

Mademoiselle  
**DESSERTS**

▪ IN LOVE WITH PATISSERIE ▪

## DESTINATION **DESSERTS** DURABLES



**RAPPORT DE RESPONSABILITÉ** 2015  
**SOCIÉTALE ET DURABLE DE L'ENTREPRISE.**



## TABLE DES MATIÈRES

- P 03** Entretien avec le Président
- P 04** Gouvernance et RSE : une application stratégique !
- P 05** Destination Desserts Durables
- P 05** Ensemble pour construire l'avenir
- P 06** 20 engagements autour de 5 piliers
- P 08** Renforcer notre gouvernance
- P 08** Une étape supplémentaire vers la "bonne gouvernance"
- P 09** Deux événements marquants en 2015
- P 10** Profil d'entreprise
- P 10** Une entreprise de taille intermédiaire en croissance
- P 12** Nos produits, ambassadeurs de notre savoir-faire
- P 13** Un ancrage local équilibré en France et en développement à l'international
- P 14** Assurer notre pérennité économique
- P 20** Être un employeur responsable
- P 24** Préserver l'environnement
- P 28** Assurer notre impact sociétal et notre ancrage local

### NOS SITES INDUSTRIELS

- P 30** Valade
- P 34** Broons
- P 38** Renaison
- P 42** Saint Renan
- P 46** Corby
- P 50** Handmade Cake Company

# ENTRETIEN AVEC LE PRÉSIDENT



« **Destination Desserts Durables** » était votre engagement en 2014, qu'en est-il actuellement ?

Courant 2013 nous avons élaboré notre projet stratégique à 5 ans. Celui-ci portait le titre DDD 2018 pour Destinations Desserts Durables 2018. Le Comité exécutif de Mademoiselle Desserts détermine sa feuille de route annuelle en poursuivant les objectifs de ce même projet. Notre développement à l'international, notre stratégie d'achats responsables, l'élaboration de notre charte éthique ou encore la mise en conformité de l'étiquetage des denrées alimentaires selon le nouveau règlement INCO, font partie des enjeux du groupe.

Nous avons également décliné en interne cette feuille de route vers l'ensemble de nos salariés. Chacun des près de 1000 salariés du groupe connaît ainsi nos objectifs et partage notre engagement RSE. Comme chaque année nous renouvelons notre engagement volontaire au Global Compact.

Fin 2014, vous avez intégré une sixième société basée en Angleterre, comment se porte l'International aujourd'hui ?

En 2009 lorsque nous avons commencé la construction de ce qui est aujourd'hui Mademoiselle Desserts, nous réalisons à peine 9% de notre chiffre d'affaires à l'exportation. Dès le début, nous avons souhaité augmenter ce pourcentage tant par croissance organique que par croissance externe. Aujourd'hui nous réalisons 27% de notre activité hors de France. Ceci comprend à la fois nos exportations au départ de la France et le chiffre d'affaires réalisé par nos sociétés anglaises sur leur marché ou ailleurs, mais hors de France.

Nous avons multiplié par 3 la proportion du Chiffre d'affaires « non français » dans le groupe en 6 ans. Et nous ne comptons pas en rester là. Notre projet stratégique à 5 ans DDD 2018 (période 2013-2018) fixait un objectif de 1/3 des ventes hors de France en 2018. Nous pensons que nous le tiendrons et espérons même le dépasser et pourquoi pas avant 2018 ! Nous sommes donc en train de transformer une société légèrement exportatrice en un groupe en cours d'internationalisation avec d'ores et déjà 2 marchés « domestiques » la France et l'Angleterre.

Quels sont vos grands engagements pour l'avenir ?

Notre 1<sup>ère</sup> priorité restera la santé et la sécurité des salariés. Nous travaillons chaque jour à améliorer la sécurité au travail dans chacune de nos usines. Nous obtenons déjà d'excellents résultats si l'on se compare à la moyenne de notre secteur. Mais nous voulons faire mieux, beaucoup mieux. Et au-delà de la sécurité c'est la santé des salariés qui nous importe.

Notre priorité santé & sécurité au travail n'oublie cependant pas nos clients et consommateurs. La sécurité de nos produits est un prérequis sur lequel nous sommes intransigeants. La santé des consommateurs fait l'objet de nos engagements : fabriquer des produits bons, sains et les plus naturels possibles. Nos collègues britanniques parlent de « clean label », c'est une bonne définition. Nous relevons les challenges que nos clients nous proposent mais sommes aussi engagés pro-activement afin d'éliminer de nos recettes tout ce qui n'est pas authentique, naturel et au plus proche de la matière première brute.

