



Rapport RSE et Développement durable ECF Group

2021

COMMUNICATION
SUR LE PROGRÈS



Ceci est notre **Communication sur le Progrès** sur la mise en œuvre des Dix principes du **Global Compact des Nations Unies** et soutenant les objectifs des Nations Unies.

Nous apprécierions vos commentaires sur son contenu.



Sustaining experiences in Hospitality & Care

Sommaire



Le mot du Président	P.5
Présentation ECF Group	P.6
Nos engagements RSE	P.14
Proposer des offres éco-responsables	P.18
Une gamme de produits plus respectueux de l'environnement.	P.20
Des relations durables avec nos parties prenantes.	P.22
Maintenir des partenariats durables.	P.22
Réduire notre empreinte écologique et promouvoir la sauvegarde de l'environnement	P.26
Un meilleur contrôle de notre impact sur l'environnement.	P.28
Promouvoir une plus grande responsabilité environnementale et sociétale. Promouvoir nos défis.	P.34
Développer les relations respectueuses, inclusives et équitables	P.38
Relations sociales équitables et respectueuses.	P.40
Perspectives	P.44





Edito

Le mot du Président

ECF Group est engagé depuis 2004 dans une démarche responsable, afin d'adresser les problématiques environnementales, sociales et sociétales et publie un rapport RSE annuel. Notre engagement est incarné par la signature du Pacte mondial des Nations Unies, auprès duquel nous avons renouvelé encore cette année notre adhésion. Nous soutenons et respectons les dix principes du Pacte dans les domaines de l'environnement, des droits humains, des droits du travail et de la lutte contre la corruption.

La crise sanitaire, difficile à bien des égards a eu un impact mondial sur les personnes et leur vision du monde. Une crise qui a également freiné le déploiement de notre politique RSE. Malgré tout, **ECF Group a continué à tenir ses engagements** en la matière. Après plusieurs décennies d'existence, notre Groupe doit sa résilience à son équilibre unique, à sa présence à l'international, sa relation durable avec ses partenaires et la fidélité et le professionnalisme de nos collaborateurs qui se sont avérés être un atout essentiel en cette année mouvementée.

Pendant cette période difficile de deux ans nous sommes restés solidaires de nos fournisseurs et clients et avons accompagné certains clients en difficulté, notamment en repoussant des paiements après la reprise de leur activité.

Partout, de l'Europe à l'Australie, nos équipes ont notamment pu s'appuyer sur les trois valeurs clés du groupe Performance, Professionnalisme et Proximité, pour s'adapter avec agilité, se réorienter et ainsi traverser avec résilience la crise sanitaire et économique de la COVID-19. L'engagement des fournisseurs partenaires et clients a également été remarquable durant toute cette période.

En 2021, nous nous sommes particulièrement attachés à recentrer nos actions sur le bien-être au travail de nos collaborateurs avec le déploiement d'une enquête Great Place To Work, la mise en place d'une charte de télétravail, et le renforcement de la santé et de la sécurité de nos collaborateurs et celles de nos visiteurs. Nous avons poursuivi des actions de réduction de notre consommation énergétique des bâtiments et de nos déplacements et enfin audité la performance de notre qualité de service nous permettant de renouveler cette année notre certification ISO 9001 version 2015.

Ce nouveau rapport traduit nos efforts et notre motivation à poursuivre les actions individuelles et collectives pour préserver notre futur.

Christophe Alaux
Chairman & CEO d'ECF Group

Présentation ECF Group

Notre histoire

ECF Group est une entreprise internationale de distribution spécialisée dans le développement de marques commerciales et de marques propres à destination des professionnels de l'hospitalité (hôtellerie, restauration commerciale et collective, tourisme...), du secteur santé-social (hôpitaux, cantines, EHPAD...) et des métiers de bouche (traiteurs, boucherie, charcuterie, poissonnerie, boulangerie...).

Depuis la création de la Maison Chomette, à Paris, en 1880, le groupe ne cesse de grandir par croissance organique et par acquisitions. Ainsi, depuis plus de 140 ans, c'est en

intégrant de nouvelles marques qu'ECF Group apporte une large palette de solutions spécialisées, adaptées aux besoins des professionnels confrontés en permanence à de nouveaux défis pour accueillir leurs clients.

Ces marques, nos enseignes, les accompagnent dans leur choix d'équipement d'arts de la table, de matériel de cuisine, de matériel d'hygiène, de matériel électrique, de mobilier, de buffet et des indispensables pour la vente à emporter ou la livraison. Sur trois régions principalement, en Europe, au Moyen-Orient et en Asie-Pacifique, les marques d'ECF Group sont au service de leurs clients grâce à un réseau structuré et efficace présent dans 20 pays.

Nos valeurs

Le professionnalisme, la performance et la proximité sont les trois valeurs qui sous-tendent la culture et le modèle économique de notre Groupe. Ces trois valeurs nous permettent d'agir collectivement dans une même vision, même ambition et invitent tous les collaborateurs à embrasser le changement pour adapter en permanence le collectif à un marché toujours plus exigeant.

PERFORMANCE

Garantir une qualité de service irréprochable et une croissance rentable pour notre groupe, nos filiales et nos clients. ECF Group, c'est la plus grande palette de produits et services permettant aux professionnels de performer chaque jour dans leur métier.

Nous répondons à tous les besoins d'équipement et de fourniture ; que ce soit en arts de la table, matériel de cuisine, mobilier, vente à emporter, gros matériel, buffet, textile ou bien en hygiène. Pour les aider à se concentrer sur l'essentiel, chaque jour, nous mobilisons nos ressources à la recherche constante de performance.

PROFESSIONNALISME

Être le partenaire de confiance qui fédère les meilleurs spécialistes dans chaque domaine et partage un engagement de tous les instants. Nous développons des marques commerciales et marques propres à destination des professionnels de l'hôtellerie, de la restauration, du tourisme, des collectivités, des métiers de bouche, ainsi que du secteur de la santé, et du social. Pour faciliter leur activité, chaque jour, nous mettons en commun nos savoir-faire avec professionnalisme.

PROXIMITÉ

Être à l'écoute tout en garantissant un accompagnement client inégalé, mêlant services et omnicanalité. ECF Group, c'est un collectif engagé pour nourrir l'expérience de nos clients. Chaque jour, ces derniers peuvent compter sur nos solutions omnicanales et sur la réactivité de notre supply-chain qui répond à toutes les demandes en temps réel, 7 jours sur 7. Avec l'ensemble de nos équipes partout dans le monde, au plus près de nos clients et de leurs souhaits, nous formons un réseau structuré et efficace capable d'agir avec une réelle proximité.

INDICATEURS CLÉS

Grâce à son esprit entrepreneurial et au soutien de grands partenaires financiers depuis plus de 20 ans, ECF Group est désormais le 1^{er} groupe de renom international dans son secteur d'activité.

ECF Group réunit
23 marques commerciales
et marques propres.

475M€
CHIFFRES D'AFFAIRES

1 300
COLLABORATEURS

20
PAYS

200 000
CLIENTS

7 jours/7, nos clients professionnels
peuvent compter sur nos solutions
omnicanales pour répondre à leurs besoins.

430
COMMERCIAUX TERRAIN
& VENDEURS MAGASIN

28
SITES WEB

70
MAGASINS CASH & CARRY

95
CONSEILLERS DE VENTE

Grâce à notre Supply Chain, nous sommes en
mesure de livrer près de 80%
de nos clients autour du globe sous 48h.

10 000
PRODUITS STOCKÉS

1 million
DE COMMANDES GÉRÉES

LIVRAISON SOUS
48h

TAUX DE SERVICE
97%

Création
de CHOMETTE

1880

Rapprochement
de Chomette
et de Favor

1920

Ecotel et
Chomette Favor
deviennent
ECF GROUP

2000

Ouverture
du 1^{er} magasin
de Dubaï

2004

Création du réseau
RESTOFAIR
INTERNATIONAL

2014

Acquisition de
Reward Hospitality
(Australie)

2015

Acquisition de
ANDY MANNHART
(Suisse),
et GROUPE LEPAGE
(Belgique)

2018

Acquisition de CHS (Italie)
LANTIN SUD EQUIPEMENT,
COBAL, NOVEO, IDERIA (France),
GOODFELLOWS (Grande-Bretagne),
BURNS & FERALL (Nouvelle-Zélande),
TAS HOTELS (Australie)

2019

Acquisition
de SMILE (Italie)

2020

Acquisition de
COLDIS, PROINOX (France),
VALUER (Italie)

