



Partager un hedonisme engagé®



RAPPORT RSE 2020-2021



Il y a 75 ans, guidé par la conviction que le plaisir de partager des produits de très grande qualité est le sel de la vie, Robert Labeyrie donnait accès au plus grand nombre à des produits d'exception, issus de terroirs et de savoir-faire uniques, jusque-là réservés à quelques-uns.

Aujourd'hui, le monde change et nous devons faire face collectivement à des enjeux inédits : réchauffement climatique, raréfaction des ressources (notamment marines) ou encore impact de l'alimentation sur notre santé, pour n'en citer que quelques-uns. Ces enjeux bousculent notre rapport à l'alimentation ; ils nous poussent à agir avec toujours plus de responsabilité, à repenser notre modèle d'affaires.

Nous constatons aussi que la table, qui autrefois rassemblait, peut de nos jours être un lieu de division où se heurtent les convictions alimentaires de chacun. Chez Labeyrie Fine Foods, nous sommes plus que jamais convaincus que la table peut et doit rassembler en apportant des réponses aux défis actuels et à venir de notre alimentation.

Nous savons que ce chemin positif est possible : nous y parviendrons en agissant en acteur engagé et volontariste sur l'ensemble de nos chaînes de valeur et en mobilisant toutes nos parties prenantes, au premier rang desquelles nos collaborateurs, pour atteindre cette ambition.

Si nous voulons continuer d'éveiller les papilles des générations futures, il nous faut redéfinir cette vision du plaisir dont nous avons hérité et qui nous anime. Et, tous ensemble, partager un nouvel hédonisme, un hédonisme engagé.

Aujourd'hui, nos engagements se concrétisent par l'ensemble des chantiers présentés dans ce rapport, mais aussi par l'adhésion de notre Groupe au Global Compact, une démarche volontaire pour contribuer aux enjeux des Objectifs de Développement Durable des Nations Unies, incluant le respect des normes internationales du travail, des droits humains, de l'environnement, mais aussi la lutte contre la corruption.

Steve Lawson et Jacques Trottier

Co-CEO du Groupe Labeyrie Fine Foods

Introduction

MODÈLE DE CRÉATION DE VALEUR
PAGE 4

PROJET D'ENTREPRISE
PAGE 6

STRATÉGIE RSE
PAGE 8

STRATÉGIE CLIMAT
PAGE 10

PILIER 1 Préserver

**LES ÉCOSYSTÈMES
AVEC LESQUELS
NOUS INTERAGISSONS**
PAGE 12

PILIER 2 Maîtriser

**NOS SAVOIR-FAIRE
ET NOS PROCESS
GRÂCE À DES PRATIQUES
VERTUEUSES**
PAGE 18

PILIER 3 Respecter

**LES FEMMES ET LES HOMMES
QUI PRODUISENT,
TRANSFORMENT, VENDENT ET
CONSOMMENT NOS PRODUITS**
PAGE 24

NOTRE MODÈLE de création de valeur

NOTRE ADN

Un groupe créé en 1946, convaincu depuis toujours que le plaisir de la table est le sel de la vie et que la notion de plaisir est désormais indissociable de celle de responsabilité.

NOTRE raison d'être

Partager un hédonisme engagé®

DES marques RECONNUES



NOS ressources



DES FEMMES & DES HOMMES INVESTIS

près de **3 900** collaborateurs



DES SITES INDUSTRIELS

14 sites industriels : 10 en France, 2 au Royaume-Uni, 1 en Belgique, 1 aux Pays-Bas



UN ACTIONNARIAT SOLIDE¹

92,36 % PAI Partners & Lur Berri (50/50)

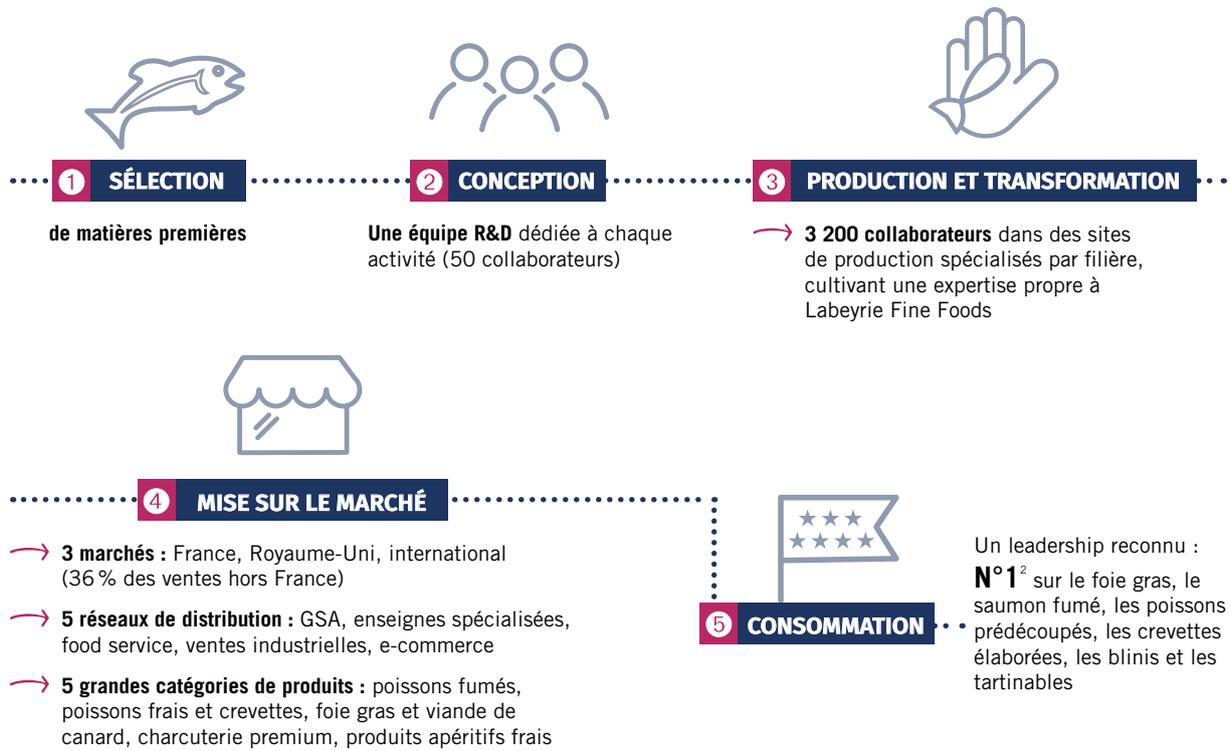
7,64 % management



DES MATIÈRES 1ÈRES SÉLECTIONNÉES, ISSUES DE FILIÈRES DE QUALITÉ

- **PRODUITS DU TERROIR :** canard, oie, porc, ingrédients (produits laitiers et œufs)
- **PRODUITS DE LA MER :** poissons et crustacés
- **PRODUITS VÉGÉTAUX :** olive, pois chiche, avocat, légumes, huiles végétales, blé et autres ingrédients végétaux

NOTRE MODÈLE *d'affaires*



NOTRE CRÉATION *de valeur*

données 2020-2021

POUR NOS COLLABORATEURS

- Note baromètre de bien-être au travail : **7,5/10**
- **53 %** des collaborateurs ayant reçu au moins une formation
- Index égalité femmes/hommes : **93/100***
- **31 %** de femmes dans le top management

POUR NOS FOURNISSEURS

- Une politique d'achats responsables formalisée
- Une coopérative actionnaire du Groupe : Lur Berri
- **310** éleveurs-producteurs
- Des investissements pour le progrès des filières

POUR LA PLANÈTE

- Engagement auprès de l'ONG Planète Mer
- **-180 t** d'emballages vs l'année précédente
- **89 %** de nos déchets valorisés
- **86 %** de nos matières premières stratégiques⁴ labellisées ou dans une démarche de labellisation

POUR NOS CONSOMMATEURS

- Des produits alliant plaisir intense & responsabilité
- Des marques présentes dans plus de **60 %** des foyers en France³

POUR LA SOCIÉTÉ CIVILE

- **870 000 €** de dons annuels

CRÉATION DE VALEUR FINANCIÈRE

- **1 milliard €** de CA

*Labeyrie SAS. 1. Pourcentage exprimé en droits de vote au 30 juin 2021. - 2. IRI CAM P6 2021. - 3. Kantar, étude réalisée fin mars 2021. 4. Saumon, canard, cabillaud, hareng, maquereau, truite, crevette, pois chiche, avocat, olive.

NOTRE PROJET *d'entreprise*

NOTRE RAISON D'ÊTRE

Partager un hédonisme engagé®

NOTRE VISION

Convaincus que la table peut et doit être un lieu qui rassemble, nous voulons proposer des produits plaisir de partage qui répondent à tous les goûts, toutes les envies, tous les moments qui comptent.

Des produits qui fédèrent autour de deux notions fortes que nous défendons : le plaisir intense et la responsabilité.

C'est par cette alliance que nous redéfinirons la notion même de plaisir : un plaisir conscient, choisi, respectueux, partagé et durable.

NOTRE AMBITION

Notre ambition stratégique s'appuie sur 2 notions clés indissociables

PLAISIR INTENSE...



