

This is our Communication on Progress in implementing the principles of the United Nations Global Compact. We welcome feedback on its contents.

Rapport 2013  
**DÉVELOPPEMENT  
DURABLE**  
DU 1<sup>ER</sup> AVRIL 2013 AU 31 MARS 2014

**1 Des relations durables  
avec nos partenaires**



**2 Une offre produits  
respectueuse de  
l'environnement**



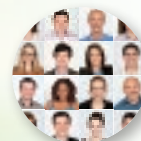
**3 Promouvoir  
une plus grande responsabilité  
en matière d'environnement**



**4 Une meilleure  
maîtrise de notre impact  
sur l'environnement**



**5 Promouvoir  
des relations sociales  
équitables**



**Fêtons nos 10 ans**

d'engagement d'adhésion  
à la Charte Globale Compact des Nations Unies



## EDITO du Président

Thierry DRECO - Président Groupe E.CF



**10**ans déjà que notre Groupe et l'ensemble de ses collaborateurs s'efforcent quotidiennement d'agir dans le respect des principes qui fondent la charte Globale Compact des Nations Unies.

Cet engagement a été pour tous une vraie opportunité ; il nous a permis de faire progresser notre entreprise, de sensibiliser nos fournisseurs et partenaires, d'améliorer le service apporté à nos clients.

Nous sommes plus que jamais convaincus que le Développement Durable et la performance économique sont indissociables. C'est sans réserve que nous nous engageons dans une nouvelle décennie de recherche et d'engagement.

A handwritten signature in grey ink, likely belonging to Thierry DRECO.



# 5 Nos engagements



**1 - Des relations durables avec nos partenaires**

**2 - Une offre produits respectueuse de l'environnement**

**3 - Promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement**

**4 - Une meilleure maîtrise de notre impact sur l'environnement**

**5 - Promouvoir des relations sociales équitables**



## **E.CF fête ses 10 ans d'engagement d'adhésion à la Charte Globale Compact des Nations Unies**

Cette décennie restera marquée par des transformations majeures dans le domaine de notre responsabilité en matière de développement durable. La toute première pierre à l'édifice fut notre engagement auprès du Global Compact des Nations Unies en 2004, qui, entre autre, a positionné notre Groupe en tant que précurseur dans son secteur d'activité.

Autre jalon important : le choix stratégique de développer une offre de produits verts répondant aux besoins de nos clients et visant à démontrer clairement notre engagement dans cette démarche.

Bon nombre de plans d'actions ont alimenté cette décennie, dans des domaines variés : une meilleure maîtrise de nos consommations énergétiques, une meilleure gestion de nos déchets (sur notre site et en collaboration avec nos fournisseurs) ; la vigilance apportée quant à la diversité, l'équité au sein du groupe et le bien-être de nos collaborateurs ; le développement de nos actions avec des partenaires locaux...

Toutes ces actions menées durant cette période concrétisent la mise en œuvre et la pérennité de notre engagement.

Dans un contexte économique difficile, comme cela fut le cas durant ces dernières années, le Groupe a su garder le cap du Développement Durable.

Nous tenons à souligner que nous fondons cette réussite sur les performances de nos équipes qui s'inscrivent au cœur de cette démarche, de par leurs actions quotidiennes, mais aussi de par leurs investissements et leurs partages d'idées.

Ce nouveau rapport met à l'honneur nos actions durant le dernier exercice à travers, pour chaque engagement, une interview d'un collaborateur du groupe sur un sujet précis, suivie d'une description des actions quotidiennes et nouvellement réalisées.

10 ans d'engagement durable

**Davood SETAYESH / Malika CHALLAL**  
Direction Qualité et Développement Durable

# 1 Des relations durables avec nos partenaires



Sébastien BESSEIGE Chef de Produits univers buffet, matériels électriques



## Ça presse pour les Restos !

Chomette et son partenaire Mark & Styl ont organisé sur cette fin d'année 2013 une belle opération de générosité et de solidarité au profit des Restos du Cœur : « **Ca presse pour les Restos** ».

Cette opération aura permis de récolter 80 000 € pour les Restos du Cœur, soit **80 000 repas** !

Le principe était simple. Des boîtes de 2 presse-citrons, à l'image des Restos du Cœur, ont été proposées aux restaurateurs pour une revente à leurs clients. Pour chaque boîte vendue, Chomette reversait aux Restos du Cœur 4 euros, permettant la distribution de 4 repas.

Le presse-citron a été choisi pour être au cœur de cette opération parce qu'il recouvre de nombreuses qualités qui s'accordent très bien avec les valeurs défendues par les Restos du Cœur.

- Il permet d'éviter les **gaspillages** (consommation de citron divisées par 2 !).
- Il est respectueux de l'**environnement** : produit en France, sans Bisphenol A et 100 % recyclable !
- Il est **ergonomique** et permet à l'utilisateur de choisir son dosage de jus de citron avec précision sans subir l'acidité du citron en le pressant à la main.
- Enfin, un produit peut avoir toutes ces vertues et être élégant et raffiné et donc innovant.

Chomette a pu compter sur l'investissement de tous pour l'accompagner dans ce beau projet : Paul Bocuse, qui fut un parrain exceptionnel, la force de vente Chomette, les professionnels de la restauration, la presse spécialisée, les syndicats de la restauration et les restaurateurs clients.

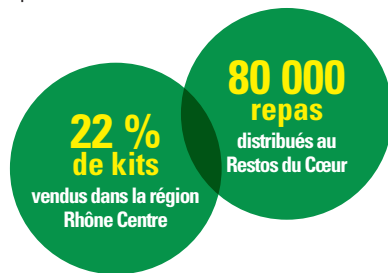
Citons pour l'exemple trois beaux scores :

- **Mr Pignol**, traiteur emblématique sur la région lyonnaise, a acheté à lui seul 35 kits de 12 boîtes de presse citrons sur 7 affaires, soit **1 680 repas** pour les Restos du Cœur.
- **Henri-Noël Lepetit**, commercial Chomette sur la région ouest, a vendu à lui seul 122 kits, soit **5 856 repas** pour les Restos.
- Enfin, mention spéciale à la **région Rhône Centre**, qui fait honneur à son parrain et vend à elle seule 22% de l'ensemble des kits vendus soit **17 600 repas**.

L'opération, initiée en septembre 2013, s'est clôturée fin mars 2014, avec la vente de 1 650 kits de 12 boîtes, et un chèque de 80 000 euros versés par Chomette !

Ce chèque sera remis aux Restos du Cœur mardi, dans l'établissement lyonnais de Mr Pignol.

Un grand merci à tous ceux qui ont initié, encouragé, parrainé, porté et soutenu cette belle opération !





## Au quotidien

### Un engagement fort de nos fournisseurs

Depuis 2007, nous avons intégré dans les contrats des fournisseurs de marchandise une charte éthique rappelant les 4 grands thèmes du Global Compact :

- Respect des droits de l'Homme,
- Conditions de travail,
- Lutte contre la corruption,
- Respect de l'environnement.

Des audits sociaux ont été mis en place depuis 2008 pour les fournisseurs hors Europe.

En 2009, nous avons mis en place une charte de non discrimination avec nos partenaires de recrutement.