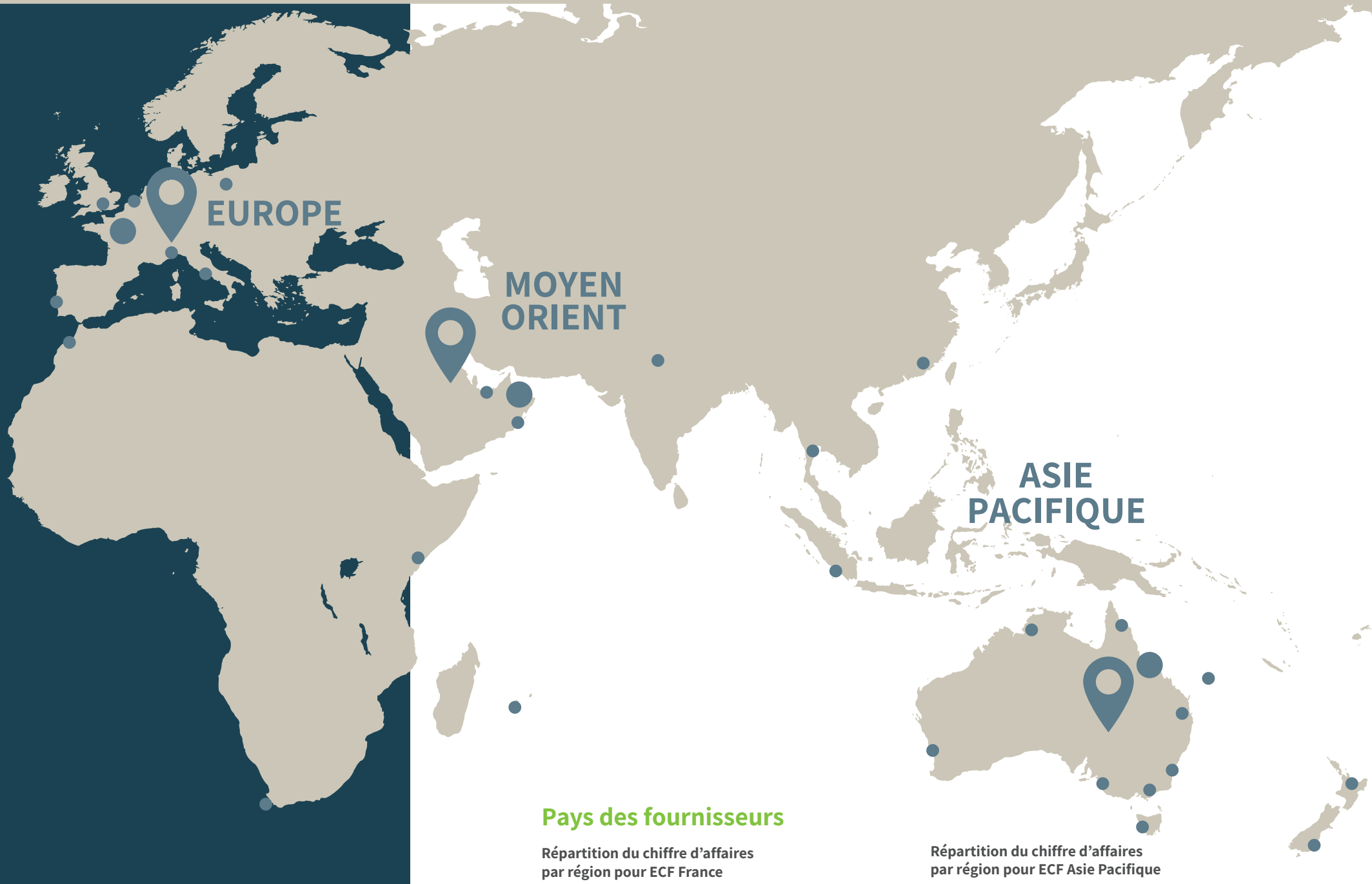
2021

Création de STUDIOC (France)
et STUDIOG (GB et Dubaï),
nouvelles marques
LUXE- LIFESTYLE

2022

ECF Group : un groupe international

Grâce à notre réseau international structuré en trois grandes régions : Europe, Moyen-Orient et Asie-Pacifique, nous apportons une solution rapide et sur-mesure à tous nos clients à travers le monde.



Europe

273

COMMERCE ET VENDEURS MAGASINS

48

MAGASINS CASH & CARRY

7

SITES E-COMMERCE

2

CENTRES D'APPELS

CHOMETTE

ecotel

la Corpo

SANTOR

COLDIS

LEPAGE

Andy Mannhart

GOODFELLOWS

CHS

Cobal

NOVÉO

PROINOX

Moyen Orient

7

MAGASINS CASH & CARRY

30

COMMERCE & VENDEURS MAGASIN

ECF Middle-East

RESTOFAIR

Andy Mannhart

Asie Pacifique

125

COMMERCE ET VENDEURS MAGASINS

18

MAGASINS CASH & CARRY

1

SITES E-COMMERCE

2

CENTRES D'APPELS

Reward Hospitality

RESTOFAIR

Andy Mannhart

Les marques propres d'ECF Group :
marques développées grâce à notre expertise pointue des produits, à notre savoir-faire et à notre connaissance fine des marchés.

A collection of logos for ECF Group's own brands. The first row includes icons for 'pro.mundi' (a glass), 'pro.cooker' (a pot), 'soft.clean' (a snowflake), and 'kleanning essentials' (a water drop). The second row features the 'SANTOR' logo, the 'PROINOX CUBISTO DEPOT' logo, and the 'Cobal' logo. The third row shows the 'COLDIS' logo with its distinctive wave symbol.

Pays des fournisseurs

Répartition du chiffre d'affaires par région pour ECF France

	CA 2021 (%)
France	55
Europe (hors FR)	27
Asie	8
Moyen Orient	7
USA	3
Total général	100
Répartition en Europe	82%

Effectifs

Répartition des effectifs par région

	CA 2021 (%)
ECF France	50
ECF Asie Pacifique	34
ECF Moyen-Orient, Afrique & Inde	9
ECF Asie Pacifique	7
Total général	100

Répartition du chiffre d'affaires par région pour ECF Asie Pacifique

	CA 2021 (%)
Australie	75,1
Asie	21,3
France	2,4
Nouvelle-Zélande	1,2
Europe	0,1
Total général	100
Répartition dans le Pacifique	76,3%

Ce rapport RSE et Développement Durable 2021 couvre les marques Chomette, Ecotel, Santor, La Corpo et Reward Hospitality

8

9

Nos clients

Collectif engagé et présent dans 20 pays, ECF Group réunit aujourd’hui 23 marques commerciales et marques propres à destination des professionnels :



RESTAURATION

Groupe hôteliers et hôtels indépendants



RESTAURATION RAPIDE

Vente à emporter, vente à distance, dark kitchen, snacking



HÔTELLERIE

Groupe hôteliers et hôtels indépendants



TOURISME

Hôtellerie de plein air, résidences de vacances, mobil-home, parcs d’attractions, gîtes



SANTÉ, ÉDUCATION ET SOCIAL

Hôpitaux, collectivités, crèches, cantines scolaires, EHPAD



MÉTIERS DE BOUCHE

Traiteurs, bouchers, charcutiers, poissonniers, pâtisseries





Gouvernance

Instance clé de la gouvernance du groupe, le Conseil de surveillance approuve les orientations stratégiques de l'activité d'ECF Group et veille à leur mise en œuvre. Il se réunit trimestriellement et compte à fin 2021, 8 administrateurs dont 1 administrateur indépendant et 1 censeur. Chaque administrateur apporte son expertise de haut niveau et son expérience reconnue dans les domaines qui intéressent ECF Group : développement à l'international, ...

Axel BERNIA	Administrateur représentant de Naxicap Partners et Président du Conseil de Surveillance
Dimitri Du MOULIN	Administrateur représentant de Naxicap Partners
Emmanuel BAILET	Administrateur représentant de Naxicap Partners
Philippe KLOCANAS	Administrateur représentant de WCP
Anthony GUILLEN	Administrateur représentant de WCP
Jean-Luc SAXOD	Administrateur représentant de HOREFI
Thierry DRECQ	Administrateur indépendant
Laurence ALZIARI	Censeur désigné par Financière Groupe Ecotel

Des comités spécialisés (RSE et audit) sont en cours de création au sein du conseil de surveillance et du COMEX. Le comité exécutif du groupe est composé de :

Christophe ALAUX	Président ECF Group
Corinne LEDUC	Directeur général ECF Group
Bertrand FERRATON	Directeur financier et juridique
David BULL	Directeur général ECF Asie-Pacifique
Yann DHALLUIN	Directeur général ECF Moyen-Orient, Afrique & Inde
Raphaël SAXOD	Directeur général Restofair RAK
Davood SETAYESH	Directeur des Systèmes d'Information et Qualité

Nous avons également des comités opérationnels spécialisés trimestriels :

Comité d'investissement
Comité Qualité

Nos engagements éthiques

Tout au long de son évolution et de son développement, ECF Group s'engage à fonctionner conformément aux principes éthiques et de responsabilité d'entreprise.

Le respect des principes éthiques tels que l'intégrité et la loyauté a toujours été au cœur de la stratégie et du système de valeurs d'ECF Group, ces principes sont formalisés au sein d'un système anti-corruption complet, qui peut être consulté et téléchargé à partir de notre site Web.

Ce système repose sur les trois éléments principaux suivants :

- 1/ Un code de conduite destiné à rappeler à l'ensemble des collaborateurs du Groupe les comportements à éviter ou à privilégier face à certaines situations potentiellement risquées dans le cadre de l'exercice de leur activité professionnelle.
- 2/ Un Système d'Alerte destiné à permettre à tout employé ou partenaire du groupe de signaler toute situation qui serait contraire au code de conduite cité ci-dessus mais aussi à toute réglementation nationale ou internationale.
- 3/ Le formulaire de déclinaison définissant les critères spécifiques applicables en France, en Belgique et au Luxembourg en termes de « cadeaux et invitations ».

Le respect des hommes et des femmes et la conformité avec les normes et standards internationaux sont au cœur même de la stratégie et du système de valeurs d'ECF Group. Le code de conduite donne les principes d'action et éthiques retenus et applicables pour l'ensemble des collaborateurs vis-à-vis de nos clients, fournisseurs, actionnaires, partenaires, quel que soit le métier ou le pays d'activité.

C'est en respectant ces principes que nous souhaitons et pourrions accompagner au mieux nos clients et renforcer la proximité avec nos partenaires externes. Ils sont indéniablement clés pour renforcer la performance du groupe sur le long terme.

Pour chaque risque de corruption identifié au sein d'ECF Group grâce à la réalisation de la cartographie des risques, le code vise à définir les règles à suivre concernant différents processus :

- Cadeaux et invitations
- Partenaires commerciaux
- Conflits d'intérêt
- Paiements de facilitation
- Recrutement et nomination
- Dons, mécénat et sponsoring
- Acquisitions et prise de participation
- Tenue et exactitude des livres et registres



REWARD HOSPITALITY a publié sa politique et sa déclaration de lutte contre l'esclavage moderne, dans le cadre de la loi australienne, légiférée en 2018, deuxième législation au monde à définir et lutter contre l'esclavage moderne. En 2021, après la reprise de l'activité, un questionnaire permettant de mesurer ce risque a été adressé aux fournisseurs.

Nos engagements RSE

Un Groupe engagé

Notre démarche RSE et développement durable a été initiée en 2004. Depuis 2004, nous avons choisi d'adhérer à la Charte du Pacte Mondial des Nations Unies en adoptant ses principes fondamentaux : le respect des droits de l'homme, les conditions de travail et les normes internationales du travail, la lutte contre la corruption et le respect de l'environnement.

Chacune de nos actions est porteuse de notre engagement en faveur de l'environnement, de l'humain, de la solidarité et de la diversité. Ces résolutions façonnent la culture d'ECF Group et sont d'autant plus fortes qu'elles s'appuient sur un socle de valeurs immuables, partagées avec l'ensemble de nos collaborateurs et partenaires.

Cette dynamique se traduit concrètement par 3 engagements que nous avons à cœur de défendre depuis 15 ans maintenant.

