



Notre histoire est aussi la vôtre



DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIÈRE

- Document audité -

Le 5 Avril 2019

PASCAL PASQUIER
Président directeur général

PASQUIER SA
BP 12 - 49360 Les Cerqueux - FRANCE

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Pascal Pasquier".



SOMMAIRE

<i>Notre engagement sociétal</i> _____	<i>1</i>
Notre modèle d'affaires Identification des enjeux	
<i>Cultiver l'identité de l'entreprise dans une cohésion de groupe</i> _____	<i>5</i>
Attractivité et fidélisation des collaborateurs Intégration, formation, développement des compétences Emploi	
<i>Cultiver l'ancrage territorial</i> _____	<i>10</i>
Des partenariats sur le long terme Préparer l'avenir	
<i>Réduire l'impact sur l'environnement</i> _____	<i>13</i>
L'électricité Le gaz Le carburant	
<i>S'engager pour nos consommateurs</i> _____	<i>16</i>
Des produits sûrs Des produits sains	
<i>Autres éléments</i> _____	<i>18</i>
Relations sociales Lutte contre la discrimination et promouvoir la diversité et l'emploi de travailleurs handicapés Lutte contre la précarité alimentaire Économie Circulaire Changement climatique	

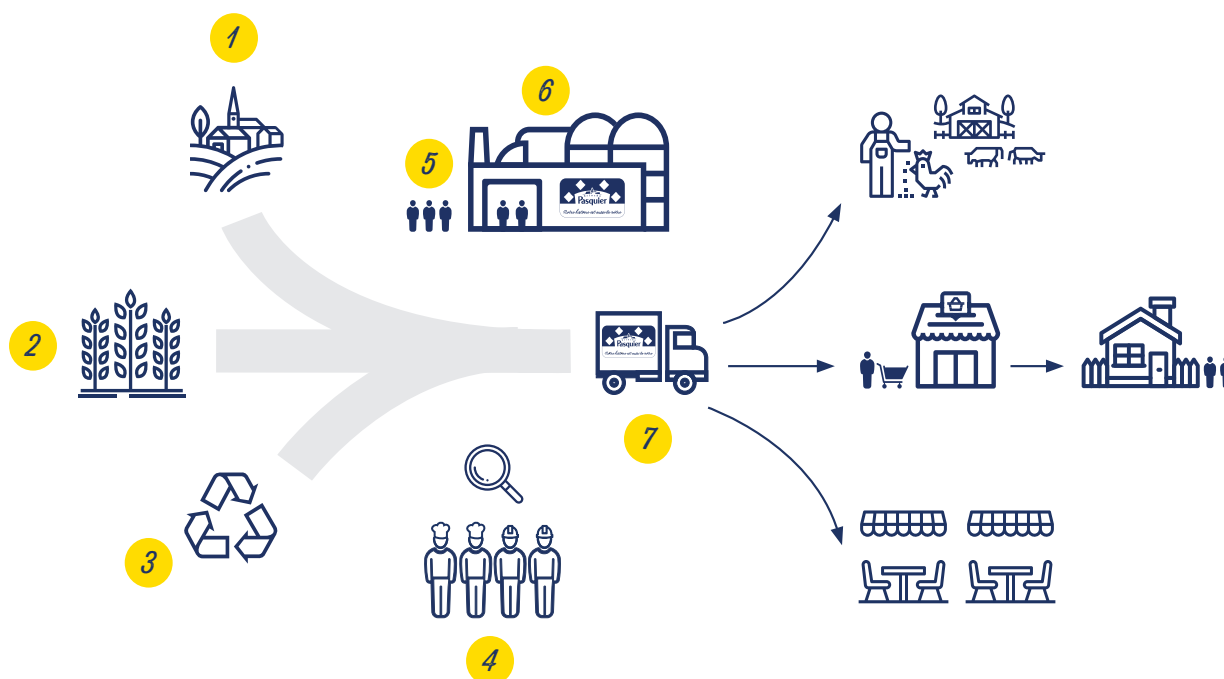
Notre engagement sociétal

NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES

*Brioche Pasquier,
une histoire, un savoir faire*

<p>NOS ORIGINES</p> 	<p>NOS RESSOURCES</p> 	<p>NOTRE MÉTIER ET NOTRE PRÉREQUIS</p> 	<p>NOS ACTIVITÉS</p> 	<p>NOS IMPACTS</p> 
<p>Boulangerie Artisanale L'histoire du groupe commence dans la boulangerie d'un petit village de Mairie et Loire.</p> <p>Proche du monde agricole Depuis sa création l'entreprise est proche du monde agricole. Elle a une activité dédiée à l'alimentation du bétail donc liée au monde agricole.</p>	<p>Des femmes et des hommes</p> <ul style="list-style-type: none">- 3 500 Collaborateurs- Diversités des profils et des métiers- Plus de 200 personnes dédiées à l'innovation- Des boulangers et des pâtisseries de formation- Une force de vente rattachée aux sites de production <p>Des machines</p> <ul style="list-style-type: none">- 17 usines implantées au plus près des lieux de consommation- 60 M € d'investissement en 2018- Process de fabrication développé en interne <p>Des matières</p> <ul style="list-style-type: none">- Approvisionnement local (farine, œufs)- Matières premières simples et sélectionnées rigoureusement- Choix et conception des emballages- Fournisseurs partenaires	<p>Notre métier</p> <p>Une couverture internationale. Développer des recettes et des process de fabrication de Brioche, Pâtisserie et Biscotte. Les mettre en œuvre dans nos usines puis distribuer nos produits à nos clients.</p> <p>Nos prérequis</p> <ul style="list-style-type: none">Respect des droits de l'Homme et de l'environnementDes produits plaisir, sains et sûrsDes produits accessibles au plus grand nombre de consommateurs	<p>Les marchés</p> <p>CA en 2018 : 696 M €</p>  <p>GMS CHD Industrie</p> <p>Élevage (29 M € CA)</p> <p>Tendance marché</p> <ul style="list-style-type: none">Tendance de consommationTransition environnementaleConnectivité <p>Opportunité</p> <ul style="list-style-type: none">InternationalisationNaturalité	<p>Sociétaux</p> <ul style="list-style-type: none">- Naturalité des produits- Santé et Sécurité des salariés- Esprit PME- Formation <p>Environnementaux</p> <ul style="list-style-type: none">- Impact des produits : choix des emballages, durée de conservation (pour limiter le gaspillage alimentaire)- Impact des usines : consommation d'énergie et d'eau, traitements des déchets, recyclage des déchets. <p>Pérennité de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none">- Développement à l'international- Innovations produits- Process propriétaires (Barrières technologiques)- Développement des produits à marque Brioche Pasquier.