Nous n'utilisons que des supports FSC (Forest Stewardship Council) ou PEFC (Pan European Forest Certification) sur l'ensemble de nos catalogues et supports promotionnels.

Depuis 2009, nous remettons chaque année à l'un de nos fournisseurs un trophée du Développement Durable.

## Actions réalisées durant l'exercice



### • Cette année, le fournisseur SCA a reçu le trophée du Développement Durable lors de la Convention Commerciale Chomette le 13 février 2014.

Ce trophée vise à valoriser les démarches engagées par nos fournisseurs et à inciter les autres fournisseurs à y adhérer. Ce fournisseur a récemment développé une station de traitement des déchets et s'engage clairement selon 3 axes d'amélioration : la réduction des consommations en eau, la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et la réduction/optimisation de l'utilisation des fibres.

## Indicateurs de mesure

32

audits sociaux ont été réalisés depuis 2008

100%

des fournisseurs produits ont signés la charte éthique

100%

des partenaires de recrutement ont signé la charte de non discrimination

100%

de nos documents promotionnels sont imprimés sur papier FSC ou PEFC



• La direction Développement Durable du Groupe continue son engagement à travers le réseau local d'entreprises « Les Lacs Développement Durable de l'Essonne ». En 2013, le groupe E.CF s'est ainsi inscrit sur un tout nouveau site internet de partages d'informations, le site « Ressources-RSE ». Ce centre de ressources doit permettre ainsi des échanges de bonnes pratiques et d'expériences sur la RSE avec d'autres Chefs d'entreprises ou Responsables locaux.

## 2 Une offre produits respectueuse de l'environnement



Clotilde MÉNARD Chef de Produits Hygiène



### *Une nouvelle gamme Bio pour l'hôtellerie*

Après avoir lancé début 2013 deux gammes de produits d'accueil pour l'hôtellerie sous les marques Tren Intense (gamme urbaine) et Tren sérénité (gamme spa), nous avons complété notre offre en 2014 avec une gamme Tren Bio, composée de 3 produits certifiés Ecocert et Cosmétique Bio : gel douche, shampoing, lait corporel.

Pour ces 3 produits, nous avons retenu un packaging beige/vert et translucide, pour un côté «Nature».

Les produits certifiés Ecocert et Cosmétique Bio sont à base d'aloé vera reconnue pour ses vertus cicatrisantes.

Pour une offre complète, la gamme Tren Bio est complétée par ces accessoires : savon, vanity set, bonnet de douche et éponge à chaussures. Ces produits sont proposés dans des emballages recyclés, et le savon est fabriqué à base d'algues marines reconnues pour leur pouvoir hydratant.



### *Santor Green*

Souhaitant offrir à nos restaurateurs une gamme de produits d'entretien écolabel et de qualité, nous avons retravaillé notre offre autour de la marque SANTOR Green.

Cette gamme est désormais celle que nous recommandons à nos restaurateurs soucieux de l'environnement.

De plus, nous avons modernisé la charte graphique de cette gamme, et y avons associé un visuel plus évident sur l'écolabel.



## Au quotidien

2 axes de travail sont identifiés depuis plusieurs années :

### Résistance et durabilité des produits

- Nous nous engageons à proposer à nos clients les produits les plus résistants et durables dans le temps, en privilégiant des matériaux recyclables (verre, inox, plastique, carton...)
- Nous élaborons des tests au quotidien sur les produits avant et après référencement (tests de résistance, suivi de la casse, suivi des défauts de fabrication...).

### Alternative éco-citoyenne

Dès que cela est possible et lorsque cela est pertinent, nous nous engageons à proposer une alternative écologique à nos clients. Depuis 2007, nous avons développé une gamme de produits « verts », référencé des produits écolabellisés, et également intégré des produits ergonomiques.



## Actions réalisées durant l'exercice

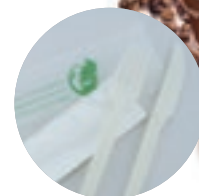


### Vision Verte dans le Groupe E.CF : l'univers du jetable

Autour des gammes Tren Bio, produits d'accueil pour l'hôtellerie et Santor Green : gamme de produits d'entretien écolabel ; c'est l'univers du jetable qui est à l'honneur sur les catalogues 2014, avec une offre complète et pertinente pour les restaurateurs respectueux de l'environnement :

- Des gobelets en cartons biodégradables
- Des couverts en amidon de maïs, biodégradables et compostables
- Des assiettes en fibre moulée, 100% biodégradables
- Des assiettes en fibre de canne à sucre, biodégradables et compostables.

De nouveaux matériaux qui n'ont pas fini de nous surprendre dans les prochaines années !





# 3 Promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement



Valérie ANGOT Assistante Communication



## Le Chantier Solidaire chez E.CF

### *Pourquoi vous êtes-vous portée volontaire pour participer à ce chantier solidaire ?*

Lorsque je me suis inscrite, j'ai d'abord accepté pour contribuer à une bonne action.

J'étais curieuse et souhaitais connaître la vie d'une association au quotidien, et ainsi la comparer à la vie d'entreprise.

### *Que vous a apporté cette action de solidarité ?*

Tout d'abord, le fait de regrouper plusieurs personnes de la société, ne se connaissant pas, à part lors des croisements dans les couloirs, était très intéressant. Le fait de partager ensemble cette expérience nous a quelque part un peu rapproché.

### *Comment s'est organisée cette journée ?*

Nous étions un groupe de 9 salariés E.CF au service de l'association Planète Sciences pour les aider dans leur quotidien. Nous nous sommes divisés en 2 groupes, chacun coaché par un animateur de l'association.

Le 1<sup>er</sup> groupe dont je faisais partie, devait ranger, trier, étiquetter, et aussi jeter tout type d'objets usés ou cassés.

L'autre groupe devait fabriquer une maquette avec des objets très insolites. L'association construit des objets ludiques en utilisant des articles de récupération ou divers accessoires : ampoules, trombones, vis, carton....

Sur 5 animateurs présents, 3 d'entre eux ont des formations en électronique. Ils réalisent des projets scientifiques éducatifs au sein des écoles, Centres de loisirs, maisons de jeunesse.... (sur des thèmes variés tels que l'attraction terrestre, les effets du soleil...) Le rôle de cette association est de permettre aux enfants de découvrir les sciences autrement, en prenant du plaisir et en favorisant ainsi la réussite scolaire.

### *Souhaitez vous renouveler l'expérience ?*

Oui tout à fait, le partage et la générosité sont importants. Rencontrer des personnes au service des autres est générateur de bien-être. On se sent utile, c'est gratifiant.

Il faudrait communiquer davantage en interne sur le sujet, être beaucoup plus nombreux chaque année et pourquoi pas étendre l'action auprès d'autres associations.

Nous pourrions apporter nos conseils au quotidien, afin de leur faire gagner en temps et productivité. J'ai été très agréablement surprise par l'accueil très chaleureux et leur disponibilité.

Ils avaient prévu un barbecue pour le midi que nous avons partagé dans leur jardin.

Nous avons « travaillé » dans la bonne humeur, la convivialité, sans stress, en souriant et même souvent en riant.

Je garde un très bon souvenir; à refaire....