NOUS SOUTENONS
LE PACTE MONDIAL

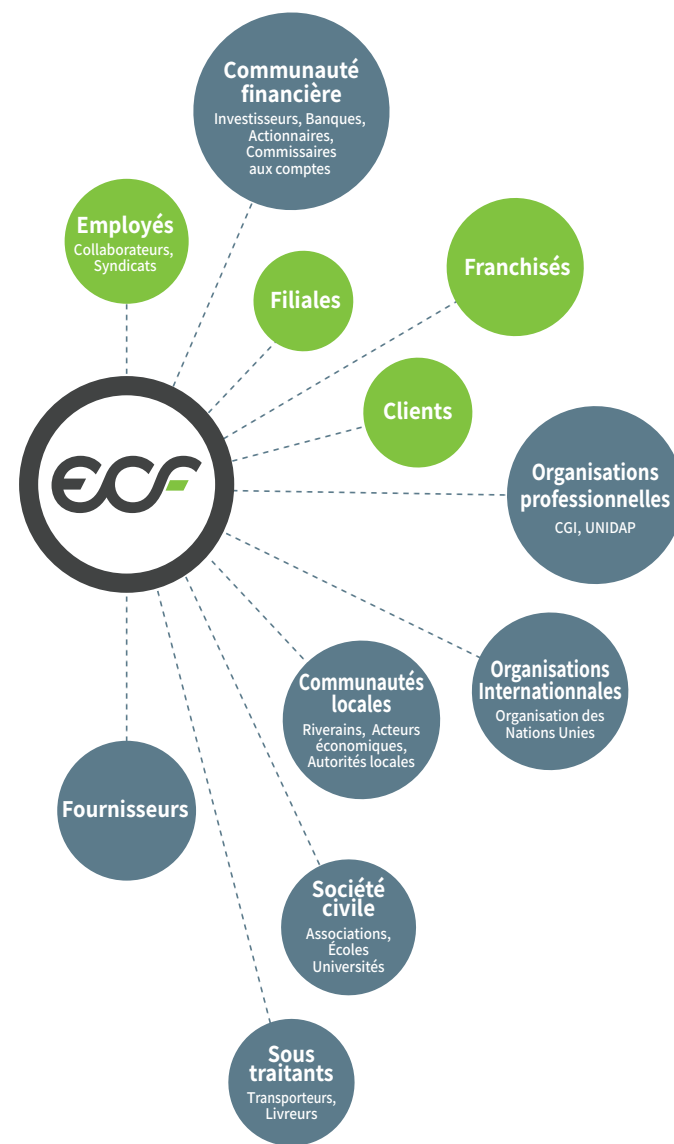


Nos parties prenantes

Pour ECF Group, dont les activités et le modèle d'affaires reposent sur des interactions entre un grand nombre de parties prenantes, entretenir des relations pérennes, bénéfiques et durables avec ces dernières constitue un enjeu crucial.

ECF Group a ainsi fait le choix de s'inscrire dans un modèle de création de valeur partagée avec l'ensemble de ses parties prenantes, à la fois internes et externes, avec une attention particulière envers :

- ses collaborateurs
- ses clients
- ses partenaires d'affaires



Nos engagements



#1

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE ÉCOLOGIQUE ET PROMOUVOIR LA SAUVEGARDE DE L'ENVIRONNEMENT

■ Une meilleure maîtrise de notre impact sur l'environnement. Pour minimiser l'impact de nos activités, nous cherchons continuellement à mettre en place de meilleures pratiques et à privilégier des solutions à faible empreinte environnementale.

■ La promotion d'une plus grande responsabilité en matière d'environnement et social. Former, impliquer, valoriser : l'entreprise sensibilise ses collaborateurs aux enjeux qui façonnent le monde d'aujourd'hui et leur fait vivre une expérience d'autant plus forte qu'elle est partagée, solidaire et tournée vers l'avenir.



#2

PROPOSER DES OFFRES ÉCO-RESPONSABLES INCLUSIVES ET ÉQUITABLES

■ Une offre produits plus respectueuse de l'environnement. ECF Group source et sélectionne en permanence des produits détenteurs des labels les plus rigoureux. Pour compléter cette approche, nous nous assurons également de la durabilité de nos produits.

■ Des relations durables avec nos partenaires. ECF Group est au service et à l'écoute de ses clients pour améliorer sa qualité de service et associe ses fournisseurs à sa politique de Développement Durable et les sélectionne en intégrant des critères relatifs aux aspects environnementaux et sociaux.



#3

DÉVELOPPER DES RELATIONS RESPECTUEUSES, INCLUSIVES ET ÉQUITABLES

■ Des relations sociales équitables et respectueuses. ECF Group est soucieux de l'épanouissement professionnel et personnel de ses collaborateurs en déployant des pratiques sociales, pour assurer le bien-être, la santé et la sécurité au travail.





Contribution d'ECF Group aux objectifs de développement durable des Nations Unies



ODD 5 : Nous sommes vigilants à l'égalité des chances, l'équité salariale et la représentativité des femmes à tous les niveaux de responsabilité de l'entreprise.



ODD 8 : Nous travaillons en amélioration continue sur ce sujet à travers nos fournisseurs et les produits et services que nous proposons. Nous sommes engagés sur les principes de Global Compact ainsi que sur l'amélioration continue des conditions de travail et de la formation.



ODD 10 : Nous sommes engagés dans la lutte contre les discriminations et pour la diversité et nous assurons de l'égalité des chances dès l'embauche et pour l'accès à des postes de décision.



ODD 12 : Nous travaillons à réduire nos déchets et améliorer notre taux de recyclage; aussi nous choisissons toujours plus de produits éco-responsables et créons des gammes de produits d'hygiène à impact réduit sur l'environnement.



ODD 13 : Nous avons réalisé notre premier bilan carbone incluant le scope 3 en 2009, puis un second en 2018 pour faire le point sur nos actions. Nous avons également, en 2019, réalisé notre plan de mobilité et travaillons à la sélection de véhicules à faible émission et hybride pour notre flotte interne de véhicules.



ODD 14 et 15 : Nous avons un impact sur ces ODD mais nous essayons de les réduire en proposant à nos clients toujours plus de produits et de gamme avec un impact réduit sur les écosystèmes aquatiques et terrestres (produit d'hygiène et de nettoyage) et des produits labellisés PEFC/FSC pour une gestion durable des forêts. Nos catalogues ou imprimés sont également PEFC/FSC. Nous travaillons également à réduire nos déchets et augmenter leur taux de recyclage.



Proposer

des offres éco-responsables



Axe n°1

Une gamme de produits plus respectueux de l'environnement.

Offrir à nos clients une alternative écologique

Accompagner les clients dans leur transition environnementale est une volonté partagée par toutes les filiales d'ECF Group. Pour se faire, les actions menées se sont concentrées sur la mise en adéquation des besoins de nos clients avec des produits durables avec un impact réduit sur l'environnement et la recherche d'alternatives plus écologiques.

DES PRODUITS DURABLES ET TOUJOURS PLUS DE PRODUITS LABELLISÉS

Nos produits sont pour la très grande majorité durable : le verre, la céramique et l'inox constitue notre offre principale de produits. Nous offrons des équipements pour les professionnels, nous sélectionnons donc des produits résistants et durables. Concernant les produits pouvant être soumis à labellisation : les consommables de table, la vente à emporter, les produits

d'hygiène ou le textile qui représentent 20% de nos ventes, nous augmentons progressivement la part des produits respectant des labels rigoureux tels que FSC, PEFC, Ok Compost, Nordic Swan Ecolabel (Le Cygne blanc) et European Ecolabel. Notre offre de produits labellisés dans le catalogue constitue plus de 51% de ces univers et a augmenté de 63% au cours des cinq dernières années pour ECF France et de 91% pour ECF Asie Pacifique. Nous nous efforçons également de travailler sur leur valorisation au sein de nos catalogues.

INDICATEURS CLÉS

Avancée groupe exercice 2021

561 **63%**
d'augmentation en 5 ans
Produits éco-labellisés
au catalogue
de Chomette et Ecotel

529 **91%**
d'augmentation en 5 ans
Produits éco-labellisés
au catalogue
de Reward Hospitality



REEMPLACER LE PLASTIQUE

Les produits à emporter ont fait l'objet d'une réflexion globale, dans le groupe (Europe Et Asie Pacifique) depuis 2017, en accompagnement des évolutions des réglementations de chaque pays visant à la réduction de l'utilisation du plastique dans la vaisselle jetable. L'objectif est de proposer à nos clients des produits éco-responsables ou durables pour remplacer le plastique, tout en répondant à leurs attentes.

Des matériaux tels que le carton PLA (carton avec film PLA = bioplastique à base de résidus végétaux, le plus souvent de l'amidon de maïs) et la bagasse compostable (dérivée de fibres de canne à sucre) ont été sélectionnés. Ainsi toute une gamme de contenants en kraft FSC, des pailles en papier FSC, des couverts en bois FSC, des gobelets carton ont été déployés dans nos filiales à travers le monde. Les ventes réalisées par Reward Hospitality avec notre fournisseur BioPak ont permis d'éviter 483 tonnes de plastiques.

ECF Group a créé à cette occasion une nouvelle marque distributeur, **Earth essentials**, une alternative aux emballages traditionnels pour la vente à emporter. La région Asie Pacifique est la première à développer cette marque, avec une gamme de produits carton qui font actuellement l'objet de tests pour une certification de produits compostables (avec Din Certco pour AS4736 (Compostage commercial) et AS5810 (Compostage domestique)).

DU JETABLE AU RÉUTILISABLE

Les solutions d'emballage non-plastique sont une première étape vers les contenants réutilisables, de formats différents et adaptés à la consigne, comme par exemple la gamme So Urban d'Arcoroc. La consommation sur place sera également progressivement concernée, ainsi, en France dès le 1^{er} janvier 2023, les repas de la restauration rapide pris sur place devront être servis en contenants non jetables.

DES PRODUITS DE NETTOYAGE ET D'HYGIÈNE MOINS IMPACTANTS POUR L'ENVIRONNEMENT

En ce qui concerne notre gamme de produits de nettoyage, nous orientons notre approvisionnement vers des produits sans mention de danger et élargissons notre gamme de produits avec un impact réduit sur l'environnement. Par exemple, en 2017, en France, nous avons lancé **Kleaning Essential**, une gamme de 19 produits d'hygiène sans étiquetage des risques, ultra efficaces et 100% naturels. Santor propose également des alternatives écologiques avec **Santor Green**, une gamme complète de solutions respectueuses de l'environnement.