Brioche Pasquier et son environnement



1. ANCRAGE TERRITORIAL

Brioche PASQUIER est né en 1936 dans la boulangerie familiale de Gabriel PASQUIER aux CERQUEUX (49), village rural. Notre volonté est de rester proche des lieux de consommation car l'origine de l'entreprise reposait sur la capacité de proposer des produits frais chaque jour.

C'est pourquoi le groupe dispose de 14 sites de production en France (implantés en zone rurale), répartis sur tout le territoire. De 2 sites en Espagne, 1 site en Angleterre, 1 site aux USA.

Des entités commerciales sont présentes sur 3 autres pays (Italie, Belgique et Corée du sud).

L'ancrage territorial reste une valeur clé de l'entreprise. Chaque entité du groupe participe à la vie locale en :

- Favorisant un approvisionnement local de nos matières premières,
- Restant proche du monde agricole,
- Ouvrant les portes de nos usines lors de visites (tourisme industriel),
- Participant à des événements sportifs, accompagnant les clubs de sport locaux.

2. CHOISIR SES INGRÉDIENTS : " LA NATURALITÉ "

Parce qu'un bon produit résulte de la sélection des matières premières, nous apportons une grande attention dans le choix de nos fournisseurs et de nos ingrédients.

Conscient de cet enjeu, le projet « NATURALITE » a été lancé en 2015 pour cartographier nos recettes. Les objectifs qui ont été fixés sont suivis semestriellement.

Chaque filiale a l'objectif de s'approvisionner localement. Nous avons toujours apporté la plus grande attention au partenariat avec nos fournisseurs et aujourd'hui encore nous travaillons avec certains d'entre eux depuis plus de 30 ans. C'est un engagement mutuel de transparence, de traçabilité, de qualité qui nous permet aujourd'hui de garantir la qualité de nos produits.

3. PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT

Implanté en milieu rural, nous savons que préserver les ressources qui nous entourent est primordial.

Nous sommes conscients que notre challenge est de proposer des produits nomades comme le Pitch avec un emballage recyclable conservant ses propriétés techniques. En effet, nos produits n'ayant pas de conservateurs, leur emballage primaire doit avoir des propriétés spécifiques. Ce sujet est une préoccupation majeure de nos équipes de développement Packaging. Les premières étapes ont été de limiter les quantités de plastiques nécessaires à emballer nos produits, les films ont vu leur épaisseur baisser au fil des années.

4. DES HOMMES ET DES FEMMES ENGAGÉS AUTOUR DU PRODUIT ET DE LA PRODUCTION

Depuis ses origines, BRIOCHE PASQUIER a un savoir-faire Boulanger, Pâtissier. Aujourd'hui ce n'est pas moins de 66 personnes focalisées sur le développement de nos recettes et de nos process.

Elles travaillent avec plus de 200 personnes des services techniques pour imaginer nos usines, nos lignes et même nos machines. Nos compétences internes nous permettent de créer nos recettes et nos process.

Nous voulons les machines les plus adaptées à nos produits, si elles n'existent pas, nous les créons.

Pour garantir un produit unique, conserver notre indépendance, les barrières créées par un savoir-faire acquis par plus de 40 ans d'expérience sont un gage de pérennité pour l'entreprise.

5. COLLABORATEURS PASQUIER, ÉQUIPES

3500 personnes réparties sur des sites à « taille humaine » pour conserver une proximité et un dialogue. Chaque ligne de production est opérée par un groupe allant de 10 à 30 personnes en moyenne pilotée et accompagnée par une équipe d'encadrants. Un site est composé de plusieurs lignes donc de plusieurs équipes qui sont accompagnées par les services supports (fonctionnels). Un site fonctionne donc comme un regroupement de petites entreprises, c'est la notion « d'intra preneur », une version d'entrepreneuriat en interne. La décentralisation permet à chacun d'être acteur sur son périmètre.

Brioche PASQUIER accompagne chaque jour ses collaborateurs afin de développer leurs compétences, leur mobilité interne au travers de cursus personnalisés.

6. PRODUIRE

De la fabrication à l'emballage, nous conservons les recettes et manières de faire de Gabriel PASQUIER.

Le choix de nos outils de fabrication est déterminant dans notre capacité à respecter les recettes et temps de process originaux et poursuivre nos objectifs de Naturalité.

Chaque ligne optimise son fonctionnement pour limiter les rejets de production. Sont compris les produits non conformes, les déchets générés, l'utilisation de l'eau.

7. NOS PRODUITS, NOS CONSOMMATEURS...

Apporter un produit sûr, sain et pratique à tout moment de la journée. Pour répondre aux attentes des consommateurs toujours exigeants sur les produits et les entreprises qui les produisent.

... NOS MARCHÉS, NOS CLIENTS

Présent historiquement en GMS dans les rayons de viennoiserie, boulangerie/pâtisserie. Le groupe fait l'essentiel de son activité sur ce marché.

