échelle du Groupe, il est animé par les dirigeants familiaux, la Direction Administrative et Financière et la Direction des Ressources Humaines qui est en charge des sujets sociaux.

L'équipe RH a la charge de la gestion opérationnelle des différents sujets liés que sont le recrutement, la paie, le juridique dédié, le suivi des formations et généralement tous les sujets relatifs aux personnes collaboratrices du Groupe.

Les responsables de sites qu'ils soient de production ou du réseau de magasins, ainsi que les animateurs sont en charge du suivi opérationnel et administratif des équipes locales.

Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable ✓ | Indicateur stable ○ | Evolution défavorable ✗

## Process et outils

L'outil de gestion KELIO permet une gestion rigoureuse, conforme aux besoins et au respect du Règlement Général de la Protection des Données des collaborateurs.

KELIO permet une grande rigueur dans le suivi quotidien des aspects administratifs, de la gestion des collaborateurs, de la paie, de la gestion des arrêts de travail, de la diversité, de l'inclusion et généralement de toutes les thématiques nécessaires à la gestion des collaborateurs.

Une réunion bimensuelle de suivi opérationnel a été mise en place d'une part dans l'équipe RH et d'autre part dans l'équipe des responsables et animateurs réseau.



## 4.1 Gestion des talents, qualité de l'emploi et bien-être des collaborateurs

La volonté du Groupe est de proposer des conditions de travail attractives aux collaborateurs, évolutives en matière de plan de carrière et de compétence interne, axées sur la fidélité, la reconnaissance et l'attachement au Groupe.

### Attraction et rétention des talents

#### ► Conditions de travail et rémunération avantageuses

Plusieurs systèmes de primes accompagnent les collaborateurs, notamment la prime de présence mensuelle et annuelle, un 13<sup>ème</sup> mois plus avantageux que la convention collective sectorielle et une prime de transport trimestrielle et une prime de participation aux bénéfices. Ces avantages représentent près de deux mois de rémunération supplémentaire par rapport à la classification métier de base.

#### ► Favoriser l'alternance, le recrutement des apprentis et promouvoir les métiers artisanaux de la boulangerie

Le Groupe favorise l'alternance pour tous les métiers de production et pour tous ceux des services supports. Ce sont près de **44 alternants** sous contrat à la clôture de l'exercice, qu'ils soient salariés de la tête de Groupe ou d'une filiale. Les collaborateurs du Groupe, en alternance, représentent plus de 4 % de l'effectif du total des **1 053 collaborateurs** du Groupe au 30 septembre 2024.

Une journée d'accueil et de découverte est organisée pour les jeunes apprentis et alternants, ainsi que pour les futurs alternants, ceci avec le concours de leur école. Ces actions de partage d'expérience auprès des collégiens aident à promouvoir les métiers de la boulangerie auprès des nouvelles générations.

La communication sur les réseaux sociaux en plus des réseaux traditionnels de recrutement permet de toucher des potentiels candidats plus nombreux et plus divers.

#### ► Favoriser la promotion interne pour les postes à responsabilités

Plus de **80 % des responsables** de magasins sont issus de la **promotion interne**.



## Zoom sur une initiative

### La formation Conduite de ligne en boulangerie et pâtisserie industrielle

Face aux difficultés de recrutements rencontrées sur les profils de boulanger-conducteur de ligne, le Groupe POULAILLON a sollicité la **Région Grand Est** pour former des demandeurs d'emploi sur le métier de Conducteur de Lignes. Grâce aux financements de la Région Grand Est et de **France Travail**, avec l'appui du **GRETA Alsace Sud** et le **Pôle Formation de l'UIMM**, le Groupe a pu créer une formation sur-mesure.

Le Groupe POULAILLON a également pris l'initiative d'investir une partie de ses fonds propres au titre de gratifications complémentaires pour les stagiaires.

Ainsi, six candidats ont pu démarrer la formation le 12 novembre 2024 avec pour objectif de se former aux compétences techniques spécialisées dans le respect des exigences de la boulangerie avec un parcours en alternance (deux semaines en centre de formation et deux semaines en entreprise). Au terme de la formation prévue en mai 2025, une certification de qualification professionnelle (CQP) permettra aux stagiaires de faire reconnaître les compétences acquises et augmenter leur employabilité. Les stagiaires ayant validés la certification se verront proposer un contrat de travail à l'issue de la formation (contrat à durée indéterminée ou contrat à durée déterminée de 6 mois minimum).