Didier Boudy

# GOUVERNANCE ET RSE : UNE APPLICATION STRATÉGIQUE !

Depuis novembre 2013, Equistone Partners Europe est l'actionnaire majoritaire de Mademoiselle Desserts, Azulis Capital et Cerea sont associés minoritaires.

Le Président du groupe, Didier Boudy reporte les actions stratégiques et RSE auprès du conseil de surveillance et des actionnaires. Depuis 2009, un premier administrateur indépendant, Monsieur Jacques HUBERT travaille aux côtés de Didier Boudy.

L'entreprise est dirigée par le COMEX, ou comité exécutif, qui regroupe 8 membres et se réunit chaque mois pour mettre en œuvre la stratégie du groupe.

Le CODIR, ou Comité de Direction, inclut le COMEX ainsi que les Directeurs de site industriel. Ses membres se réunissent de façon mensuelle afin de piloter les actions et indicateurs de performance des usines.

Parce que la façon de faire est aussi importante que le résultat à atteindre, le Développement Durable est au centre de notre stratégie d'entreprise. Chacun des membres du CODIR prend en charge des actions RSE.

La Responsabilité Sociétale de l'Entreprise est intégrée dans la stratégie. Le comité de pilotage RSE est constitué de 13 personnes. Il est animé par Barbara BOSQUETTE Responsable de la communication et du Développement Durable. Ce comité se réunit deux fois par an afin de confirmer ou définir les objectifs du groupe en terme de RSE, intégrer les évolutions, suivre l'avancée des plans d'actions et des indicateurs de performance. En 2016, les représentants des sites industriels anglais rejoignent le comité de pilotage RSE.



**DIDIER BOUDY**  
PRÉSIDENT



**HERVÉ JEANPIERRE**  
SECRÉTAIRE GÉNÉRAL



**CHRISTIAN LESCOT**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
ADJOINT EN CHARGE  
DES OPÉRATIONS



**STEVE OND-OND**  
DIRECTEUR COMMERCIAL  
EXPORT



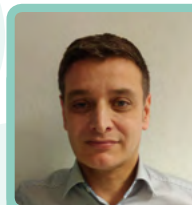
**FRANCK CORLAY**  
DIRECTEUR MARKETING  
ET R&D



**PATRICK LAURANT**  
DIRECTEUR DES ACHATS



**SOPHIE NEY**  
DIRECTRICE  
RESSOURCES HUMAINES



**OLIVIER ZONTA**  
DIRECTEUR COMMERCIAL  
FRANCE



**PASCAL ROBERT**  
DIRECTEUR SITE  
RENAISON



**GUILLAUME MAROULIER**  
DIRECTEUR SITE  
BROONS



**FRANCIS MONEY**  
DIRECTEUR SITE  
VALADE



**PATRICE CAMPOURCY**  
DIRECTEUR SITE  
SAINT RENAN



**LAURENT SERRES**  
DIRECTEUR TECHNIQUE  
ET LOGISTIQUE



**CHRISTOPHE LARRAUD**  
RESPONSABLE CONTRÔLE  
FINANCIER



**BARBARA BOSQUETTE**  
RESPONSABLE  
COMMUNICATION ET  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE



## DESTINATION DESSERTS DURABLES ENSEMBLE POUR CONSTRUIRE L'AVENIR

En 2015, le COMEX a souhaité insuffler encore plus de sens à l'action stratégique de l'entreprise et a élaboré puis partagé une vision commune à l'horizon 2018 : Destination Desserts Durables


### LES PRINCIPAUX AXES TOUCHENT À :

- La gouvernance de l'entreprise avec la création d'un comité stratégique et l'entrée d'une femme au conseil de surveillance en 2016
- L'intégration des acquisitions et l'évolution d'une culture très BtoB vers une culture davantage BtoC
- La politique d'internationalisation du groupe avec des acquisitions prévues en Europe voire au-delà
- La refonte de notre stratégie de marques / gamme avec le lancement d'une marque corporate, Mademoiselle Desserts
- L'élaboration et la réalisation d'une politique de communication extérieure vis-à-vis de nos parties prenantes intégrant les écoles, universités, médias, etc.
- L'ancrage renforcé dans nos territoires avec le lancement de filières Achats Responsables

Nos 20 engagements sur 5 piliers portent à la fois sur la gouvernance de l'entreprise, son développement économique et sur notre responsabilité sociétale d'entreprise (RSE). Ils sont indissociables.