Pasquier est aussi très présent dans le monde de la consommation hors domicile.

Une faible partie de son activité est à destination des industriels agroalimentaires qui utilisent nos produits dans leurs recettes. Le marché de l'alimentation animale est localisé autour du site historique des CERQUEUX.

IDENTIFICATION DES ENJEUX

MÉTHODE UTILISÉE

La suite de la démarche consiste à identifier les risques sociaux, sociétaux et environnementaux du groupe, formulés en termes d'enjeux et d'opportunités.





Pour identifier les enjeux liés à notre activité nous avons utilisé les documents déjà en place dans l'entreprise :

- Compte-rendu des ateliers de travail « Engagement Sociétal » : ces ateliers ont mis en avant les actions réalisées par le groupe sur les différentes thématiques, sociale, sociétale, environnementale.
- Audits et questionnaires clients sur le thème de la Responsabilité Sociétale des Entreprises : nous avons collectés les différentes demandes pour en faire ressortir les principales attentes et donc les enjeux.
- Facteurs de risques contenus dans le rapport d'activité 2017 : ils nous ont permis de compléter les éléments déjà récoltés précédemment.

Ces éléments ont été complétés par les guides, préconisations des regroupements interprofessionnels ainsi que par les textes en vigueur (R225-105 du code de commerce notamment).

Une présentation de la démarche globale a été faite aux membres du Comité Exécutif. Les différents enjeux ont été classés par ordre d'importance en lien avec les valeurs de l'entreprise. Pour cette première Déclaration de Performance Extra Financière, le choix a été fait de développer les 5 enjeux les plus importants.

La liste des enjeux ci-dessous a été validée par le Président Directeur Général.

CHAPITRE	ENJEUX	CLASSEMENT DES ENJEUX
 CULTIVER L'IDENTITÉ DE L'ENTREPRISE DANS UNE COHESION DE GROUPE	Attractivité et fidélisation des collaborateurs Intégration, formation, développement des compétences Emploi et organisation du travail Diversité et égalité des chances Relations sociales Santé et Sécurité	Stratégique Stratégique
 CULTIVER L'ANCRAGE TERRITORIAL	Construire des relations Ecoles - Entreprise Développer le tourisme industriel (faire connaître l'entreprise) Participer à la vie sociale, sportive et économique locale	Stratégique
 RÉDUIRE L'IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT	Impact de nos produits Impact de nos outils de production	Stratégique
 S'ENGAGER POUR NOS CONSOMMATEURS	Des produits sûrs et sains - Naturalité Innovation et tendances de consommation Pratiques et achats responsables Sécuriser les achats Lutte contre la précarité alimentaire	Stratégique

Cultiver l'identité de l'entreprise dans une cohésion de groupe

*Équilibrer les aspects structurels et organisationnels
versus la performance économique*

ATTRACTIVITÉ ET FIDÉLISATION DES COLLABORATEURS

NOTRE STRUCTURE, QUI SOMMES-NOUS ?

Attachée à ses racines rurales, Brioche Pasquier est une entreprise familiale qui a toujours su rester proche du monde agricole. Depuis plus de 44 ans, Brioche Pasquier s'est progressivement transformée en un groupe structuré et diversifié dans le secteur de la Boulangerie – Pâtisserie, avec une présence forte à l'international.

Le « Management socio-économique » a régulièrement été mis en avant par les dirigeants du groupe comme un facteur clé de développement et de croissance.

On pourrait définir cette approche managériale ainsi : « Il ne peut y avoir de développement économique stable et durable sans un investissement fort et régulier sur les aspects organisationnels et humains ».

La décentralisation s'est imposée comme une évidence, notamment pour préserver la fraîcheur des produits, mais aussi pour conserver des sites à taille humaine. Cette recherche de proximité avec les clients, les consommateurs, mais aussi avec les salariés a conduit l'entreprise à valider des choix forts :

- L'approche globale dans une entité mesurable (Les Managers commerciaux et industriels étant de véritables intra-preneurs)
- La responsabilisation individuelle pour encourager les initiatives
- Une hiérarchie courte permettant à chacun de s'exprimer sur son travail
- Des sites de plein exercice avec un binôme de direction industriel et commercial

Au fur et à mesure, les sites se sont structurés avec des équipes commerciales et industrielles qui partagent une même finalité d'objectifs. Ces sites ont ensuite été regroupés au sein d'activités qui composent le groupe. Ces choix structurels nécessitent au quotidien de maintenir un équilibre entre la verticalité nécessaire à toute organisation, et la transversalité indispensable pour maintenir une cohésion de groupe.

L'objectif recherché est de préserver la réactivité et le bon sens d'une petite structure (type PME) tout en y alliant les avantages d'un groupe structuré (système d'information commun, économies d'échelle, mutualisation des savoirs faire, etc...)

Pour ce faire l'entreprise s'appuie sur 3 dimensions stratégiques :



Un processus
d'amélioration continue



Des orientations stratégiques
et des décisions politiques



Des outils de management
communs et partagés

Les principaux outils de management sont mis en œuvre dans toutes les activités y compris à l'international :

- Le Business Plan : objectifs à 5 ans (Groupe, Activité, Site)
- Le Budget annuel : objectifs financiers à 1 an
- Le CAP (contrat d'amélioration Pasquier) : contrat d'objectifs collectifs et individuels à 6 mois
- La Recommandation mensuelle : point d'étape mensuel entre le collaborateur et son manager
- La File : instance permanente pour rendre acteurs les sites et les activités sur la stratégie

Très atypique de prime abord, l'organisation managériale du Groupe Brioche Pasquier peut parfois surprendre des nouveaux salariés ayant évolués auparavant dans des systèmes pyramidaux ou très centralisés. Elle constitue cependant un réel atout pour attirer de nouveaux collaborateurs en quête de sens et de responsabilité et qui souhaitent évoluer dans un environnement à taille humaine.

