



Partager un hédonisme engagé®

**RAPPORT RSE 2021-2022**

**LABEYRIE**  
**FINE FOODS**



Notre raison d'être – « Partager un hédonisme engagé » – nous porte et nous oblige. Cette raison d'être est d'abord celle des collaborateurs du Groupe Labeyrie Fine Foods, engagés avec enthousiasme et détermination au service des deux notions fortes qui nous animent : le plaisir intense et la responsabilité. Je tiens à féliciter et à remercier les collaborateurs du Groupe Labeyrie Fine Foods, les Hédonistes Engagés, pour leur contribution à notre projet d'entreprise. Ils ont à cœur l'impact positif et durable des activités de notre Groupe sur la société et l'environnement. Au-delà des collaborateurs, notre raison d'être résonne également pour toutes nos parties prenantes avec lesquelles nous relevons au quotidien les défis de la transition alimentaire.

Cette année, dans le contexte difficile que nous connaissons tous, nous avons maintenu le cap de notre stratégie RSE structurée autour des 3 piliers que sont la préservation, la maîtrise et le respect. Elle se traduit désormais dans toutes nos activités par la mise en place d'actions concrètes visant à limiter nos impacts sur l'environnement et à contribuer aux enjeux sociétaux.

Conscients que notre responsabilité commence à l'origine de notre chaîne de valeur, là où sont produites nos matières premières, nous agissons, avec nos fournisseurs, pour la préservation des écosystèmes et pour le respect de l'éthique. Des

résultats concrets ont été obtenus, comme par exemple la certification Agriéthique du Blé pour nos blinis à marque Blini ou encore la certification MSC pour nos saumons sauvages, je m'en réjouis.

Nous poursuivons sans relâche l'optimisation de nos process et la réinvention de nos savoir-faire pour qu'ils soient toujours plus responsables. Appréhendée comme source d'innovation et moteur de progrès durable, la RSE irrigue toutes les actions menées par nos équipes R&D, qualité, marketing, industrielles par exemple. Nous avons également poursuivi le travail sur le retrait des nitrites dans nos foies gras et avancé sur la recyclabilité de nos emballages pour tendre vers notre objectif de 100% d'emballages recyclables à horizon 2025.

Nous savons que les défis à relever sont nombreux et que nous y parviendrons grâce à l'action collective de tous les acteurs, internes et externes. Nous avons cette année accéléré sur le dialogue avec nos parties prenantes et avons constitué un comité parties prenantes RSE qui s'est réuni pour la première fois fin septembre. Cette démarche collective nous porte et nous fait grandir.

Nous rendons compte dans ce rapport du chemin parcouru ainsi que de nos ambitions et réaffirmons avec fierté et engagement notre adhésion au Pacte Mondial des Nations-Unies.

**Jacques Trottier**

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
TABLEAU DE BORD DES INDICATEURS DE SUIVI RSE .....	PAGE 12
DIALOGUE AVEC NOS PARTIES PRENANTES .....	PAGE 13



# 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



## DES marques RECONNUES



## NOS ressources



DES FEMMES & DES HOMMES INVESTIS

3720 collaborateurs



DES SITES INDUSTRIELS

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



UN ACTIONNARIAT SOLIDE\*

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

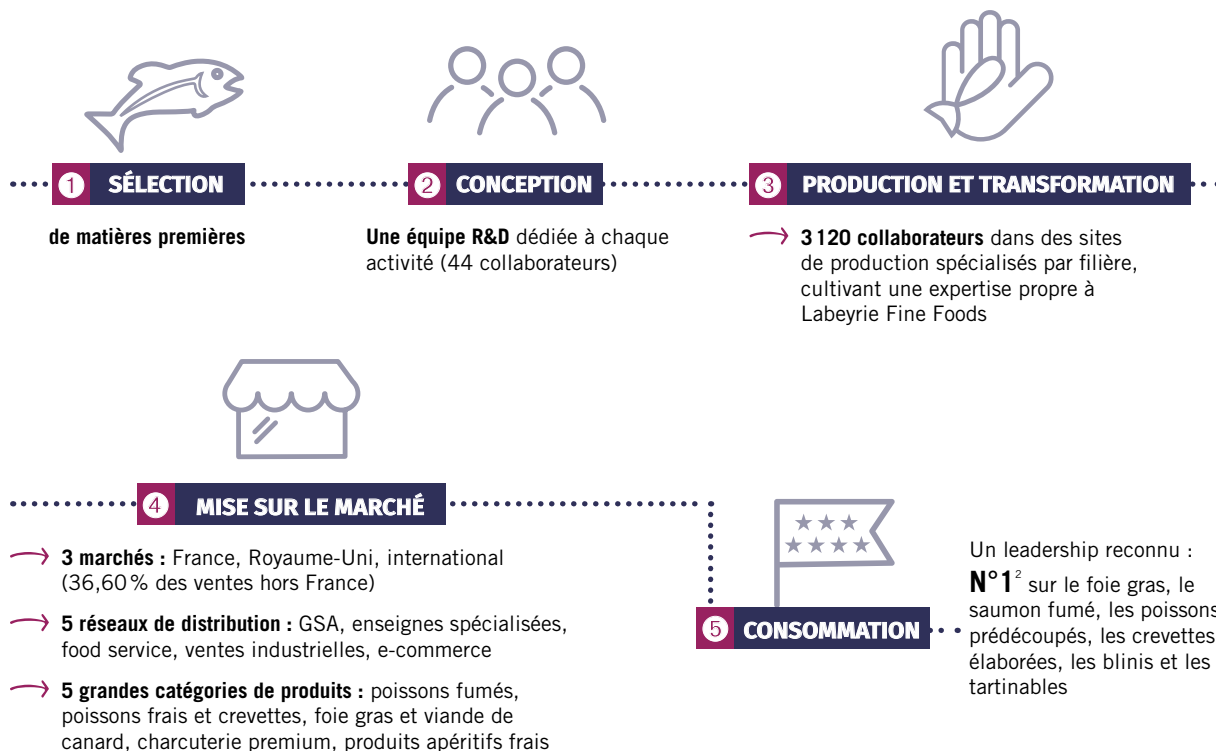
8% management



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 2021-2022

### POUR NOS COLLABORATEURS

- Note baromètre de bien-être au travail : **7,7/10**
- **49,7 %** des collaborateurs ayant reçu au moins une formation sur l'année 21/22
- 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
- **304** éleveurs-producteurs de canards
- Des investissements pour le progrès des filières

### POUR LA PLANÈTE

- Engagement auprès de l'ONG Planète Mer
- **19t** d'emballages vs l'année précédente
- **85 %** de nos déchets valorisés
- **87 %** de nos matières premières stratégiques<sup>4</sup> 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 France<sup>3</sup>

### POUR LA SOCIÉTÉ CIVILE

- **1 113 K€** de dons annuels

### CRÉATION DE VALEUR FINANCIÈRE

- **994 millions €** de CA

\*Labeyrie SAS. 1. Pourcentage exprimé en droits de vote au 30 juin 2022. - 2. IRI CAM P6 2022. - 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 acteurs et engagés



→ 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  
plaisir responsable.

NOTRE STRATÉGIE RSE  
SE STRUCTURE AUTOUR DE :

3  
piliers

12  
chantiers  
prioritaires

10  
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 des collaborateurs
11. La communication responsable
12. L'engagement sociétal

## 10 ENGAGEMENTS CLÉS À HORIZON 2025

→ **LABELLISATION :**

100% de nos volumes de matières premières stratégiques animales labellisées et 100% de nos volumes de matières premières stratégiques végétales dans une démarche de labellisation d'ici 2025

→ **BIEN-ÊTRE ANIMAL :**

100% de nos volumes de matières premières animales stratégiques issus de fournisseurs engagés à nos côtés sur le bien-être animal (= signature politique) d'ici 2025

→ **ALIMENTATION ANIMALE :**

100% des volumes de soja dans l'alimentation de nos matières premières stratégiques animales garantis zéro déforestation d'ici 2025

→ **CLEAN LABEL :**

100% de nos produits core business sans additifs identifiés par notre comité scientifique d'ici 2025

→ **ECO-CONCEPTION :**

100% de nos emballages recyclables, 2/3 de nos emballages issus de recyclé et réduction de 20% de nos quantités de plastique d'ici 2025

→ **CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES :**

diminution de 10% de nos consommations en eau et de 8% de nos consommations en électricité et en gaz d'ici 2025

→ **ETHIQUE :**

100% de nos volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs ayant signé le code de bonne conduite d'ici 2025

→ **BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS :**

atteindre une note supérieure ou égale à 8/10 et un taux de participation supérieur ou égal à 75% sur notre baromètre Bloom at work d'ici 2025

→ **SÉCURITÉ :**

atteindre un taux de fréquence 1 égal à 10 d'ici 2025

→ **LA LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE**

SCOPES 1&2 : réduction de 55% d'ici 2030 (en comparaison à l'année 2019) de ses émissions absolues de Gaz à effet de Serre

SCOPE 3 : réduction de 22% en intensité physique des émissions indirectes (en comparaison à l'année 2019) d'ici 2030



## NOS ENGAGEMENTS SONT FORMALISÉS AU TRAVERS DE DIFFÉRENTES POLITIQUES

Code de bonne conduite fournisseurs

.....