En 2021, nous avons enrichi cette offre avec une lessive labellisée Ecolabel Européen en feuille, éco-responsable, compacte et permettant de réduire notre impact environnemental et celle de nos clients.

Pour les produits d'hygiène, pour nos clients hôteliers, notre marque Reward a lancé en 2016, une gamme **Choyer Earth** de 35 produits, qui comprend des gels douches, shampoings ou encore des lotions avec une composition et un contenant avec un impact réduit sur l'environnement.



Axe n°2

Des relations durables avec nos parties prenantes. Maintenir des partenariats durables.

Développer les collaborations avec nos parties prenantes

Nous nous attachons à développer des relations solides et durables avec l'ensemble de nos parties prenantes, que ce soit avec nos fournisseurs, nos prestataires, nos clients ou encore avec les associations que nous soutenons.

Nous nous approvisionnons auprès de plus de 440 fournisseurs, dont la grande majorité sont en Europe occidentale (France, Belgique, Espagne, Suède, Allemagne, Italie, Royaume-Unis, Pays-Bas, ...), 62% d'entre eux sont des fournisseurs français et 89% sont des fournisseurs européens. Nous entretenons avec nos fournisseurs des relations de confiance qui s'inscrivent dans la durée, et pour la majorité d'entre eux nous avons des relations de longue date. C'est ainsi que nous travaillons depuis plus de 10 ans avec 81% de nos fournisseurs et depuis plus de 20 ans avec 30% d'entre eux.

Au travers de notre « écoute clients », nous mettons tout en œuvre pour développer des échanges durables avec

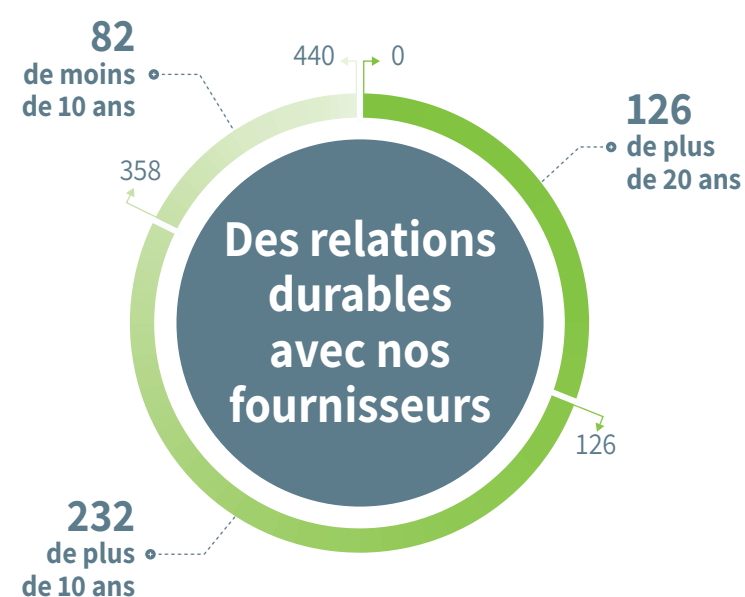
nos clients. En proposant des conseils et avec une grande disponibilité, nous essayons de répondre au quotidien à la demande de nos clients. Dès le premier confinement lié à la crise sanitaire, nous avons su anticiper, écouter et accompagner nos clients qui ont été durement touchés avec de longues périodes de fermeture. Ainsi pendant cette période, nous avons suspendu le processus des relances automatisées et de recouvrement liés aux paiements des commandes et nous les avons invités à nous contacter en cas de besoin et/ou de difficulté et avons mis en place des facilités de paiement via des échéanciers voire différé les paiements en attendant la reprise d'activité.

Nous attachons autant d'importance aux parties prenantes internes. Cette préoccupation fait l'objet d'un axe d'engagement à part entière. Cela se traduit par un attachement réciproque des collaborateurs et des marques du groupe, et une ancienneté moyenne de nos collaborateurs de 10,9 ans.

INDICATEURS CLÉS

81% des fournisseurs ont plus de 10 ans d'ancienneté
(28% ont plus de 20 ans d'ancienneté)

10,9 ans :
ancienneté moyenne des salariés pour ECF France



Veiller à la bonne conduite de nos fournisseurs et encourager nos partenaires à adhérer à une approche de développement durable

Dans le cadre de notre politique d'achats, nous privilégions le partenariat avec des fournisseurs souscrivant à notre démarche Développement Durable. Ainsi la grille de sélection des fournisseurs intègre l'analyse de leurs actions en termes de développement durable.

Reward Hospitality a de plus publié sa déclaration de lutte contre l'esclavage moderne et lancé en 2021 le déploiement d'un questionnaire pour analyser ce risque auprès de ses fournisseurs, auquel 44% des fournisseurs ont déjà répondu. Et 84% des fournisseurs ont déjà signé la charte d'engagement contre l'esclavage moderne. Ceci en respect de la loi australienne, promulguée en 2018, deuxième législation au monde à définir l'esclavage moderne.

Concernant nos fournisseurs en Asie (8% de notre chiffre d'affaires), nous travaillons avec un agent français basé à Hong Kong et Shenzhen, qui visite toutes les nouvelles usines avant leur référencement, en s'assurant notamment des conditions de travail. C'est également notre agent qui assure les inspections de pré-chargement et surveille également l'évolution des conditions de travail.

De plus, nous avons mandaté depuis 2008 l'organisme SGS pour réaliser des audits sociaux sur plus de 60 points de contrôle auprès de nos fournisseurs hors Europe. Les conditions de travail sont évaluées suivant neuf thématiques telles que le travail des enfants ou encore l'environnement. Cette année, les audits ont été suspendus et reprendront après la crise sanitaire.

Au-delà de la collaboration souvent commerciale établie avec nos parties prenantes externes, ECF Group souhaite développer un partenariat basé sur le respect des principes humains fondamentaux et de l'environnement. Pour matérialiser cette vision partagée, depuis 2007 nos fournisseurs s'engagent chaque année, en signant notre « charte fournisseur ». Voici les 7 principes fondamentaux qui la constituent :

- **Supprimer l'esclavage**, le travail forcé ou obligatoire et à n'y recourir sous aucune forme.
- **Ne pas employer ou faire travailler des enfants de moins de 14 ans** pour des tâches pénibles de production, fabrication ou encore d'assemblage.
- **Assurer aux travailleurs le droit de s'organiser librement en syndicats** ou autre organe de représentation.
- **Accorder aux travailleurs une rémunération** satisfaisant leurs besoins fondamentaux et ceux des membres de leurs familles qui dépendent directement d'eux.
- **Garantir aux travailleurs des conditions de travail**, notamment en ce qui concerne la durée du travail, permettant d'assurer leur santé, leur sécurité et leur intégrité morale.
- **Respecter l'égalité des chances en matière d'embauche et de rémunération** en ne pratiquant aucune discrimination basée sur l'appartenance ethnique ; la couleur, le sexe, les convictions politiques ou religieuses.
- **Respecter l'environnement**, en s'assurant de ne pas rejeter dans la nature des produits ou substances dangereuses.





Être au service et à l'écoute de nos clients

ECF Group est un groupe engagé à nourrir l'expérience de nos clients. Cette année encore nous allons accompagner nos clients dans la transition de la vente sur place et à emporter vers de la vaisselle réutilisable et la consigne. La proclamation par l'ONU « 2022, Année internationale du verre », mettant en valeur les vertus écologiques du verre, durable, sain pour la conservation des aliments et qui peut se recycler à l'infini, soutient cette démarche et la nouvelle réglementation française associée.

UNE GESTION RGPD MAÎTRISÉE

Nous nous soucions de la protection des données personnelles de nos clients, nous avons donc une gouvernance avec un Délégué à la protection des données personnelles (DPO), des registres des activités de traitement, des procédures dédiées, que nous nous attachons à améliorer de façon continue.

UN SYSTÈME DE MANAGEMENT DE LA QUALITÉ DE LONGUE DATE

Nous souhaitons également garantir auprès de nos clients une qualité de service de nos équipes support et de notre supply chain, pour cela nous avons déployé pour le siège social ECF Group, Chomette et Santor un système de

management de la qualité certifié ISO 9001 depuis janvier 2007. Au travers de notre démarche de certification, nous améliorons en continu nos performances et nos systèmes de management. Nous nous engageons au respect et à l'homogénéité de la qualité de nos services sur tout le territoire et à l'international. Nos indicateurs de suivi et les enquêtes annuelles de satisfaction clients nous permettent d'être à l'écoute pour améliorer notre qualité de service.

BANNIR LES PRODUITS NOCIFS POUR L'HOMME ET L'ENVIRONNEMENT

Enfin, nous nous soucions de la santé et la sécurité de nos clients. Tous les produits commercialisés sont rigoureusement contrôlés et respectent les normes et réglementations françaises et européennes. Tous les produits nocifs pour la santé, en particulier ceux contenant des agents CMR (cancérigène, mutagènes, ou toxique pour la reproduction) sont écartés, en France comme dans le Pacifique. Nous proposons toujours plus d'alternatives avec des produits moins nocif pour l'environnement.

Le renouvellement de la certification ISO 9001 version 2015 a été réalisé avec succès en 2021.

Améliorer notre qualité de service pour réduire nos impacts écologiques

Dans un souci d'amélioration continue, nous écoutons nos clients et travaillons à améliorer nos expéditions, que ce soit sur l'emballage, le calage ou la livraison.

L'emballage est souvent évité quand cela ne s'avère pas nécessaire. La livraison est assurée sans sur-emballage pour tous les produits déjà emballés par nos fournisseurs qui ne présentent pas de risque de casse ou de vol. Pour les commandes d'article en vrac et nécessitant une protection contre la casse, nous avons plusieurs tailles de cartons d'expédition. Nos emballages en carton sont tous certifiés FSC, sont composés de matières recyclées à hauteur de 83% à 100% et sont 100% recyclables.

Aussi, pour le **calage intérieur**, le polyester a été remplacé par une plaque de cellulose en 2009 et le papier bulle de calage est progressivement remplacé par des feuilles froissées ou boudins de papiers kraft ou par du carton depuis 2019 sur les chaînes de préparations manuelles et

est assurée par une feuille plastique thermo-fondue sur notre chaîne mécanisée de notre entrepôt ECF France.