Le Groupe POULAILLON, avec le soutien de la **Région Grand Est** et **France Travail**, permet ainsi à des personnes en demande d'emploi de se former afin d'être embauchées.

### DEVENEZ CONDUCTEUR DE LIGNE EN BOULANGERIE (H/F)



Vous êtes demandeur d'emploi ?  
Rejoignez notre formation en alternance avec un emploi à la clé.  
Formation 100% financée\* avec rémunération stagiaire garantie.

**POULAILLON**  
en partenariat avec




Intéressé(e) ? écrivez à [laboulange@poulaillon.fr](mailto:laboulange@poulaillon.fr)

#### ► Bien-être des collaborateurs

Des **équipements d'accompagnement pensés en fonction du critère primordial de l'ergonomie**, sont aménagés sur les postes de travail des **collaborateurs en situation de handicap**.

Afin d'accompagner la pénibilité au travail, les **plages horaires sont adaptées pour respecter l'équilibre vie professionnelle / vie personnelle** et assurer une **rotation sur les horaires les plus contraignants**.

#### Indicateurs de performance

Bien-être des collaborateurs	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Taux de rotation du personnel dont ancienneté > 1 an (hors intérimaires)	7,7 %	10,1 %	10,0 % 

Sur l'année comptable - Groupe

#### Indicateurs de performance

Gestion des talents	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Nombre de jours de formation dispensé par le Groupe apprentis compris	NC	3 378	4 000 

Sur l'année comptable - Groupe

#### ► Développement des compétences des employés


Fournir les compétences nécessaires aux collaborateurs par la formation de tous les arrivants que ce soit pour les sites de production et magasins. Ces formations obligatoires sont le **CACES (Certificat d'Aptitude à la Conduite d'Engins en Sécurité)**, les autorisations de conduite, la formation sauveteur et secouriste au travail.

Un recrutement est ouvert au sein du Pôle Développement RH.

#### ► Fournir aux employés un cadre d'évolution de carrières

Formalisation d'un guide d'entretien pour une revue annuelle de performance transmise aux équipes RH.

#### Indicateurs de performance

Social	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Nombre d'ETP (intérimaires compris)	1 109	1 053	
Nombre d'apprentis	57	44	Objectif 2025
Nombre d'apprentis / Nombre d'ETP	5,1 %	4,2 %	5,0 % 

Sur l'année comptable - Groupe

**Légende des indicateurs de performance** | Evolution favorable  | Indicateur stable  | Evolution défavorable 



## Zoom sur une initiative

### Promotion des métiers de l'artisanat boulangerie et restauration dans les collèges

L'équipe RH contacte chaque année, les collèges de la région mulhousienne afin de proposer aux élèves une intervention sur une demi-journée, soit directement sur le site de production de Wittelsheim, soit en salle de classe. L'objectif de ces rencontres est double :

- Sensibiliser les collégiens, en cours d'orientation, aux opportunités de carrières qu'offrent les métiers de la boulangerie, pâtisserie et autres métiers de bouche
- Rapprocher le milieu éducatif et le milieu professionnel

C'est dans ce cadre que le Groupe POULAILLON a prolongé cette action sur l'année écoulée et a rencontré les élèves de la Maison Familiale et Rurale de Fougerolles, du collège de Guebwiller, Lutterbach, Mulhouse Kennedy mais également du lycée Amélie ZURCHER de Wittelsheim. De plus, le Groupe POULAILLON accueille de nombreux jeunes en stage d'observation. L'objectif est double : favoriser l'immersion professionnelle et l'orientation de ces collégiens et lycéens tout en promouvant les métiers de vente, production ou ceux des services support. Enfin, le Groupe accueille de nombreux apprentis sur les métiers de la boulangerie, de la vente, ou encore des fonctions supports, avec pour objectifs de transmettre les savoir-faire, favoriser l'immersion professionnelle et proposer des embauches en CDI à l'issue du contrat d'apprentissage.