Malgré tout, comme la plupart des entreprises implantées en France, nous ressentons depuis 2 ans environ les effets de la conjoncture économique sur l'emploi.

Le secteur industriel est le plus impacté, les métiers en tension sont principalement ceux de la technique et de la production.

L'attractivité de nos territoires d'implantation, les conditions de travail, l'intérêt pour les emplois proposés, mais aussi l'évolution du profil des publics ciblés sont autant de facteurs à prendre en compte si nous voulons recruter mieux et durablement.

En 2017, l'entreprise a décidé de mettre en place un groupe de projet pour travailler sur l'ensemble de ces problématiques liées au recrutement et à la fidélisation. Les travaux se sont poursuivis en 2018 pour répondre aux principaux objectifs suivants :

- Adapter notre politique de recrutement, la formaliser et la transmettre à tous les acteurs concernés ;
- Développer la visibilité de l'entreprise et son image en tant qu'employeur (réseaux sociaux, présence dans les salons, relations avec les écoles, etc...);
- Diversifier nos méthodes de Sourcing (« job board », LinkedIn, groupements d'employeurs, stages, alternances, etc....) et mieux exploiter les outils existants.

MOBILITÉ SUR L'ANNÉE 2018

Brioche Pasquier permet à ceux qui le souhaitent d'évoluer en changeant d'emplois, dans leur métier d'origine en général, mais aussi parfois en changeant radicalement de métier. Les mobilités géographiques sont également présentes y compris à l'international. On peut noter une grande diversité de parcours parmi les effectifs.

ACTIVITÉS	CHANGEMENTS D'EMPLOIS	CHANGEMENTS DE SITES	DÉTAILS DES ACTIVITÉS					
			BRIOCHE	PÂTISSERIE	BISCOTTE	INTERNATIONAL	AGRI	PASQUIER SA
BRIOCHE	36	2		1	1			
PÂTISSERIE	50	10	1	3	2	1		3
BISCOTTE	48	6			1	1		4
INTERNATIONAL	38	1			1			
AGRI								
PASQUIER SA	11	2	1		1			
TOTAL	183	21	2	4	6	2	0	7

INTÉGRATION, FORMATION, DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Dans le respect de notre système de management, nous avons pour objectif de :

- Construire et développer des modules de formation pour tous les métiers destinés aux salariés tout au long de leur carrière professionnelle.
- Professionnaliser notre transmission de savoir-faire pour les aider à mieux intégrer le(s) métier(s) (école de vente etc...).

La formation est dispensée à deux types de salariés :

- Les salariés nouvellement embauchés.
- Les salariés déjà en poste dans l'entreprise : la formation vise alors à leur faire acquérir de nouvelles compétences qui leur permettront d'exercer un nouveau métier sur la ligne de production ou répondre aux évolutions technologiques de nos usines .

LA FORMATION EN QUELQUES CHIFFRES

	ANNÉE 2018	
	% DE SALARIÉS CDI AYANT SUIVI UNE FORMATION	NB MOYEN D'HEURES DE FORMATION / SALARIÉ CDI
BRIOCHE	85 %	10,33
PÂTISSERIE	88 %	5,85
BISCOTTE	58 %	11,25
AGRI	53 %	9,36
PASQUIER SA	91 %	6,67

*Les données ne sont pas disponibles pour l'activité internationale.

SUPPORT " TOUS VENDEURS DE L'ENTREPRISE "

Le support de formation « Tous vendeurs » a pour objectif d'être le support de base pour la formation de tout salarié.

Ce support de formation est destiné à l'ensemble des membres du comité exécutif, des directions de sites, des responsables de service pour expliquer l'origine de l'entreprise et son mode de fonctionnement managérial, à travers :

- Ses structures et son organisation,
- Ses outils,
- Ses fondamentaux,
- Et l'état d'esprit de l'entreprise.

Il vise à former nos équipes pour les aider à mieux vendre l'entreprise lors des rendez-vous en interne (recrutement, accueil 1er jour etc.), mais aussi à l'externe en France et à l'étranger (interventions auprès des écoles, des clients, des fournisseurs, lors de colloques etc...)

NOS PARCOURS DE FORMATION

Il existe de nombreuses formations internes proposées chez Brioche PASQUIER.

- Un module 1er jour est en place. Il permet de faire la présentation de l'entreprise aux nouveaux arrivants (sauf intérimaires pour lesquels les notions principales en lien avec la sécurité sont transmises par les agences d'intérim) ainsi que de leur transmettre quelques règles clés dans le fonctionnement de l'entreprise.
- Pour des métiers spécifiques et en complément de formations externes, Brioche Pasquier a créé des parcours de formation interne (par exemple le parcours Responsable de Ligne).
- Afin de développer les compétences de la force de vente, un parcours pour les Techniciens Commerciaux et Les Chefs des Ventes a été créé en 2016 avec l'accompagnement d'un consultant et d'un organisme de formation.

Ce parcours « Ecole de vente » est composé d'un module d'intégration de 5 semaines puis de 2 ou 3, selon la population, modules de formation de 14h chacun qui sont animés en interne par les Directions Commerciales ayant suivi la formation de « formateur ».