Nous travaillons à réduire les emballages de nos produits en France comme en Asie Pacifique, ainsi par exemple, sur la chaîne mécanisée de notre plateforme logistique en France, des tests avec un petit format de carton ont été réalisés fin 2019, la crise sanitaire ayant fortement réduit nos activités, nos travaux pour réduire la taille de nos emballages peuvent reprendre. Autre initiative, en 2021 de Burn and Ferrall s'appelle maintenant : Reward Hospitality NZ qui a remplacé le polystyrène pour emballer les éviers en céramique au profit de carton recyclable, ce qui permet de réduire le volume des déchets chez nos clients et de réduire leur coût de traitement.

Nos fournisseurs directs sont très majoritairement situés dans le pays où nous opérons, ce qui permet de faciliter les échanges et de réduire le transport des marchandises.

INDICATEURS CLÉS

ECF France :

62% du CA
réalisé avec des fournisseurs français, **89% en Europe** et **8% en Asie.**

ECF Asie Pacifique :

75% du CA
réalisé avec des fournisseurs australiens et **21% en Asie**

0 rappel
de produit commercialisé

ISO 9001 renouvellement de la certification obtenu en France en 2021

Réduire
notre empreinte écologique
et promouvoir la sauvegarde
de l'environnement



Axe n°3

Un meilleur contrôle de notre impact sur l'environnement.

Le changement climatique constitue l'un des principaux enjeux de notre temps, mais nous devons également faire face à des enjeux de biodiversité et d'épuisement des ressources minérales. Nos activités, à travers entre autre la fabrication des produits que nous vendons, leurs transports, notre activité logistique, la mobilité de nos collaborateurs et la consommation énergétique de nos bâtiments, ont un impact sur ces enjeux environnementaux et à l'inverse ces grands enjeux risquent d'impacter notre activité.

Maitriser l'impact sur nos installations

Afin de réduire l'impact environnemental et protéger nos collaborateurs, nous nous conformons à la réglementation pour nos installations classées pour la protection de l'environnement et nos magasins. Nous assurons des contrôles réguliers et améliorons en continu la performance de nos équipements et de nos processus.

Cette année, nous avons par exemple centralisé la sécurité et la maintenance des équipements de sécurité incendie et d'évacuation pour tous nos sites en France et avons modernisé le système de sécurité incendie pour réduire la propagation du feu et ajouté des caméras thermiques. De même, la sécurité incendie de la principale plateforme logistique de la région Asie Pacifique à Yatala a été vérifiée et challengée avec les services d'incendie du Queensland.

De même, pour ECF Asie-Pacifique, cette année, les agents d'ECF Asie Pacifique ont été formés aux premiers soins et la sécurité incendie de la principale plateforme logistique de la région Asie Pacifique à Yatala a été vérifiée et challengée avec les services d'incendie du Queensland.

Notre consommation d'eau est suivie, même si elle se restreint principalement à l'usage sanitaire et pour le réseau de sprinklage après les tests annuels (extincteur automatique-à-eau).

Enfin, dans une moindre mesure, ECF Group contribue à la préservation de la biodiversité, en entretenant les espaces verts au siège social avec des produits 100% Bio et « zéro-phyto » ainsi qu'en utilisant la technique du paillage pour réduire les besoins en eau et le désherbage.

Réduire et recycler les déchets

RÉDUIRE ET OPTIMISER NOTRE CONSOMMATION DE PAPIER

La digitalisation de certains processus permet de réduire notre impact sur notre consommation de papier. A ce jour, nous répondons aux appels d'offres des marchés publics par ce moyen et proposons à nos clients la dématérialisation de leurs factures. Pour Chomette, actuellement 46% des clients ont choisi la facture dématérialisée. En Asie Pacifique, la digitalisation réalisée en 2020 de différents processus tels que ceux de la formation, les tests de connaissances et le suivi HSE a permis une réduction en 2021 de 43% de la consommation de papier.

TRI ET RECYCLAGE DES DÉCHETS

Depuis 2016, nous avons mis en place le tri des déchets dans nos bureaux. Sur nos plateformes logistiques, nous appliquons le **tri 5 flux**, notamment pour le papier, le carton, le plastique, le bois, les métaux ferreux mais aussi les déchets dangereux, qui font l'objet d'une collecte dédiée. En France, par exemple, nous travaillons avec des prestataires dédiés et locaux pour les palettes dont nous n'avons plus besoin pour qu'elles soient collectées, réparées et remises en service contribuant à l'économie circulaire.

Concernant nos **déchets informatiques**, ceux-ci sont limités, au siège social du groupe, nous conservons notre matériel informatique bien au-delà de leur période de garantie, et les équipements qui ne nous sont plus utiles mais toujours fonctionnels, nous les reconditionnons pour en faire don à une école ou une association.

Depuis de nombreuses années, nous nous sommes engagés à **ne jeter aucun produit en bon état**. Tous les retours client, toutes les fins de série n'ayant pas trouvé d'acheteur, font sans exception, l'objet de donations. Lors de déménagement ou de réorganisation de bureaux, si nous devons changer le mobilier, nous évitons de les jeter et nous nous efforçons de trouver des repreneurs sur le territoire. En 2021, ce fut le cas pour le siège ECF Group à Grigny.

INDICATEURS CLÉS

-7% de tonnage d'édition papier (versus l'année 2016)

46% de nos clients ont choisi la facture dématérialisée

78% des déchets sont recyclés (hors valorisation énergétique)

0 tonne de produits fonctionnels jetés



Réduire notre impact sur le transport

Conscient que la mobilité des salariés, dans leurs déplacements domicile-travail ou professionnels représente un impact sur le climat, l'environnement, la santé et le bien-être, ECF Group a décidé de travailler sur les enjeux de mobilité durable.

OPTIMISER ET RÉDUIRE LES DÉPLACEMENTS DOMICILE-TRAVAIL

C'est à ce titre qu'au siège social d'ECF Group à Grigny un Plan Mobilité a été réalisé en 2019, avec l'aide de la société EKODEV. Les résultats obtenus ont été très riches et nous ont permis d'établir un plan d'action concret :

- Création d'un poste de **responsable mobilité** pour l'ensemble des filiales France et Benelux,
- Rénovation et ajout de salles de pause et de restauration équipées (réfrigérateurs, micro-ondes, machine à café) et conviviaux pour limiter les déplacements en voiture le midi,
- Installation de 4 **bornes de recharge électriques** en 2020, destinées aux salariés et également accessibles à nos visiteurs,
- Des discussions sur les solutions de covoiturage ont été initiées.

Les déplacements domicile-travail ont en 2021, comme en 2020, été fortement réduits grâce à la mise en place du télétravail. Aussi, il a été décidé dans l'ensemble du groupe (en France comme en Asie-Pacifique) de pouvoir conserver un mode de travail hybride, lorsque le poste le permet. Ainsi ECF Group a, mis en place en 2021 avec ses partenaires sociaux **une charte de télétravail**.

DES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS MOINS ÉMETTEURS

Dans le but d'éviter des déplacements et de s'adapter aux contraintes des périodes de confinement, dès 2020, **la vidéo conférence a été déployée** dans les salles de réunion et finalisée en 2021 dans l'ensemble du groupe et de ses filiales pour assurer les échanges intra-groupe et réduire les déplacements professionnels. Aussi pendant la crise sanitaire, l'activité commerciale a mis en place des tests de télétravail d'une journée pour les commerciaux itinérants.

La politique de voyage a également été formalisée, elle favorise l'usage du train (en France), décrit les processus de validation hiérarchique, et encadre les budgets à accorder, le responsable de la mobilité assurant un rôle de validation et de suivi. La région Asie-Pacifique quant à elle, a prévu, même après la levée des restrictions aériennes liées au COVID de ne pas reprendre les habitudes d'avant crise sanitaire et de continuer à restreindre les vols intérieurs et extérieurs au profit de la télé-conférence et de la visio-conférence.

En ce qui concerne notre flotte de véhicules d'entreprise, nous avons formalisé notre politique automobile, en renouvelant et sélectionnant des véhicules parmi les moins émetteurs. En France, un **véhicule hybride** est attribué en priorité, pour toutes les catégories et si le profil de déplacement du collaborateur est compatible.

TRANSPORT EN AVAL POUR LIVRER NOS CLIENTS

Nous travaillons depuis plusieurs années sur l'optimisation du transport nécessaire à la livraison des commandes via la mutualisation des commandes, ou en travaillant sur la diminution de la casse à la livraison, par la mise en place d'emballages très résistants afin de réduire le transport du retour des marchandises, et donc des émissions de gaz à effet de serre associées. Aussi, depuis de nombreuses années nous optimisons les chargements afin de limiter la manutention par les transporteurs lors des transits, assurant également un gain de temps.

Nos transporteurs s'engagent dans la réduction des émissions, ainsi notre principal transporteur, qui couvre 61% de notre tonnage à livrer, est engagé dans la charte Objectif CO₂ de l'ADEME. En 2021, nos transporteurs ont continué à s'équiper de véhicules moins polluant (GNV, BioGNC, véhicule électrique), et des sous-traitants locaux assurent avec des véhicules à faibles émissions ou des triporteurs la livraison de nos clients dans les centres-villes piétons et dans les villes à faibles émissions (ZFE).

Contrôler au mieux notre consommation d'énergie

Depuis une dizaine d'années, le groupe, en France comme en Asie-Pacifique, a mené de nombreuses initiatives pour réduire ses consommations énergétiques et ainsi réduire nos émissions de gaz à effet de serre associées.

Sur notre plate-forme logistique ECF Group en France, depuis 2011, un travail d'envergure a débuté avec le changement de l'éclairage traditionnel pour passer à un éclairage 100% LED, assurant un éclairage de meilleure qualité et une réduction de la consommation de plus de 50%, ainsi que la mise en place de détecteurs de présence dans certaines parties communes et dans certains magasins.

Le siège social d'ECF Asie-Pacifique et sa plateforme logistique à Brisbane ont obtenu une certification Green Star 5 étoiles en 2018 (66,7/100) permettant d'attester qu'un bâtiment est durable en considérant les phases de conception, de construction et d'exploitation. Par exemple, l'éclairage fonctionne au LED, avec détecteur de mouvement et de luminosité pour un ajustement automatique de l'éclairage.



Cette année, nous avons poursuivi le déploiement LED dans les magasins, notamment sur le site de Fréjus du réseau ECOTEL et 50% de l'éclairage extérieur LED de la plateforme logistique de Grigny.