- partager des moments de convivialité ;
- proposer les meilleurs produits adaptés aux modes de consommation d'aujourd'hui et de demain ;
- rendre accessibles nos produits à tous, partout et tout le temps.

... & RESPONSABILITÉ



- préserver les écosystèmes avec lesquels nous interagissons ;
- maîtriser nos savoir-faire et process grâce à des pratiques vertueuses ;
- respecter les femmes et les hommes qui produisent, transforment, vendent et consomment nos produits.



NOTRE STRATÉGIE *business*



Notre objectif est que nos produits conjuguent de manière exemplaire plaisir intense et responsabilité.

Pour procurer aux consommateurs ce plaisir intense, nous visons l'excellence gustative : nous nous engageons à la mesurer de manière récurrente sur l'ensemble de nos produits CORE BUSINESS au travers de tests organoleptiques externes.

En parallèle, nous avons défini notre stratégie afin de devenir :



PLUS INTERNATIONAL : pour répondre aux attentes des consommateurs sur les marchés internationaux, nous nous donnons les moyens d'augmenter notre chiffre d'affaires de +50 % à l'international d'ici 2025 ;



PLUS VÉGÉTAL : pour offrir des produits attendus par les consommateurs et diversifier nos gammes, nous visons une progression du poids de notre chiffre d'affaires en végétal de 15 % à 25 % d'ici 2025 ;



PLUS OMNICANAL : pour être en phase avec les nouveaux modes d'achat et rendre accessibles nos produits au plus grand nombre, nous devons être présents sur les canaux d'achat des consommateurs de demain et, par conséquent, porter l'omnicanal de 10% de notre chiffre d'affaires à 20% d'ici 2025.

Les 3 facteurs de notre succès :



→ des **COLLABORATEURS** hédonistes engagés et mobilisés



→ une réponse aux attentes des **CONSOMMATEURS**



→ des partenariats forts avec les **CLIENTS DISTRIBUTEURS**



NOTRE STRATÉGIE RSE

NOTRE MISSION

Donner au plus grand nombre les clés d'une consommation responsable.

Pour cela, nous sommes engagés dans une démarche ambitieuse alignée avec les attentes des principales parties prenantes du Groupe : collaborateurs, partenaires d'affaires (fournisseurs, clients, partenaires financiers), consommateurs, partenaires ONG, monde associatif et société civile dans son ensemble.

NOTRE STRATÉGIE RSE SE STRUCTURE AUTOUR DE :

3
piliers

12
chantiers
prioritaires

6
engagements
à horizon 2025

PILIER 1
Préserver

**LES ÉCOSYSTÈMES
AVEC LESQUELS
NOUS INTERAGISSONS**

4 CHANTIERS

1. L'approvisionnement responsable
2. Le bien-être animal
3. L'alimentation animale
4. La réduction de l'impact environnemental de l'amont

PILIER 2
Maîtriser

**NOS SAVOIR-FAIRE
ET PROCESS GRÂCE
À DES PRATIQUES VERTUEUSES**

4 CHANTIERS

5. Le clean label
6. L'écoconception des emballages
7. L'impact environnemental de nos sites
8. La logistique et les déplacements responsables

PILIER 3
Respecter

**LES FEMMES ET LES HOMMES QUI
PRODUISENT, TRANSFORMENT,
VENDENT ET CONSOMMENT
NOS PRODUITS**

4 CHANTIERS

9. L'éthique
10. Le bien-être et l'épanouissement de nos collaborateurs
11. La communication responsable
12. La contribution économique et sociale locale

6 ENGAGEMENTS À HORIZON 2025

→ 100% de nos matières premières stratégiques labellisées ou dans une démarche de labellisation ;

→ 100% des aliments d'élevage de nos matières premières stratégiques conformes à notre politique alimentation animale.

→ 100% de nos produits CORE BUSINESS sans additifs identifiés par notre comité scientifique ;

→ 100% d'emballages recyclables et 2/3 issus du recyclage.

→ 100% de nos fournisseurs clés Groupe signataires de notre Code de bonne conduite ;

→ atteindre une note supérieure ou égale à 8/10 et un taux de participation supérieur ou égal à 75% sur notre baromètre du bien-être au travail.

NOS ENGAGEMENTS SONT FORMALISÉS AU TRAVERS DE DIFFÉRENTES POLITIQUES

Code de bonne conduite fournisseurs
.....

Bien-être animal
.....

Alimentation animale
.....

Clean Label
.....

Écoconception des emballages
.....

Communication responsable

Tous ces documents sont disponibles sur le site Labeyrie Fine Foods et sont partagés avec nos partenaires. D'autres politiques sur nos chantiers prioritaires sont en cours de formalisation sur l'année 2021-2022.

NOTRE STRATÉGIE RSE EST DÉCLINÉE SUR CHACUNE DE NOS FILIÈRES



PRODUITS DU TERROIR : être toujours à la pointe des démarches de progrès sur nos filières.



PRODUITS DE LA MER :

→ **ÉLEVAGE** : contribuer à l'essor d'une aquaculture vertueuse en réduisant l'empreinte environnementale et carbone de la filière tout en assurant des pratiques d'élevage respectueuses du bien-être animal ;

→ **SAUVAGE** : participer à la réduction de l'empreinte environnementale de la filière pêche pour assurer le renouvellement des stocks, réduire la pollution liée à ses activités et son empreinte carbone.



INGRÉDIENTS VÉGÉTAUX : accompagner et soutenir les producteurs de nos filières végétales dans leur transition agricole.

L'IDENTIFICATION DES RISQUES CHEZ LABEYRIE FINE FOODS

→ Le Groupe a depuis plusieurs années défini une méthodologie d'identification des risques majeurs lui permettant de piloter sa démarche d'identification et de traitement de ces risques.

→ En 2021-2022, nous souhaitons approfondir notre cartographie pour inclure notamment la dimension RSE et les risques associés. L'objectif sera ensuite de mettre à jour cette évaluation globale des risques majeurs et RSE tous les 18 mois.

NOTRE GOUVERNANCE RSE

L'équipe RSE est sous la responsabilité de la directrice de la communication, du Digital et de la RSE ; elle est composée d'une coordinatrice RSE et de 5 responsables RSE filière.

DANS LE CADRE DE NOTRE STRATÉGIE RSE, nous nous engageons à contribuer aux Objectifs de Développement Durable définis par les Nations Unies et en priorité aux ODD suivants (en lien avec nos 12 chantiers prioritaires) :



NOTRE STRATÉGIE *climat*

POURQUOI CONTRIBUER À LA NEUTRALITÉ CARBONE PLANÉTAIRE ?

Conscient que l'alimentation pèse pour ¼ de l'empreinte carbone des ménages français et face à l'urgence climatique, le Groupe Labeyrie Fine Foods souhaite s'engager à contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique.

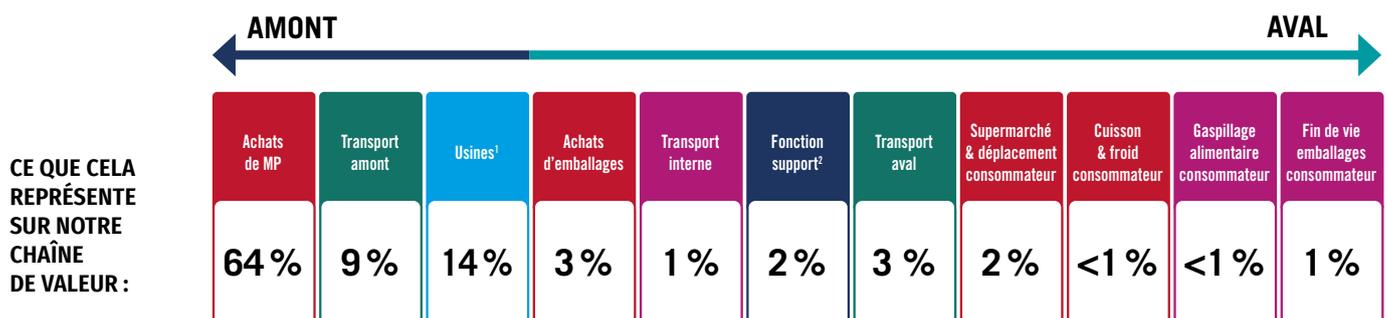
NOTRE MÉTHODE

Nous avons établi notre bilan des émissions de gaz à effet de serre (GES) pour dresser un état des lieux de notre bilan carbone. Cet état des lieux a été réalisé pour l'année 2019, année de référence pour notre démarche de réduction des émissions de GES. Cette mesure de l'empreinte carbone du Groupe a été réalisée sur l'intégralité de nos activités, selon la méthode de comptabilité carbone du GHG Protocole.

NOS RÉSULTATS 2019

Les émissions de GES constituant l'empreinte carbone des entreprises sont catégorisées selon trois périmètres, appelés « scopes », selon l'origine des émissions.

SCOPE 1	SCOPE 2	SCOPE 3
Ces émissions directes sont générées par l'ensemble des sources d'émissions possédées ou contrôlées par le Groupe.	Ces émissions indirectes sont liées à la production d'énergie achetée à l'extérieur du Groupe.	Ces autres émissions indirectes sont liées au cycle de vie de nos produits et de nos activités.