Alimentation animale

.....

Bien-être animal

.....

Clean Label

.....

Écoconception des emballages

.....

Maîtrise de l'impact environnemental

.....

Communication responsable

## 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.

Tous ces documents sont disponibles sur le site Labeyrie Fine Foods et sont partagés avec nos partenaires.

## 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 de traitement de ces risques.
- En 2021-2022, nous avons orienté notre cartographie des risques sur les risques climatiques sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.
- En 2022-2023, nous étendrons la démarche à la mise à jour de la cartographie des autres risques majeurs.

## NOTRE GOUVERNANCE RSE

L'équipe RSE est sous la responsabilité de la directrice RSE, communication & stratégie des marques ; elle est composée d'une coordinatrice RSE et de 5 responsables RSE filières. Tous les collaborateurs du Groupe sont acteurs de la stratégie RSE mise en place. La rémunération variable des managers est indexée entre autre à des critères RSE, conformément aux feuilles de route établies dans le cadre de la stratégie RSE du Groupe.

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 AVOIR UNE STRATÉGIE CLIMAT ?

Conscient que l'alimentation pèse pour ¼ de l'empreinte carbone des ménages européens et face à l'urgence climatique, le Groupe Labeyrie Fine Foods s'engage à faire de la lutte contre le réchauffement climatique une de ses priorités.


Depuis 2019, nous mettons à jour notre empreinte carbone annuellement, en calculant notre bilan carbone qui prend en compte toutes les émissions, de l'amont (production de la matière première) à l'aval (fin de vie du produit). Ce calcul nous permet de mesurer l'impact de nos activités et de piloter une stratégie ambitieuse et adaptée pour répondre notamment aux accords de Paris et contenir le réchauffement sous le seuil des 1.5°C.

## NOTRE APPROCHE

1

**UN PLAN D'ATTÉNUATION**  
(réduire les émissions liées à nos activités)


 **Mesurer notre empreinte carbone**


 **Fixer nos objectifs**

 **Piloter notre démarche**

2

**UN PLAN D'ADAPTATION**  
(augmenter notre résilience face aux effets du changement climatique)

 **Identifier les risques majeurs**

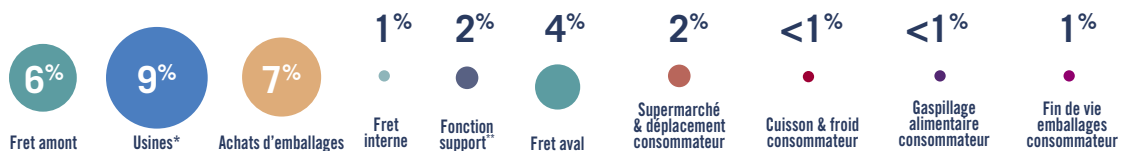
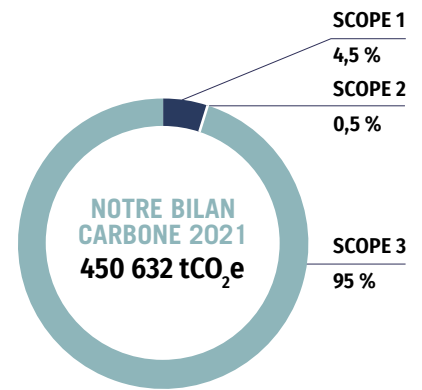
 **Définir un plan d'adaptation**

## 1 PLAN D'ATTÉNUATION

 **MESURER NOTRE EMPREINTE CARBONE**

67%

Achats de Matières Premières



AMONT

AVAL

\* Usines : énergie, hors énergie, déchets, immobilisations industrielles.

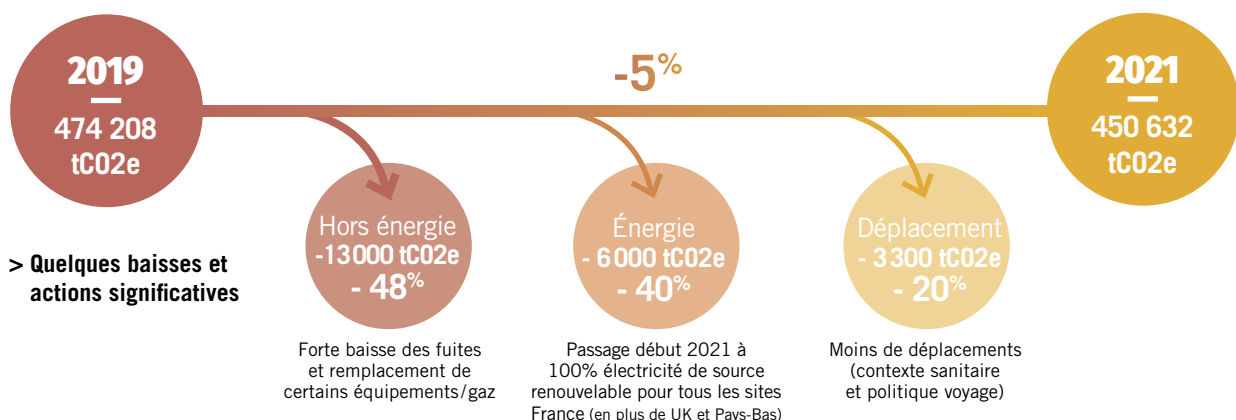
\*\* Fonction support : déplacements domicile-travail et professionnels, autres achats, autres immobilisations.

Scope 1 : émissions directes générées par des sources possédées ou contrôlées par le Groupe.

Scope 2 : émissions indirectes générées par la production d'énergie pour les activités de l'organisation.

Scope 3 : émissions indirectes liées au cycle de vie de nos produits et de nos activités.

## Des premiers résultats : notre empreinte carbone a diminué de 5% entre 2019 et 2021

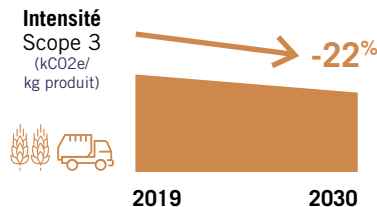
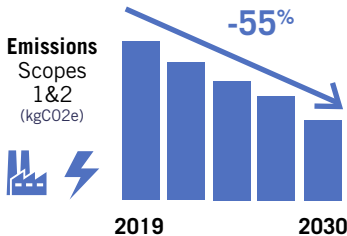




## FIXER NOS OBJECTIFS

### Notre trajectoire climat

Le Groupe a bâti un plan d'action concret visant à optimiser son bilan carbone et s'est fixé un objectif de réduction de ses émissions absolues de Gaz à Effet de Serre (GES) scopes 1 et 2 de 55% d'ici 2030 en comparaison à l'année 2019, année de référence. Labeyrie Fine Foods souhaite aussi réduire ses émissions indirectes, scope 3, via une réduction de 22% en intensité physique de ses émissions ainsi qu'un engagement collectif de ses fournisseurs dans une trajectoire de réduction de gaz à effet de serre pour maintenir le réchauffement à 1.5°C.



## PILOTER NOTRE DÉMARCHE ET MOBILISER L'ENSEMBLE DE NOS PARTIES PRENANTES

Quelques exemples d'actions concrètes en cours d'étude ou de mise en place :

### USINES Scope 1+2



- Remplacement de gaz frigorigènes = **-22 000 tCO2e**
- Passage à 100% d'approvisionnement en électricité renouvelable d'ici 2030 : **-7500 tCO2e**
- Efficacité énergétique de nos sites industriels, réduction des consommations de gaz, installation de pompes à chaleur...

### Emballages Scope 3



- Réduction du poids des emballages, augmentation de la part de recyclé dans les matériaux d'emballage
- > **Objectifs** : 100% emballages recyclables, 2/3 de nos emballages issus de recyclé, réduction des quantités d'emballage de 10% à 20% d'ici 2025 = **- 3000 tCO2e**

### ACHATS MATIÈRES PREMIÈRES Scope 3



- Accompagnement de nos fournisseurs dans la réduction de leur empreinte carbone = **-10 000 à -50 000 tCO2e**

### FRET Scope 3



- Actions de réduction de l'empreinte transport amont - interne - aval
- Objectif interne de réduire de 30% les émissions de FRET d'ici 2030 = **-23 000 tCO2e**
- Réflexion en cours sur le passage en bioGNV pour les flux intersites LFF = > **-1000 tCO2e**

Nous sommes convaincus que nous atteindrons nos objectifs si nous parvenons à mobiliser l'ensemble de nos parties prenantes au service de la lutte contre le réchauffement climatique : collaborateurs (sensibilisation et passage de la pédagogie à l'action), fournisseurs (accompagnement de leur démarche de décarbonation), clients, consommateurs, partenaires financiers, ... Nous participons également à des communautés d'intérêt externes sur les enjeux climatiques :

ACT ASSESSING LOW CARBON TRANSITION



FORUM Carbone

Casino

## 2 PLAN D'ADAPTATION

### POURQUOI RÉALISER UNE ANALYSE DE RISQUES CLIMATIQUES ?

La Terre se réchauffe, ce qui a d'ores et déjà un impact important sur la biodiversité, la météo, les événements climatiques, en fréquence comme en intensité – vagues de chaleur extrêmes, sécheresses agricoles dans certaines régions, fortes précipitations, acidification des océans... En plus de la réduction indispensable des émissions de gaz à effet de serre de nos activités (plan d'atténuation), il est important pour le Groupe Labeyrie Fine Foods de tenir compte des effets du changement climatique afin de réduire la vulnérabilité de nos activités et de nos filières face à ces risques.