Les 3 modules proposés sont :



Méthode de vente
(219 salariés formés depuis 2016)



Gestion de secteur
(95 salariés formés depuis 2017)



Accompagnement des TC
(uniquement pour les CV/DC)
(30 salariés formés depuis 2018)

EMPLOI

EFFECTIFS TOTAL

Effectif CDI au 31/12/2018 comparé à N-1

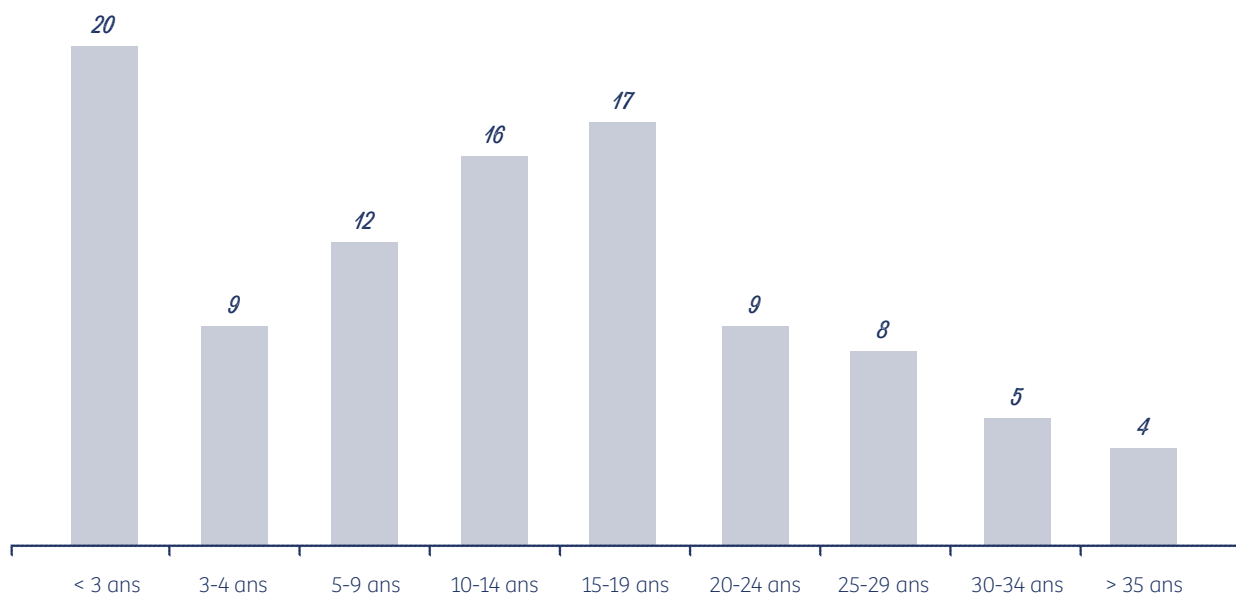
ACTIVITÉS	2018	2017	VARIATION
BRIOCHE	1237	1235	+ 0,16 %
PÂTISSERIE	981	977	+ 0,41 %
BISCOTTE	682	656	+ 3,96 %
INTERNATIONAL	290	286	+ 1,40 %
AGRI	36	36	0 %
PASQUIER SA	203	196	+ 3,57 %
TOTAL	3429	3386	+ 1,27 %

512 salariés soit 15% des effectifs travaillent hors de France. L'effectif comptabilisé en Angleterre et aux Etats-Unis tiens compte de tous les types de contrats sauf intérimaires.

Les 2 sites espagnols de Biscotte (222 personnes) sont comptabilisés dans la ligne « Biscotte ».

ANCIENNETÉ

(en % des effectifs CDI)



L'ancienneté moyenne des CDI de l'ensemble du groupe est de 13,84 ans

Cette moyenne témoigne d'une fidélité importante des équipes au sein des activités et des sites.

Cultiver l'ancrage territorial

Construire des relations école / entreprise

DES PARTENARIATS SUR LE LONG TERME

Le projet de la relation école/entreprise répond à notre volonté d'ancrage territorial, inscrit dans le business plan de l'entreprise. Ce souhait d'enracinement local s'illustre par le fait de travailler et construire un réseau avec les organismes locaux (partenaires, fournisseurs, établissements scolaires ...). Nous présentons ici les grandes lignes du projet école/entreprise.

À ce jour, nous travaillons avec des écoles partenaires réparties à proximité de tous nos sites de production français.

Ce projet a pour objectif :



De créer du potentiel par l'accueil d'étudiants



De nourrir l'entreprise et les écoles d'une vision externe.

Nous collaborons avec de grandes écoles sur des projets nécessitant une expertise comme sur le site de Pâtisserie Pasquier Vron, où nous travaillons le projet farine avec l'école Oniris de Nantes (école nationale vétérinaire, agro-alimentaire et de l'alimentation)



De promouvoir les métiers de managers opérationnels (responsable de ligne, chef des ventes) peu connus ou peu valorisés à l'externe.

Pour cela, nos équipes de managers se rendent dans les écoles pour vendre Brioche Pasquier auprès des étudiants. Ils y présentent nos métiers de managers opérationnels, la polyvalence de nos métiers, notre système de management, etc... Cet échange peut aussi se faire en accueillant les étudiants et leur équipe pédagogique dans le cadre de visites de nos usines



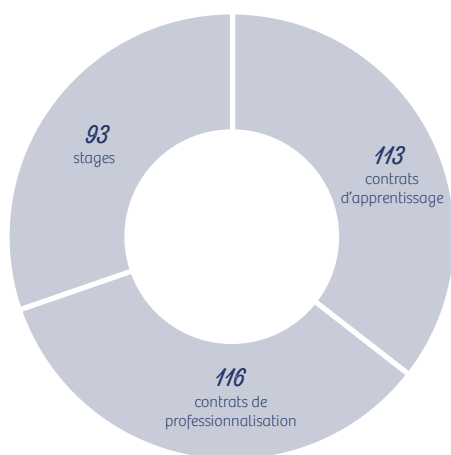
D'offrir la chance à des jeunes de rentrer dans l'entreprise par le biais de stages, de contrats de professionnalisation.