1. Usines : énergie, hors énergie, déchets, immobilisations industrielles. - 2. Fonction support : déplacement domicile travail et pro, autres achats, autres immobilisations.

NOTRE TRAJECTOIRE CLIMAT

Le Groupe a bâti un plan d'actions concret visant à optimiser son bilan carbone et s'est fixé un objectif de **réduction de ses émissions absolues de GES de scopes 1 et 2* de -46% d'ici 2030** en comparaison à l'année 2019, année de référence. LFF souhaite aussi réduire ses émissions indirectes, scope 3*, via une **réduction en intensité physique** de ses émissions ainsi qu'un engagement collectif de ses fournisseurs dans une trajectoire de réduction de gaz à effets de serre pour maintenir le réchauffement à 1,5°C.

Le Groupe s'est fixé comme objectif de soumettre l'ensemble de ses engagements au SBTi d'ici fin 2021.

Notre participation pour progresser collectivement vers la neutralité carbone

Actifs sur les thématiques climat, nous sommes :

→ contributeur au sein du projet ACT de l'Ademe et du CDP. Nous allons tester la méthodologie ACT Food (agri/agro). Elle vise à accompagner et évaluer les stratégies et les moyens mis en œuvre pour réaliser les objectifs ;



→ membre du Forum Carbone de Casino, qui organise la coopération entre des acteurs et accompagne ses membres dans la définition de leur trajectoire et dans l'atteinte des objectifs par le partage de bonnes pratiques, et propose des ateliers collaboratifs sur les thématiques climat ;



→ membre du groupe Caring For Climate du Global Compact (Pacte mondial des Nations unies). Son objectif est d'engager durablement les entreprises et les accompagner dans le développement de leurs stratégies et pratiques responsables en faveur du climat.



*Les scopes 1 et 2 couvrent les émissions de gaz à effet de serre directes et indirectes provenant des activités de l'entreprise, le scope 3 couvre les autres émissions indirectes notamment des fournisseurs, consommateurs ou encore l'utilisation et fin de vie du produit.

Préserver

« NOTRE VISION

Notre responsabilité commence à l'origine de notre chaîne de valeur, là où sont produites nos matières premières. C'est pourquoi nous nous engageons, avec nos partenaires, pour la préservation des écosystèmes avec lesquels nous interagissons via notre approvisionnement.

.....

La diversité des produits que nous proposons (produits du terroir, produits de la mer et produits végétaux), nous amène à interagir avec un grand nombre de filières agricoles et aquacoles. Bien que ces filières aient des niveaux de complexité et de maturité différents, nous avons la volonté d'avancer sur chacune d'entre elles avec la même exigence. Pour chacune, nous avons travaillé sur des feuilles de route précises à horizon 2025, voire 2030, qui adressent les chantiers prioritaires que nous nous sommes définis.

4 CHANTIERS *prioritaires*



L'APPROVISIONNEMENT
RESPONSABLE

CHANTIER N°1



LE BIEN-ÊTRE
ANIMAL

CHANTIER N°2



L'ALIMENTATION
ANIMALE

CHANTIER N°3



LA RÉDUCTION DE L'IMPACT
ENVIRONNEMENTAL
DE L'AMONT

CHANTIER N°4

2 ENGAGEMENTS CLÉS :

100%
de nos matières premières
stratégiques* labellisées
ou dans une démarche
de labellisation d'ici 2025



100%
des aliments d'élevage de nos
matières premières stratégiques*
conformes à notre politique
alimentation animale d'ici 2025

**Matières premières qui représentent un volume important dans nos approvisionnements et/ou un volume important chez nos fournisseurs (filières canard, saumon, cabillaud, truite, hareng, maquereau, crevette, avocat, pois chiche et olive).*



L'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

Considérant qu'il n'est pas de produits finis responsables sans matières premières qui le soient, la maîtrise totale de notre approvisionnement est notre première priorité. Nous la traduisons par l'intégration de critères RSE dans notre politique d'achats, en trois actes :

N°1

TRACER

N°2

CERTIFIER

N°3

VÉRIFIER



« Les critères RSE sont maintenant intégrés lors de la sélection de nos fournisseurs au même titre que les critères de compétitivité, de qualité ou de rendement.

Notre rôle consiste à challenger nos fournisseurs pour faire évoluer les filières d'approvisionnement, mais aussi à identifier avec eux les idées de demain.

Sophie BOURRIOT,
directrice achats Groupe LFF

De notre point de vue, les certifications constituent une première étape et sont un jalon clé dans notre progression vers des matières plus durables. Lorsque nous le jugeons nécessaire, nous renforçons nos approches à travers nos cahiers des charges ou nos critères de sélection de nos fournisseurs ou zones d'approvisionnement.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIF

86 % de nos matières premières stratégiques sont labellisées ou en cours de labellisation

Objectif 2025 : 100 %

QUELQUES ILLUSTRATIONS



100 % de la filière canard du Sud-Ouest est certifiée CertiConfiance^{*}, PalmiGConfiance^{**} et IGP Sud-Ouest^{**}, tandis que la filière canard de l'Ouest est engagée PalmiGConfiance^{**} et certifiée Origine France^{**}.



100 % de notre approvisionnement en saumon sauvage et en cabillaud est labellisé MSC^{**}.



100 % de notre approvisionnement en saumon d'élevage est certifié CertiConfiance^{*} ou Aquaculture Raisonnée^{*}.



100 % de notre approvisionnement de crevettes pour la marque Delpierre est labellisé ASC^{**}.

Fin 2021, 100 % de notre avocat sera labellisé Global Gap.



*Certification privée initiée par le Groupe LFF. **Certification d'OTI, d'organisme tiers indépendant.

N°1

TRACER

Nous maîtrisons l'intégralité de notre chaîne de valeur et nous traçons n'importe quel produit du rayon jusqu'au fournisseur. Nous avons la volonté d'aller plus loin et de connaître l'intégralité de nos chaînes d'approvisionnement jusqu'aux fermes d'élevage et d'alimentation, aux lieux de culture ou de pêche et aux fournisseurs d'aliments. C'est d'ores et déjà le cas sur une très grande partie de nos filières, intégrées ou historiques. Bien que chacun de nos achats réponde à un cahier des charges strict en termes de qualité, de sécurité sanitaire et d'éthique, nous poursuivons cette identification conjointement avec nos fournisseurs. Nous sommes par ailleurs membre du Global Dialogue Seafood Traceability (GDST), la plateforme interentreprises dédiée à la rédaction de normes mondiales pour la traçabilité des produits de la mer.

ILLUSTRATION

Grâce aux liens directs entre Labeyrie Fine Foods et Lur Berri, coopérative agricole basée dans le Sud-Ouest et actionnaire du Groupe, et d'un partage d'information très fluide, la filière canard bénéficie d'un niveau de traçabilité très poussé permettant de remonter jusqu'à la ferme et aux champs.

N°2

CERTIFIER

Nous avons l'ambition de nous approvisionner en matières premières certifiées, ce qui est déjà le cas pour la majorité de nos matières stratégiques. Nous utilisons parfois notre propre référentiel, selon un cahier des charges précis, disponible sur notre site internet et dont l'application est vérifiée par un organisme certificateur tiers (Bureau Veritas).

Nos filières étant toutes différentes, les certifications existantes le sont également. Nous nous appuyons par exemple sur l'outil de référence mondial Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI) pour nos produits de la mer. Il fournit une reconnaissance formelle des programmes de certification environnementale grâce à un processus de référence rigoureux et transparent, étayé par les directives de la FAO.

N°3

VÉRIFIER

Nous renforçons nos plans d'audits et créons des outils d'analyse pour approfondir notre connaissance des enjeux de chaque filière et mieux en maîtriser les risques.

En veille permanente sur les questions éthiques et environnementales, nous nous appuyons sur des partenaires extérieurs tels que Food Network of Ethical Trade (FNET), une initiative collaborative utilisant un levier collectif pour améliorer les conditions de travail dans les chaînes d'approvisionnement mondiales de l'agroalimentaire.

Labeyrie est membre de SEDEX, une plateforme collaborative nous permettant de stocker, partager et gérer des données relatives aux performances éthiques de nos chaînes d'approvisionnement.

Certains problèmes fondamentaux nécessitent souvent une collaboration plus large avec d'autres entreprises, ONG ou autres parties prenantes. Les pays subissant des tensions sociopolitiques peuvent nécessiter des mesures de diligence spécifiques. C'est le cas de nos fournisseurs de crevettes en Thaïlande qui doivent s'engager dans des programmes de remédiation tels que celui déployé par l'institut Issara (institut dont le Groupe LFF est un partenaire stratégique).



Chez Labeyrie Fine Foods, nous sommes convaincus qu'il est de notre responsabilité d'assurer, avec nos partenaires, des élevages respectueux du bien-être animal. Pour ce faire, nous avons élaboré une politique bien-être animal qui détaille les exigences du Groupe LFF à toutes les étapes de l'élevage et sur l'ensemble des secteurs agricoles et aquacoles dans lesquels nous opérons.

En signant cette politique bien-être animal, nos fournisseurs s'engagent à travailler sur l'ensemble de leur chaîne de valeur pour répondre à nos exigences, dans une démarche d'évaluation régulière et de progrès continu.