En 2022, nous avons réalisé une analyse des risques climatiques sur nos chaînes d'approvisionnement et nos ateliers de fabrication afin de travailler sur un plan d'adaptation visant à augmenter notre résilience et ainsi pérenniser les activités du Groupe à moyen/long terme.

Analyse réalisée pour nos matières premières stratégiques et approvisionnements clés : canard gras, saumon, truite, crevettes, cabillaud, hareng, avocat, olive, pois chiche, farine, huile de colza, soja, carton.

# TABLEAU DE BORD

# de nos indicateurs RSE

## LA PRÉSERVATION

Chantiers Groupe Labeyrie Fine Foods	KPIs	Année 20/21	21/22	25/26	30/31
Approvisionnement responsable	% de nos volumes de matières premières stratégiques labellisés ou sous démarche de progrès en vue d'une labellisation	86%	87%	100%	
Bien-être animal	% de nos volumes de matières premières animales stratégiques issus de fournisseurs engagés à nos côtés sur le bien-être animal (= signature politique)	ND	97%	100%	
Alimentation animale	% des volumes de soja dans l'alimentation de nos matières premières stratégiques animales garantis zéro déforestation	ND	79%	100%	
	% des volumes de matières premières stratégiques achetées issus de fournisseurs ayant signé la politique alimentation animale	ND	95%	100%	

Déploiement aux autres matières premières achetées par le Groupe

## LA MAÎTRISE

Clean label	% de produits core business sans additifs identifiés par le comité scientifique	59%	65%	100%	
Eco-conception emballage	% d'emballages recyclables	75%	78%	100%	100%
	% d'emballages issus de recyclé	62%	58%	66%	80%
Maîtriser l'impact environnemental de nos sites	L d'eau consommés par kg de produits finis fabriqués	13,9	13,7	12,5 (-10% vs 20/21)	11,2 (-10% vs 25/26)
	kwh consommés par kg de produits finis fabriqués (gaz + électricité)	1,46	1,48	1,34 (-8% vs. 20/21)	1,27 (-5% vs 25/26)
	% de déchets valorisés	89%	85%	95%	100%
	% de co-produits valorisés en alimentation humaine	43%	38%	50%	70%
	Destruction packaging K€	797	521	677 (-15% vs 20/21)	576 (-15% vs 25/26)
	Destruction alimentaire K€	1 349	2 558	1 147 (-15% vs 20/21)	975 (-15% vs 25/26)
Logistique et déplacements responsables	Empreinte carbone du fret (amont + aval + interne) en tCO2e	ND	47336	ND	40 568 (-14% vs 21/22)
	% de véhicules hybrides rechargeables ou électriques dans le renouvellement de la flotte	3%	18%	25%	50%

Déploiement aux autres produits du Groupe

## LE RESPECT

Objectifs Groupe Labeyrie Fine Foods	KPIs	Année 20/21	21/22	25/26	30/31
Ethique tout au long de la chaîne de valeur amont	% de nos volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs à risque faible ou maîtrisé sur l'éthique (base outil FNET)	91%	93%	100%	Déploiement aux autres matières premières
	% de nos volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs ayant signé le code de bonne conduite (ex RS Policy)	85%	96%	100%	Déploiement aux autres fournisseurs
Ressources Humaines	Taux de fréquence 1	25,7	23,5	10	5
	Taux de gravité	2	1,6	1,5	1
	Taux d'absentéisme	7,6	8,1	6	5
	Turnover non souhaité (démission)	ND	11,9	<8	<5
	Index bloom at work / 10	7,5/10	7,7/10	8/10	8/10
	Taux de participation Bloom at work	56,1%	70%	75%	75%
	Ratio promotions / recrutements externes (cadres et managers uniquement)	21%	36%	40%	50%
	% de salariés ayant reçu au moins une formation dans l'année	53%	49,7%	75%	90%
	% de femmes dans le top management	31%	31%	40%	50%
	Index égalité homme femme (note / 100) (en France)	93	93	95	98
	% de travailleurs handicapés (en France)	3,3%	5,4%	7%	8%
	% de travailleurs alternants (en France)	1%	1,2%	5%	5%
	Mouvements sociaux	ND	4	0	0
	Nombre d'accords signés par an	ND	7	ND	ND
Contribution économique et sociale locale	Montant des dons à la banque alimentaire (en K€)	869	1 113	ND	ND
	% de collaborateurs participants à l'arrondi sur salaire	ND	4,6%	10%	15%
Communication responsable	Note moyenne /3 au programme FAIRE de l'UDM (Union des marques)	0,7	1,9	2,5	3
	Nb réclamations / million d'unités vendues (ppm)	10,7	8,6	7	6

ND : donnée non disponible

# LE DIALOGUE AVEC

# nos parties prenantes

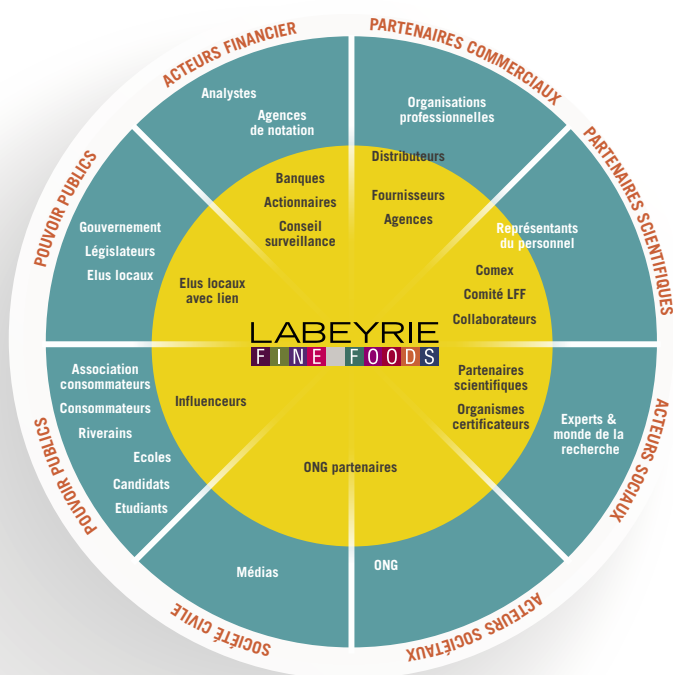


Le dialogue avec les parties prenantes consiste à établir et pérenniser les conditions d'une interaction de qualité et régulière avec les interlocuteurs clés de l'entreprise. Il va bien au-delà de

la simple information ou communication puisqu'il s'agit d'une véritable démarche de concertation, qui permet de renforcer la légitimité des actions menées et leur pertinence opérationnelle.

Chez Labeyrie Fine Foods, nous avons à cœur de renforcer le dialogue avec nos parties prenantes. Nous avons d'abord réalisé un travail d'identification et de **cartographie de nos parties prenantes** :

Nous avons ensuite soumis à nos parties prenantes internes et externes un questionnaire pour identifier les chantiers qu'elles souhaitent que le Groupe adresse prioritairement. Les chantiers climat, sourcing responsable et bien-être animal ressortent comme prioritaires pour l'ensemble de nos parties prenantes. Les collaborateurs priorisent également les chantiers relatifs à nos produits (clean label et eco-conception des emballages) et au bien-être au travail.



Nous avons constitué notre **Comité Parties Prenantes RSE** avec des membres représentatifs de nos parties prenantes clés : ONG, fournisseurs, clients, collaborateurs, labels, associations caritatives, partenaires financiers, partenaires scientifiques. Nous nous sommes réunis pour la première fois fin septembre et avons pu échanger sur nos enjeux communs et co-construire nos plans d'action pour y répondre. Ce comité est une manière innovante de travailler en collaboratif pour une ambition commune : construire un avenir plus durable.