Par ces moyens, l'entreprise assure sa pérennité, fidélise cette population et encourage son sentiment d'appartenance.

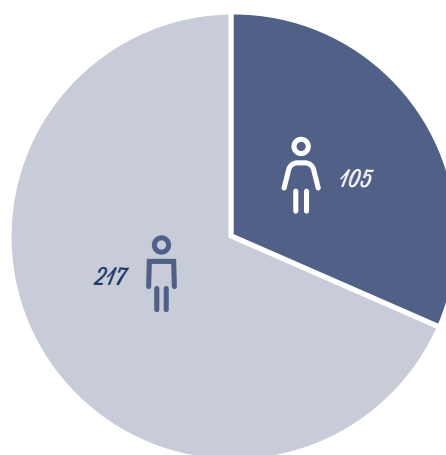
PRÉPARER L'AVENIR

322 ÉTUDIANTS ACCUEILLIS CHEZ BRIOCHE PASQUIER PENDANT L'ANNÉE 2018

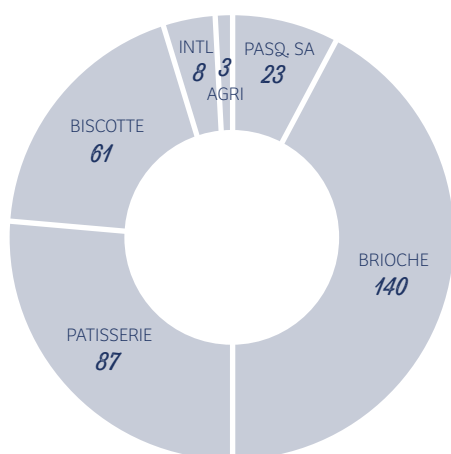
PAR TYPE DE CONTRAT



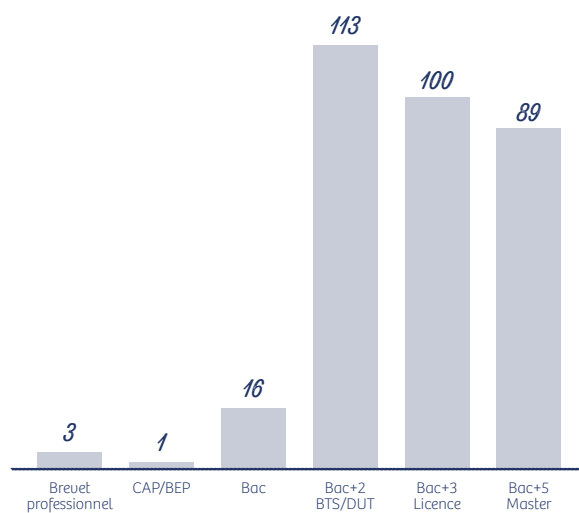
PAR GENRE



PAR ACTIVITÉ



PAR TYPE DE DIPLÔME



EN 2018, 178 ÉTUDIANTS ONT TERMINÉ LEUR CONTRAT DANS L'ANNÉE

26

ont débuté
un nouveau contrat
en alternance ou stage
dans le groupe



35

ont continué
leur parcours professionnel
dans une autre entreprise



50

ont été embauchés à la fin
du contrat (CDD ou CDI)



67

ont poursuivi leurs études

En 2018, 43% des étudiants dont les contrats se terminaient sur l'année ont continué de travailler chez Brioche PASQUIER (CDI, CDD, ou nouveau contrat en alternance, stage).

Réduire l'impact sur l'environnement en améliorant notre performance énergétique

L'impact de nos outils de production

L'ÉLECTRICITÉ

Les indicateurs sont en place sur les différents sites de production du groupe. Les entités commerciales, le siège social et Agri Pasquier sont exclus du périmètre des indicateurs. Leurs consommations sont inférieures à 5% de la consommation totale groupe.

CONSOMMATION ÉLECTRIQUE (kwh/t)						
	ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2010	ÉVOLUTION SUR 3 ANS	2018	2017	2016	
BISCOTTE	- 1,1 %	+ 2 %	449	420	440	Hausse du ratio suite à une baisse des tonnages produits finis
BRIOCHE	- 9,2 %	+ 4,6 %	410	381	392	Hausse du ratio suite à une baisse des tonnages produits finis
PÂTISSERIE	- 12,2 %	- 7,8 %	1 002	1 029	1 087	
INTERNATIONAL			447	556*		*En 2017, uniquement BPUK

2010 est l'année de référence. Elle correspond à la mise en place des indicateurs actuels et à la mise en place du premier plan de réduction des consommations.

Nous avons atteint depuis quelques années un palier dans la réduction des consommations. L'indicateur est désormais très lié au tonnage de produits finis réalisé par les sites.

Pour affiner le suivi des consommations et sensibiliser le personnel à leur usage, nous souhaitons mettre en place un comptage plus précis à l'échelle de la ligne de production. Nous souhaitons appliquer cette démarche pour les nouvelles installations.

Les différences notables de consommations d'électricité s'expliquent par des installations industrielles différentes entre les activités à savoir :

- **Brioche et Biscotte** : l'électricité est utilisée pour faire fonctionner les lignes et produire le froid. Les consommations de la Biscotte sont plus élevées car les lignes sont plus grandes (en nombre et en taille de machines). L'évolution 2018 montre que même si les lignes produisent moins, les infrastructures des usines consomment toujours autant d'électricité (froid, air comprimé, ventilation)
- **Pâtisserie** : l'électricité est consommée majoritairement pour produire le froid. Or, l'activité travaille en produits surgelés, la facture énergétique est donc très élevée.
- **International** : l'indicateur présenté en 2018, prend en compte le site d'Angleterre et celui des USA. Les activités de ces deux sites étant différentes, la comparaison de la valeur avec d'autres activités n'est pas pertinente. L'analyse est faite au site par comparaison avec les années précédentes.