## 4.2 Diversité, égalité et inclusion

La plus grande performance des équipes réside en l'innovation ce qui nécessite qu'elles soient diversifiées. En effet, le Groupe panache des profils complémentaires de par leurs différences de genre, de culture, d'âge, de handicap et d'origine sociale.

### Actions mises en place pour favoriser la diversité et l'inclusion au sein des équipes

Le Groupe recrute des personnes issues de quartiers prioritaires, notamment sur le secteur de Mulhouse. L'objectif est de favoriser l'emploi des habitants de ces quartiers qui bénéficient d'un dispositif spécifique nommé « emploi franc ». De plus, les équipes recrutements du Groupe sont particulièrement attentives à identifier les bénéficiaires du RSA (Revenu de Solidarité Active) afin de permettre à ces profils, particulièrement éloignés de l'emploi, de se réintégrer socialement et économiquement grâce à l'emploi. Les femmes et les hommes bénéficient de conditions de rémunération égales à poste équivalent.

Les candidats séniors ne sont pas exclus du recrutement. Les personnes en situation de handicap bénéficient de l'inclusion dans le Groupe. Un référent harcèlement a été mis en place sur le site d'embouteillage de Velleminfroy et d'autres nommés par les CSE des sociétés en charge du réseau de magasin et des sites de production.

#### Indicateurs de performance

Egalité Femme / Homme	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Taux de féminisation	62,3 %	63,7 %	60,0 %

Sur l'année comptable - Groupe

#### Indicateurs de performance

Egalité Femme / Homme	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Taux de féminisation	NC	48,9 %	40,0 %

Sur l'année comptable - Professionnels

#### Indicateurs de performance

Egalité Femme / Homme	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Taux de féminisation des cadres (hors intérimaires)	38,5 %	37,2 %	40,0 %

Sur l'année comptable - Groupe

#### Indicateurs de performance

Diversité et inclusion	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Proportion de salariés en situation de handicap (hors intérimaires)	2,4 %	2,5 %	6,0 %

Sur l'année comptable - Groupe

## Zoom sur une initiative

### Le recrutement des salariés issus de quartiers prioritaires à Mulhouse

Les candidats résidants dans les zones identifiées comme « Quartiers Prioritaires de Mulhouse » bénéficient d'un dispositif spécifique nommé « emploi Franc ».

L'objectif de ce dispositif est de favoriser, par l'octroi de subventions, l'emploi des habitants de ces quartiers pour réduire la complexité du maillage des zones socialement et économiquement défavorisées.

Ainsi, les équipes de recrutement sont particulièrement attentives à activer ce dispositif le cas échéant.



## 4.3 Santé et sécurité des collaborateurs

Afin d'assurer le déroulement de ses activités tout en préservant l'intégrité de ses collaborateurs, le groupe POULAILLON a mis en place des initiatives visant à réduire les risques d'accidents ou autres risques pesant sur la santé de ses salariés, ce sur l'ensemble de ses sites.

### Prévention des risques

Toutes les équipes de production sont formées à la sécurité et au port des équipements de protection. De nombreux affichages rappellent les règles à adopter sur les différents sites.

L'ensemble du personnel dispose d'Equipements de Protection Individuels, destiné à les protéger contre les risques professionnels.

L'optimisation des postes de travail avec la robotisation et l'automatisation partielle de certaines tâches, remplacent celles précédemment manuelles (notamment en matière de palettisation).

Une étude sur la réduction des risques d'accident a été réalisée (arbre des causes). La méthodologie de l'arbre des causes consiste à identifier les facteurs déclenchants des accidents, puis à identifier les mauvaises pratiques à ne pas renouveler.

Une formation hygiène, comprenant un volet sécurité lors de l'embauche des nouveaux collaborateurs, d'une heure est dispensée sur site au moment de la prise de fonction.

Vigilance accrue sur l'entretien des machines pour minimiser le risque d'accidents.

L'installation de systèmes d'aspiration de la farine sur les lignes a été mise en place à titre de prévention de maladies professionnelles telles que notamment l'« asthme du boulanger »...

Engagement de trouver une solution de réemploi systématique pour les collaborateurs qui ne pourraient plus occuper leur fonction pour des raisons de santé.