## Au quotidien

**Notre responsabilité en matière d'environnement passe en premier lieu par une forte communication.** Chaque année, depuis 2008, une journée en interne est dédiée au Développement Durable. L'objectif est de mettre en avant notre démarche, nos actions, autour de campagnes d'affichages, de quizz, de cadeaux à gagner. ...

**Depuis 2012**, nous avons renforcé cette sensibilisation en ajoutant deux nouvelles opérations incontournables au sein du groupe : lors de la Semaine Européenne du Développement Durable en avril et lors de la Semaine Européenne de Réduction des Déchets en novembre.

**Depuis 2011**, nous avons également renforcé l'accueil des nouveaux collaborateurs en leur présentant systématiquement notre démarche qualité et développement durable.

## Actions réalisées durant l'exercice

**STOP**  
au gaspillage  
alimentaire

### Gaspiilage alimentaire :

**Ce thème a été mis à l'honneur, notamment lors de la journée interne annuelle du Développement durable.**

Le 13 septembre 2013, cette 6<sup>ème</sup> édition a donné l'opportunité de sensibiliser petits et grands sur le gaspiilage alimentaire via des expositions et une campagne forte d'affichage pendant le déjeuner : des quizz, des cadeaux à gagner, des flyers de sensibilisation. ...

Un concours de dessins a également été proposé aux enfants des salariés sur la thématique des fruits et légumes de demain.

Plus particulièrement, des corbeilles de fruits ont été proposées aux salariés pendant la semaine précédant la journée, l'argent récolté étant par la suite reversé au profit d'une association. A l'issue de cette semaine et pour éviter le gaspiilage, une opération « cocktail de fruits » a été proposée aux salariés pendant les heures de pause. Toujours sur le thème du gaspiilage alimentaire, Chomette a participé, via des dons de matériels, au « Banquet des 5000 » le 25 septembre, événement de sensibilisation du grand public sur le gaspiilage alimentaire, à Nantes.

## Indicateurs de mesure

### Manifestations sportives :

5 participants à la course  
« La Foulée des Laveuses »  
le 16 juin 2013.

### 6<sup>ème</sup> édition de la journée Développement Durable



### Dons divers :

Nous soutenons par des dons plusieurs associations caritatives :

- 4 palettes de produits ont été données à l'association Dons Solidaires
- 30 palettes ont été données à l'association Egosphère
- 10 palettes ont été données au Secours Populaire

Lors d'une opération ponctuelle, nous avons également eu l'opportunité de faire un don de 48 produits à l'un de nos clients, le restaurant «Cap Seguin», pour le dîner caritatif que ce dernier organisait pour les fêtes de fin d'année.

Un chèque de 80 000 € reversé à l'association des Restos du Cœur.

## 4 Une meilleure maîtrise de notre impact sur l'environnement



# Ateliers sur le covoiturage



Malika CHALLAL

Responsable Qualité & Développement Durable et Correspondant Sécurité



### *Pourquoi ces ateliers ont-ils été déployés ?*

Ces ateliers ont en réalité été organisés suite à la demande de plusieurs salariés. A l'origine de cela, en avril 2013, nous avons préparé plusieurs animations autour de la Semaine Européenne du Développement Durable. L'une des opérations donnait lieu à un débat autour de nos déplacements au sens large. Une quinzaine de volontaires y a participé, l'objectif initial étant tout simplement d'échanger sur ce thème. A l'issue de ce débat, les participants ont plébiscité la mise en place d'ateliers pour pérenniser ces échanges.

### *Quels sont les thèmes qui ont été abordés ?*

Le premier sujet qui a été abordé fut le co-voiturage. Il s'agissait d'identifier différentes pistes au sein de l'entreprise, pouvant faciliter cette direction. Chacun d'entre nous a donné son point de vue. Nous avons commencé par identifier les différentes actions possibles, les différentes actions déjà réalisées dans l'entreprise, et les points forts et faibles de chaque action.

### *Qu'est ce que ces ateliers ont apporté ?*

Ces ateliers ont tout d'abord permis de nombreux échanges avec un éventail de problématiques diverses (horaires des services, repas du midi, distributeurs mis à la disposition des salariés,

transport en commun aux alentours de l'entreprise, co-voiturage avec des entreprises à proximité...). Nous nous sommes également aperçus que plusieurs salariés faisaient déjà tout naturellement du co-voiturage, notamment lorsqu'ils étaient dans le même service. Nous avons donc élargi le thème et avons communiqué sur les déplacements pour lesquels chaque salarié pouvait agir (d'un point de vue écologique et économique). En effet, il faut savoir qu'un déplacement en voiture sur 4 est inférieur à 1km ! Soit environ 1 quart d'heure à pied ou 5 minutes en vélo ! Différentes sensibilisations ont été faites auprès des salariés sur l'optimisation de ces déplacements : lors de la journée Développement Durable de septembre 2013, via des supports de sensibilisation, sur la réduction des déplacements sur l'heure de déjeuner.



## Au quotidien

Depuis 2006, le recyclage de différents types de déchets a été mis en place et a été étoffé au fil des années : cartons, papiers, plastiques, puis bouteilles en plastiques, en verre, piles, déchets d'équipements électriques et électroniques, ampoules, téléphones portables...

Depuis 2007, un circuit « Seconde vie aux produits destinés à être jetés » a été créé au profit d'associations : La Croix Rouge et Les Enfants de l'Ovale pour les produits Arts de la Table, les Bouchons d'Amour pour les bouchons de bouteilles, Planète Urgences en 2012 pour les téléphones portables.

De nombreuses actions ont été développées afin d'optimiser nos transports et nos emballages

- Utilisation d'un même format de carton, ultra résistant, pour réduire notre taux de casse
- Amélioration de notre taux de service évitant des reprises inutiles et des surcoûts de relivraisons.

Notre consommation d'énergie a également diminué durant ces années au travers de différentes actions via notamment la mise en place d'ampoules basses consommation, de détecteurs de mouvements pour les lumières, de programmeurs de lumières, d'aérostat, de sensibilisation sur les éco-gestes, choix de véhicules plus écologiques dans la flotte automobile...

## Actions réalisées durant l'exercice

**Dans la continuité des actions entreprises visant à réduire nos consommations d'énergie et réduire notre impact carbone, cinq actions principales ont été menées sur cet exercice :**

- La mise en place en interne d'un groupe de travail visant à échanger sur les améliorations possibles sur nos transports.
- Des détecteurs crépusculaires ont été testés et mis en place à la cafétéria en avril 2013.
- La sensibilisation des nouveaux commerciaux intégrant l'entreprise a été renforcée en mai 2013, par la mise en place d'une formation sur le Développement Durable, orientée sur la Vente.