# 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

## 3 ENGAGEMENTS CLÉS

### LABELLISATION

100% de nos volumes de matières premières stratégiques\* animales labellisées et 100% de nos volumes de matières premières stratégiques végétales dans une démarche de labellisation d'ici 2025

### BIEN-ÊTRE ANIMAL

100% de nos volumes de matières premières animales stratégiques issus de fournisseurs engagés à nos côtés sur le bien-être animal (= signature politique) d'ici 2025

### ALIMENTATION ANIMALE

100% des volumes de soja dans l'alimentation de nos matières premières stratégiques animales garantis zéro déforestation d'ici 2025

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



## L'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

Considérant qu'il n'y a 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 :



**1**  
TRACER

**Maîtriser nos achats grâce à la traçabilité tout au long de la chaîne de valeur**

**2**  
CERTIFIER

**Sélectionner des matières premières certifiées**



« Les relations tissées depuis de nombreuses années avec nos fournisseurs sont clés pour la définition et l'atteinte de nos objectifs de sourcing responsable. Ce sont des relations « gagnant gagnant », nos exigences parfois élevées et challengeantes étant perçues comme un vecteur d'amélioration continue des pratiques de nos partenaires sur des enjeux stratégiques et innovants (alimentation des saumons, adaptation aux effets du changement climatique pour assurer une pérennité des filières...)."

*Manon DURBEC,  
Responsable RSE filière poissons*

### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIF

**87 %** de nos volumes de nos matières premières stratégiques sont labellisés 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\*\* ; la filière canard de l'Ouest est agréée PalmiGConfiance\*\* et certifiée Origine France\*\*.



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



100% de notre approvisionnement en saumon sauvage et en cabillaud est labellisé MSC\*\*.



100% de notre approvisionnement en crevettes pour la marque Delpierre est labellisé ASC\*\*.



100% de notre Blé à marque Blini est labellisé Agri-Éthique.



100% de notre avocat est labellisé Global Gap.

\*Labellisation privée initiée par le Groupe LFF. \*\*Certification d'OTI (Organisme Tiers Indépendant)

**3**  
VÉRIFIER

**Contrôler et analyser les filières pour maîtriser les risques et faire évoluer les filières**

- Renforcement des plans d'audit
- Création d'outils d'analyse pour approfondir nos connaissances des filières et des risques associés
- Appui sur des tiers de confiance à même d'agir localement sur le terrain

## Zoom sur FISHERY IMPROVEMENT PROJECTS

Depuis plusieurs années, Labeyrie Fine Foods participe activement à des projets d'amélioration de pêcheries (FIP = Fishery Improvement Project), par exemple le FIP sardines du Maroc, le FIP North Atlantic Pelagic Advocay (maquereau et hareng) ou encore le FIP Raie Bouclée de la Manche.

Cela nous permet de faire collectivement progresser les pratiques en faveur d'une pêche plus durable, de faire écho aux attentes du marché (distributeurs, consommateurs) et de nous impliquer dans la recherche et la mise en place de solutions.

## Zoom sur L'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE DE CREVETTES

Nous sommes conscients des enjeux environnementaux et sociaux liés à la filière crevettes, c'est pourquoi nous sommes extrêmement mobilisés sur cette filière. Nous avons mis en place un système d'approbation des fournisseurs en trois étapes pour nous assurer du meilleur respect de l'environnement et de la protection des droits des travailleurs dans nos chaînes de valeur :

1. Transparence systématique de chaque maillon de nos chaînes de valeur
2. Évaluation environnementale et des conditions d'élevage
3. Évaluation du bien-être des travailleurs grâce à une combinaison d'outils FNET – SEDEX et audit de Tiers

### ILLUSTRATION SUR NOTRE FILIÈRE VÉGÉTALE

Nous avons mis en place un partenariat entre le label Agri-Éthique (Premier label de commerce équitable français) et notre marque Blini afin de renforcer la qualité de notre filière blé.



- ✓ Prix équitable et rémunérateur garanti pour les agriculteurs
- ✓ Emploi local préservé
- ✓ Impact environnemental maîtrisé





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 Labeyrie Fine Foods 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.

### Notre politique BEA en 5 principes d'actions

- 1 Contrôler régulièrement les conditions d'élevage et d'abattage et assurer une conduite d'élevage par un personnel formé
- 2 Garantir l'application, en suivant leurs évolutions, de nos standards de bien-être animal dans nos filières stratégiques
- 3 Adapter l'environnement au comportement naturel de l'animal
- 4 Assurer la mise en oeuvre de bonnes pratiques de soin pour préserver la santé des animaux
- 5 Assurer des conditions optimales de transport et d'abattage



#### POUR EN SAVOIR PLUS

la politique bien-être animal est à disposition sur le site [www.labeyrie-fine-foods.com](http://www.labeyrie-fine-foods.com) dans l'onglet **nos engagements**



« En tant que bureau d'expertise indépendant spécialisé dans le bien-être des animaux d'élevage, nous accompagnons Labeyrie Fine Foods depuis plusieurs années par une double approche : transversale et spécifique. L'approche transversale consiste à accompagner le Groupe Labeyrie Fine Foods sur le sujet du bien-être animal de manière globale, notamment au travers de la sensibilisation des collaborateurs

ainsi que du dialogue avec différentes parties prenantes impliquées sur ce sujet. L'approche spécifique permet quant à elle de rentrer en profondeur dans les problématiques de bien-être liées à chaque filière, de mieux les comprendre et de mettre en place les leviers les plus efficaces et pertinents pour une amélioration significative sur le terrain. »

*Aurélia WARIN, éthologue et experte en bien-être animal (bureau Bankiva)*

## ..... Zoom sur ..... LE SAUMON

La filière saumon est une filière hautement stratégique pour le Groupe Labeyrie Fine Foods. Conscient des enjeux de bien-être animal sur la filière et avec la volonté d'être un acteur contributif, le Groupe a décidé de se faire accompagner par des experts éthologues du bureau Bankiva dans la réalisation d'un diagnostic des enjeux de bien-être animal dans notre filière saumon. L'objectif est d'assurer les meilleures pratiques dans les élevages de nos producteurs partenaires tout au long du cycle d'élevage de nos saumons.

### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIF

**97 %** de nos volumes de matières premières animales stratégiques issus de fournisseurs engagés à nos côtés sur le bien-être animal (= signature politique)

Objectif 2025 : **100 %**

### ILLUSTRATION SUR NOTRE FILIÈRE CANARD

Avec notre partenaire Lur Berri (coopérative agricole du sud ouest), nous avons signé la Charte Bien Être Animal Canard, un engagement co-construit autour du principe « ARMONIA ONE WELFARE » ou « Le Bien Être pour Tous », car nous pensons que le bien-être des animaux est indissociable de celui des Hommes et de la préservation de la planète. Cette charte, spécifique à notre filière, s'inscrit autour de 10 engagements concrets, comme la formation et la sensibilisation de tous les acteurs de notre filière autour de l'éthologie, le développement de l'agroforesterie et des jardins d'hiver sur tous les parcours de nos élevages, ou encore l'amélioration de nos pratiques d'élevage et d'engraissement toujours plus respectueuses. Et pour mesurer nos avancées sur ces 10 engagements, nous avons mis en place avec Lur Berri le premier baromètre « bien-être animal » qui met régulièrement en lumière et en toute transparence nos avancées sur le terrain. Ce baromètre sera communiqué régulièrement à partir de fin 2022.





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 Labeyrie Fine Foods. 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.



« Depuis 2020, Labeyrie Fine Foods est membre d'une équipe pluridisciplinaire impliquant les distributeurs britanniques et européens, nos fournisseurs de saumon et les fabricants d'aliments pour animaux dans le cadre du projet de Dialogue sur l'aquaculture pour un approvisionnement durable en soja du Brésil. Dans ce cadre, nous avons travaillé avec tous les producteurs de soja en provenance du Brésil ( CJ Selecta, Caramuru et Imcopa) afin d'atteindre le zéro déforestation et conversion. Il s'agit d'une réalisation majeure, les producteurs de soja s'étant fixé la date butoir d'août 2020 pour leur activité de soja dans le Cerrado. En outre, en collaboration avec ProTerra, propriétaire de la norme de durabilité, et le WWF Brésil, les fournisseurs de soja ont convenu d'un système robuste de suivi, de reporting et de vérification pour mettre en œuvre et faire respecter leur engagement à produire avec zéro déforestation. Selon le WWF Brésil, il s'agit de "la plus grande initiative en matière de durabilité au Brésil en 2020." »

*Dale Hill*  
Head of Aquaculture

### Notre politique alimentation animale en 5 points

- 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
- 2 Assurer une alimentation en accord avec les besoins de l'animal
- 3 Maîtriser l'origine des ingrédients entrant dans l'alimentation animale
- 4 Maîtriser les risques sur l'ensemble de la chaîne de valeur
- 5 Garantir la durabilité des sources d'approvisionnement et oeuvrer pour réduire l'impact environnemental de l'alimentation animale dans nos filières stratégiques



#### POUR EN SAVOIR PLUS

la politique alimentation animale est à disposition sur le site [www.labeyrie-fine-foods.com](http://www.labeyrie-fine-foods.com) dans l'onglet **nos engagements**

## Zoom sur LA FILIÈRE CANARD

L'alimentation des canards gras de notre filière Sud Ouest est garantie :

- 100% sans OGM (<0,9%)
- 100% maïs du Sud Ouest
- 100% céréales cultivées en France
- Et depuis l'été 2021, 100% de soja cultivé en France garanti sans déforestation.