# DESTINATION DESSERTS DURABLES

## 20 ENGAGEMENTS AUTOUR DE 5 PILIERS

RENFORCER NOTRE GOUVERNANCE		ENGAGEMENTS	NOS INDICATEURS	NOS RÉSULTATS
 <b>Gouvernance</b>	1	Appliquer les bonnes pratiques de gouvernance	Créer et animer un comité stratégique	Planifié en 2016
			Poursuivre notre engagement auprès du Global Compact	Réalisé
	2	Faire évoluer la culture de l'entreprise	Faire entrer une femme au conseil de surveillance	Planifié en 2016
			Intégrer les acquisitions	HMC en 2015
		Assurer l'évolution d'une culture très BtoB vers une culture davantage BtoC	Lancement de la nouvelle marque	

ASSURER NOTRE PÉRENNITÉ ÉCONOMIQUE		ENGAGEMENTS	NOS INDICATEURS	NOS RÉSULTATS
 <b>Pérennité économique</b>	3	Pérenniser la satisfaction clients	Adapter l'organisation commerciale France et Internationale	Réalisé
			Nombre de réclamations pour 100 tonnes de produits livrés	1,3
			Nombre d'exercice de gestion de crise réalisé	2
	4	Développer l'étendue de notre gamme et les innovations produits	Part de CA réalisé avec des produits de moins de un an	10,8%
			Part du CA consacré à la R&D	1%
	5	À partir de notre base industrielle, développer les exportations et l'internationalisation du groupe	Part de CA hors France pour suivre la politique d'acquisition et leur intégration	27%
	6	Garantir des produits bons, sains et sûrs	Nombre de produits référencés en 2015 suite à panel consommateurs - clients	487
			Nombre de matières contenant des OGM - colorants azoïques	0
			Part de matière grasse végétale hydrogénée utilisée	Réduite de 14%
			Nombre de sites de production certifiés IFS et/ou BRC	5
7	Entretien notre outil moderne, intégré et efficace	Pourcentage des fournisseurs ayant une certification Qualité - Sureté (%)	76	
		Formalisation et mise en œuvre d'un référentiel d'excellence opérationnelle groupe	Planifié en 2016	
		Montant des investissements M€	8	


**ÊTRE UN EMPLOYEUR RESPONSABLE**
**ENGAGEMENTS**
**NOS INDICATEURS**
**NOS RÉSULTATS**

	<b>Santé et sécurité</b>	<b>8</b>	Améliorer la protection de la santé et sécurité au travail	Taux de fréquence et taux de gravité	CF sites
				Nombre de sites selon le référentiel OHSAS 18001	1
	<b>Ethique</b>	<b>9</b>	Élaborer, diffuser et veiller à l'application de notre charte éthique	Part des nouveaux collaborateurs sensibilisés à la charte éthique	95%
	<b>Formation</b>	<b>10</b>	Accompagner le développement des parcours professionnels	Part de salariés formés	72%
				Nombre total d'heures de formation dispensées	10 327
	<b>Emploi</b>	<b>11</b>	Développer notre attractivité	Nombre de Curriculum Vitae reçus de façon spontanée	En cours
				Dispositif d'interressement et de participation	Oui
	<b>Dialogue social</b>	<b>12</b>	Développer le dialogue social	Nombre d'Accords signés	8
	<b>Climat social</b>	<b>13</b>	Favoriser un bon climat social	Mise en place et suivi de Tableau De Bord sociaux	Planifié en 2016
				Nombre de rencontres annuelles de dialogue ouvert et transparent entre le président et l'ensemble des salariés	6

**PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT**
**ENGAGEMENTS**
**NOS INDICATEURS**
**NOS RÉSULTATS**

	<b>Énergie</b>	<b>14</b>	Optimiser notre efficacité énergétique (électricité et gaz)	Consommation de gaz par tonnage de produit fabriqué	406 KWh/tonne
				Consommation de gaz	15 265 040 KWh
				Consommation électricité par tonnage de produit fabriqué	887 KWh/tonne
				Consommation d'électricité	32 067 564 KWh
				Nombre de Tonnes équivalent CO2 des sites (Bilan GES scope 1 et 2) France	5 929
	<b>Eau</b>	<b>15</b>	Réduire les consommations d'eau	Consommation d'eau par tonnage de produit fabriqué	3,4 m³/T
				Consommation d'eau	141 344 m³
	<b>Déchets</b>	<b>16</b>	Réduire les pertes de matières premières, trier et valoriser les déchets	Poids total des déchets par type et mode de traitement	3 521 tonnes
				Taux de recyclage	75%
	<b>GES</b>	<b>17</b>	Réduire l'impact des émissions de GES issues des matières premières et emballages - Réduire notre impact carbone	Nombre d'actions mises en place par les fournisseurs de matières premières ayant un fort impact CO2	En cours