### Traitement des accidents

Chaque accident donne lieu à une déclaration et une enquête par la Direction RH afin d'analyser les circonstances et causes de l'accident, notamment par la méthodologie de l'arbre des causes.

Les investigations sur les accidents donnent lieu à une communication auprès des membres du CSE.

Les accidents du travail sont répertoriés selon les ateliers au sein desquels ils se sont produits.

#### Indicateurs de performance

Sécurité des collaborateurs	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Nombre d'accidents du travail	103	123	100
Nombre d'accidents du travail sans arrêt	33,0 %	35,0 %	A fixer
Nombre d'accidents du travail avec arrêt	67,0 %	65,0 %	A fixer
Proportion des arrêts inférieurs à 30 jours	NC	67,0 %	A fixer

Accidents du travail dont accidents de trajets.  
Indicateurs sur l'année comptable - Groupe

Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable | Indicateur stable | Evolution défavorable

## Zoom sur une initiative

### Investissements liés à l'amélioration des conditions de travail et à la réduction des risques

Sur le site de Saint-Vit a été installé un robot palettiseur permettant la montée en hauteur des cartons de 8 à 10 kg. Divers aménagements ont été mis en place pour faciliter la prise en charge des déchets. Le travail de cariste a été facilité avec un raquet permettant d'éviter de soulever les charges. Les moules à pain sont en aluminium pour réduire les charges portées.

#### Sur le site de Wittelsheim

Installation d'évents de suppression (conduits pour l'échappement des gaz) sur 3 silos à farine en textile, limitant considérablement les risques d'explosion et leur impact potentiel.



## Quelques chiffres clés

- Le nombre total de fournisseurs du Groupe s'élève à **221 en 2024**
- A minima, **25 % de ces 221 fournisseurs**, sont évalués sur la qualité et la sécurité. Ils représentent **80 % du volume d'achats**.
- **Les achats sont répartis par familles d'achats** : une trentaine de familles sont répertoriées en 2024, dont **farine et dérivants (14,48 % du CA total des achats)**, **fruits et légumes (10,66 % du CA total des achats)**, **fromages, œufs et lait (11,44 % du CA total des achats)** et **matières grasses (5,81 % du CA total des achats)**.
- **30 % des fournisseurs** sont localisés dans un **rayon de 150 kilomètres**.

## Un Code de Conduite des fournisseurs

Le Groupe Poulaillon a développé un Code de Conduite pour ses fournisseurs, le "Code", afin de préciser clairement ses exigences en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises et de conduite des affaires. Il est ainsi attendu de tous les fournisseurs, prestataires, contractants, consultants, agents et autres vendeurs qu'ils se conforment aux six points du code :

- **Respect de la réglementation en vigueur**
- **Anti-corrruption et concurrence loyale**
- **Exactitude des finances et des factures**
- **Santé et sécurité**
- **Protection de l'environnement**
- **Confidentialité des données**

## Une synergie de 3 équipes

La fonction d'approvisionnement de la chaîne est tripartite et se répartit entre **l'équipe Achats, Qualité et R&D**.

**Le service Achats** procède au sourcing de nouveaux produits / fournisseurs et valide les prix ainsi que les approvisionnements.

**Le service Qualité** assure la sécurité alimentaire via l'étude ainsi que l'analyse des fiches techniques et des produits.

**Le service R&D** réalise :

- Les analyses et les validations des fiches techniques,
- Les échanges avec les fournisseurs et les clients sur les aspects techniques et qualité,
- Les tests et validations produits et emballages.

## Deux équipes Achats sont à l'oeuvre :

- Une pour les unités de production (avec validation de la Direction Générale et de l'Acheteuse).
- Une pour le réseau points de vente (avec validation de la Direction générale et de la Direction Magasins).

Magasins et usines gèrent leurs stocks de manière autonome, mais font appel aux équipes achats pour la négociation des prix.

## 5.1 Risques liés aux fournisseurs, transparence et relation durable avec les fournisseurs

Le Groupe s'engage à garantir une relation de transparence et durable avec ses fournisseurs tant en termes financiers et économiques que sur les sujets davantage éthiques. La conformité produit devant rester avant tout de rigueur.