Nous travaillons en parallèle sur des plans d'action concrets pour faire progresser notre Filière Ouest sur ce même niveau d'engagement concernant les céréales origine France et le soja garanti sans déforestation.

### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

**95 %** des volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs ayant signé la politique alimentation animale  
Objectif 2025 : **100 %**

**79 %** des volumes de soja dans l'alimentation de nos matières premières stratégiques animales garantis zéro déforestation  
Objectif 2025 : **100 %**

### ILLUSTRATION LABEYRIE FINE FOODS A SIGNÉ LE MANIFESTE POUR UNE MOBILISATION POUR LUTTER CONTRE LA DÉFORESTATION IMPORTÉE

Le soja étant un ingrédient clé dans l'alimentation de nos espèces animales, nous nous engageons à lutter collectivement contre la déforestation importée liée au soja. Labeyrie Fine Foods affirme sa position grâce à la signature de ce manifeste et de son équivalent au Royaume-Uni. Nous participons déjà au groupe de travail soja des industriels coordonné par Earthworm Foundation (association travaillant à l'implémentation de solutions concrètes répondants aux défis environnementaux) et cette signature renforce notre position et nos exigences auprès de nos fournisseurs : le soja présent dans l'alimentation animale ne doit pas provenir de zones de déforestation, ni d'écosystèmes remarquables convertis après le 1<sup>er</sup> janvier 2020.



## LA RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE L'AMONT

L'amont représente une part très importante de notre empreinte environnementale globale, et en particulier 80 % de notre empreinte carbone (achats matières premières + emballage + fret amont).

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 les 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'élevages ou agricoles et de la prise en compte de l'impact des activités sur la biodiversité et les risques de déforestation.

### ..... Zoom sur ..... LA FILIÈRE SAUMON

La maîtrise et la réduction de l'impact environnemental de l'élevage des saumons représente un enjeu majeur lorsque l'on parle de durabilité de la filière : maîtrise des impacts sur les fonds marins, préservation des ressources et des écosystèmes locaux, qualité de l'eau, etc. Une sélection exigeante est donc nécessaire pour s'assurer que les meilleures pratiques sont en place.

C'est pourquoi nous avons mis en place un système de suivi de la performance environnementale des fermes qui nous approvisionnent, basé sur des inspections officielles gouvernementales. En 2021, 88% de nos approvisionnements Norvégiens et Ecosais provenaient de fermes avec les meilleures évaluations environnementales, soit une augmentation de 10 points par rapport à 2020.

### ILLUSTRATION SUR LES CREVETTES



#### Contribution au projet Equateur

Afin de garantir une filière crevette en Equateur respectueuse de l'environnement, du bien-être des travailleurs et des communautés environnantes, nous collaborons depuis 3 ans dans un groupe de travail coordonné par Earthworm Foundation en partenariat avec Mr Good Fish.



### ILLUSTRATION SUR LE CANARD



#### Des avancées qui donnent le ton pour les années à venir dans une démarche de progrès volontaire

À travers notre référentiel CertiConfiance, nos producteurs s'engagent par la signature d'une charte environnementale à déployer l'agroforesterie sur leurs exploitations, à maîtriser le gaspillage d'eau et la consommation électrique, et à déployer des systèmes de collecte et d'utilisation d'énergie renouvelable, comme par exemple l'installation de panneaux photovoltaïques sur le déploiement de jardins d'hiver, ou l'implantation de stations de compostage ou de méthanisation.

Pour encourager nos agriculteurs dans ces initiatives, nos clients distributeurs nous ont accompagnés cette année dans une opération solidaire sur notre gamme « Eleveurs Terre nouvelle » pour laquelle la marque s'est engagée à reverser 3€ par produit acheté aux éleveurs de la coopérative en faveur des projets RSE. Cette opération sera reconduite la saison prochaine.

### ILLUSTRATION SUR LES OLIVES



En partenariat avec ELGO-DIMITRIA\*, un institut Grec de recherche et d'expertise sur la culture des oliviers, nous avons créé un programme ambitieux pour une culture de l'olive de table durable. Ce programme vise à accompagner les agriculteurs de notre filière vers des pratiques plus vertueuses, grâce à de la formation, à de l'expérimentation sur champ, au déploiement de pratiques à impact positif, au pilotage d'indicateurs de biodiversité,.... La marque Père Olive est pleinement impliquée dans cette démarche en finançant l'accompagnement technique et les investissements associés à ces nouvelles pratiques.

\*principale organisation grecque de recherche agricole et l'institut de l'olivier, des cultures subtropicales et de la viticulture (<https://elgo.iosv.gr/en/>) spécialisé dans les systèmes de production d'olives.

# 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 processus, 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'ÉCO-CONCEPTION  
DES EMBALLAGES

CHANTIER N°6



L'IMPACT  
ENVIRONNEMENTAL  
DE NOS SITES

CHANTIER N°7



LA LOGISTIQUE  
ET LES DÉPLACEMENTS  
RESPONSABLES

CHANTIER N°8

## 3 ENGAGEMENTS CLÉS

### CLEAN LABEL

100% de nos produits core business sans additifs identifiés par notre comité scientifique d'ici 2025

### ECO-CONCEPTION

100% de nos emballages recyclables, 2/3 issus de recyclé et réduction de 20% de nos quantités de plastique d'ici 2025

### CONSOMMATIONS

Diminution de 10% de nos consommations en eau et de 8% de nos consommations en électricité et en gaz 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.



« En tant que chef de projet R&D, le Clean Label et les enjeux liés à la suppression des additifs font partie intégrante de mon quotidien. Mes missions, portant sur la suppression des nitrites (conservateur) dans les produits foies gras et magrets par exemple, m'amènent à rechercher les alternatives possibles pour palier la suppression de ces conservateurs, notamment par l'exploration de nouveaux procédés de fabrication ou l'utilisation de nouvelles technologies permettant de préserver la qualité et l'excellence des produits finis.

La suppression des additifs requiert un contrôle et une surveillance rapprochée des produits. En tant qu'entreprise agroalimentaire, nous devons nous assurer de proposer des produits sûrs, sains, et répondant à nos exigences d'excellence gustative. Pour cela, les produits sont suivis et analysés tout au long de leur durée de vie. Il est essentiel pour nous de pouvoir répondre aux besoins et attentes des consommateurs en leur garantissant un plaisir d'hédoniste engagé à chaque dégustation. »

*Rachel Lasausa, Chef de Projet R&D Innovation Technologique*

### 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 chez nos consommateurs, nous sommes parfois amenés à utiliser des additifs alimentaires. Ces additifs sont strictement encadrés par la réglementation en vigueur.

Mener à bien ces projets requiert des fonds de recherche qui sont valorisés à hauteur de 175k€ soit 38,3% 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.)

### SIMPLIFICATION DE NOS RECETTES

Nous sommes engagés depuis plusieurs années dans un programme de révision de nos recettes pour toujours plus de naturalité.

Après avoir établi avec un comité d'experts, une liste de 100 additifs autorisés mais potentiellement non indispensables, nous avons passé au crible l'ensemble de nos gammes. Résultat : nous avons maintenant défini une feuille de route claire, associée à des plans d'actions précis pour supprimer tous les additifs non essentiels.

Ainsi, nos équipes sont déjà mobilisées sur le retrait ou la substitution par une alternative naturelle de plusieurs conservateurs et colorants, ou encore d'acidifiants non indispensables.

Nos équipes Recherche et Développement sont aussi engagées sur :

- 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.

### QUELQUES ILLUSTRATIONS

- ✦ Présence d'une gamme de poissons Haute pression sans conservateurs à la Marée libre-service
- ✦ Retrait du carmin de cochenille (conservateur) dans le tarama extra l'Atelier Blini
- ✦ Retrait du sorbate (conservateur) dans les crevettes Delpierre
- ✦ 60% de nos foies gras sont désormais sans nitrites



### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIF

**65 %** de produits core business sans additifs identifiés par le comité scientifique

Objectif 2025 : **100 %**



## L'ÉCO-CONCEPTION 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 complètement, nous cherchons à minimiser son impact environnemental par tous les moyens. Les emballages représentent 8% de notre empreinte carbone (achat emballages et fin de vie des emballages).



« L'éco-conception fait partie de mon quotidien. Nous travaillons sur de nombreux projets par exemple sur la recyclabilité des films plastiques. Nous faisons face à des contraintes techniques qui nécessitent la coordination de plusieurs parties prenantes en interne et en externe (fournisseur). Nous faisons face également à un contexte marché compliqué (pénuries de matières et hausses des prix) qui impactent nos projets. Nous sommes en veille permanente sur notre marché pour capter les innovations de demain. »

Amélie GEAY,  
acheteuse emballages Groupe

## 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.

**Nous devons progresser particulièrement sur certains de nos emballages :**

- la recyclabilité des flexibles (opercules par exemple) et des barquettes ;
- la recyclabilité des films de saumons dans un but de déploiement en 22-23 en fonction de la disponibilité de la matière première.

### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

**78 %** de nos emballages sont recyclables

Objectif 2025 : **100 %**

**58 %** de nos emballages sont issus du recyclage

Objectif 2025 : **66 %**



## 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.

#### ILLUSTRATIONS



**Père Olive** : nos pots sont composés à **100% de plastique recyclé**



**75% de nos cartons** (étuis/caisse/plaques) sont issus de matières recyclées

## 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.

#### ILLUSTRATIONS



**Passage en sauce coulée à la place de la cup de sauce** sur nos couronnes de crevettes 130g à marque Delpierre : **-19T de plastique/an**



Installation de **deux nouvelles filmeuses** (machine servant à maintenir les cartons d'emballages entre eux pendant le transport) à Troarn qui permettent de **réduire de 14 tonnes la consommation de plastique** utilisé



**Réduction de la hauteur des cartons** à Chambly de 16% : **-7 tonnes de carton**



## 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 nous réfléchissons aux sujets tels que la consigne, le vrac, les biomatériaux, etc. Nous encourageons également les consommateurs à recycler via les consignes de tri sur nos produits conformément à la réglementation.

#### ILLUSTRATION



Labeyrie Fine Foods fait partie du groupe de travail **PET 25 piloté par CITEO** afin de réfléchir aux filières de recyclage de demain.



## L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES SITES

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 (Gaz à Effet de Serre).

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



### Maitrise des effluents

Grâce à des analyses régulières combinées à une démarche d'amélioration continue



### Gestion des déchets

Grâce à la réduction des déchets à la source, au tri des déchets et à l'amélioration des techniques de valorisation



### Valorisation des co-produits et lutte contre le gaspillage alimentaire

- **Gestion des co-produits :**
  - Travail sur la valorisation de l'ensemble des co-produits (denrées résiduelles de la fabrication des produits)
  - Maximisation de la part valorisée en alimentation humaine
- **Lutter contre le gaspillage alimentaire sur toute la chaîne de valeur**
  - Démarche préventive pour limiter les invendus
  - Déstockage d'invendus - Ventes au personnel
  - Dons à des associations



### Réduction de l'impact de nos consommations énergétiques

- Réduction de nos consommations énergétiques, grâce à l'amélioration de l'efficacité énergétique des sites et des procédés
- Décarbonation des énergies, grâce à l'électrification des procédés et des utilités, l'approvisionnement en énergies renouvelables et à la production d'énergie renouvelable sur les sites



### Réduction de nos consommations en eau

- Installation de compteurs permettant une meilleure maîtrise de la consommation d'eau des sites
- Réutilisation en circuit court, dès que possible, de l'eau dans les procédés



### Gaz frigorigènes : suppression des HFC\*

**Notre engagement : éliminer progressivement les installations utilisant des gaz frigorigènes de type HFC** (\*fluide frigorigène qui contribue fortement au réchauffement climatique)



« La recherche de valorisation rythme aujourd'hui le quotidien du pôle Ventes Industrielles (BU Marchés Spécialisées). Notre développement commercial est axé sur l'économie circulaire, porteuse de sens. Pour exemple, nous travaillons sur une meilleure valorisation de nos co-produits et nous cherchons à accroître la part destinée à l'alimentation humaine au détriment des filières pet-food. Nous travaillons également sur un process global pour centraliser sur notre pôle l'ensemble des déstockages produits finis, vers des voies d'écoulements engagées (magasins de déstockage, type NOZ, ANTIGASPI...) »

Camille Labourdet

Compte Clé Ventes Circulaires & Co-Produits

## PLAN DE DÉCARBONISATION SUR 3 SITES LABEYRIE FINE FOODS DANS LE CADRE DE NOTRE STRATEGIE CLIMAT

Nos 2 sites de Saint Geours de Maremne et notre site de Came ont été lauréats en septembre 2021 de l'appel à projet « plan décarbonation » de mai 2021. Ce projet consiste en :

- La suppression de 19 centrales frigorifiques pour notre site de Saint Geours de Maremne (produit du terroir et saumon fumé) et 14 centrales frigorifiques pour notre site de Came utilisant comme fluide frigorigène du R404a (fluide à fort impact sur l'environnement) et leur remplacement par des centrales froid plus efficaces utilisant du NH3 ou du CO2 (gaz frigorigère à moindre impact).
- L'équipement de nos trois usines du sud-ouest en pompes à chaleur permettant de produire de l'eau chaude sanitaire et de process à la température de 75°C.

Ce projet, qui verra son terme en juillet 2024, permettra une réduction de nos émissions de 7 300 tCO2e /an pour les trois sites & de notre consommation de 2200 MWh/an environ pour chaque site.

## ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

Consommation d'énergie :

**1,48 kWh/Kg**  
de produits finis fabriqués

Objectif 2025 : 1,34  
soit -8% vs 2020

**38%**

de co-produits valorisés  
en alimentation humaine

Objectif 2025 : 50%

Consommation d'eau :  
**13,7 L/Kg**  
de produits finis fabriqués

Objectif 2025 : 12,5  
soit -10% vs 2020

Destruction packaging :

**521 k€**

Objectif 2025 : 677 k€  
soit -15% vs 2020

Destruction alimentaire :

**2558 k€**

Objectif 2025 : 1147 k€  
soit -15% vs 2020

**85%**

de déchets valorisés

Objectif 2025 : 95%



## LA LOGISTIQUE ET LES DÉPLACEMENTS RESPONSABLES

Nous prenons en compte l'intégralité de l'impact du poste transports, qu'il concerne nos produits à distribuer ou les déplacements professionnels de nos collaborateurs. Le fret et les déplacements représentent 11% de notre empreinte carbone.

### MAÎTRISER L'IMPACT LIÉ AU FRET (TRANSPORT DE MARCHANDISES)

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, ...), avec notamment un travail sur le taux de chargement des véhicules intersites
- 2 Une optimisation du nombre de kilomètres parcourus
- 3 La mise en place de modes de transports plus vertueux ou des alternatives au Diesel. Nous souhaitons travailler sur les carburants innovants, comme le B100 à base de Colza, permettant de réduire les émissions polluantes de manière moins coûteuse. Une partie de nos prestataires ont commencé à convertir leur parc au B100
- 4 La priorisation de nos prestataires ayant une stratégie de réduction de leur impact carbone

### MAÎTRISER L'IMPACT LIÉ AUX 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.

Nous avons également travaillé à l'actualisation de la **politique de véhicules de société** afin d'augmenter la part de véhicules verts au sein de notre flotte. Nous finançons l'installation de borne de recharge sur nos sites : des bornes sont déjà en place sur nos sites de St-Geours de Maremne (40) et Came (33) et sont en cours de déploiement pour le reste de nos sites.

Nous réfléchissons enfin à la mise en place d'une **politique mobilité verte** au sein du groupe afin de réduire l'impact carbone du trajet domicile-travail de nos collaborateurs. Pour cela nous avons commencé par un sondage pour avoir un état des lieux des pratiques des collaborateurs ainsi que leurs souhaits en matière de mobilité, et nous travaillons sur la mise en place d'actions sur le prochain fiscal 22-23.

#### ILLUSTRATION : LE TRANSPORT AMONT SAUMON

Remplacement d'une partie du trajet en camion par le train pour les approvisionnements de saumon de Norvège.

Estimation de l'impact de cette action pour l'année 2022 pour le Groupe



359 tCO2e  
VS  
28 tCO2e

Soit 331 tonnes CO2e économisées

#### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

18% de véhicules hybrides rechargeables ou électriques dans le renouvellement de la flotte en 2021/2022

Objectifs :

20% en 2024 | 35% en 2027 | 50% en 2030

#### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIF

Empreinte carbone du fret (amont+ aval+ interne) :

47 336 tCO2e

Objectif 2030 : 40 568 tCO2e soit -14%

# Respecter

## « NOTRE VISION

**Nous avons à cœur de respecter toutes les femmes et les hommes qui produisent, transforment, vendent ou consomment nos produits.**



Les femmes et les hommes sont au cœur du déploiement de notre stratégie RSE. Nous nous engageons à respecter l'éthique tout au long de notre chaîne de valeur, à faire grandir nos collaborateurs et à contribuer positivement à la société qui nous entoure.

# 4 CHANTIERS *prioritaires*



**L'ÉTHIQUE**

CHANTIER N°9



**LE BIEN-ÊTRE ET  
L'ÉPANOUISSEMENT DE  
NOS COLLABORATEURS**

CHANTIER N°10



**LA COMMUNICATION  
RESPONSABLE**

CHANTIER N°11



**L'ENGAGEMENT  
SOCIÉTAL**

CHANTIER N°12

## 3 ENGAGEMENTS CLÉS

### ETHIQUE

100% de nos volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs ayant signé le code de bonne conduite d'ici 2025

### BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

atteindre une note > ou = 8/10 et un taux de participation > ou = à 75% à notre baromètre Bloom at work d'ici 2025

### SÉCURITÉ

atteindre un taux de fréquence 1 de 10 d'ici 2025



L'ÉTHIQUE

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.