## Indicateurs de mesure

Diminution de  
**14%**  
de l'émission moyenne  
du parc automobile  
(index : en g CO<sub>2</sub>/véhicule)  
depuis 2009, de 130 à 117

**85%**  
de commandes  
livrées en 1 fois  
et complètes

**-8%**  
en 2 ans  
des consommations  
électrique/gaz  
(site de Grigny)

Taux  
de casse  
**<0,47%**

- Pendant la Semaine Européenne de Réduction des Déchets en novembre 2013, une opération de recyclage d'un tout autre genre a été proposée aux salariés : le recyclage des livres. Pendant une semaine, les salariés ont pu déposer leurs livres et les échanger avec leurs collègues dans un esprit de consommation collaborative. Les livres restants ont été récupérés au profit de l'association « Bibliothèque sans frontières ».
- L'année 2012 fut l'année d'intégration de notre 1<sup>er</sup> véhicule hybride dans la flotte automobile du groupe. Au cours de cet exercice, nous avons continué sur cette lancée et avons intégré 2 nouveaux véhicules hybrides, dont un commercial sur Paris. Aujourd'hui, le véhicule hybride est dorénavant proposé à nos commerciaux lorsqu'il y a une nécessité de changer de véhicule.

## 5 Promouvoir des relations sociales équitables



Karol BOLUBASZ Responsable Emploi et Compétences

# Amélioration du parcours d'intégration

## *Pourquoi ce renforcement dans l'accueil des nouveaux collaborateurs ?*

Convaincus que la phase d'intégration est indispensable à la fidélisation des collaborateurs, car comme dans toute relation les premières impressions sont déterminantes, nous avons souhaité réfléchir, avec Frédérique Lemay (DRH), à la mise en place de parcours d'intégration adaptés à la catégorie d'emploi et au niveau de responsabilité de chaque nouveau collaborateur.

Cette démarche doit permettre de donner une visibilité de l'entreprise et de son fonctionnement aux nouveaux entrants, et favoriser ainsi la collaboration et la réussite de l'intégration.

## *Concrètement, quelles sont les actions qui ont été mises en place ?*

Aujourd'hui, le collaborateur qui rejoint le Groupe E.CF bénéficie d'un réel parcours d'intégration, qui démarre avant même son 1<sup>er</sup> jour, par des contacts réguliers permettant de lui donner une projection plus précise de ce qu'il trouvera dans l'entreprise, de répondre à ses éventuelles questions et de le rassurer si besoin.

A son arrivée, le collaborateur se voit remettre un « pack embauche » qui regroupe à la fois ses éléments contractuels, individuels et personnels, mais aussi son package d'outils de travail, son livret d'accueil ainsi que son planning d'intégration.

Le planning d'intégration est composé d'échanges avec toutes les personnes avec lesquelles il sera susceptible d'avoir des contacts réguliers dans le cadre de l'exercice de ses missions.

Des points d'étapes sont également prévus tout au long de sa période d'essai, permettant de valider la compréhension de son poste, des outils, de l'entreprise et de son environnement, et ce jusqu'à un « Bilan d'intégration ».

Enfin, à l'issue de la validation de sa période d'essai, le collaborateur échange avec l'entreprise dans le cadre d'un « Rapport d'étonnement », par lequel il expose sa vision jeune et objective de l'entreprise, sa vision critique (et bienveillante, évidemment !) de l'organisation et enfin d'éventuelles suggestions d'amélioration.

## *Quel est votre ressenti sur l'intégration des nouveaux entrants chez Chomette ?*

Mon ressenti à l'égard de cette intégration fût plutôt positif, c'est une étape qu'il ne faut surtout pas survoler, aussi bien pour le formateur, que pour les nouveaux collaborateurs. C'est vraiment le premier maillon de la chaîne Chomette.

Cette intégration m'a vraiment permis de bien comprendre l'entreprise. Chomette compte sur ses nouveaux collaborateurs pour prendre du recul sur son organisation et envisager des axes d'amélioration. C'est très valorisant !

## *Quel serait pour vous le principal point fort ?*

Selon moi, le point fort de l'intégration est surtout la chance de rencontrer tous les services qui sont mis à notre disposition pour être meilleur jour après jour. C'est un appui au quotidien que l'on ne retrouve pas dans toutes les entreprises, et je trouve que ces services supports ne sont pas assez valorisés dans l'entreprise.

Le deuxième point fort est vraiment le côté structuré de l'intégration : tout est conçu, imaginé, pour que cela soit simple, clair et concis. De la découverte de l'entreprise, en passant par la visite des locaux, en retraçant les produits, tout en laissant place aux interventions des personnes qui nous épaulent au quotidien. C'est vraiment simple de découvrir une entreprise, nos produits et les services mis à disposition lorsqu'une intégration est structurée comme celle-ci.



Amaud RAINBAULT Conseiller commercial Région Ouest Isère collective



## Au quotidien

### La lutte contre les discriminations est au cœur du quotidien du Groupe E.CF.

De nombreuses actions ont été menées depuis notre engagement dans la démarche, visant à encourager l'insertion et le travail avec handicap, à encourager la réinsertion sociale, ou encore à favoriser le bien-être des collaborateurs.

**Depuis 2006**, des indicateurs ont été mis en place permettant le suivi de la répartition Hommes/Femmes dans l'entreprise, le suivi de l'emploi local, le taux de formation, le nombre de nationalités différentes.

**En 2007**, la mobilité interne a été mise en place et développée depuis, pour de nombreux salariés.

**Depuis 2008**, une campagne annuelle de vaccination contre la grippe est proposée aux salariés et prise en charge par l'entreprise.

**Depuis 2009**, l'entreprise soutient localement l'association « Les Enfants de l'Ovale » de Grigny, fondation Philippe Sella, utilisant les valeurs du rugby, dans ses activités et éducation d'intégration des jeunes (embauches, soutiens financiers, dons de matériels, aide à la gestion...).

**Depuis 2011**, l'entreprise participe à l'accompagnement des jeunes avec « Les Lacs de l'Essonne ».

**Enfin, depuis mai 2012**, Chomette est partenaire de Cuisine Mode d'Emploi, centre de formation aux métiers de la restauration, parrainé par Thierry Marx.

### Actions réalisées durant l'exercice

Le Groupe a également participé au forum « Réussite Citoyenne » les 18, 19 et 20 octobre 2013, ainsi qu'au salon Handi' Café (speed dating entre jeunes et entreprises).

Soucieux du bien-être de nos collaborateurs, nous mettons en avant l'année précédente, la mise en place de formations Gestes et Postures pour une majeure partie de notre force de vente. Cette année, nous avons changé de thème et avons sensibilisé presque la moitié de nos commerciaux à la sécurité routière. Ludique et pédagogique avec l'utilisation de simulateurs, les participants ont été satisfaits. 72 personnes ont été sensibilisées notamment aux distances et vitesses de freinage ainsi qu'au téléphone ou tablette au volant.

## Indicateurs de mesure

**12**  
nationalités  
différentes  
(périmètre  
de consolidation)

**41,75 %**  
des salariés  
sont des femmes

**46,39 %**  
des salariés  
du Groupe vivent  
en Essonne



# Indicateurs Sociaux et Environnementaux

A partir de cette année, nous établirons un récapitulatif des principaux indicateurs sociaux et environnementaux reflétant l'activité et la démarche du Groupe. Ces indicateurs ne sont pas exhaustifs et représentent une synthèse de données plus complètes suivies au niveau Groupe.