Des actions sont menées chaque année pour diminuer notre consommation électrique, par exemple : remplacement des éclairages par des éclairages LED, remplacement ou modification d'équipement de production (moteur, compresseur) par des éléments de dernière génération (moins consommateurs d'énergie).

LE GAZ

Les indicateurs sont en place sur les différents sites de production du groupe. Les entités commerciales, le siège social et Agri Pasquier sont exclus du périmètre des indicateurs. Leurs consommations sont inférieures à 5% de la consommation totale groupe.

CONSOMMATION DE GAZ (kwh/t)						
	ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2010	ÉVOLUTION SUR 3 ANS	2018	2017	2016	
BISCOTTE	- 4,2 %	+ 4 %	1 740	1 673	1 672	Hausse du ratio suite à la baisse de productivité d'un site
BRIOCHE	- 7,0 %	- 0,3 %	588	577	590	
PÂTISSERIE	- 18,7 %	+ 1,7 %	854	847	840	
INTERNATIONAL			613	915*		*En 2017, uniquement BPUK

2010 est l'année de référence. Elle correspond à la mise en place des indicateurs actuels et à la mise en place du premier plan de réduction des consommations.

Comme pour l'électricité, pour affiner le suivi des consommations et sensibiliser le personnel à leur usage, nous souhaitons mettre en place un comptage plus précis à l'échelle de la ligne de production. Nous souhaitons appliquer cette démarche pour les nouvelles installations.

Les différences notables de consommations de gaz s'expliquent par des installations industrielles différentes entre les activités à savoir :

- La **Biscotte** se démarque par une très forte consommation de gaz car ses produits nécessitent une double cuisson. Des modifications industrielles ont entraîné une baisse de productivité d'un site qui a fortement impacté l'indicateur gaz de l'activité (consommation de gaz sans production de produits finis).
- **International** : l'indicateur présenté en 2018, prend en compte le site d'Angleterre et celui des USA. Les activités de ces deux sites étant différentes, la comparaison de la valeur avec d'autres activités n'est pas pertinente.

Des actions sont menées chaque année pour diminuer notre consommation de gaz par exemple : installation de pompes à chaleur pour le chauffage des bureaux (remplacement du chauffage eau chaude via chaudière au gaz), isolation des tuyaux et des points singuliers (vannes, raccords) sur le réseau de distribution d'eau chaude et de vapeur (diminution des pertes d'énergie).

LE CARBURANT

Brioche Pasquier possède une flotte de Véhicules Légers à destination des salariés et une flotte de Poids-Lourds. Nous suivons chaque année la consommation de nos véhicules via le ratio de consommation en litre pour 100 km.

Ce ratio est construit sur la base :

- Des kilomètres réalisés par les véhicules de la société (kilométrage renseigné lors du plein)
- Du volume de carburant distribué sur l'année au niveau des stations du groupe (certains sites sont équipés de stations de gasoil) ou du réseau de stations partenaires.

À noter que les pleins réalisés en dehors du réseau de stations internes ou partenaires sont exceptionnels. Dans ce cas, le conducteur informe le service logistique et lui transmet le volume de carburant ainsi que le kilométrage pour que cette donnée soit intégrée aux statistiques.

CONSOMMATION MOYENNE DE CARBURANT (l/100km)					
	ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2012	ÉVOLUTION SUR 3 ANS	2018	2017	2016
VÉHICULES LÉGERS	- 3,7 %	- 0,7 %	5,46	5,48	5,50
POIDS-LOURDS	- 7,4 %	0 %	26,8	28,8	26,8

*Consommation moyenne des véhicules rattachés aux sites français.

Les principales raisons de cette baisse sont :

- l'avancée des technologies des véhicules poids lourds, permettant de diminuer la consommation de carburant,
- le renouvellement de notre parc tous les 5 ans en moyenne pour les véhicules légers et 6 ans pour les poids lourds pour suivre l'évolution technologique des véhicules en terme de consommation.

Nous avons testé en 2017, l'intégration de véhicules électriques au sein de notre flotte VL. Le retour est positif quant à l'utilisation du véhicule sur le confort routier (pas de bruit, souple à la conduite). Par contre, l'autonomie du véhicule n'a pas convaincu les utilisateurs.

L'autonomie restreinte du véhicule électrique ne permet pas de l'intégrer à notre flotte automobile. Nous restons vigilants à l'évolution de ce marché.

S'engager pour nos consommateurs

Des produits sûrs et sains

DES PRODUITS SÛRS

Des produits sûrs : Au-delà du projet « Naturalité » Brioche PASQUIER s'engage pour la sûreté et la sécurité de ses produits en certifiant ses sites aux derniers standards mondiaux.

CERTIFICATION	SITES DE PRODUCTION CONCERNÉS
IFS (International Featured Standard Food)	Tous sauf Etat-Unis et Angleterre
BRC	Tous sauf Etat-Unis, Espagne et Biscotte Pasquier Saint Herblain
Autre certification (spécifique à l'activité)	Agri Pasquier et Galaxy Dessert



DES PRODUITS SAINS

Depuis 3 ans, toutes les équipes sont mobilisées autour du projet « Naturalité » pour les produits à marque Pasquier.