« Au-delà d'un simple enjeu de conformité, l'éthique des affaires trouve toute sa place dans la démarche d'évaluation des risques de nos partenaires commerciaux (amonts et aval) que nous avons mis en place. Nous travaillons ainsi à cartographier les risques associés à nos tiers potentiels ou existants afin d'agir et de réagir en temps réel en cas d'identification d'un problème (réglementaire ou éthique) qui irait à l'encontre

de notre code de bonne conduite interne ou de celui que nous faisons signer à nos partenaires fournisseurs. »

**Frédéric SCHNEIDER,**  
Responsable Audit et Contrôle Internes / Compliance

DE QUOI PARLE-T-ON QUAND ON PARLE D'ÉTHIQUE ?

L'éthique va au-delà du simple respect des lois et des règlements puisque qu'elle prend en compte les valeurs pour qualifier notre conduite individuelle ou les actions collectives du Groupe tout au long de ses différentes chaînes de valeurs.

Pour cela, le Groupe dispose d'un "Code éthique et de bonne conduite des affaires" qui fixe les principes, les valeurs et les règles que le Groupe entend faire respecter par ses parties prenantes.

Toutefois lorsque les lois et les règlements des pays sont plus rigoureux qu'une règle éthique stipulée dans le code, cette réglementation nationale prévaut.

ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

**96%** de nos volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs ayant signé le Code de bonne conduite

Objectif 2025 : **100%**

**93%** de nos volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs à risque faible ou maîtrisé sur l'éthique

Objectif 2025 : **100%**

Zoom sur LA GOUVERNANCE ÉTHIQUE

Le Groupe se dote d'un Comité Ethique et Conformité en charge de la surveillance et du déploiement des politiques de conformité et d'une culture de l'éthique dans la conduite quotidienne des affaires, en lien avec le projet d'entreprise et sa raison d'être.

Un code d'éthique et de bonne conduite des affaires constitue le socle de cette culture, complété par des politiques en matière de lutte contre la corruption, de respect de relations commerciales loyales, de respect des droits humains, de protection des collaborateurs et des consommateurs, de respect de l'environnement...

Le référent Ethique coordonne et déploie les actions de conformité et veille à l'intégration de pratiques éthiques tout au long des chaînes de valeurs.

Zoom sur LA PLATEFORME SIGNALEMENT

Le Groupe Labeyrie Fine Foods a mis en place une procédure de recueil des alertes professionnelles afin de recueillir et de traiter les signalements des salariés du Groupe : <https://alertegroupelabeyriefinefoods.signalement.net>. Ces alertes concernent des comportements graves et prohibés par la législation ou qui seraient contraire au Code éthique et de bonne conduite des affaires du Groupe Labeyrie Fine Foods.

Cette procédure est également ouverte aux collaborateurs extérieurs et occasionnels du Groupe. Elle est pilotée par le référent éthique qui veille au bon traitement des alertes dans les délais légaux.

ILLUSTRATION

Évaluation de nos fournisseurs dans une zone à risques

Nous avons évalué **89%** de notre portefeuille de fournisseurs localisés dans une zone à risques. Cette évaluation comprend l'analyse des facteurs de risques suivants : la situation géographique, le secteur d'activité, l'intégrité et la réputation, l'interaction avec des personnes politiquement exposées, les modalités et les flux de paiement, l'étendue des services rendus et le mode de sélection du tiers.

Objectif : atteindre **100%** d'évaluation de ces fournisseurs.



## LE BIEN-ÊTRE ET L'ÉPANOUISSEMENT DE NOS COLLABORATEURS

Nous souhaitons que nos collaborateurs s'épanouissent dans un cadre de travail sain. C'est pourquoi nous sommes mobilisés pour mettre en place des organisations de travail capables de renforcer la collaboration entre tous et de les accompagner avec exigence et bienveillance.

Persuadés qu'encourager un hédonisme engagé est la clé de la réussite de nos projets, nous construisons les conditions de l'engagement autour de trois éléments : donner du sens à chaque métier, développer en continu un savoir-faire, développer l'autonomie et la responsabilisation.

### ASSURER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL SÛR ET SAIN

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, composé de **10 principes**, qui englobent la prévention des accidents, la maîtrise des risques et l'élimination des dangers potentiels :

- 1 La direction affirme son engagement par une politique Santé-Sécurité
- 2 Chaque site possède un Comité de Direction Santé-Sécurité
- 3 Le management est un acteur majeur de la sécurité
- 4 Chacun est responsable de sa Sécurité et de celle des autres
- 5 Chaque site définit et fait strictement appliquer ses règles d'or de la Sécurité
- 6 La formation à la Sécurité est continue et commence à la prise de poste
- 7 Le document unique est un outil de pilotage pour la Santé-Sécurité
- 8 Tous les accidents et presque accidents sérieux sont analysés
- 9 La communication est un élément majeur du programme
- 10 La réalisation des VCS (Visite Comportementale de Sécurité) montre l'importance de la Sécurité et des comportements



### PROMOUVOIR DES PRATIQUES EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ ET DE LA DIVERSITÉ

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, nous avons réalisé un diagnostic diversité et inclusion avec Mixity ; cela nous a permis d'identifier les actions prioritaires à mener sur ce sujet pour l'année à venir.

### PERMETTRE L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE ET LA MOBILITÉ

Convaincus que chaque collaborateur contribue au quotidien à la réalisation de l'ambition du Groupe et que chacun a la possibilité de faire la différence, nous avons déployé une politique de parcours de carrière valorisant les évolutions via des changements de métier et/ou des mobilités transversales entre les BUs et les Pôles. Nous souhaitons que chaque collaborateur soit acteur de sa carrière dans notre Groupe, grâce à l'apprentissage de nouvelles compétences, avec une démarche constante de développement de ses savoir-faire. À titre d'illustration, cette année, 36% de nos postes Cadres à pourvoir l'ont été par des mobilités internes, chiffre en hausse de +15 pts par rapport à l'année précédente.

Pour accompagner cette politique de parcours de carrière, nous avons également fait évoluer notre outil de People Review pour en faire un des leviers de la gestion de nos talents et des évolutions de carrière. La People Review, c'est avoir chaque année la photographie à un instant donné des compétences et savoir-être, afin de pouvoir accompagner nos salariés dans leur développement, leur faire acquérir les bonnes compétences pour qu'ils soient prêts au bon moment pour leur prochain poste, et leur ouvrir l'éventail des options envisageables de carrière.

### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

Taux de fréquence 1\* à fin juin 2022 : **23,5**

Objectif 2025 : **10**

Nombre de blessés (dommage corporel ou psychologique survenant pendant l'activité professionnelle) en baisse continue : **-27 en 2020/2021 puis -30 en 2021/2022**

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

### DÉVELOPPER LE SENS ET LA FIERTÉ D'APPARTENANCE

Nous souhaitons que nos collaborateurs soient fortement investis dans la mise en oeuvre de la raison d'être et du projet d'entreprise définis pour le Groupe Labeyrie Fine Foods.

Pour que nos collaborateurs trouvent du sens dans leur travail et soient fiers d'appartenir au Groupe Labeyrie Fine Foods, nous travaillons en particulier sur la mise en oeuvre du parcours d'intégration redéfini et le développement d'une meilleure connaissance du Groupe, notamment de ses produits et de ses métiers, pour l'ensemble des collaborateurs de nos sites en France et à l'étranger.



### ÉTAT DES LIEUX & OBJECTIFS

Baromètre Bloom at work : score de **7,7/10** avec un taux de participation de **70%**.

Objectif 2025 : note égale ou supérieur à **8/10** avec un taux de participation de **75%**.

### ASSURER UN MANAGEMENT "RESSOURCE" POUR LES ÉQUIPES

En nous appuyant sur les feedbacks de nos collaborateurs, nous avons défini et déployé un nouveau contrat managérial qui constitue désormais le socle des relations internes pour concilier responsabilisation et développement professionnel, exigence et bienveillance.

Ce nouvel ADN de management doit favoriser les pratiques individuelles et collectives permettant à chacun d'apprendre autant que de transmettre son savoir, le manager étant une des ressources clés à disposition des collaborateurs pour grandir professionnellement.

Notre nouveau contrat managérial s'appuie ainsi sur **6 piliers** :

- Développer
- Donner le pouvoir d'agir
- Organiser le travail
- Communiquer
- Encourager
- Être juste

Ce contrat s'articule concrètement autour de 3 entretiens de dialogue continu entre chaque manager et les personnes de son équipe, tout au long de l'année. Et afin de donner pleinement corps à notre exigence sur nos standards de pratiques managériales, tous les managers du Groupe sont désormais évalués par leurs collaborateurs directs sur chacun des 6 piliers du contrat managérial.