« En 2007, nous avons souhaité rajouter volontairement le bien-être animal plutôt que la bientraitance parmi cinq nouveaux engagements en créant le référentiel CertiConfiance. Depuis 2019, nous avons sollicité des experts en éthologie pour mener de nouveaux plans de progrès à tous les stades de la vie du canard. Ce plan d'actions a été structuré en 2020-2021 et nous allons le mener à bien sur les prochaines années avec notre partenaire Lur Berri, dans une vision partagée "One Welfare" et des élevages optimisés pour le bien-être des hommes, des animaux et de la planète.

*Emmanuel CHARDAT,
directeur Stratégie et filière produits du terroir*

NOTRE POLITIQUE BIEN-ÊTRE ANIMAL EST STRUCTURÉE AUTOUR DE CINQ PRINCIPES D'ACTION SUR LESQUELS NOUS TRAVAILLONS AVEC NOS PARTENAIRES DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES.

N°1

Contrôler régulièrement les conditions d'élevage et d'abattage et assurer une conduite d'élevage par un personnel formé

Nous souhaitons développer une culture du respect animal via une sensibilisation continue de nos collaborateurs et partenaires aux dernières connaissances en matière de bien-être animal ainsi que via la formation de tout personnel au contact des animaux. Parallèlement, nous apportons à nos partenaires notre appui technique pour l'évaluation régulière de leurs pratiques d'élevage, la définition et l'évaluation de leurs plans de progrès.

N°2

Garantir l'application, en suivant leurs évolutions, de nos standards de bientraitance des animaux dans nos filières stratégiques

Nous apportons un regard critique sur toutes les manipulations des animaux et travaillons avec nos partenaires pour supprimer, substituer ou soulager toute souffrance ou stress pouvant être évités. Nous encourageons le déploiement des bonnes pratiques et des alternatives reconnues par la communauté scientifique ainsi que des équipements les plus adaptés aux besoins de chaque espèce.

ILLUSTRATION

LFF sponsorise une recherche innovante sur la bientraitance des crevettes reproductrices dans la crevetticulture.

N°3

Adapter l'environnement au comportement naturel de l'animal

Nous sélectionnons avec l'appui d'experts les paramètres judicieux améliorant l'environnement d'élevage dans nos filières. Nous travaillons ainsi avec nos fournisseurs pour investir dans l'enrichissement de nos milieux d'élevage.

ILLUSTRATION

Sur notre filière saumon, nous sélectionnons des sites dont la localisation permet un courant suffisant pour garantir des conditions d'élevage optimales, avec une présence humaine systématique sur les sites pour la surveillance des cages et de leur environnement.

N°4

Assurer la mise en œuvre de bonnes pratiques de soin pour préserver la santé des animaux

Aux côtés de nos fournisseurs partenaires, nous nous appuyons sur des vétérinaires et experts pour actualiser régulièrement les bonnes pratiques et nous investiguons de nouvelles pratiques d'élevage et de soin permettant de réduire le recours aux traitements.

ILLUSTRATION

Le suivi visuel du comportement des saumons pendant la prise alimentaire dans notre filière saumon d'élevage et les contrôles vétérinaires dans celle d'élevage de crevettes sont systématiques.

N°5

Assurer des conditions optimales de transport et d'abattage

Nous effectuons une veille active des travaux scientifiques pour améliorer régulièrement nos protocoles d'étourdissement et d'abattage et optimisons le temps et les conditions de transport, souvent vecteurs de stress pour les animaux.

ILLUSTRATION

Avec une planification en trois zones dans le Sud-Ouest, les distances de transport des canards dans notre filière canard ont été réduites de 30 % depuis 2017. Une vidéosurveillance est mise en place de manière volontaire dans notre abattoir de Came depuis 2018 et une autre va l'être à celui de Bouaye.



L'alimentation animale est essentielle à la qualité de nos matières premières d'origine animale et au bien-être des animaux (protection de leur santé et développement). Elle est composée d'ingrédients d'origines animale et végétale, qui demandent une grande vigilance quant aux impacts environnementaux et sociaux associés.

Elle est donc un enjeu prioritaire pour le Groupe LFF. Notre politique alimentation animale détaille nos exigences envers la production d'une alimentation animale responsable, et ce en prenant en considération les caractéristiques et spécificités de chaque secteur agricole et aquacole concerné.

OBJECTIF

Objectif 2025 : **100 %** de nos volumes de nos matières premières stratégiques animales issus de fournisseurs signataires de notre politique alimentation animale.

VOICI LES LIGNES DIRECTRICES DE NOTRE POLITIQUE ALIMENTATION ANIMALE

N°1

Garantir un haut niveau de sécurité des ingrédients pour assurer la bonne croissance de l'animal sans entraîner de risque pour sa santé ou celle du consommateur

Nous exigeons un approvisionnement en alimentation animale dont la qualité et la sécurité sont garanties à 100%. Elle doit être produite conformément aux règlements européens en vigueur (entre autres CE n° 767/2009, CE n° 1831/2003, CE 68/2013 et CE 183/2005).

Dans les cas où les règlements européens ne sont pas applicables, cette alimentation doit être traçable et transparente, produite sous le système de sécurité alimentaire HACCP et en conformité avec les législations nationales et internationales en vigueur.

N°2

Assurer une alimentation en accord avec les besoins de l'animal

Au-delà du respect des aliments et additifs alimentaires autorisés par la réglementation nationale et communautaire, Labeyrie Fine Foods impose à ses partenaires le respect d'une « black list » d'ingrédients et d'additifs comprenant des produits ou sous-produits issus de mammifères et des antibiotiques de croissance ou encore de certains colorants et pigments. De même, tout ingrédient provenant de certaines zones polluées ou radioactives est proscrié.

N°3

Maîtriser l'origine des ingrédients entrant dans l'alimentation animale

Comme pour nos produits, l'origine des ingrédients est clé sur le sujet de l'alimentation animale. Nous exigeons une transparence et une traçabilité totales sur tous les ingrédients. Nous promovons également l'utilisation d'options locales, lorsque ces dernières sont pertinentes.

N°4

Maîtriser les risques sur l'ensemble de la chaîne de valeur

Pour progresser sur le plan éthique, nous avons élaboré notre Code de conduite fournisseurs, aujourd'hui en cours de déploiement. Pour progresser également sur le plan du bien-être animal, nous mobilisons nos fournisseurs et travaillons avec eux afin qu'ils s'engagent à respecter les principes que nous appliquons à nos propres chaînes de valeur.

N°5

Garantir la durabilité des sources d'approvisionnement et œuvrer pour réduire l'impact environnemental de l'alimentation animale dans nos filières stratégiques

Notre politique alimentation animale inclut un objectif de réduction des impacts environnementaux ambitieux : 100% des fournisseurs s'engagent à réduire leurs impacts environnementaux d'ici 2023.

Afin d'assurer que l'alimentation animale est pérenne, nous demandons des garanties et certifications environnementales pour l'huile de palme (RSPO) et le soja (STNO (OQUALIM), Cefetra (Soja responsable), Cargill Triple S, ProTerra ISCC+, RTRS).



LA RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE L'AMONT

L'amont représente une part très importante de notre empreinte environnementale globale, et en particulier 76 % de notre empreinte carbone.

Nous définissons des feuilles de route par filière, afin de réduire leur impact carbone, de préserver la biodiversité, de maîtriser et de réduire les pollutions, et de rationaliser la consommation de ressources.

Nous intégrons les impacts environnementaux dans la bonne conduite de nos affaires

Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils respectent les lois et réglementations environnementales en vigueur, mais aussi qu'ils appliquent le principe de précaution et mettent en place un système de détection, d'identification et d'évaluation des risques environnementaux potentiels liés à leur activité.

Cela est un élément clé de notre Code de conduite et passe par la mise en œuvre d'un système de management de l'environnement, d'une démarche d'amélioration de la performance environnementale des sites d'élevage ou agricoles et de la prise en compte de l'impact des activités sur la biodiversité et les risques de déforestation.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIF

80 % des volumes de nos matières premières stratégiques sont issus de fournisseurs impliqués dans une démarche de réduction de l'impact environnemental (plans d'action formalisés et reconnus par LFF).

Objectif 2025 : **100 %**



ZOOM SUR...



LE PARTENARIAT AVEC L'ONG EARTHWORM FOUNDATION POUR UNE FILIÈRE AVOCAT PLUS DURABLE

Dans l'optique d'un sourcing plus durable et responsable, nous avons lancé un partenariat ambitieux avec l'ONG internationale Earthworm Foundation sur l'une de nos matières premières stratégiques : l'avocat.

Ce projet collaboratif, à destination de la filière avocat du Pérou, se déroulera en trois temps :

- accompagner les fournisseurs vers plus de transparence ;
- réduire l'impact environnemental de la production et atténuer les difficultés sociales ;
- contribuer à un impact positif global sur l'ensemble de la filière avocat du Pérou.

À ce jour, nous avons effectué notre phase de diagnostic pour mieux comprendre la filière, ses enjeux dans le pays de production, afin d'apporter les solutions techniques les plus pertinentes.



ZOOM SUR...