**ASSURER NOTRE IMPACT SOCIÉTAL ET NOTRE ANCRAGE LOCAL**
**ENGAGEMENTS**
**NOS INDICATEURS**
**NOS RÉSULTATS**

	<b>Impact sociétal et ancrage local</b>	<b>18</b>	Acheter responsable et durable Renforcer notre partenariat avec nos fournisseurs clés	Part du CA des fournisseurs ayant fait l'objet d'une évaluation RSE	10%
				Part dans notre Chiffre d'Affaires ayant des contrats longs (>12 mois)	18,5%
		<b>19</b>	Privilégier les achats locaux dès que possible	Part des approvisionnements en matières premières et emballages en local (< 250km)	15,30%
				<b>20</b>	Pérenniser et dynamiser notre ancrage local
		Nombre de parts de desserts offertes aux associations	ND en cours 2016		



# RENFORCER NOTRE GOUVERNANCE

## UNE ÉTAPE SUPPLÉMENTAIRE VERS LA « BONNE GOUVERNANCE »

### ENGAGEMENT N°1 APPLIQUER LES BONNES PRATIQUES DE GOUVERNANCE

#### CRÉATION D'UN COMITÉ STRATÉGIQUE

Afin de déployer la stratégie du groupe en France et à l'international, le Président a souhaité, en accord avec les actionnaires, créer un Comité Stratégique en 2016. A cette occasion il a également proposé d'élargir le Conseil de Surveillance et le comité stratégique afin d'y faire entrer une administratrice indépendante.

#### POUR SUIVRE NOTRE ENGAGEMENT AUPRÈS DU GLOBAL COMPACT.



Lancé en juillet 2000, le Global Compact des Nations Unies est une initiative destinée à rassembler les entreprises, les organismes des Nations Unies, le monde du travail et la société civile autour de 10 principes universels regroupés en quatre grands domaines : Droits de l'Homme, conditions de travail, environnement et lutte contre la corruption.

Le Groupe Mademoiselle Desserts est signataire depuis 2014 du Global Compact.

Les 10 principes du Global Compact sont intégrés dans nos 20 engagements répartis sur les 5 piliers : la gouvernance, l'économie, le social, l'environnement, le sociétal.

En 2015 nous avons rédigé notre charte éthique qui participe à notre stratégie et à notre engagement pour un développement durable de nos salariés, dans la pérennité de nos activités.

Elle vise à promouvoir un environnement de travail privilégiant le sens des responsabilités et diffusant les valeurs partagées par les collaborateurs de l'entreprise et le bien vivre ensemble.

Cette charte présente les principes d'éthique essentiels, afin que chacun puisse s'y référer et respecter les règles fondamentales de conduite et d'intégrité et se rassemble autour de ces valeurs.

Elle intègre notre soutien aux 10 principes du Global compact des Nations Unis.

Notre objectif est ainsi de bâtir avec nos parties prenantes - nos collaborateurs, nos clients et nos fournisseurs - des relations fondées sur l'honnêteté, la confiance, le respect et la loyauté.

La charte éthique repose sur des principes d'action et de comportement respectés et mis en œuvre par l'ensemble de la Direction et par les salariés.





## 2015 DEUX ÉVÉNEMENTS MARQUANTS

### ENGAGEMENT N°2 FAIRE ÉVOLUER LA CULTURE DE L'ENTREPRISE TRÈS BtoB VERS UNE CULTURE DAVANTAGE BtoC

**Depuis 2009 le groupe ne cesse de grandir et de se développer. Tout au long de son évolution, une seule et même raison d'être guide toutes les sociétés : « seul, en famille ou entre amis faire de chacun de vos instants desserts un vrai moment de plaisir et d'émotion ».**

En 2015, nous avons intégré notre 6ème société du groupe, the Handmade cake company. Respectueux d'une certaine approche artisanale de la pâtisserie, la société met un point d'honneur à confectionner toutes ses pâtisseries à la main, selon des recettes traditionnelles anglaises ou américaines.