## Evaluation des risques principaux liés aux fournisseurs pour le Groupe

Plusieurs actions sont mises en oeuvre :

- Réalisation d'un palmarès fournisseurs avec identification des fournisseurs stratégiques qui composent 80 % des dépenses d'achats, permettant de mesurer la taille de la relation.
- Etude sur l'approvisionnement en matières premières dans le cadre de la gestion du risque de tentatives de fraude : tous les fournisseurs évalués ont un niveau de risque faible.
- Évaluation des risques liés aux fournisseurs dans les Conditions Générales d'Achats (mise à jour annuelle afin d'intégrer les risques émergents au cours de l'exercice).

## 5 - UNE ENTREPRISE RESPONSABLE SUR L'ENSEMBLE DE SA CHAÎNE DE VALEUR

Les achats sont au coeur de la démarche RSE, les enjeux étant d'envergures. Chaque référencement fait l'objet d'une étude qualité en plus d'une analyse des fiches techniques. Le Groupe choisit aussi ses fournisseurs en fonction de leur engagement sociétal et favorise ses approvisionnements auprès des fournisseurs locaux ou issus de circuits courts afin de minimiser l'impact environnemental du transport mais également de favoriser l'économie locale.

## Des enjeux prioritaires pour le Groupe

Les achats représentent des enjeux prioritaires pour le Groupe. Il est vital de pérenniser la chaîne d'approvisionnement pour sécuriser la production. Il s'agit également de garantir une relation durable et transparente avec les fournisseurs et de limiter l'impact sur l'environnement tout en prenant en compte le respect du bien-être animal de la chaîne d'approvisionnement. Sans oublier de **garantir la santé et la sécurité du consommateur**.

Le service Achats gère d'une part les achats en direct pour les unités de production et d'autre part les achats via des distributeurs pour le réseau de magasins Poulaillon.

## Zoom sur une initiative

### Le Bûra Brot, pain local et paysan

Le Groupe a élaboré un pain à base de farine de blé du Sundgau (68), de **qualité supérieure**, « la Farine de la Largue ».

Cette farine est issue de la production de la **ferme DANGEL à Mooslargue (68)**, une exploitation agricole alsacienne à **Haute Valeur Environnementale**.



## Evaluation de la maturité des fournisseurs sur les enjeux RSE afin de favoriser la transparence des affaires

Un questionnaire qualité est soumis à chaque création de compte fournisseur, accompagné de la Charte des achats ainsi qu'un rappel des règles de la maîtrise du risque de Fraude Alimentaire par POULAILLON.

Le questionnaire qualité est une prise de renseignement sur le fournisseur afin de connaître son niveau de certification et d'exigence Qualité et en même temps de communiquer réciproquement nos engagements sur le sujet.

Aussi, un travail de collecte des certifications et labels RSE est en cours auprès des fournisseurs afin de consolider les initiatives RSE. Ce questionnaire est renouvelé tous les trois ans.

La Charte des achats permet de communiquer aux futurs fournisseurs les valeurs appliquées aux achats POULAILLON et donc, attendues des fournisseurs (engagement local, bien-être animal, respect et transparence, intégrité humaine, lutte contre le gaspillage alimentaire, éthique professionnelle, confidentialité préservée...).

## Le Code de Conduite : outil principal de gestion de la relation transparente et durable avec les fournisseurs

Déployé en 2024, ce Code intègre les différents engagements indispensables à une relation transparente et durable avec les fournisseurs tant sur les aspects légaux, que moraux. Cette démarche a vocation à être généralisée à l'ensemble des fournisseurs.

En 2024, une charte RSE à destination des fournisseurs sera également formalisée.

### Indicateurs de performance

Gestion des impacts environnementaux de la chaîne d'approvisionnement	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Proportion des achats réalisés en local dans un rayon de 150 kilomètres	43,2 %	26,9 %	A fixer

Sur l'année comptable - Professionnels

### Indicateurs de performance

Gestion des impacts environnementaux de la chaîne d'approvisionnement	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Proportion des achats réalisés en local départements 67/68	35,0 %	52,7 %	A fixer

Sur l'année comptable - Professionnels

## Zoom sur une initiative

### "Poulaillon à la ferme" le magasin de Pfastatt

Poulaillon à la ferme est un nouveau concept de Boulangerie Restaurant situé sur le domaine de la Ferme du Château à Pfastatt (68), un pôle paysan basé sur une production respectueuse de l'environnement et une distribution circuit court.