## Indicateurs sociaux dans le périmètre de consolidation

	2011 2012	2012 2013	2013 2014
Effectif total groupe (Moyenne)	523,42	513,08	494,18
% de femmes dans le groupe	40,4	41,3	41,7
Nombre de nationalités différentes dans le groupe	11	12	12
Nombre de nationalités différentes au siège social	11	10	11
% d'emploi local dans le groupe (vivant en Essonne)	46,2	46,2	46,4
% d'emploi local au siège social Grigny	48,5	48,4	48,9
Nombre d'heures de formations effectuées au niveau groupe (Hors Santor)	4 413	4 757	4 773

## Indicateurs environnementaux

Fournisseurs / Produits	2011 2012	2012 2013	2013 2014
Nombre d'audits sociaux réalisés hors Europe	23	28	32
Nombre de fournisseurs ayant signé la charte éthique	100 %	100 %	100 %
Nombre de supports promotionnels imprimés sur du papier FSC ou PEFC	100 %	100 %	100 %

Consommations	2011 2012	2012 2013	2013 2014
% de réduction des impressions papiers consommés	-0,2 % par rapport N-1	-6,2 % par rapport N-1	+12 % par rapport N-1
Emission moyenne du parc automobile	122	116	117
Consommation en énergie interne (site de Grigny)	-2,6 % par rapport à 2008	+15 % par rapport à N-1 *	-8 % par rapport à N-1

\* Cette hausse est principalement liée aux températures extérieures de la saison, plus basses que l'année précédente, et sur une période plus longue, nécessitant une consommation de chauffage plus importante.

Associatif	2011 2012	2012 2013	2013 2014
Nouvelles catégories de produits recyclés au profit d'une association	Recyclage des téléphones portables	Circuit de recyclage des plateaux avec l'un de nos fournisseurs	Recyclage des livres des salariés lors de la 6 <sup>ème</sup> édition de la journée Développement Durable
Chèque versé au Resto du Cœur			80 000 €

# PERSPECTIVES

2014/2015



## **E.C.F** renouvèle son engagement pour de prochaines aventures Durables !

**Nous poursuivrons** nos actions au quotidien en accord avec notre politique d'adhésion à la Charte Globale Compact des Nations Unies,

**Nous continuerons et veillerons** à optimiser à nouveau notre impact transport (livraisons fournisseurs, clients et déplacements de nos commerciaux),

**Nous poursuivrons** les améliorations liées à notre impact sur l'environnement (via des sensibilisations sur les éco gestes, via la mise en place de nouvelles formes de recyclage...),

**Nous persisterons** à renforcer notre communication interne et externe autour de notre responsabilité sociétale (via des animations internes, via notre présence dans des salons ou des réseaux...), à sensibiliser nos fournisseurs dans notre démarche,

**Nous renforcerons** nos partenariats avec les associations et en développerons de nouveaux,

**Nous étudierons** comment améliorer le pilotage de notre démarche.



E.CF - 1 rue René Clair  
91350 GRIGNY  
www.ecf.fr



Le Groupe E.CF, leader Européen de la distribution de petits matériels et consommables aux professionnels de la restauration hors foyer et des métiers de bouche, s'efforce quotidiennement par ses réseaux commerciaux d'apporter aux 60 000 clients qui lui font confiance un service de qualité, des produits innovants et des

solutions techniques adaptées aux fortes exigences de leurs métiers. Avec un portefeuille de 40 000 références dont 7 000 stockées et disponibles sous 24/48h pour la France et 48/72h pour le Bénélux, un réseau de 52 points de ventes et de plus de 175 commerciaux qui visitent quotidiennement 3 000 clients, le groupe E.CF assure une présence forte tant auprès des professionnels de la restauration commerciale (CHR), que ceux de la restauration collective et des métiers de bouche (bouchers, charcutiers, traiteurs, poissonniers...) qu'ils soient indépendants, chaîne ou société de restauration.



**38** magasins franchisés  
sur la France



**19** technico commerciaux  
spécialistes de l'hygiène



**7** magasins / **11** commerciaux  
pour les métiers de bouche



**Dom Tom** : Guadeloupe, Réunion, Tahiti  
**Magreb et Moyen-Orient** : Maroc,  
Emirats Arabes Unis, Liban,  
1 Cash and Carry à Dubai  
**Asie** : Q-Restofair  
**Europe** : Italie  
**Restofair International** : ailleurs dans  
le monde

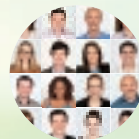


**175** commerciaux et **50** assistantes  
sur toute la France et le Bénélux



Leader de la distribution de petit  
matériel pour la restauration en  
Suisse Alémanique  
**8** commerciaux





This is our Communication on Progress  
in implementing the principles of the  
United Nations Global Compact.  
We welcome feedback on its contents.

2013 report

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT

FROM 1 APRIL 2013 TO 31 MARCH 2014



**1 Lasting relations  
with our partners**



**2 A range of  
environmentally-friendly  
products**



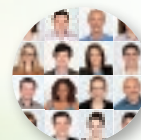
**3 Promoting  
greater responsibility  
in environmental matters**



**4 Controlling  
our impact on the environment  
more effectively**



**5 Promoting  
fairness in  
social relations**



**We are celebrating 10 years**  
of commitment to  
the United Nations Global Compact

10 years of sustainable development

## Editorial of the President

Thierry DRECO, Chairman of the E.C.F Group



10<sup>years</sup> ago, our group and all of its employees were already striving on a daily basis to act in compliance with the principles underlying the United Nations Global Compact.

This commitment was a real opportunity for all of us. It allowed us to advance our business, to educate our suppliers and partners and to improve the service provided to our customers.

More than ever, we are convinced that sustainable development and economic performance are inseparable. We are heading unreservedly into a new decade of research and commitment.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'T. DRECO'.



# 5

Our commitments

**1 - Lasting relations with our partners**

**2 - A more environmentally-friendly product line**

**3-Promoting greater environmental responsibility**

**4 - More effective control of our impact on the environment**

**5-Fairness in social relations.**



**E.CF is celebrating 10 years of its commitment  
(as a member of the United Nation's Global Compact).**

This decade will be marked by major changes in our area of responsibility for sustainable development. The first building block was our commitment to the United Nations Global Compact in 2004, which, amongst other things, has positioned our group as a pioneer in its sector of activity.

Another important milestone was the strategic choice to develop a range of green products meeting the needs of our customers and aiming to clearly demonstrate our commitment to this approach.

Many action plans have fuelled this decade in various fields: more effective control of our energy consumption, better management of our waste (on our site and in collaboration with our suppliers); vigilance in ensuring diversity, fairness within the Group and the well-being of our employees; the development of our actions with local partners, etc.

The implementation and sustainability of our commitment took form specifically through all these actions conducted during this period.

In a difficult economic context, as has been the case in recent years, the Group has managed to keep to the course of sustainable development.

We wish to emphasize that this success is based on the performance of our teams who are committed to this approach, both through their daily actions and also through their investments and their sharing of ideas.

This new report highlights our actions during the past year through an interview with an employee of the Group on a specific topic in relation to each of the commitments, followed by a description of daily and recently completed actions.

10 years of sustainable development

**Davood SETAYESH / Malika CHALLAL**  
Quality and sustainable development department

# 1 of lasting relations with our partners



Sébastien BESSEIGE, Product Manager for buffet environments and electrical materials



## Squeezers for the 'Restos du Cœur'

At the end of 2013, Chomette and its partner Mark & Styl organized a wonderful campaign combining generosity and solidarity for the benefit of the 'Restos du Cœur': **"Squeezers for restaurants"**.