Notre dernier audit énergétique datant de 2016, nous avons réalisé fin 2021, un nouveau bilan énergétique du siège social et de notre plateforme logistique à Grigny, qui nous a permis de définir un premier plan d'action pour 2022. En Nouvelle Zélande les déménagements de 3 sites vers un nouvel entrepôt à Auckland ont été l'occasion de privilégier un entrepôt moins consommateur en énergie.

INDICATEURS CLÉS

Audit énergétique de la plate-forme logistique d'ECF France à Grigny

Réduction de la consommation d'énergie pour l'éclairage du siège social et de notre plateforme logistique à Grigny :

-60% par rapport à 2015

Réduction énergétique du siège ECF Group en France :

-12% par rapport à 2016

Réduction de la consommation de carburant des véhicules de société :

-17% par rapport à 2019



Réduire notre impact sur le changement climatique

LE CHANGEMENT CLIMATIQUE EST UN DES PRINCIPAUX ENJEUX DE NOTRE GÉNÉRATION

Il est urgent d'anticiper les adaptations nécessaires et de réduire notre impact en respectant les accords de Paris signés en 2015. Accords qui engagent chaque pays à réduire leurs émissions GES de façon drastique afin de limiter l'élévation de la température à 1,5°C (par rapport aux niveaux préindustriels) de renforcer notre capacité d'adaptation et de réduire les vulnérabilités au changement climatique.

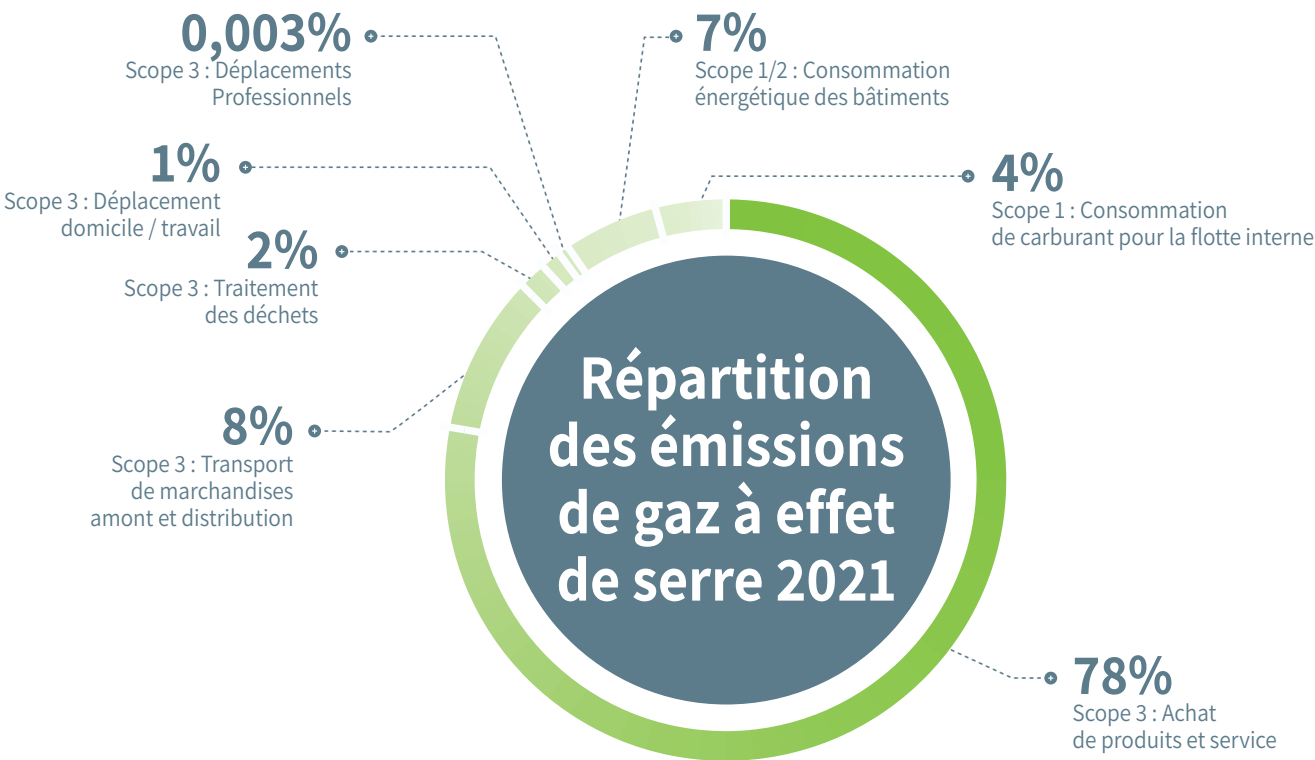
Nous avons réalisé un bilan des émissions des gaz à effet de serre (bilan GES) en 2009 pour le siège social et la plate-forme logistique France et nous l'avons mis à jour en 2018 et déposé sur la plate-forme Bilans GES de l'ADEME.

Pour l'année 2021 nous avons actualisé le calcul de nos émissions GES en intégrant le périmètre de Chomette France et Benelux, ainsi que les magasins Ecotel non franchisés et de La corpo. Notre bilan GES inclut le scope 3 (Frêt et achats).

Le scope 3 représente la majorité de nos émissions, liées en particulier aux achats de produits que nous vendons (77,7%) et le transport des marchandises amont et de distribution (7,9%).

Nous allons travailler sur la mise à jour de notre plan d'action et mettre en place les outils nécessaires afin d'annualiser la mesure de nos émissions et élargir le périmètre d'analyse à toutes les filiales.

Nous avons poursuivi notre contribution au **reboisement et à la biodiversité avec l'association Ecotree**, avec l'achat de 120 arbres supplémentaires permettant d'atteindre en 2021 la restauration d'un demi-hectare de forêt en France, qui permet en 2021 l'absorption de 9,6 tonnes de CO₂.



Axe n°4

Promouvoir une plus grande responsabilité
environnementale et sociétale.
Promouvoir nos défis.

Renforcer nos actions de sensibilisation

La promotion de la responsabilité environnementale est principalement assurée par une meilleure communication avec les parties prenantes.

Depuis 2008, nous avons mis en place des temps forts au sein du Groupe pour informer et sensibiliser nos collaborateurs sur différents sujets sociaux et environnementaux (tris des déchets, don du sang, collecte de vêtements pour cravates solidaires, handicap...).

Depuis 2012, chaque année, la Semaine européenne du développement durable et la Semaine européenne de la réduction des déchets sont deux moments clés qui nous permettent de rappeler nos engagements, sensibiliser et impliquer nos collaborateurs.

Exceptionnellement, en raison de la crise sanitaire qui a fortement impacté notre activité, ces événements n'ont pu avoir lieu en 2021.

Développer nos actions solidaires

Depuis 2004, ECF Group et ses marques soutiennent des ONG ou des associations locales dont le but est de promouvoir des relations sociales équitables en apportant des contributions financières, matérielles et parfois logistiques à des causes qui leur tiennent à cœur. Ce sont pour beaucoup des relations fidèles et de longue date, mais aussi de nouvelles rencontres.

LA SOLIDARITÉ POUR CRÉER UN MONDE PLUS JUSTE

Partout dans le monde, les équipes se mobilisent et s'organisent pour apporter leur solidarité à des causes qui leur tiennent à cœur. Voici quelques exemples d'engagement solidaire des collaborateurs réalisés cette année, auprès d'organisations intervenant pour lutter contre les inégalités, la misère et la faim.

- Chomette a réalisé comme chaque année des dons de matériels auprès de ses organisations partenaires, cette année un don de 49 palettes de produits d'hygiène et d'entretien (très attendu en période sanitaire) et d'équipements de cuisine a été réalisé auprès du **Secours populaire français** de Grigny. Ces dons ont rapidement trouvé preneur auprès des familles bénéficiaires pour assurer une aide matérielle ainsi qu'auprès d'autres antennes de l'association.

- Reward Hospitality Nouvelle-Zélande a apporté son aide logistique et matérielle auprès du programme BBM (Brain Body Movement) qui a ouvert un restaurant communautaire qui propose de la nourriture saine en particulier aux plus pauvres pour **combattre l'obésité et le diabète**. Les collaborateurs ont donné du matériel de cuisson et des ustensiles de cuisine et apporté une aide logistique pour la livraison des repas à domicile pendant la période de crise sanitaire.

- Et, comme chaque année à Noël, les collaborateurs des sites de Reward Hospitality de Yatala et du Sud Est Queensland en Australie se sont mobilisés auprès du service volontaire de proximité **Rosie, qui vient en aide aux sans-abris**, en collectant des biens de première nécessité.



SOUTENIR LA CULTURE PAR LE MÉCÉNAT

La culture est un lien qui nous unit et réduit la distance qui nous sépare, elle nous apporte du réconfort dans période d'anxiété. Pour soutenir les artistes et l'accès à la culture, c'est pour la préservation du patrimoine que ECF Group a apporté, cette année, sa contribution à la **Fondation Essonne Mécénat**, pour la restauration du domaine du Château de Méréville, et Chomette son soutien à la l'exposition à Paris, en novembre 2021 du peintre Sergei Chepik (1953-2011), artiste peintre né à Kiev qui a quitté l'URSS pour émigrer à Paris en 1988.

LE SPORT ET LA SANTÉ COMME VECTEUR DE VALEUR

Le sport valorise des valeurs telles que l'équité, le travail d'équipe, l'égalité, l'inclusion, la persévérance et le respect, c'est ainsi que le Groupe s'engage, comme chaque année depuis 15 ans, auprès de **clubs sportifs locaux** (rugby, football) en France comme en Australie, qui a également soutenu une association de sauveteurs en mer (Surf Lifesaving).

Dans le domaine de la santé, Reward Hospitality s'est engagé auprès de la fondation contre le cancer **McGrath Breast**. Également, ECF France a soutenu l'Institut Curie et la lutte contre le Cancer, avec ses collaborateurs en participant aux 10 km de la « Course des Lumières » qui s'est déroulée sur Paris en Novembre 2021, et en abondant la participation de chacun au bénéfice de **l'Institut Curie**.

SOUTENIR LES SAVOIR-FAIRE DES MÉTIERS DE LA RESTAURATION

Chomette soutient les métiers de la restauration depuis 10 ans, à travers des organismes de formation, d'insertion ou pérennisant les savoirs-faire, tel que Cuisine Mode d'emploi(s), un centre de formations d'aide à l'insertion vers les métiers de la restauration pendant 6 ans. Cette année, Chomette a choisi de soutenir **l'association de l'Equipe de France de la gastronomie et des maîtres du service**.