Ce magasin propose majoritairement des produits BIO et notamment des pains BIO à l'Eau Minérale de Velleminfroy, façonnés et cuits sur place dans un four à feu de bois.

Poulaillon à la Ferme propose également une cuisine du terroir authentique élaborée avec des produits frais et locaux.



## 5.2 Risques liés aux fournisseurs, bien-être animal

Acteur régional engagé, la démarche responsable du Groupe Poulaillon débute dès la décision d'achat auprès des fournisseurs par la sélection rigoureuse des matières premières.

Le Groupe s'approvisionne également, dès que possible, en matières premières alimentaires issues de productions locales ou Françaises. La farine achetée est majoritairement d'origine française.

Le Groupe Poulaillon, soucieux du soin apporté aux animaux d'élevage et de la cause animale, s'engage en concertation avec l'association L214 à plusieurs niveaux.



### Approvisionnement en oeufs

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021, le Groupe s'est engagé à se fournir exclusivement en oeufs de ponte au sol pour élaborer ses produits.

### Approvisionnement en viande de poulet

En ce qui concerne la viande de poulet (100% de la viande fraîche, surgelée, transformée) : respect a minima des critères de l'ECC (European Chicken Commitment) depuis juin 2021 pour le réseau de magasins (y compris pour les magasins franchisés) et d'ici 2025 pour le réseau B to B.

En complément, Le Groupe s'engage à se fournir en poulets ayant accès au plein air et/ou jardin d'hiver, d'ici 2025 pour l'intégralité de la viande de poulet utilisée pour le réseau de magasins et pour 30% de la viande de poulet utilisée dans les activités B to B.

Sans attendre ces échéances, notre magasin de Pfastatt (68), sous l'enseigne "Poulaillon à la Ferme", propose d'ores et déjà à ses clients de la viande de poulets élevés en plein air exclusivement. De même, tous les produits de boulangerie et de pâtisserie y sont élaborés avec des oeufs certifiés Bio, issus d'une ferme locale (circuit court).

### Approvisionnement en viande de porc

D'ici 2030, 100% de l'approvisionnement en viande de porc (fraîche, surgelée et transformée) de Poulaillon sera issu d'élevages et d'abattoirs respectant l'ensemble des critères du Pig Minimum Standards qui bannit les pires pratiques d'élevage. Cet engagement concerne l'ensemble des activités (y compris nos activités B to B) et des magasins du groupe, y compris les franchisés.

### Approvisionnement en lait

Le Groupe achète 100 % du lait qu'il utilise en France et la plupart de ses produits dérivés tels que la crème ou le fromage blanc sont d'origine Alsace, soit à moins de 150 kilomètres du site de production principal !

### Indicateurs de performance

Bien-être animal	Réel 2022	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Proportion des volumes de poulets certifiés ECC utilisés dans les magasins.	35,9 %	66,2 %	63,7 %	65,0 %

Approvisionnement difficile - Rareté des intrants

### Indicateurs de performance

Bien-être animal	Réel 2022	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Proportion des volumes de poulets certifiés ECC utilisés dans les activités BtoB	66,5 %	60,2 %	66,5 %	65,0 %

Approvisionnement difficile - Rareté des intrants

### Indicateurs de performance

Bien-être animal	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025
Part des articles relatifs aux oeufs certifiés "ponte au sol" parmi les 80 % les plus achetés	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Groupe

Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable | Indicateur stable | Evolution défavorable

Zoom

## sur une initiative

Poulaillon relève le défi

# VEGANUARY

Depuis 2022 Poulaillon est partenaire de Veganuary, une opération relayée en France par l'association L214.

**Veganuary**, contraction de "Vegan" et de "January" est un défi mondial qui consiste à adopter une alimentation végétane tout au long du mois de janvier.

**L'objectif de ce défi** : permettre de réduire l'impact sur l'environnement et d'épargner de nombreux animaux tout en préservant notre santé.