This operation made it possible to collect €80,000 for the 'Restos du Cœur', i.e. **80,000 meals!**

The principle was straightforward. Boxes with 2 lemon squeezers and an image of the Restos du Cœur were offered to restaurant owners for resale to their customers. For each box sold, Chomette passed on 4 euro to the Restos du Cœur, allowing 4 meals to be handed out.

The lemon squeezer was chosen to be at the heart of this operation because it combined several qualities that fitted in very well with the values supported by the 'Restos du Cœur'.

- It allows the prevention of **waste** (consumption of lemon divided by 2!).
  - It is respectful of the **environment**: produced in France without Bisphenol A and 100% recyclable!
  - It is **ergonomic** and allows the user to choose his or her dose of lemon juice precisely without exposure to the acidity of the lemon that you get from squeezing by hand.
  - Furthermore, a product can have all these virtues and also be elegant, sophisticated and thus innovative.
- Chomette could count on investment from all the following, who were happy to take part in this great project: Paul Bocuse, who was an exceptional sponsor, the Chomette sales team, catering professionals, the specialist press, trade unions for the catering sector and restaurant-owner clients.

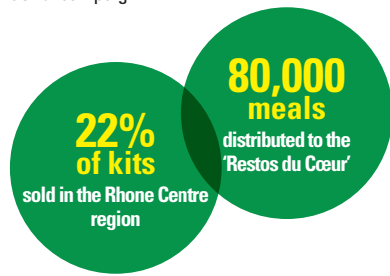
By way of examples, let us mention three great successes:

- **Mr Pignol**, an iconic caterer in the Lyons region, bought 35 kits of 12 boxes of lemons squeezers in 7 deals, just for himself, i.e. amounting to **1,680 meal** for the Restos du Cœur.
- **Henri-Noel Lepetit**, a member of the Chomette sales team in the Western region, has sold 122 kits all by himself, coming to **5,856 meals** for the 'Restaurants du Cœur'.
- Finally, a special mention must be made of the **Rhône Centre Region**, which did its sponsor proud and by itself accounted for 22% of all kits sold, i.e. **17,600 meals**.

The operation, initiated in September 2013, ended at the end of March 2014, with the sale of 1,650 kits of 12 boxes, and a cheque for 80,000 euros paid by Chomette!

This cheque will be presented to the "Restos du Cœur" in mid-June, in the Lyons establishment of Mr Pignol.

Many thanks to all those who initiated, promoted, sponsored, worked for and supported this wonderful campaign!



## On a daily basis

### A strong commitment from our suppliers

Since 2007, we have incorporated an ethical Charter setting out the 4 main topics of the Global Compact into our contracts with suppliers of goods:

- Respect for human rights,
- Working conditions,
- Fight against corruption,
- Respect for the environment.

Since 2008, company audits have been carried out for suppliers outside of Europe.

In 2009, we implemented a Charter of non-discrimination with our recruitment partners.

We only use FSC (Forest Stewardship Council) or PEFC (Pan European Forest Certification) materials for all our catalogues and promotional materials.

Since 2009, each year we have awarded one of our suppliers a Sustainable development trophy.

## Actions completed during the fiscal year



• **This year, the supplier ACS received the sustainable development trophy at the Chomette Business Convention on 13 February, 2014.** This award aims to promote the steps taken by our suppliers and to encourage other providers to follow suit. This supplier recently developed a waste treatment plant and has provided a clear undertaking based on 3 principles for improvement: reducing water consumption, the reduction of CO<sub>2</sub> emissions and reduction/optimization of the use of the fibres.

## Measurement indicators

32

company audits have been carried out since 2008

100%

of the product suppliers signed the Ethical Charter

100%

of the recruitment partners signed the Charter of non-discrimination

100%

of our promotional materials are printed on FSC or PEFC paper



• The Group's sustainable development department continues its commitment through the local network of enterprises 'the Lakes - sustainable development of the Essonne region'. In 2013, the E.CF group signed up to a brand new website for sharing information, the site "CSR resources" site. This resource centre should allow exchanges of best practices and experiences in CSR with other business leaders or local managers.



## 2 A range of environmentally-friendly products



Clotilde MÉNARD Hygiene Products Manager

### *A new organic range - Hotels*

After launching two product ranges for the hotel industry at the beginning of 2013 under the brands Tren Intense (urban range) and Tren serenity (spa range), we extended our offer in 2014 with a range called Tren Bio, composed of 3 certified Ecocert and organic cosmetic products: shower gel, shampoo and body milk.

For these 3 products, we used a beige/green and translucent packaging for a natural touch.

Certified Ecocert and organic cosmetic products are based on aloe vera, which is recognised for its healing properties.

For a full offer, Tren Bio is supplemented by these accessories: soap, a vanity set, shower cap and shoe sponge. These products are offered in recycled packaging, and the soap is manufactured from marine seaweeds known for their moisturising powers.



### *Santor Green*

As we wished to offer a range of eco-label and high-quality maintenance products to our restaurant owners, we reworked our offer using the SANTOR Green brand.

This is now the range that we recommend to our environmentally conscious restaurant owners.

We also modernised the Charter. Graph of this range, to which we have attached a clearer visual of the eco-label.



## On a daily basis

For several years, we have been able to identify two principles for shaping our work:

### Strength and durability of the products

- We commit ourselves to offering our customers the strongest and most durable products over time, focusing on recyclable materials (glass, stainless steel, plastic, cardboard, etc.)
- We are developing tests in daily life for the products before and after referencing (stress tests), monitoring breakages and manufacturing defects, etc.).

### Eco-citizen alternative

As soon as this is possible and where relevant, we promise to offer an ecological alternative to our customers. Since 2007, we have developed a range of 'green' products, have referenced eco-labelled products, and also incorporated ergonomic products.



## Actions completed during the fiscal year



### Green vision in the E.CF group: the disposable world

Around the ranges, Tren Bio, toiletries for hotels and Santor Green: an eco-label cleaning products range. The disposable world was featured on the 2014 catalogues, with a full and appealing offer for environmentally-conscious restaurant owners:

- Biodegradable cardboard cups
- Biodegradable and compostable cutlery made of corn starch
- Moulded fibre, 100% biodegradable plates
- Biodegradable and compostable plates made of sugar cane fibre.

New materials that will keep surprising us in the coming years!



### 3 Promoting greater environmental responsibility Measurement



Valérie ANGOT Communication Assistant



## The Solidarity Portal at E.CF

### *Why did you volunteer to participate in this Solidarity Portal?*

When I registered, I initially agreed in order to contribute to a good deed.

I was curious and wanted to know how an association operated on a daily basis and to compare it to corporate life.

### *What did you gain from this action of solidarity?*

First of all, the fact of bringing together several persons in the company who did not know each other apart from coming across each other in the corridors, and this was very interesting. Sharing this experience has brought us a bit closer.

### *How was that day organised?*

We were a group of 9 E.CF employees at the service of the "Planète Sciences" association, in order to help them in their daily lives. We were divided into 2 groups, each being coached by one of the association's facilitators.

The first group I was in had the task of storing, sorting, tagging and also throwing away any worn or broken objects.