Il s'articule autour de 3 axes majeurs :



Recettes plus simples
et toujours aussi bonnes



Acteur dans
la **transition agricole**

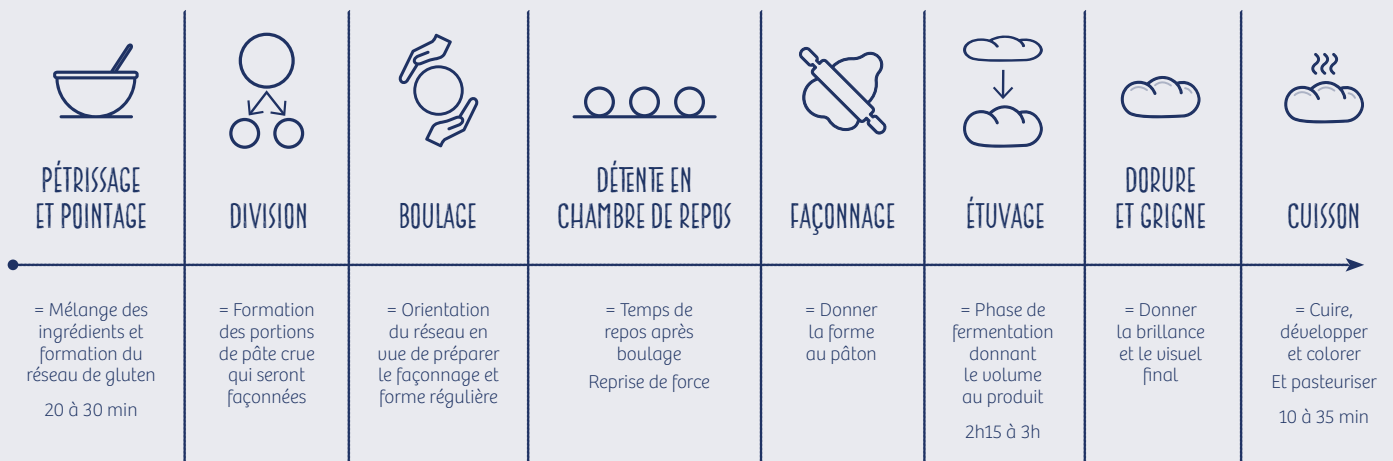


Emballages durables
et éco-conçus

Actions concrètes suivant les 3 axes (Produits à marque PASQUIER) :

Un process de fabrication simple (exemple ci-dessous pour la fabrication d'une Brioche):

*Comment sont fabriquées nos brioches :
les étapes de fabrication d'une brioche*



100% des produits Brioche vendus en France à marque PASQUIER sont sans conservateurs.

En 2018, les produits à marque PASQUIER vendus en Pâtisserie utilisent 100% d'œufs provenant d'élevages de poules « hors cage ». La volonté est d'accroître le périmètre sur l'ensemble des gammes du groupe, en accompagnant nos éleveurs partenaires dans cette transition.

L'ensemble de nos farines sont issues de blés tracés et garantissant de bonnes pratiques agricoles (IRTAC).



En 2018, Brioche PASQUIER s'est engagé dans la transition agricole en devenant membre pilote de l'association « pour une agriculture du vivant ». L'objectif du groupe est d'accompagner le monde agricole pour pouvoir évoluer progressivement vers des filières agro-écologiques.

Des actions concrètes en cours de réalisation ou réalisées, pour des emballages durables et éco-conçus :



Éco-conception

- Emballages ajustés au produits
- Épaisseur optimisée des films



Matières durables

- Cartons recyclés et recyclables
- Encre végétale



Anti-gaspillage

- Sachets fraîcheur / portions adaptés à la consommation

RELATION SOCIALES

L'ensemble des sociétés françaises du Groupe sont pourvues d'instances représentatives du personnel : CE, CHSCT, Délégués du personnel. La plupart de ces sites disposent d'un ou plusieurs Délégués Syndicaux.

Avec la Loi Travail de 2017, ces instances vont évoluer vers le CSE (Comité Social et Economique). Cette transition a été initiée sur la majorité des sites courant 2018. A la fin de l'année 2019, tous les sites français du Groupe Brioche Pasquier seront pourvus d'un CSE ;

Comme chaque année, un certain nombre d'accords d'entreprise ont été conclus sur les différents sites :

- NAO (négociation annuelle obligatoire)
- Prévention de la pénibilité
- Egalité professionnelle
- Gestion des emplois et des parcours professionnels

Fait majeur en 2018, un nouvel accord dérogatoire de participation de groupe, a été conclu le 28 juin 2018 avec les représentants de l'ensemble des sites français.

Cet accord déroge à la formule légale de calcul jusqu'alors utilisée, pour fixer à 10% du résultat économique (hors éléments exceptionnels) le montant de la réserve annuelle de participation aux bénéfices.

LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION ET PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET L'EMPLOI DE TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

Nos méthodes et procédures de recrutement garantissent les principes de respect, de non-discrimination, de neutralité.

Nous privilégions la diversité des profils (études, expériences, âge, sexe...) et des compétences en accompagnant les nouveaux arrivants, en participant activement à l'intégration et à la formation des jeunes ou en transmettant les savoirs d'une génération à l'autre.

Nous travaillons avec des organismes spécialisés (CAP EMPLOI, SAMETH) pour nous accompagner dans :

- Le recrutement et dans l'aménagement de nos postes de travail
- Les procédures de recherche de reclassement pour inaptitude (analyse des postes, propositions d'aménagements de poste répondant aux restrictions médicales, maintien dans l'emploi)

LUTTE CONTRE LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE

Le groupe Brioche Pasquier privilégie systématiquement les dons de produits invendus toujours consommables. Principalement vers les banques alimentaires présentes autour de chaque site. Ces organismes distribuent ensuite les produits dans des épiceries solidaires, via des colis aux plus démunis ou en organisant des repas collectifs.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Le groupe Brioche Pasquier cherche des filières pour s'inclure au maximum dans des démarches d'économie circulaire. Par exemple, les produits ne pouvant être commercialisés sont envoyés vers une filière de fabrication d'aliments pour animaux.

CHANGEMENT CLIMATIQUE

La lutte contre le changement climatique est abordée dans la partie Environnement – Impact des outils de production par la diminution des consommations d'énergie.