# LA COMMUNICATION RESPONSABLE

Nous oeuvrons au quotidien pour l'élaboration d'une communication responsable vers nos différentes cibles : des supports de communication durables, une communication transparente sur nos actions et nos chemins de progrès à l'ensemble de nos parties prenantes.

## ADHÉSION AU PROGRAMME FAIRE & CHARTE DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Notre adhésion en 2021 au programme FAIRE de l'Union des Marques marque notre volonté d'engagement en matière de communication responsable. Nous avons depuis rédigé une Charte de Communication Responsable pour le Groupe LFF, en 3 principes fondamentaux :  
 #1 Maîtrise de nos impacts #2 Transparence et pédagogie #3 Respect de tous



### #1

**Maîtrise de nos impacts environnementaux, sociaux et sociétaux lors de la conception de nos communications** notamment à travers l'élaboration d'une grille de critères environnementaux et sociaux pour les supports de communication que nous développons (supports imprimés, PLV, goodies, événements, etc.).

### ILLUSTRATION DU #2



### COMMUNIQUE POUR SENSIBILISER À UNE CONSOMMATION DURABLE

- Notre marque développe une communication spécifique autour de ses engagements liés à ses savoir-faire et ses filières.
- 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.

### #2

**Transparence et pédagogie** autour des engagements, de la démarche de progrès et de l'usage responsable de nos produits.

#### CONTENUS

Stratégie & engagements RSE  
 Feuille de route & plan d'actions RSE  
 Indicateurs de suivi RSE  
 Engagements des marques

#### SUPPORTS

Webinars RSE  
 Intranet  
 Minute RSE  
 Com managériale

Rapport RSE  
 Site internet LFF

Reporting extra-financier  
 Réseaux Sociaux  
 Conférences, tables rondes

#### PUBLICS VISÉS

**INTERNE : collaborateurs**  
 formation/acculturation  
 co-construction/animation  
 communication

**EXTERNE : futurs collaborateurs, distributeurs, consommateurs, leaders d'opinion**  
 - communication  
 - pédagogie

### #3

**Respect de tous** dans nos communications et envers nos partenaires : en appliquant des principes de bienveillance et de responsabilité dans nos communications (présenter la diversité, ne pas véhiculer de stéréotype, etc.) et dans nos relations avec nos partenaires (sincérité dans les appels d'offre, transparence, durabilité de la relation).

## L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL

En tant qu'hédonistes engagés, nous pensons au-delà du cadre de notre entreprise et faisons en sorte que notre activité bénéficie à notre environnement. Nous cherchons à avoir un impact positif sur le tissu local accueillant nos différents sites et à contribuer au dynamisme de nos régions. Nous encourageons également nos collaborateurs à contribuer à des actions de solidarité.



« Au-delà des démarches de progrès engagées dans nos filières stratégiques, nous nous sommes longtemps posé la question de notre contribution locale sur l'amont agricole, en tant qu'acteur engagé dans la transition pour une alimentation durable.

En nous appuyant sur la réglementation du commerce équitable français qui exige la mise en place d'un fonds collectif et avec l'accompagnement du label Agri-Éthique, nous nous sommes lancés dans une aventure inédite pour notre Groupe en créant un collectif regroupant agriculteurs, coopératives, industriels de nos filières françaises pour soutenir, engager et partager des actions de progrès au service d'une production agricole socialement et écologiquement durable. Nous avons la chance de pouvoir compter dans notre collège d'experts, deux organisations reconnues pour leurs actions sur le territoire français, que sont Earthworm Foundation et AgriEthique.

Nous espérons, via cette association que le collectif a nommé UN PACTE POSITIF, créer un espace d'échanges autour de bonnes pratiques agro-nomiques qui s'étendra au-delà de nos filières d'intérêt économique. »

*Anaïs GALLENNE,  
responsable RSE filière végétaux et ingrédients*

### ILLUSTRATION GESTION DE CRISES AVEC LA FILIÈRE CANARD



#### Gestion de la crise aviaire :

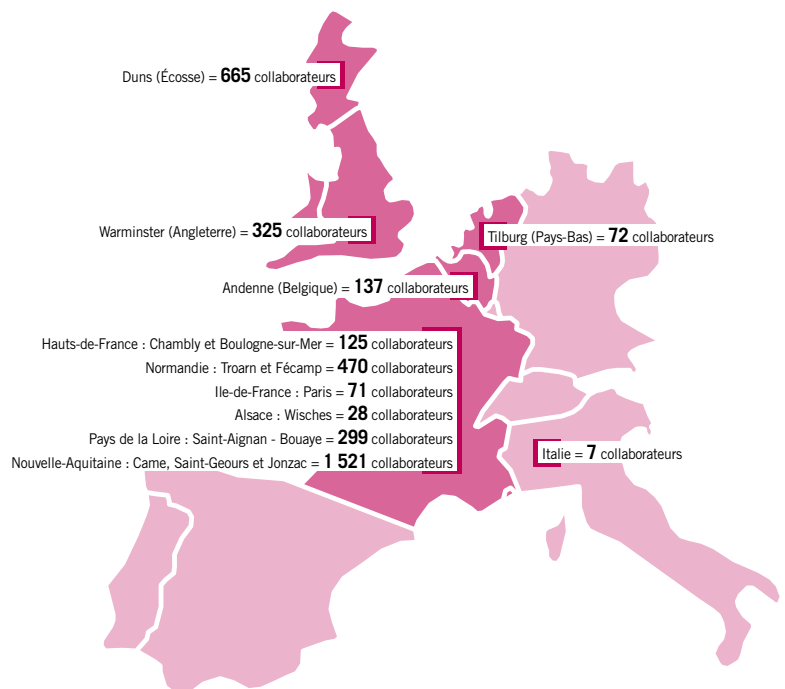
Dans le contexte de grippe aviaire qui a touché le Sud-Ouest et l'Ouest de la France sur l'hiver 21/22, nous sommes aux côtés de nos producteurs, de nos salariés et de nos clients pour anticiper les situations, prendre les bonnes mesures, limiter les impacts et accompagner la reprise, autant sur le plan économique, que technique et social.

#### Indexation du prix de l'aliment :

L'inflation des matières premières aggravée par la crise ukrainienne entraîne une hausse extrêmement importante du prix des céréales et oléo-protéagineux constituant l'alimentation de nos canards. Depuis de nombreuses années, Labeyrie Fine Foods a mis en place une indexation du prix de l'aliment permettant de couvrir la hausse de ces coûts et de protéger nos éleveurs, et en gardant la responsabilité d'impacter nos tarifs sur le marché. Ce système aurait pu être remis en question par l'ampleur de la crise actuelle mais nous avons fait le choix de le conforter et il est même plus que jamais actif et utile pour accompagner sereinement et en toute clarté nos partenaires amont et aval, dans cette période inflationniste incertaine.

### 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) :



## Zoom sur LES SALARIÉS ENGAGÉS

#### ARRONDI SOLIDAIRE :

En 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 Labeyrie Fine Foods basés en France (en CDI), cette initiative donne à chaque salarié la possibilité, de manière totalement volontaire, de faire un microdon 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 partenaires : Action Enfance, Vagdespoir, la Fondation de France et Planète Urgence. En 2022, 102 salariés du Groupe LFF France sont donateurs.

#### DON DE PRODUITS :

Cette année, le Groupe Labeyrie Fine Foods a donné des produits à des associations caritatives à hauteur de 1 113 k€. Par ailleurs, dans le cadre des ventes au personnel qui ont lieu au moment des fêtes de fin d'années et durant la période de Pâques, les collaborateurs du site d'Hausmann ont pu commander des produits pour en faire don à une association locale accompagnant des personnes dans le besoin. Le Groupe Labeyrie Fine Foods a abondé de la même quantité que celle donnée par les collaborateurs. Nous souhaitons déployer cette initiative aux autres sites du Groupe fin 2022.

# Hédonistes engagés

L'équipe RSE de Labeyrie Fine Foods remercie l'ensemble des contributeurs qui nous ont permis de réaliser ce deuxième rapport RSE.

Nous remercions chacun des collaborateurs de Labeyrie Fine Foods, les Hédonistes Engagés, de leur engagement pour porter la vision et le projet 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](mailto:sophie.bourrut-lacouture@labeyrie-fine-foods.com)

Retrouvez toutes les informations sur notre entreprise sur [labeyrie-fine-foods.com](http://labeyrie-fine-foods.com)

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

Imprimé sur du papier recyclé par l'IMPRIMERIE SOLIDAIRE.

L'IMPRIMERIE SOLIDAIRE est une entreprise inclusive qui compte 80% de salariés en situation de handicap dans ses effectifs. L'entreprise s'engage également pour la protection des forêts en utilisant notamment des matières premières végétales.



**RAPPORT RSE 2021-2022**