ACCUEILLIR LES JEUNES À LA DÉCOUVERTE DES ENTREPRISES

ECF Group s'engage depuis plusieurs années à faciliter l'accès des jeunes au premier emploi et à développer leurs compétences. Au siège social d'ECF Group nous accueillons régulièrement les collégiens dans le cadre de leur stage de 3^{ème}. Reward Hospitality contribue en partenariat avec un lycée à un programme permettant de faire découvrir aux jeunes les différents métiers de l'entreprise.



Renforcer notre communication interne et externe

COMMUNICATION INTERNE

GARDER LE CONTACT EN PÉRIODE PANDÉMIQUE

La période pandémique ayant eu un impact sur notre activité et notre organisation, avec une longue période de ralentissement, nous nous sommes attachés au maintien du contact avec les collaborateurs. Ainsi par exemple, ECF Group Asie-Pacifique a organisé des briefings réguliers avec le CEO via Teams et l'ensemble des collaborateurs afin de communiquer sur la performance de l'entreprise, les adaptations nécessaires et les nouvelles consignes liées à la crise sanitaires. Reward Hospitality Nouvelle-Zélande a également mis en place une newsletter et organisé des défis pour garder les équipes connectées.

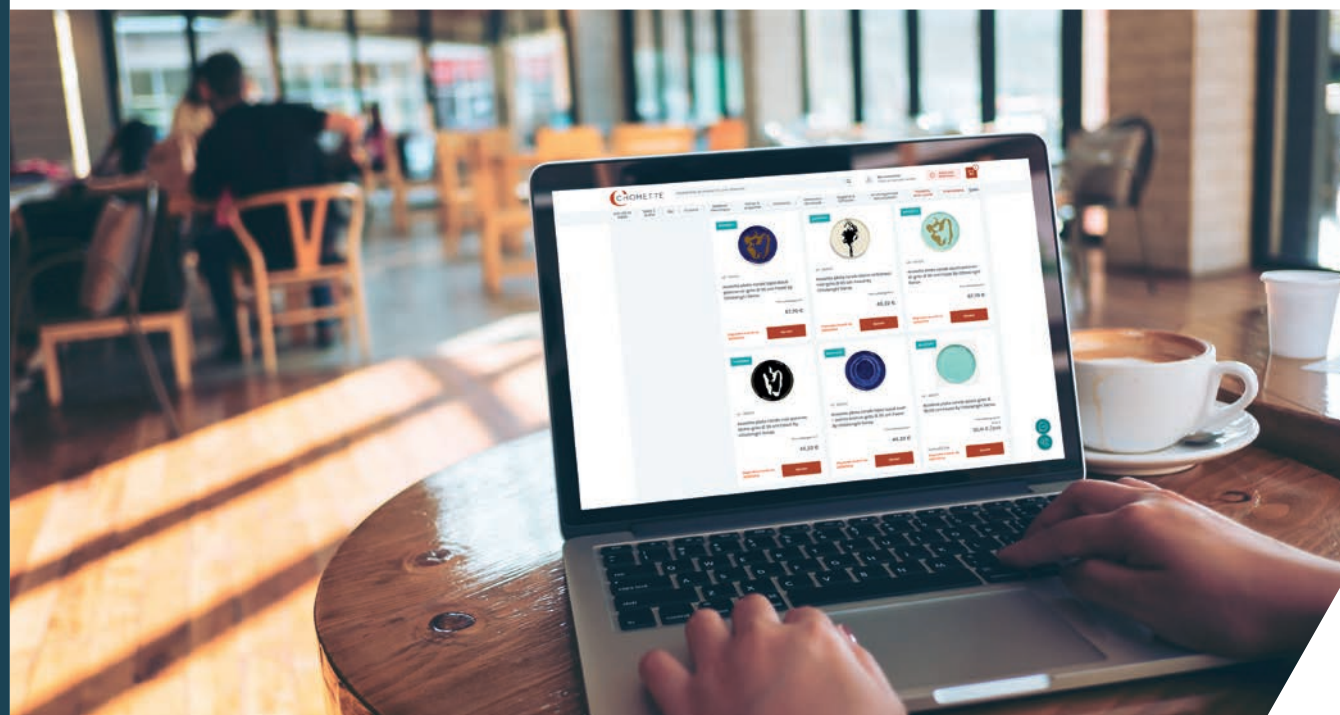
Suite à la reprise de l'activité en 2021, ECF Group a mis en place un **groupe de travail sur la communication interne**. Ce dernier, composé d'une quinzaine de collaborateurs du Groupe issus de tous les milieux géographiques, professionnels, statutaires, etc., a travaillé sur un inventaire des systèmes existants, ayant existé, ou à créer, visant à améliorer la communication interne et la cohésion au sein de l'entreprise. Les 4 mois de travail ont donné lieu à une présentation au CODIR. Le plan d'action a, par exemple, permis de clarifier l'utilisation des canaux de communication collaboratifs (Yammer...), de mettre en place un organigramme détaillé, de mettre en place des communications sur l'arrivée de nouveaux collaborateurs au sein du groupe pour faciliter leur intégration.

COMMUNICATION EXTERNE

UN ACCÈS MULTI-CANAL AU SERVICE DE NOS CLIENTS

Nous communiquons sur le site d'ECF Group nos chiffres clés, nos chartes et le rapports annuel RSE, et sur le site des marques comme celui de Chomette nous partageons des conseils et tendances auprès de nos clients : conseils sur le choix de produits, l'entretien des contenants consignés, le biodégradable, et autre trucs et astuces). Aussi, il est possible de passer ses commandes directement en ligne sur la plupart des sites internet de nos marques, Chomette a également une application mobile dédiée.

Tous nos catalogues complets ou spécialisés sont disponibles en **version électronique** sur le site de nos marques et par exemple pour Chomette et ECOTEL 37% des éditions (guides, sélection saisonnières, flyers...) sont diffusées uniquement en version numériques PDF. L'édition papier de nos catalogues est 93% éditée sur du **papier certifié PEFC** garantissant une gestion durable des forêts et le tonnage imprimé a été réduit de 7% par rapport à il y a 5 ans.





Développer
les relations respectueuses,
inclusives et équitables

Axe n°5

Relations sociales équitables et respectueuses

Veiller à l'épanouissement et au bien-être de nos collaborateurs

Notre culture du développement professionnel des collaborateurs et collaboratrices est plus que jamais une véritable boussole qui nous permet d'agir au quotidien sur la qualité de vie au travail, la diversité et le développement des talents.

LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL ET L'EXPÉRIENCE EMPLOYÉ AU CŒUR DE NOTRE DÉMARCHÉ

Nous réalisons depuis 2014 des enquêtes pour améliorer la qualité de vie au travail de nos collaborateurs. Notre dernière enquête a été réalisée avec **Great Place to Work** pour ECF Group et ses filiales France et Benelux en 2021 et il a été déployée au premier trimestre 2022 sur les régions Asie-Pacifique, Moyen-Orient et le reste de l'Europe. Cette enquête, qui sera désormais réalisée annuellement, devrait nous permettre de mesurer l'efficacité de nos actions dans un souci d'amélioration continue du bien-être, de l'engagement et de l'expérience des salariés.

En 2021, nous avons sollicité 687 collaborateurs sur le périmètre France & Benelux, soit un peu plus de la moitié de nos collaborateurs dans le monde (51%) et obtenu un taux de participation de plus de 73%, ce qui est une très belle victoire pour une première participation à cette enquête. Cela a déjà mis en évidence les forces saillantes identifiées par nos collaborateurs, telles qu'une société perçue comme bienveillante et inclusive ainsi qu'un fort sentiment de fierté et d'appartenance (74%). Pour une première participation, le score obtenu est de 61%, bien au dessus de la moyenne des résultats qui est de 54% en France et à 4 points de la certification.

Suite à la reprise de l'activité, nous avons repris en fin d'année, au siège, des animations sur le temps du

midi, pilotées par une équipe de collaborateurs et de collaboratrices bénévoles, permettant d'assurer et créer du lien entre les équipes, à l'occasion d'événements particuliers (Halloween, Noël). Et dans le même temps, l'équipe RH a repris l'organisation de la venue mensuelle d'un foodtruck qui s'installe dans le parking devant nos locaux nous permettant de commander et manger sur place des spécialités différentes chaque mois. En plus, d'apporter de l'animation, cela contribue à réduire des déplacements extérieurs le midi et donc réduit nos émissions de gaz à effet de serre !

TÉLÉTRAVAIL : L'AMÉNAGEMENT DU TEMPS DE TRAVAIL

Depuis longtemps, ECF Group démontre sa capacité d'adaptation pour maintenir l'emploi de ses collaborateurs. Déjà en 2008, ECF Group mettait en œuvre des solutions de travail à domicile pour fournir une solution de maintien de l'emploi à certains salariés. Depuis la crise sanitaire, qui a permis de déployer les outils et une organisation adaptée, de nombreux salariés se retrouvent éligibles et intéressés par ce modèle. Ainsi, une **charte du télétravail réalisée avec les partenaires sociaux** est en application depuis le 1^{er} septembre 2021, elle a permis de formaliser les modalités du télétravail et d'enregistrer cette flexibilité pour les salariés à long terme. Nous avons également pu tester le télétravail avec les commerciaux, et nous poursuivons ce processus en maintenant des rendez-vous téléphoniques avec certains clients, afin d'éviter des kilomètres inutiles. Ces actions, qui réduisent les déplacements des salariés, contribuent à l'approche de réduction de l'empreinte carbone de l'entreprise.

FORMATION

Partant du principe que l'agilité d'une entreprise repose sur la personnalité de ses collaborateurs, nous portons une attention particulière à la fidélité de nos talents. Attirer, c'est bien. Garder, c'est mieux. Il est essentiel de permettre à nos collaborateurs de se projeter, à moyen et long terme, dans le collectif qu'est ECF Group. Depuis 2020, nous diversifions notre catalogue de formations via l'e-learning, que ce soit en France avec notre plateforme « Académie ECF » ou en Australie avec la plate-forme « The Venue », au service du développement des compétences de nos collaborateurs. Ces outils permettent de proposer une offre plus fournie et accessible (format court et modulaire).