LA FILIÈRE SAUMON ET LE TRAVAIL MENÉ SUR TROIS AXES

#1 Le suivi du statut biologique et environnemental des fermes

Nous avons créé en 2021 un nouvel outil interne de pilotage des statuts biologiques et environnementaux des fermes d'élevage auprès desquelles nous nous approvisionnons. Cet outil prend en compte les résultats des inspections environnementales gouvernementales des pays d'origine de nos saumons.

L'objectif de cet outil de suivi interne est de sélectionner uniquement des fermes d'élevage ayant une performance environnementale élevée et donc une maîtrise robuste et démontrée des répercussions négatives sur l'environnement.

#2 La réduction de l'impact environnemental de l'activité

- Des initiatives sont mises en place pour réduire les consommations d'énergie dans les fermes, via l'électrification de fermes en eau de mer (pour réduire les consommations de fuel et de diesel).
- Des filets éco-conçus, plus durables et plus résistants aux dangers extérieurs (prédateurs, etc.) remplacent les filets existants.
- Le développement progressif du transport ferroviaire de marchandises est mis en œuvre (alternative aux transports routiers).

#3 Le milieu naturel mieux préservé

- Toutes les fermes respectent un temps de jachère, entre chaque cycle de production, afin que l'écosystème marin se régénère entièrement.
- Des caméras immergées dans les cages contrôlent en permanence l'alimentation fournie aux poissons, pour permettre aux élevages de maîtriser les rejets et les impacts sur les fonds marins.
- Enfin, les tests portant sur l'oxygène, l'azote, le phosphore, etc. sont nombreux et systématiques sur l'ensemble des fermes pour contrôler la qualité de l'eau.

Maîtriser

« NOTRE VISION

La maîtrise complète de nos savoir-faire doit rimer au quotidien avec des pratiques vertueuses.

.....

C'est pourquoi nous avons la volonté d'optimiser nos process, de réinventer nos savoir-faire pour qu'ils soient toujours plus responsables et de les transmettre afin de progresser durablement.

4 CHANTIERS *prioritaires*



LE CLEAN LABEL

CHANTIER N°5



L'ÉCOCONCEPTION
DES EMBALLAGES

CHANTIER N°6



L'IMPACT
ENVIRONNEMENTAL
DE NOS SITES

CHANTIER N°7



LA LOGISTIQUE
ET LES DÉPLACEMENTS
RESPONSABLES

CHANTIER N°8

2 ENGAGEMENTS CLÉS :

100 %

de nos produits CORE BUSINESS
sans additifs identifiés
par notre comité
scientifique d'ici 2025

100 %

d'emballages recyclables
et 2/3 issus du recyclage
d'ici 2025



En tant que fabricant de produits alimentaires, notre première responsabilité est que nos produits soient sûrs et sains.

Concepteur de produits de très grande qualité gustative, nous sommes aussi engagés depuis des années dans l'amélioration de nos recettes vers plus de naturalité.



« La réduction et la clarification des listes d'ingrédients sont des attentes fortes des consommateurs en recherche de produits sains, transparents et lisibles. Concilier naturalité et excellence gustative est un enjeu clé pour le Groupe Labeyrie Fine Foods : toutes nos équipes Recherche & Développement sont engagées au quotidien dans une démarche Clean Label afin de limiter l'utilisation d'additifs alimentaires et de supprimer les additifs controversés.

*Guillaume BAUDRON,
directeur Recherche & Développement et Qualité*

Pourquoi des additifs ?

Pour que nos produits finis répondent à nos exigences sur le plan organoleptique, à nos impératifs de qualité et de sécurité sanitaire, et pour qu'ils puissent être conservés facilement, nous sommes parfois amenés à utiliser des additifs alimentaires. Ces additifs sont strictement encadrés par la réglementation en vigueur.

Vers plus de naturalité et de clarté

Nous sommes engagés depuis plusieurs années dans un programme de révision de nos recettes afin de limiter ou d'éliminer complètement le recours aux additifs.

Pour y parvenir, nous avons sollicité un comité d'experts externes qui a étudié chaque additif et analysé ceux controversés. Résultat : nous avons établi une liste de 100 additifs autorisés mais non indispensables à ne plus inclure dans nos produits.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIF

59 % de nos produits CORE BUSINESS exempts d'additifs faisant partie de cette liste.

Objectif 2025 : **100 %**

Nos équipes Recherche & Développement sont aussi mobilisées sur :

- la suppression de colorants et d'arômes artificiels, déjà effective dans la majorité de nos recettes, elle se poursuit ;
- le remplacement de conservateurs par des ingrédients naturels ;
- la définition d'une date limite de consommation optimale permettant de limiter au maximum le recours aux conservateurs ;
- l'investigation de technologies innovantes permettant de stabiliser les produits finis, sans conservateurs, en maintenant leur excellence gustative.

Mener à bien ces projets requiert des fonds de recherche qui sont valorisés à hauteur de 173,6 k€ soit 32,7 % du CIR du Groupe LFF. (Dans cette valorisation ne sont pas seulement incluses les recherches sur le clean labelling. Les recherches sur l'écoconception et la revalorisation des déchets sont également comprises.)

QUELQUES ILLUSTRATIONS

- Nous utilisons la pasteurisation à froid, une technologie de conservation par haute pression, qui préserve naturellement la texture et la saveur de nos poissons Delpierre.
- Nous avons supprimé le benzoate sur 7 références de tartinables à marque l'atelier Blini depuis octobre 2020 ; et le carmin de cochenille dans le tarama l'atelier Blini Extra depuis juillet 2020.
- Nous avons été précurseurs sur la suppression des nitrites, en commençant par nos foies gras entiers et nos magrets séchés. Résultat, aujourd'hui 60 % de nos foies gras entiers sont garantis « sans nitrites ».





L'ÉCOCONCEPTION DES EMBALLAGES

L'emballage est au cœur des enjeux environnementaux mondiaux et de nos préoccupations. Il reste indispensable pour protéger nos produits ; faute de pouvoir l'éliminer, nous cherchons à minimiser son impact environnemental par tous les moyens. Zoom sur nos quatre axes de travail.



« L'écoconception est aujourd'hui au cœur de chacun de nos développements produits : les solutions d'emballages sont évaluées au regard de leur capacité à s'inscrire dans nos engagements, que ce soit en termes de dimensions, de matériaux ou de recyclabilité. Elle requiert et mobilise l'implication de tous, R&D, Marketing, Production, Qualité, Achats... afin de garantir des emballages plus vertueux.

*Arnaud DALMAYRAC,
responsable des Achats packaging Groupe LFF*

AXE N°1

Faciliter le recyclage

Pour que 100 % de nos emballages puissent intégrer les cycles de recyclage dès 2025 et contribuer à une économie circulaire, nous facilitons leur revalorisation et limitons tout ce qui peut perturber le tri. Pour simplifier leur réemploi, nous cherchons comment préserver la qualité des matériaux et conserver leur valeur.

Notre objectif implique de progresser spécifiquement sur certains de nos emballages ; la recyclabilité des flexibles et des barquettes est par exemple l'une de nos priorités.

ILLUSTRATION

- Nos pots Blini et nos barquettes de foie gras sont en plastique recyclable.
- Nous travaillons actuellement sur la recyclabilité des films de nos saumons fumés pour un déploiement sur l'année 2021-2022.

AXE N°2

Intégrer plus de matière recyclée

Dans la phase de conception, l'usage de matériaux issus du recyclage est devenu un point clé dans nos cahiers des charges car c'est autant de matériaux vierges économisés.

VERS LE « SANS » PLASTIQUE VIERGE



Nos pots sont composés à 90% de plastique recyclé



Nos pots sont composés à 100% de plastique recyclé

AXE N°3

Réduire le poids des emballages

Réutiliser les emballages en aval doit aller de pair avec une utilisation minimale des ressources en amont : l'un de nos chantiers majeurs est de limiter à la source la quantité de matière employée.

ILLUSTRATION

180 tonnes d'emballages économisées, grâce à la réduction de 10 % du format des sachets de nos saumons. C'est le résultat de nos travaux lancés en 2018, d'abord sur les grands plateaux, puis sur les sachets de deux à six tranches, sur nos sites de production.

AXE N°4

Jouer notre rôle au sein de notre écosystème

Afin de contribuer à l'innovation et aux initiatives capables de faire évoluer les comportements, nous travaillons sur toutes les problématiques de l'écoconception aux côtés des acteurs du recyclage, sur les emballages de demain avec des acteurs historiques et avec de nouveaux entrants pour développer la consigne, le vrac, les biomatériaux, etc. Nous encourageons également les consommateurs à recycler via les consignes de tri sur nos produits.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

72 % de nos emballages sont recyclables, dont 37 % de nos emballages plastiques.

Objectif 2025 : **100 %**

53 % de nos emballages sont issus du recyclage.

Objectif 2025 : **66 %**



Nous nous engageons à réduire l'impact environnemental de nos sites (sièges et usines). Tous les sites y travaillent, si nécessaire avec des experts externes. Concrètement, nous progressons via l'utilisation raisonnée des ressources naturelles, la maîtrise de nos impacts sur l'environnement et la réduction de nos GES.

De plus, Labeyrie Fine Foods s'emploie à réduire de manière transversale le gaspillage alimentaire à toutes les étapes de la chaîne de valeur.