C'est aussi l'occasion de faire découvrir également les **produits vegans** de la gamme Poulaillon comme la **double Moricette® Vegan** ou le **Bretz' Burger®**, notamment à travers le site internet et les réseaux sociaux du Groupe.

En janvier 2025, marquera le départ du lancement d'un **nouveau produit Vegan**, qui sera cette fois-ci un **dessert**.



### 5.3 Gouvernance, risque éthique et conformité

“ Agir avec intégrité est une composante clé de la performance ”

#### Les engagements relatifs à l'éthique du Groupe

##### Le projet d'adoption d'un Code de conduite interne

Le Groupe condamne la corruption sous toutes ses formes et s'engage à se conformer strictement à la législation en la matière.

Toutes les actions du Groupe doivent être en totale conformité avec les lois et règlements en vigueur. Ceci se traduira dans l'écriture, **la mise en oeuvre et la diffusion d'un Code de conduite, futur document de référence destiné à l'ensemble des collaborateurs, dirigeants, administrateurs de toutes les sociétés du groupe POULAILLON.**

**Ce Code, dont le projet est rédigé, sera illustré par des cas concrets couvrant notamment les sujets suivants :**

la lutte contre la corruption, les conflits d'intérêts, la fraude, le blanchiment d'argent, les pratiques anticoncurrentielles, la protection et la sécurité de l'information, la protection des actifs du Groupe.

Le Code sera porté à la connaissance des employés par un affichage physique sur chaque site et chacun sera informé des sanctions disciplinaires encourues en cas de violation.

##### La protection des données personnelles

Conformément aux dispositions du Règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD), le Groupe applique le droit communautaire et procède aux traitements nécessaires des données, assurant une protection optimale de celles-ci.

**Pour mener à bien cet exercice de mise en conformité, un délégué de la protection des données (DPO) a été nommé, prenant en charge les missions suivantes :**

- Veiller au respect du cadre légal (ensemble des normes applicables au RGPD, Registre de Traitement ou sous-traitants).
- Informer et conseiller le responsable de traitement et les employés, mais aussi les sous-traitants si nécessaire.
- Dispenser des conseils sur les analyses d'impact relatives à la protection des données et veiller à leur bonne exécution.
- Coopérer avec l'autorité de contrôle (CNIL).
- S'assurer de la bonne tenue de la documentation relative aux traitements.
- Garantir les droits des personnes concernées en matière de données personnelles (droits à l'information et à l'accès des données traitées, à la rectification et modification des données, à l'effacement des données, à la limitation et opposition au traitement des données, à la portabilité).

Aussi, le DPO est chargé de réaliser le registre des traitements portant sur les données personnelles des consommateurs, fournisseurs ou collaborateurs du Groupe.

#### La cartographie des risques

Dans une démarche de mise en conformité avec la loi Sapin II, le Groupe POULAILLON a élaboré une cartographie des risques liés à la corruption. **Elle recense les principaux risques rencontrés en matière de corruption (active ou passive) par les différents services de l'entreprise** (ressources humaines, achats, direction ...).

Son actualisation annuelle permet d'identifier les principales zones de faiblesse et d'améliorer les pratiques de manière continue.

#### Les mécanismes d'alerte

Les engagements du Groupe avec le travail sur le Code de conduite mis en place conformément aux dispositions de la loi Sapin II, permet de renforcer la sensibilisation des collaborateurs et le contrôle en matière de normes anti-corruption.

**La procédure permet aux collaborateurs de signaler, tous les faits d'ordre financier, de corruption, d'harcèlement, constituant :**

- Une violation du règlement intérieur
- Un crime ou un délit
- Une violation grave et manifeste des lois et engagements internationaux
- Une violation grave et manifeste de la loi ou du règlement national
- Une menace ou un préjudice pour l'intérêt général

Le dispositif informe les collaborateurs sur les modalités à suivre et à respecter afin de procéder au signalement, qu'il soit interne ou externe au Groupe.

Tous ces dispositifs nécessitent des contrôles et des sanctions en cas d'inobservation des règles. La Direction ne tolère aucune violation du Code de conduite ou de toutes lois et réglementations en vigueur, et a mis en place un système de remonté afin de permettre le signalement des comportements qui y sont contraires.