Par ailleurs, en région Pacifique, 74 collaborateurs, cette année, ont suivi des formations diplômantes sur 2 ans.

INDICATEURS CLÉS

Réalisation 2021

73% Taux de participation au GPTW

61% Indice de confiance GPTW
La moyenne France est de 54%

54% des salariés ont suivi une formation



Agir pour la santé et la sécurité au travail

Le groupe s'engage pour la santé et la sécurité de ses collaborateurs, s'assurant que l'ensemble de ses activités respecte les législations et réglementations en vigueur dans le pays au sein duquel il opère.

Le groupe s'investit pour améliorer continuellement les conditions de travail. Tous les incidents humains, environnementaux et de sécurité sont suivis et font l'objet de reporting centralisé. En région Asie-Pacifique, le suivi des incidents et du suivi de la prévention des accidents a été 100% digitalisé.

ACCOMPAGNER NOS COLLABORATEURS PENDANT LA CRISE SANITAIRE

Face à la crise sanitaire, le Groupe a mis en place des mesures pour veiller à la santé, la sécurité et le bien-être de ses salariés. L'ensemble des voyages internationaux et événements externes ont été suspendus pour limiter l'exposition des équipes au virus, l'équipement de protection (gel, masque) a été distribué, le télétravail a été mis en place pour le personnel de bureau et un strict respect des mesures de protection et de distanciation a été observé. En région Asie-Pacifique, Reward Hospitality a également mis en place un congé payé de vaccination COVID-19, afin de sensibiliser et de faciliter l'accès aux rendez-vous de vaccination, pendant les heures de travail, pour les collaborateurs et leur famille.

LA PRÉVENTION POUR NOTRE SÉCURITÉ À TOUS

Toujours soucieux de la **santé et de la sécurité** de ses collaborateurs, pour assurer la prévention des accidents au travail, tous les collaborateurs doivent suivre une formation sur la santé et sécurité au travail dès leur intégration, mais également des formations récurrentes spécifiques à chaque métier sont assurées conformément à la réglementation de chaque pays. Elles concernent la prévention des risques incendie, d'hygiène, les postures au travail, la sécurité chimique, la conduite d'engin en entrepôt, ou encore l'intimidation et le harcèlement au travail (Reward Hospitality) et l'évacuation du public pour les magasins... La **sensibilisation** aux différents risques au travail est désormais 100% digitale dans l'ensemble du groupe sur différents volets de la prévention des risques.

Concernant la **prévention routière**, ECF Group a depuis longtemps mis en place une « charte de bonne conduite » qui a ensuite été intégrée à la « charte automobile ». Un module de la formation en ligne sur la sécurité traite également du risque routier. D'autres initiatives, par exemple à l'occasion de la convention Chomette, permettent de donner des conseils en éco-conduite et de mettre les commerciaux itinérants en situation, grâce à des simulateurs de vitesse et de taux d'alcoolémie.

INDICATEURS CLÉS

Indicateurs de performance

0 accident mortel

36 accidents du travail
(France & Australie)

4,3% d'absentéisme
(moyenne des 2 taux de France : **5,71%** et AUS/NZ : **2,8%**)

Lutter contre les discriminations

ECF Group, à travers sa politique de recrutement, s'engage pour la Diversité et l'Emploi Local tout en évaluant les candidatures de façon équitable.

En France, d'après la dernière étude 2021 de Great Place to Work, l'entreprise est perçue comme bienveillante et inclusive. Les employés considèrent que leur entreprise traite équitablement les employés indépendamment de leur origine ethnique (88%), de leur sexe (83%), de leur orientation sexuelle (91%), de leur âge (68%) ou de leur handicap (88%).

En Australie, Nouvelle-Zélande, nous sommes également en règle avec les exigences prévues par la loi qui sont très strictes en ce qui concerne la discrimination sur le lieu de travail que ce soit sur l'âge, le sexe, la race, la préférence sexuelle, le handicap, la religion, les opinions politiques, l'implication syndicale, la grossesse, etc. La centralisation par le département des ressources humaines s'assure que la politique et les processus de l'entreprise sont respectés.

INDICATEURS CLÉS

Réalisation 2021

41% de femmes cadres

4% de plus qu'en 2020

2,5% de personnes handicapées



Perspectives

Pour cette nouvelle année 2022 qui démarre, ECF Group a de nouvelles ambitions et a acté son engagement par le recrutement d'une directrice RSE, qui sera en charge de la politique RSE du groupe international et de ses filiales.

POLITIQUE RSE

Tout en poursuivant les actions engagées, nous allons actualiser notre politique RSE, nos engagements et nos objectifs au regard des enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux et des nouveaux défis de demain. L'intégration des parties prenantes internes et externes dans cette démarche sera un gage de succès.

ECF Group connaissant une croissance importante, organique et par acquisition, la politique RSE du groupe sera déclinée auprès de chacune de nos marques, avec leurs propres objectifs et le déploiement de bonnes pratiques.

UNE VISION CONSOLIDÉE DE NOTRE PERFORMANCE RSE

Pour affiner nos priorités et nos plans d'action et afin que la synergie en matière de développement durable soit totale au sein du groupe, il est nécessaire d'avoir une vision globale de notre performance RSE.

Pour assurer la collecte des indicateurs environnementaux, sociaux et sociétaux auprès de l'ensemble des filiales du groupe, nous allons mieux nous outiller afin de mieux évaluer nos efforts, nos marges de progression et de piloter nos objectifs. Mais aussi évaluer nos impacts sur le changement climatique en évaluant nos émissions de gaz à effet de serre (GES) à l'échelle internationale pour définir la trajectoire carbone du Groupe d'ici 2050.

Cette vision consolidée nous permettra d'élargir le périmètre de notre reporting RSE et en particulier pour notre rapport RSE et le reporting ESG auprès de nos investisseurs à l'échelle du Groupe.

Ainsi nous pourrions notamment mesurer nos émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble du groupe en France et à l'international, pour évaluer nos impacts sur le changement climatique et définir notre trajectoire carbone.

S'ÉVALUER ET PROGRESSER VERS DES CERTIFICATIONS RSE

Nous souhaitons mesurer notre performance RSE sur l'ensemble des marques et de nos régions (Europe, Moyen Orient et Asie-Pacifique) pour cela nous avons choisi des référentiels reconnus et des standards internationaux de référence comme la norme ISO 2600, le Pacte Mondial de l'ONU, les normes de reporting de la GRI (Global Reporting Initiative), et les conventions de l'OIT (Organisation International du Travail).

Par ailleurs, pour suivre et améliorer la qualité de vie au travail de nos collaborateurs nous allons finir en 2022 de déployer l'enquête Great Place To Work sur l'ensemble de nos marques en France et à l'international. Une évaluation sera réalisée tous les ans pour suivre nos progrès.

Dans une démarche d'entreprise toujours plus responsable, nous allons évaluer notre démarche et performance RSE auprès d'EcoVadis afin de progresser et d'améliorer nos pratiques RSE et nous allons œuvrer pour obtenir une certification RSE parmi les labels les plus rigoureux.

Telle sera la feuille de route de la démarche RSE et développement durable d'ECF Group.



Annexes

			RÉGION FRANCE BÉNÉLUX*		RÉGION ASIE-PACIFIQUE	
INDICATEURS SOCIAUX			2021	Évolution 2019-2021	2021	Évolution 2019-2021
Effectifs	Effectif physique au 31/12	nb	592	-1%	466	19%
	Embauches	nb	101	124%	175	25%
	Turnover	%	21.7%	136%	16%	-43%
	Effectif permanent	nb	506	-14%	325	-5%
	Effectif non permanent	nb	19	138%	89	82%
	Part des femmes dans l'effectif au 31/12	%	45%	1%	37%	-42%
	Part des femmes cadres dans l'effectif au 31/12	%	41%	8%	48%	-28%
	Âge moyen	ans	43.56	2%	41,3	-3%
	Effectif - Plus de 55 ans	%	17.4%	2%	19,1%	-4%
	Effectif - Moins de 25 ans	%	3.6%	13%	8,8%	20%
	Ancienneté moyenne	ans	10,9	-9%	6,1	17%
	Personnes handicapées	%	2.5%	16%	-	-
Formation	Heures de formation	heures	4 149	72%	-	-
	Nombre de salariés formés	nb	317	-33%	-	-
Santé, sécurité au travail	Taux d'absentéisme	%	5.71%	32%	1,80%	-
	Nombre d'accidents du travail	nb	22	-19%	14	-67%
	Nombre d'accidents mortels	nb	0	-	0	-

			RÉGION FRANCE BÉNÉLUX*		RÉGION ASIE-PACIFIQUE	
INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX			2021	Évolution 2019-2021	2021	Évolution 2019-2021
Déchets	Total déchets générés	tonnes	278	-30%	236.71	-21%
	Quantité de déchets dangereux	tonnes	3.7	-34%	-	-
	Quantité de déchets recyclés	tonnes	219	-18%	61.08	5%
Eau	Consommation d'eau	m³	2 023	-36%	1 426	-
Catalogue	Nombre de produits éco-labellisés	nb	561	49%	529	91%
	% du CA vente	%	12.1%	34%	18.2%	21%
	% de l'offre en stock	%	7.8%	53%	10.3%	54%
Mobilité	Consommation d'essence	litre	14 061	104%	-	-
	Consommation de gasoil	litre	318 597	-19%	-	-
Énergie	Consommation d'électricité	kWh	1 844 786	-14%	1 603 897	1%**
	Consommation de gaz	kWh	2 580 296	2%	37 636	-29%
	Consommation de fioul	kWh	6 916	0%	-	-
INDICATEURS ÉMISSIONS GES			2021*			
Climat	Emissions Scope 1	teqCO₂	1 094			
	Emissions Scope 2	teqCO₂	149			
	Emissions Scope 3	teqCO₂	13 865			

* ECF Group, Chomette, ECOTEL, La Corpo. **Évolution 2020-2021.



COMMUNICATION
SUR LE PROGRÈS



Ceci est notre **Communication sur le Progrès** sur la mise en œuvre des Dix principes du **Global Compact des Nations Unies** et soutenant les objectifs des Nations Unies.

Nous apprécierions vos commentaires sur son contenu.



Sustaining experiences in Hospitality & Care

ECF Group

1 & 3 rue René Clair - ZAC des radars - 91350 GRIGNY - FRANCE

01 69 02 57 00

www.ecfgroup.com