Maîtriser nos consommations

Nos deux axes de travail :

- réduire nos consommations énergétiques, notamment nos consommations d'énergies fossiles, en valorisant sur tous nos sites la chaleur issue de nos systèmes de compression pour la production du froid ou d'air comprimé ;
- contrôler et réduire notre consommation en eau : nous avons installé des compteurs afin de mieux la piloter par zone d'activité et mis en œuvre une surveillance spécifique de l'efficacité du nettoyage compte-tenu de la quantité d'eau consommée.

OBJECTIFS

Objectif 2025 : **-8%** de consommation d'énergie / kg de produit fini.

Objectif 2025 : **-10%** de consommation d'eau / kg de produit fini.

ILLUSTRATION

Décarbonation : « Super Chill Project » à Warminster, Royaume-Uni

Grâce à l'investissement dans de nouveaux équipements, le nombre de jours de production a été réduit de 7 à 5, soit :

- une réduction des énergies consommées (cuisson, chauffage de l'eau, eau chaude pour décongélation, etc.),
- une réduction de la consommation d'eau pour le nettoyage,
- une baisse de la consommation d'énergie pour le maintien de l'entrepôt frigorifique.

Décarboner les énergies

Nous augmentons progressivement la part des énergies renouvelables dans notre consommation globale via l'achat d'énergie « verte ». Par un contrat signé en janvier 2021, l'énergie que nous fournissons désormais EDF est « 100 % verte ».

Nous cherchons aussi, grâce à la récupération de chaleur fatale de nos utilités, à décarboner la production d'eau chaude (< 80°C) par l'usage de pompes à chaleur haute température (action intégrée à notre feuille de route climat), mais aussi à intégrer, chaque fois que cela est possible, des équipements process qui ne font plus appel à la vapeur ou au gaz pour chauffer de l'eau.

ILLUSTRATION

SAINT-GEOURS ET CAME, DEUX SITES PILOTES

Nous mettons en place des panneaux photovoltaïques sur leurs parkings. Sur d'autres sites, nous poursuivons des études pour permettre également la production d'énergies renouvelables.

Valoriser les coproduits, lutter contre le gaspillage et gérer les déchets

Outre la valorisation de chaque type de déchets issus de nos activités au sein de filières dédiées, nous luttons de manière transversale contre le gaspillage alimentaire. Nous avons lancé un travail de diagnostic complet et d'optimisation de nos méthodes de mesure des pertes, afin de piloter cette problématique avec plus de précision et d'efficacité, de l'amont à l'aval. Ainsi, nous nous penchons sur la valorisation de nos coproduits de process pour maximiser leur utilisation en produits destinés à la consommation humaine et animale.

Lorsque nous avons des invendus résiduels, nous avons plusieurs voies d'écoulement : les ventes au personnel, à des destockeurs et les dons à des associations caritatives. Nous nous efforçons de minimiser les destructions de denrées alimentaires : entre l'année 2019-2020 et l'année 2020-2021, nous les avons réduites de 35 %.



L'INITIATIVE « ZÉRO GASPI » D'ATELIER BLINI : TROUVER UNE SECONDE VIE ALIMENTAIRE AUX INVENDUS

Suite à un arrêt national de notre tapenade, nous avons trouvé une solution pour que les invendus restent néanmoins dans le circuit alimentaire et ne soient pas détruits. Aidés par la startup anti-gaspi SILO, nous avons collaboré avec l'association AC LE FEU et pu redistribuer l'ensemble des lots à des familles en situation de précarité en Île-de-France.

Tous nos sites travaillent avec des professionnels de la gestion et de la valorisation des déchets. En 2020, nous avons renforcé nos dispositifs existants, par la signature d'un contrat avec Recycléa qui prend en charge nos ordinateurs obsolètes tout en employant des travailleurs en situation de handicap.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIF

88,6% de déchets valorisés.

Objectif 2025 : **95%**

Maîtriser nos effluents

Respectueux des termes du contrat qui les lient à la collectivité où ils sont implantés, nos sites pilotent et réalisent les analyses de surveillance induites par leurs effluents. Dans une optique d'amélioration continue, nos sites investissent dans des équipements nous permettant de garantir la qualité de nos rejets. Une fois prétraitées ou traitées, ces eaux usées sont valorisées au sein de 3 filières :

- les boues liquides, qui ont une valeur hydro-fertilisante et constituent une alternative aux engrais, sont utilisées par les agriculteurs pour l'épandage ;
- d'autres résidus d'effluents mélangés à des matières végétales sont transformés en compost et utilisés pour enrichir des cultures ;
- les boues acheminées vers des méthaniseurs produisent du biogaz.



LA LOGISTIQUE ET LES DÉPLACEMENTS RESPONSABLES

Nous prenons en compte l'intégralité de l'impact du poste transports, qu'ils concernent nos produits à distribuer ou les déplacements professionnels de nos collaborateurs.

Maîtriser l'impact lié à nos transports intersites et de nos produits finis

Les interactions entre nos sites étant multiples et notre logistique de distribution complexe, nous analysons ces flux attentivement afin de déterminer les priorités à adresser, de définir des plans d'action pertinents et de fixer des objectifs nous permettant de progresser efficacement.

Nous avons identifié 4 pistes d'amélioration :

- #1 le taux de chargement pour les flux en camion complet (intersites, lots...) ;
- #2 le nombre de kilomètres parcourus ;
- #3 les moyens de transport (nous allons lancer une étude GRDF afin qu'ils intègrent du biogaz) ;
- #4 les achats de prestation de transports, afin de sélectionner les solutions les plus vertueuses : nous encadrons nos prestataires afin de déterminer les plus performants (objectif CO₂, parc propre...).

Maîtriser des déplacements de nos employés

Grâce à la définition et au lancement opérationnel de notre politique voyage, nous demandons à nos collaborateurs d'opter systématiquement pour le meilleur rapport qualité-prix-impact environnemental. S'ajoute à cela l'évaluation des déplacements pouvant être évités grâce aux investissements que nous avons réalisés dans des équipements tels que la visioconférence.

Ces mesures sont complétées par l'adaptation des moyens de transport à la durée du voyage. L'avion, par exemple, n'est plus autorisé pour les destinations accessibles en train en moins de 2h30.

Enfin, nous avons défini des objectifs de progrès pour l'achat de nos véhicules : intégrer une part croissante de véhicules hybrides rechargeables ou électriques. Pour faciliter cette transition, nous étudions le financement de l'installation de bornes de recharge sur nos sites, mais aussi au domicile de nos collaborateurs.



ZOOM
SUR...

UN OUTIL D'ENCADREMENT DES SOUS-TRAITANTS

Nous avons souscrit à l'outil TKBlue couvrant 100% du transport de nos produits finis et 60% de nos transports intersites. Cet outil nous permet de calculer nos émissions liées aux transports et nous permettra de mesurer l'efficacité de nos actions.

NOTRE OBJECTIF

Part des renouvellements de véhicules hybrides rechargeables ou électriques dans notre flotte :

10 % en 2022	35 % en 2027
20 % en 2024	50 % en 2030

PILIER 3

Respecter

« NOTRE VISION

Nous devons respecter toutes les femmes et les hommes qui produisent, transforment, vendent ou consomment nos produits.

4 CHANTIERS *prioritaires*



L'ÉTHIQUE

CHANTIER N°9



**LE BIEN-ÊTRE
ET L'ÉPANOUISSEMENT
DES COLLABORATEURS**

CHANTIER N°10



**LA COMMUNICATION
RESPONSABLE**

CHANTIER N°11



**LA CONTRIBUTION
ÉCONOMIQUE
ET SOCIALE LOCALE**

CHANTIER N°12

2 ENGAGEMENTS CLÉS :

100 %
de nos fournisseurs clés
Groupe LFF signataires
de notre Code de bonne
conduite d'ici à 2025

Atteindre une note supérieure
ou égale à **8/10** et un taux de
participation supérieur ou égal
à **75 %** d'ici 2025 sur notre
baromètre bien-être au travail



Chez Labeyrie Fine Foods, l'éthique est un enjeu majeur à appliquer sur l'ensemble de notre chaîne de valeur, depuis l'amont jusqu'au client et consommateur final. Nous demandons donc à nos partenaires et à nos personnels en interne d'être irréprochables sur ce sujet.



« Adopter un comportement éthique dans la conduite de notre activité représente un enjeu de sécurité et de pérennité dont notre Groupe a pris conscience au cours des années. Nous nous sommes dotés d'un Code de bonne conduite des affaires et nous nous sommes organisés pour recueillir les alertes professionnelles. Nous affirmons ainsi notre détermination à faire rayonner cette valeur de confiance.

*Élodie MAROIS,
directrice Juridique et référente Éthique*

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

85 % de nos volumes de matières premières issus de fournisseurs ayant signé le Code de bonne conduite fournisseurs.

92 % de nos volumes de matières premières stratégiques fournis par des fournisseurs à risque faible ou maîtrisé sur l'éthique.

Objectif 2025 : 100 % de nos fournisseurs clés Groupe LFF signataire de ce code.

L'éthique au sein du Groupe

Considérant que le comportement éthique, comme le respect des lois et des règlements, relève de la responsabilité de chaque salarié tant dans leur relation entre eux que vis-à-vis de nos partenaires externes, le Groupe dispose d'un Code éthique de bonne conduite des affaires qui définit les règles éthiques et de conduite applicables à l'ensemble de nos collaborateurs. Le Groupe s'est doté d'une plateforme Web dédiée pour permettre à chaque collaborateur de communiquer en toute confidentialité et en toute sécurité avec le référent Éthique.