Pour signaler un comportement inadéquat, les employés disposent de divers canaux de signalement. En interne, ils peuvent en référer directement auprès de leur supérieur hiérarchique ou d'un référent désigné dans la procédure d'alerte interne du Groupe.

**Dans tous les cas, la Direction garantit :**

- L'absence de représailles envers la personne à l'origine du signalement.
- La mise en place rapide d'une enquête en interne pour vérifier la matérialité des faits.
- La prise de sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement des personnes impliquées.

#### Les autres actions du programme de conformité

**Pour parfaire son programme de conformité, le Groupe POULAILLON a entrepris plusieurs autres actions, comme notamment :**

- **La sensibilisation des équipes les plus exposées** : notamment pour l'acceptation d'avantages en nature ou en espèce (cadeaux, invitations, prise en charge de frais de déplacement)
- **Une procédure de vérification des tiers** ayant vocation à prévenir la corruption de toutes les parties contractant avec le Groupe
- **La sécurisation des informations privées** via le ramassage et la destruction sur place des documents sensibles par Shred-it et la mise en oeuvre d'une **procédure de stockage des documents en interne**
- **L'engagement d'un marketing responsable et éthique** via la sincérité de la publicité délivrée par le Groupe

Zoom

## sur une initiative

Poulaillon, partenaire d'Octobre Rose

Octobre Rose est une campagne annuelle mondiale destinée à sensibiliser les femmes au **dépistage du cancer du sein** et à **récolter des fonds pour la recherche**.

C'est donc tout naturellement que **le Groupe POULAILLON soutient la course des Mulhousiennes**, événement sportif annuel et solidaire à Mulhouse depuis 2014.

**L'ensemble des équipes POULAILLON répondent toujours présent celle-ci.**

Comme chaque année, cette course caritative de 5,5 km s'est déroulée au centre-ville de Mulhouse et a permis de **récolter des fonds pour la ligue contre le Cancer !**



Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable ✓ | Indicateur stable ⚪ | Evolution défavorable ✗



## 6 - ANNEXES

### 6.1 Note méthodologique

Le périmètre couvert par le présent rapport coïncide avec le périmètre du Groupe consolidé POULAILLON dont les comptes sont publiés par la société mère POULAILLON SA. Les magasins franchisés sont exclus des données fournies sauf mention contraire.

#### Période de déclaration

Les données collectées couvrent la période du 1<sup>er</sup> octobre 2023 au 30 septembre 2024. Selon les indicateurs, il s'agit :

- D'une consolidation annuelle des données de la période,
- De la donnée mesurée en fin de période au 30 septembre 2024.

Ceci, sauf mention expresse de donnée à l'année civile.

Lorsque la donnée n-1 n'est pas présentée c'est qu'il s'agit de sa première année de reporting.

#### Périmètre de la déclaration

Le périmètre de consolidation comprend tous les pôles d'activité du Groupe consolidé, composé des activités suivantes :

- Le BtoC pour le réseau de magasin,
- Le BtoB pour les professionnels,
- L'embouteillage de l'eau minérale,
- Le portefeuille de marques

La franchise, dont les données ne sont pas collectées (ni consolidées), est exclue des indicateurs.

#### Méthode de collecte

Les informations recensent les risques de l'entreprise dans ses activités, pour ensuite établir la liste des indicateurs à collecter pour la déclaration de performance extra-financière auprès des contributeurs en charge.

*"Certaines thématiques n'ont pas été abordées dans ce document, lorsqu'elles sont jugées non pertinentes sur la base des résultats de l'analyse de matérialité, au regard de l'activité de POULAILLON. Ces informations concernent notamment l'environnement avec le thème relatif aux actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves et aux actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives".*

#### Vérification externe

Le groupe a fait vérifier les informations contenues dans le présent rapport par un organisme tiers indépendant.



# POULAILLON

Siège social  
8, rue du Luxembourg  
ZAE Heiden Est  
68310 WITTELSHEIM  
FRANCE

Tél : +33 (0)3 89 33 89 89

[www.poulaillon.fr](http://www.poulaillon.fr)



Nous suivre sur