The other group had to produce a model using very unusual objects. The association built playful objects using recovery items or accessories: bulbs, paper clips, screws, cardboard, etc.

Of the 5 facilitators present, 3 had training in electronics. They carry out educational scientific projects within schools, leisure centres, youth centres, etc. (on varied topics varied such as gravity, the effects of the sun, etc.) The role of this association is to enable children to discover science in a different way, making it fun and thus promoting academic achievement.

### *Would you repeat the experience?*

Yes, absolutely. Sharing and generosity are important. Meeting people while serving others gives a sense of well-being. We feel useful and that's rewarding. We should communicate more internally on the subject, increase our numbers significantly each year and why not extend the action to other associations. We could provide our advice on a daily basis, in order to help them gain time and productivity.

I was very pleasantly surprised by the very warm welcome and their availability.

They had planned a barbecue for lunch that we shared in their garden.

We "worked" in a good and convivial mood, stress-free, smiling and often even laughing.

I have very fond memories of it and would certainly do it again.

## On a daily basis

**Our environmental responsibility is given first place through effective communication.** Each year, since 2008, one day internally has been dedicated to sustainable development. The objective is to highlight our approach, our actions around campaigns of displays, quizzes, gifts to win, etc.

**Since 2012**, we have reinforced this awareness by adding two new essential operations within the Group: during the European Sustainable Development Week in April and during the European Waste Reduction Week in November.

**Since 2011**, we have also strengthened the integration process for new employees by systematically introducing them to our quality and sustainable development approach.

## Actions completed during the fiscal year

**STOP**  
food waste

### Food waste:

**This topic has been in the spotlight, especially during the annual internal sustainable development day.**

On 13 September 2013, this sixth edition provided an opportunity to educate children and adults about food wastage via exhibitions and an effective campaign during lunch: quizzes, gifts to win, flyers for awareness, etc.

The children of employees were also invited to take part in a drawing competition on the topic of the fruit and vegetables of the future.

Specifically, baskets of fruits were offered to employees during the week prior to the day, the money raised being subsequently donated to an association. At the end of the week and to avoid wastage, a "fruit cocktail" operation was offered to employees during break hours. Still on the topic of food waste, Chomette participated through donations of equipment to the "Banquet for the 5000" on 25 September, an event in Nantes for stimulating awareness among the general public about food waste.

## Measurement indicators

### Sporting events:

5 participants in the  
"La Foulée des Laveuses" race on  
June 16, 2013.

### Sixth edition of the Sustainable Development day



### Donations:

We support several charities through donations:

- 4 pallets of products were given to the Solidarity Gifts Association
- 30 pallets were given to the "Eqsphere" association
- 10 pallets were given to the "Secours Populaire"

In a one-time operation, we also had the opportunity to donate 48 products to one of our customers, the "Cape Seguin" restaurant, for a charity dinner that it organised for the year-end holidays.

A cheque for €80,000 paid to the association of the Restos du Cœur.



## 4 Greater control over our impact on the environment



## Workshops on carpools

### *Why were these workshops held?*

These workshops were actually organised at the request of several employees. Originally, in April 2013, we had prepared several events in connection with the European Sustainable Development week. One of the operations gave rise to a discussion about our travel levels, in the widest sense of the term. Around fifteen volunteers took part, the initial aim being simply to discuss this topic. At the end of this debate, the participants lobbied for workshops to be set up to keep these discussions going.

### *Which topics were addressed?*

The subject dealt with was car pools. The aim was to identify different paths within the company for pursuing this aim. Each of us stated our own opinion. We began by identifying the various possible actions, those already implemented within the company and the strengths and weaknesses of each action.

### *What did these workshops achieve?*

First of all, they allowed several discussions covering a range of different problems (working hours, lunch break, vending machines provided for employees, public transport in the area around the company, car pools with nearby companies, etc.) We also realised that several employees were independently using car pools, in particular

if they were on the same shift. We have therefore expanded the topic and have discussed the travel arrangements each employee could make (from an ecological and economic point of view). In fact, you should know that one car trip in 4 is less than 1 km! Or about 1 quarter of an hour on foot or 5 minutes by bike!

Employee awareness was raised in different ways regarding the optimisation of these travel arrangements: during the Sustainable Development day in September 2013, materials were provided for raising awareness of the topic of reducing lunch hour trips.



Malika CHALLAL

Quality and Sustainable Development Manager and Safety Officer





## On a daily basis

Since 2006, various types of waste recycling have been implemented and have been expanded over the years: boxes, paper, plastics, and plastic bottles, glass, batteries, waste electrical and electronic equipment, lamps, mobile phones, etc.

Since 2007, a circuit called 'Second life for products that would have been thrown away' has been created for the benefit of the following associations: The Red Cross and 'Les Enfants de l'Ovale' [the children of the Oval] for tableware products, 'Bouchons d'Amour' [Loving Corks] for bottle corks, 'Planete Urgences' [planet emergencies] in 2012 for mobile phones.

### Numerous actions have been developed to optimize our transportation and our packaging

- Use of the same form of ultra resistant cardboard to reduce our rate of breakage
- Improvements in our service avoid unnecessary returns and additional redelivery costs.

Our energy consumption also dropped during those years through different actions, in particular through the introduction of low consumption bulbs, motion sensors for lights, lights programmers, aerostats, raising awareness about ecological gestures, choosing greener vehicles for the fleet, etc.

## Actions completed during the fiscal year

### In the succession of actions aimed at reducing our energy consumption and our carbon impact, five main actions have been conducted on this principle:

- Setting up a working group internally to discuss possible improvements in relation to our transport.
- Twilight sensors were tested and implemented in the cafeteria in April 2013.
- Raising awareness among new sales staff in the company was strengthened in May 2013, by setting up a sales-orientated sustainable development training programme.

## Measurement indicators

A decrease by  
**14%**  
in the average emissions  
of the fleet of cars  
(index in CO<sub>2</sub> g/vehicle)  
Since 2009, from 130 to 117

**85%**  
of orders delivered  
in 1 go  
and completed

**-8%**  
in 2 years  
power/gas  
consumption  
(Grigny site)

Rate  
of breakages  
**< 0.47%**

- During the European Waste Reduction Week in November 2013, a recycling operation of quite a different kind was offered to employees: the recycling of books. For a week, employees were able to drop their books and exchange them with their colleagues in a spirit of collaborative consumption. The remaining books were passed on to the association "Library without borders."
- The year 2012 saw the inclusion of our first hybrid vehicle in the group's fleet. This fiscal year, we kept up the momentum and have added 2 new hybrid vehicles, including one for the Paris sales team. Today, hybrid vehicles are now offered to our sales staff whenever vehicles need to be changed.

## 5 Promoting fairness in social relations



Karol BOLUBASZ Employment and skills manager

# Improvement of the integration paths

### *Why this strengthening in the integration process for new employees?*

We are convinced that the integration phase is essential for generating loyalty from the employees, as first impressions are key in any relationship. We wanted to explore with Frédérique Lemay (HRD) how to introduce integration paths tailored to the job category and the level of responsibility of each new employee.

This approach should give the company and its operation greater visibility for new entrants, and promote collaboration and successful integration.