Notre Code éthique de bonne conduite des affaires et notre procédure de recueil des alertes professionnelles sont accessibles sur : <https://alertegroupelabeyriefinefoods.signalement.net>

L'éthique avec nos partenaires

Notre politique d'Achats est encadrée par des critères d'approvisionnement responsable. Nos fournisseurs doivent également s'engager à respecter nos exigences en signant notre Code de bonne conduite partenaires - fournisseurs.

Ces règles vont de pair avec une évaluation complète des risques grâce à la mise en place de notre plan de vigilance, prenant en compte les dimensions éthiques, sociales et environnementales. Concernant l'ensemble de nos matières premières, ce plan s'appuie sur les évaluations et le dialogue régulier avec SEDEX et Food Network of Ethical Trade (FNET). De plus, en cas de risque majeur avéré, nous privilégions le travail avec des tiers indépendants, comme des ONG, afin d'identifier les risques réels et d'agir localement.

ILLUSTRATION

NOTRE PARTENARIAT AVEC ISSARA INSTITUTE

Cette ONG indépendante s'attaque aux problèmes de mauvais traitements et de travail forcé.

Partenaire stratégique de cet institut depuis 2013, notre filiale anglaise a mis en place un système de "worker voice".

Son bénéfice : les travailleurs font part de leurs problèmes en toute confidentialité et un suivi permet de s'assurer qu'ils ont tous été résolus.

Pour le respect des normes sociales et des droits humains

Nous attendons de nos fournisseurs un comportement exemplaire en matière de responsabilité sociale ; cela signifie promouvoir et respecter la déclaration de l'Organisation internationale du travail, la législation internationale et les textes fondamentaux. Nos fournisseurs doivent donc prohiber le travail des enfants, le travail forcé, la discrimination, les abus et garantir des traitements équitables sur leur lieu de travail.

Nous exigeons aussi qu'ils soient au moins en conformité avec les réglementations relatives aux rémunérations (en termes de salaire minimum ou de salaire à la tâche), aux temps de travail, au droit d'association et de négociation collective, à la santé, à la sécurité et à l'hygiène au travail ainsi qu'à la non-discrimination.

La lutte contre la corruption et le trafic d'influence

Tolérance zéro, telle est notre politique en matière de corruption et de trafic d'influence, et ce pour l'ensemble de nos parties prenantes (en interne, nos clients, nos fournisseurs...).

Par conséquent, nous demandons à nos parties prenantes non seulement de respecter les lois applicables en matière de lutte contre la corruption mais aussi de prendre des mesures appropriées afin de prévenir, détecter et sanctionner tout fait relevant de la corruption ou du trafic d'influence, ou tout acte contraire à notre Code de conduite.

ILLUSTRATION

UN PROGRAMME PILOTE « RFVS » COORDONNÉ AVEC UN DE NOS FOURNISSEURS ISLANDAIS

Le Responsable Fishing Vessel Standard (RFVS) est le premier programme de certification de la gestion des droits de l'équipage, de leur bien-être, de leur santé et de leur sécurité à bord des bateaux.

Notre objectif est que tous les navires de pêche britanniques qui nous approvisionnent en Angleterre adoptent ce programme RFVS d'ici janvier 2025. Cette flotte deviendra ainsi l'une des toutes premières au monde à obtenir une telle certification.



LE BIEN-ÊTRE ET L'ÉPANOUISSEMENT DES COLLABORATEURS

Nous souhaitons que nos collaborateurs s'épanouissent dans un cadre de travail sain. C'est pourquoi nous sommes mobilisés pour leur offrir l'organisation de travail capable de renforcer la collaboration entre tous et de les accompagner avec bienveillance.

Persuadés qu'encourager un hédonisme engagé est la clé de la réussite de nos projets, nous mettons en œuvre tout ce qui peut permettre à nos collaborateurs de donner du sens à leur métier, de révéler leurs talents et de prendre des initiatives.

En faveur du bien-être au travail, trois actions complémentaires

#1 Nous œuvrons pour un environnement de travail sûr, sain et fiable

Notre priorité est avant tout d'assurer la santé et la sécurité de nos équipes. Notre politique santé sécurité « Zéro accident », définie pour garantir des conditions de travail sûres et saines, s'appuie sur 3 piliers : sécurité technique, système de management de la sécurité et facteurs humains et organisationnels. Elle se traduit en un plan d'action opérationnel complet qui englobe la prévention des accidents, la maîtrise des risques et l'élimination des dangers potentiels.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

Taux de fréquence 1* à fin juin 2021 : 25,7.

Objectif 2025 : 10

Nombre de blessés en baisse continue : -39 en 2019-2020 puis -27 en 2020-2021.

*TF1 : taux de fréquence des accidents avec arrêt de travail.



ZOOM SUR...

NOS MESURES DE PRÉVENTION ET DE SENSIBILISATION SUR LA SÉCURITÉ

Flash sécurité hebdo : cet outil conjugue pédagogie et informations sur la santé et la sécurité au travail.

Bilans mensuels santé-sécurité : ces supports d'information suivent et diffusent les évolutions des indicateurs d'accidents du travail.

Formation de nos managers à la méthode des visites comportementales de sécurité d'ici fin 2022.

#2 Nous favorisons une bonne qualité de vie grâce à un équilibre vie professionnelle / vie personnelle

Nous avons défini de manière participative des modalités du travail hybride, sur site et à distance, afin de concilier les bénéfices du télétravail et ceux du présentiel. Nous avons ainsi développé du smart working, avec possibilité de télétravail 2 jours par semaine hors confinement.

#3 « Bloom At Work », un baromètre de bien-être au travail

Ce baromètre nous permet de recueillir les ressentis et opinions de chacun en direct. Source de progrès, il fait évoluer nos pratiques en réponse avec leurs attentes.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

Baromètre de bien-être au travail : note de 7,5/10 et taux de participation de 56 %.

Objectifs 2025 : note supérieure ou égale à 8/10 et taux de participation supérieur ou égal à 75 %.

En faveur de la responsabilisation et du développement professionnel

#1 Assurer un management respectueux et proposer des perspectives réelles de développement professionnel.

Nous avons construit notre nouveau contrat managérial en consensus avec des managers de nos cinq pays d'implantation. Ce nouveau contrat constitue désormais le socle des relations que nous voulons instaurer en interne pour concilier bienveillance, exigence, responsabilisation et confiance. L'ensemble va de pair avec l'accès à la formation pour cultiver les talents et avec l'instauration d'une politique de parcours de carrière favorisant les évolutions de fonction, les changements de métier et la transversalité au sein du Groupe.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

Ratio promotions internes vs recrutements* : 41,5 %

Objectif 2025 : maintien à 40 %

Formation : 53 % des collaborateurs ayant reçu au moins une formation cette année.

Objectif 2025 : 75 %.

*Population cadres et managers

#2 Œuvrer pour la diversité et l'inclusion

Notre index de l'égalité entre les femmes et les hommes est de 93/100* en France. Nous comptons 31 % de femmes dans le top management. En 2021-2022, un diagnostic diversité et inclusion (réalisé par Mixity) nous permettra de définir une nouvelle feuille de route. *Labeyrie SAS

Nos pistes pour donner du sens au travail

#1 Conduire des projets qui donnent du sens au travail

Cette ambition se traduit par des actions solidaires permettant à ceux qui le souhaitent d'apporter une contribution active à la « vie de la cité ». C'est le cas par exemple des dons de produits aux associations La Mie de pain, la Croix-Rouge française, etc.

#2 Encourager les initiatives pour contribuer aux succès collectifs.

Nous donnons à nos collaborateurs l'opportunité de porter des initiatives et de contribuer aux succès collectifs. Nous lancerons en 2021-2022 de nouveaux outils digitaux afin de favoriser cette mobilisation.



LA COMMUNICATION RESPONSABLE

S'ajoute aux enjeux environnementaux et sociétaux auxquels nous faisons face celui d'une communication responsable vers nos différentes cibles. Cela passe par l'information en toute transparence de nos parties prenantes au sujet de nos actions et de nos chemins de progrès.

Mais aussi par l'utilisation de la communication comme une alliée pour faire bouger les lignes et accompagner toutes nos parties prenantes (consommateurs, collaborateurs et prestataires) vers des changements de comportements. C'est pourquoi nous menons aujourd'hui un travail de réflexion approfondie non seulement sur les contenus de nos messages mais aussi sur la façon de les produire.

Notre adhésion au programme FAIRe

Notre adhésion début 2021 à ce programme de l'Union des Marques acte notre volonté d'engagement et nous permet de cadrer notre communication responsable autour de cinq thématiques. Ainsi, nous œuvrons en amont pour une élaboration responsable des messages et une éco-socio-conception des supports de communication. Nous travaillons en aval pour une diffusion maîtrisée des communications, pour la transparence et le développement de la communication sur les engagements de nos marques, tout en instaurant de manière transversale des relations responsables avec nos partenaires.

Nous avons formalisé une Charte de communication responsable qui synthétise nos engagements en la matière autour de 3 principes fondamentaux.

- **La maîtrise de nos impacts** environnementaux, sociaux et sociétaux lors de la conception de nos communications que ce soit pour l'interne ou pour l'externe, média comme hors média. Par exemple, nous produisons nos communications audiovisuelles de façon écoresponsable en ayant une attention particulière sur les modalités de mise en œuvre (transport, lieu, restauration, décor...)
- **La transparence et la pédagogie** autour de nos engagements et de notre démarche de progrès afin d'éduquer à l'usage responsable de nos produits. Nous veillons à ne pas inciter, tromper ou mal orienter notre public cible tout en promouvant les bonnes pratiques.
- **Le respect de tous** à travers nos communications que ce soit nos clients ou nos partenaires. Nous veillons à représenter la diversité de notre public et à adopter des comportements courtois et responsables envers nos partenaires. Par exemple, lors des appels d'offre, nous nous engageons à avoir une démarche transparente, juste et équilibrée envers chaque candidat comme le stipule notre charte appels d'offre.

De la transparence et plus de communication sur les engagements des marques

Cette thématique phare de l'année 2020-2021 nous a permis de nous inscrire dans une démarche de progrès.

Zoom sur deux de nos marques engagées :



COMMUNIQUE POUR SENSIBILISER À UNE CONSOMMATION DURABLE

- Notre marque développe une communication spécifique autour de nos engagements liés à nos savoir-faire et nos filières : les sensations Labeyrie méritent les plus grandes attentions.
- Depuis deux ans, Labeyrie propose une traçabilité augmentée sur deux références de saumon fumé de Norvège, grâce à la solution blockchain IBM Food Trust. En scannant le QR code, le consommateur peut découvrir l'espèce de saumon, la localisation de la ferme aquacole, la durée et les dates de l'élevage, des informations sur les conditions d'élevage et de préparation.



PROPOSE DES OUTILS POUR CONNAÎTRE LES « COULISSES »

La marque a lancé une nouvelle plateforme digitale, sur le thème « élargissez l'horizon de votre assiette » qui détaille toutes les informations sur nos produits.



**LA CONTRIBUTION
ÉCONOMIQUE ET
SOCIALE LOCALE**

Notre activité a un impact économique et social local. Un impact « direct » lié à nos chaînes d'approvisionnement et de production, et un impact « indirect » sur la société civile.

En tant qu'hédonistes engagés, nous pensons au-delà du cadre de notre entreprise et agissons pour que notre environnement bénéficie de retombées positives.

Des actions solidaires

Depuis des années, nous nous inscrivons dans une dynamique de solidarité auprès de partenaires choisis. 3 exemples l'illustrent :

ARRONDI SOLIDAIRE

Dès 2017, les équipes Labeyrie lançaient une initiative solidaire avec la plateforme MicroDON pour « s'engager un peu, plus souvent ». Désormais ouverte à tous les salariés du Groupe, cette initiative donne à chaque salarié la possibilité, de manière totalement volontaire, de faire un micro-don par prélèvement direct sur son bulletin de paie. Qu'il s'agisse d'un simple arrondi à l'euro supérieur ou d'une somme plus significative, le Groupe abonde à 100 % toute somme versée par un salarié et reverse l'intégralité des sommes collectées à des associations solidaires : Les Restos du Cœur, Action Enfance (aide alimentaire et jeux), Vagdespoir (handisport) et Planète Urgence.

SOUTIEN DES RESTAURANTS LE REFLET

Labeyrie Restauration a soutenu via des dons de produits deux restaurants Le Reflet - l'un à Nantes, l'autre à Paris - dont le personnel est majoritairement composé de personnes porteuses d'une trisomie 21, en cuisine comme en salle. Ces établissements ouvrent à ces personnes le monde du travail et contribuent à leur inclusion sociale. Sans oublier de tendre aussi la main à d'autres personnes en difficulté : le vendredi 29 janvier dernier par exemple, les cuisiniers du Reflet Paris ont préparé des repas complets vendus 1 euro symbolique à des étudiants en situation de précarité ; des repas composés notamment de produits Labeyrie Restauration et Labeyrie.

**AIDE À DES JEUNES ADULTES
EN DIFFICULTÉ AU ROYAUME-UNI**

Onze collaborateurs aident bénévolement une association locale qui œuvre pour accompagner des jeunes adultes présentant des troubles de l'apprentissage. Leur mission commune : l'installation de matériel de jardinage. Ensemble, ils peignent du mobilier extérieur, installent une serre ou des habitats pour insectes, etc.

CHIFFRE CLÉ

→ Montant des dons du Groupe LFF en 2020-2021 : 870 000 €.

Des débouchés assurés aux éleveurs

Afin de pérenniser la relation déjà nouée depuis des années avec les producteurs au sein de nos filières, nous tenons à ce que les producteurs aient leur part au sein de notre chaîne de création de valeur.

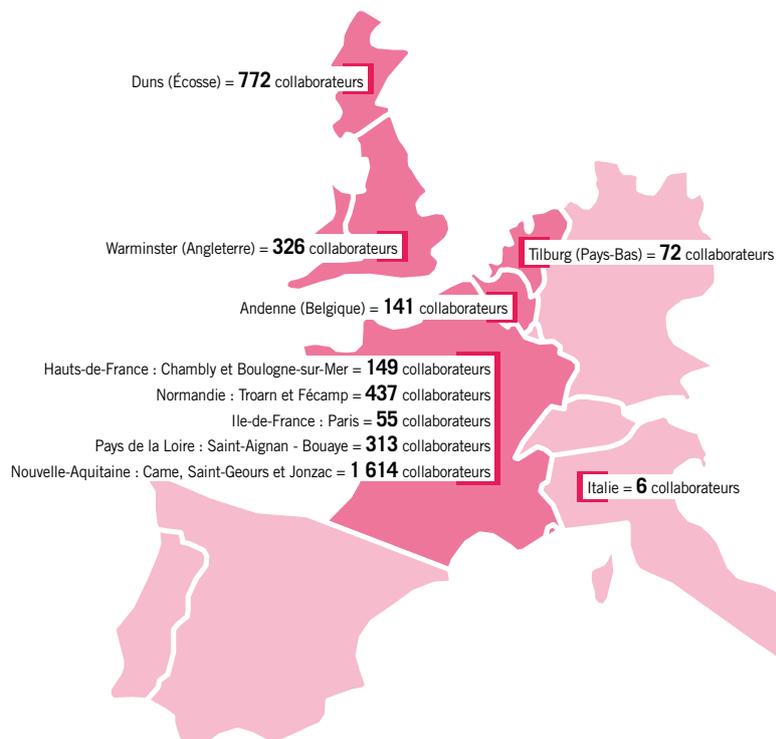
S'inscrivant dans une vision globale « One Welfare », notre filière Lur Berri / Labeyrie Fine Foods de canards gras du Sud-Ouest respecte la Charte éthique & juste rémunération des producteurs. Avec une traduction concrète : Labeyrie Fine Foods et Lur Berri s'engagent sur une grille d'achat des canards gras du Sud-Ouest, sur un mode de rémunération des éleveurs et des gaveurs, le tout dans le cadre d'une relation durable au sein de leur filière.

Cette filière fait également l'objet d'un engagement contractuel pluriannuel (d'au moins cinq ans reconductible tacitement), entre le groupe coopératif Lur Berri et Labeyrie Fine Foods. Par ces contrats, la production de canards gras et les débouchés des producteurs sont directement et durablement liés. Tandis que le dialogue entre Lur Berri et Labeyrie Fine Foods est facilité par le processus de gouvernance de la filière.

Enfin, un prix annuel est défini avec une grille d'achat claire, intégrant à la fois l'historique des coûts de production, les caractéristiques de l'année contractuelle, les indicateurs économiques de la filière Lur Berri / Labeyrie Fine Foods, mais aussi un système bonus-malus qualité et RSE.

Des emplois au cœur de nos régions

Le Groupe Labeyrie Fine Foods est un acteur et employeur majeur au cœur de ses régions. Nous comptabilisons, sous CDD et CDI, pour chacun de nos sites (effectifs ETP) :



L'équipe RSE de Labeyrie Fine Foods remercie l'ensemble des contributeurs internes qui nous ont permis, pour cette première version du Rapport RSE du Groupe, de collecter l'ensemble des informations et de construire et rédiger ce reporting.

Nous remercions chacun des collaborateurs de Labeyrie Fine Foods, les Hédonistes Engagés, de leur engagement pour porter la vision de l'entreprise.

Nous remercions également le Global Compact, dont nous sommes membre. Les discussions et échanges dans ce cadre nous permettent de continuer à grandir sur les sujets du développement durable et de la RSE.



Si vous avez des questions sur les actions ou engagements RSE détaillés dans ce rapport ou si vous souhaitez échanger sur ces sujets, vous pouvez contacter la coordinatrice RSE de Labeyrie Fine Foods, Sophie Bourrut Lacouture : sophie.bourrut-lacouture@labeyrie-fine-foods.com







Retrouvez toutes les informations sur notre entreprise
sur labeyrie-fine-foods.com

LABEYRIE FINE FOODS
39, route de Bayonne
40230 Saint-Geours-de-Maremne

Imprimé sur papier recyclé



RAPPORT RSE 2020-2021