### *Specifically, what are the actions that have been put in place?*

Today, any employee who joins the E.CF group enjoys a real integration path, which starts even before his or her first day, through regular contact allowing them to anticipate more accurately what awaits them in the company, answering any questions and reassuring them if necessary.

Upon his arrival, the new employee receives an 'employment pack' that includes both his contract,

individual and persona elements and also his package of work tools, his welcome booklet and his integration planning.

Integration planning consists of meetings with all the people with whom he will be likely to have regular contact in the exercise of his tasks.

Progress checks are also provided throughout his trial period, to ensure that he understands his position, the tools, the company and its environment, up to the "Integration assessment."

Finally, upon successful completion of his trial period, the employee meets with the company in the context of a "surprise report", in which he communicates how he sees the company, bringing a youthful and objective perspective, his criticisms (and obviously the strengths) of the organisation and, if relevant, suggestions for improvement.

### *What do you think about how new staff members are integrated into Chomette?*

My feelings about this integration are rather positive. This is a step that should not be omitted, either for the trainer or for new employees. It's really the first step in their Chomette journey.

This integration really allowed me to understand the business. Chomette counts on its new employees to take a more objective view of its organisation and envisage ways of improving it. It is very rewarding!

### *What is the main highlight in your opinion?*

In my opinion, the strength of integration is above all the chance to meet all the departments available to us to help us improve every day. It provides daily support not found in all companies, and I find that these support services are not sufficiently valued in the company.

The second strength is really the structured side of integration: everything is designed and set up to make this simple, clear and concise. From discovering the company to visiting the premises, tracing the products, not to mention intervention from individuals who support us on a daily basis. It's really simple to discover a company, our products and the services made available when integration is structured as it is.



Arnaud RAIMBAULT Sales advisor to the Western Region community

## On a daily basis

### The fight against discrimination is at the heart of daily life for the E.CF group.

Numerous actions have been conducted since our commitment to the process, to encourage the inclusion of and working with the disabled, to encourage social reintegration and to promote the well-being of employees.

**Since 2006**, indicators have been in place for monitoring gender distribution in the company, monitoring local employment, education levels and the number of different nationalities.

**In 2007**, an internal mobility plan was set up and has since been developed for many employees.

**Since 2008**, an annual flu vaccine campaign has been available to employees and paid for by the company.

**Since 2009**, the company has been locally supporting the association "Children of the Oval" at Grigny, a Philippe Sella foundation, using the values of rugby, in its activities and education for the integration of young people (providing employment, financial support, donations of equipment, aid in management, etc.).

**Since 2011**, the company has been helping to provide assistance to young people through "the Lakes of the Essonne" programme.

**Finally, since May 2012**, Chomette has been a partner of "Cuisine Mode d'emploi" (Kitchen: Instructions for use), a training centre for the catering industry sponsored by Thierry Marx.

## Actions completed during the fiscal year

The Group also participated in the forum "Citizen Success" on 18, 19 and 20 October 2013, as well as the Handi Café Lounge (speed dating between young people and companies).

As we are concerned for the well-being of our employees, last year we provided 'gestures and postures' training for the majority of our sales team. This year, we changed topic and have raised awareness of road safety among almost half of our sales team. This was entertaining and educational with the use of simulators, and the participants were satisfied. 72 people have been sensitized to distances and braking speeds as well as using their phone or tablet at the wheel.

## Measurement indicators

**12**  
different  
nationalities  
(area of  
consolidation)

**41,75%**  
of the Group's  
employees  
are women

**46,39%**  
of the Group's  
employees live  
in the Essonne  
département



# Social and environmental indicators

Starting from this year, we will establish a summary of the main social and environmental indicators reflecting the Group's activity and approach. These indicators are not exhaustive and represent a synthesis of more comprehensive data monitored at group level.

## Social indicators in the area of consolidation

	2011 2012	2012 2013	2013 2014
Total Group work force (average)	523.42	513.08	494.18
% of women in the Group	40.4	41.3	41.7
Number of nationalities in the Group	11	12	12
Number of different nationalities at Head Office	11	10	11
% of local employment in the group (living in Essonne)	46.2	46.2	46.4
% of local employment at the Grigny headquarters	48.5	48.4	48.9
Number of hours of training at group level (Excluding Santor)	4,413	4,757	4,773

## Environmental indicators

Suppliers / products	2011 2012	2012 2013	2013 2014
Number of company audits carried out outside Europe	23	28	32
100% of product suppliers have signed the Ethical Charter	100%	100%	100%
Number of printed promotional materials on FSC or PEFC paper	100%	100%	100%

Consumption	2011 2012	2012 2013	2013 2014
% of reduction of paper printing used	-0.2% by comparison with N-1	-6.2% by comparison with N-1	+12% by comparison with N-1
The fleet's average emissions	122	116	117
Internal energy (Grigny site)	-2.6% by comparison with 2008	+15% by comparison with N-1*	-8% by comparison with N-1

\* This increase is mainly related to external seasonal temperatures, which were lower than the previous year and over a longer period, requiring a higher heating consumption.

Associative	2011 2012	2012 2013	2013 2014
New product categories recycled for the benefit of an association	Recycling of mobile phones	System for the recycling of trays with one of our suppliers	Recycling of employees' books at the sixth annual Sustainable Development day
Cheque paid to the "Resto du Cœur"			€80,000

# PROSPECTS for 2014/2015



## **E.C.F** renewed its commitment to its next sustainable adventures!

**We will continue** our actions on a daily basis in accordance with our policy (as a member of the United Nation's Global Compact).

**We will go on and ensure that** we once more maximise our impact Transport (delivery from suppliers and to customers and our business travel),

**We will continue** to improve our impact on the environment (by raising awareness of ecological gestures, via the establishment of new forms of recycling, etc.),

**We will persist** in strengthening our internal and external communications around our corporate social responsibility (via internal events, through our presence at fairs or on networks, etc.) and in educating our suppliers in our approach,

**We will strengthen** our partnerships with associations and develop new ones,

**We will study** how to manage our approach more effectively.





1, rue René Clair  
91350 Grigny  
www.ecf.fr



The E.CF group is the leading European distributor of small equipment and consumables for restaurants, hotels and catering trade professionals. Its daily aim is to increase its customer numbers to 60,000 customers who trust that it will provide a quality service, innovative products and technical solutions tailored

to the high demands of their trades. With a portfolio of 40,000 reference products including 7,000 stored and available in 24 / 48 hours for France and 48 / 72 hours for Benelux, a network of 52 sales points and 175 sales staff who, every day, visit 3,000 customers, the E.CF group maintains a strong presence both among professionals of commercial catering (CHR), collective catering and the food trades (butchers, pork butchers, delicatessens, fishmongers, etc.) whether they are independent, chains or catering companies.



38 franchise stores  
in France

19 technical-sales staff  
health and safety specialists

7 stores / 11 sales staff  
for the food trade

- **Overseas départements and territories** Guadeloupe, Réunion, Tahiti  
**North Africa and the Middle East:** Morocco, the United Arab Emirates, Lebanon

1 Cash and Carry in Dubai

Asia: Q Restofair

Europe: Italy

**Restofair International:** around the world

175 sales staff and 50 assistants in  
France and Benelux

Leader in the distribution of small  
equipment for the catering sector in  
German-speaking Switzerland  
8 sales staff