La qualité et l'authenticité des pâtisseries lui ont valu de nombreuses distinctions, notamment lors des 'Great Taste Awards' – les « Oscars » français -.L'usine est accréditée BRC/EFSIS, label qui garantit la sécurité des denrées alimentaires tout au long de la chaîne de production et met l'accent sur les bonnes pratiques de production et de traçabilité.

L'usine comprend un atelier gluten free, ce marché étant très porteur en Angleterre et devenant même « a lifestyle choice ».

**En 2015 le groupe décide d'harmoniser ses marques et en 2016, pour accompagner leur croissance, relever de nouveaux défis et former une identité commune, Delmotte, Martine, Speciality Desserts et the Handmade Cake Company sont devenues Mademoiselle Desserts.**

Le groupe souhaite fédérer tous les collaborateurs autour d'une seule et même histoire dans une logique d'envie de plaisir et d'avenir.

C'est aussi l'opportunité de mieux partager avec ses clients et partenaires, sa vision, ses valeurs, et son profond engagement pour le développement durable.

Cette nouvelle marque incarne le dynamisme et la passion pour l'innovation que le groupe associe à la tradition pâtissière.

Retrouvez le film institutionnel sur : [www.mademoiselledesserts.com](http://www.mademoiselledesserts.com)

Mademoiselle  
**DESSERTS**  
• IN LOVE WITH PATISSERIE •

# PROFIL D'ENTREPRISE

## UNE ENTREPRISE DE TAILLE INTERMÉDIAIRE EN CROISSANCE



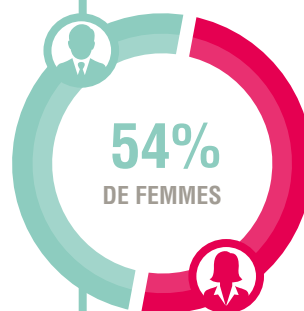
**974**  
COLLABORATEURS



**6 sites**  
INDUSTRIELS  
4 EN FRANCE / 2 EN ANGLETERRE



**43 550 m<sup>2</sup>**  
DE SURFACE DE PRODUCTION



**42 ans**  
ÂGE MOYEN



**10 327 heures**  
DE FORMATION DISPENSÉES



**59 % des produits**  
LIVRÉS À LA GMS

**41% des produits**  
LIVRÉS À LA RESTAURATION  
HORS FOYER



**73% du CA**  
EN FRANCE



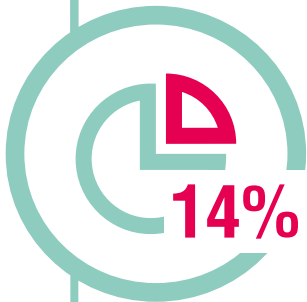
**27% du CA**  
À L'INTERNATIONAL



**2 112 références**  
DE PRODUITS FINIS



**152 millions d'€**  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES



**14%** du capital  
DÉTENU PAR LES SALARIÉS



**1 fond d'investissement**  
MAJORITAIRE : EQUISTONE



**2 fonds d'investissement**  
QUI NOUS SUIVENT DEPUIS 6 ANS :  
AZULIS CAPITAL ET CEREAL



**275 fournisseurs**  
DE MATIÈRES PREMIÈRES



**887 références**  
DE MATIÈRES PREMIÈRES



**200 fournisseurs**  
D'EMBALLAGES



**928 références**  
D'EMBALLAGES



## NOS PRODUITS, AMBASSADEURS DE NOTRE SAVOIR-FAIRE



### LES KITS

Pour Charlottes,  
et pour entremets à façon



### MILLE-FEUILLES

Une vraie révolution



### LES FONDS

Sucrés, feuilletés  
brisés ou pizza



### LE FLAN

Natures, parfums chauds



### LE SNACKING & MINI GOURMANDISES

Pauses gourmandes



### PÂTE À CHOUX

Éclairs, chou vides  
ou fourrés



### LES TARTES

En pâte feuilletée  
ou sucrée, ...



### ENGLISH & US DESSERTS

Carrot cake, caramel short  
cake, brownie, ...



### BANDES & FEUILLES

Bande charlotte, feuilles génoises  
et jocondes



### LES ENTREMETS

Individuels et à partager

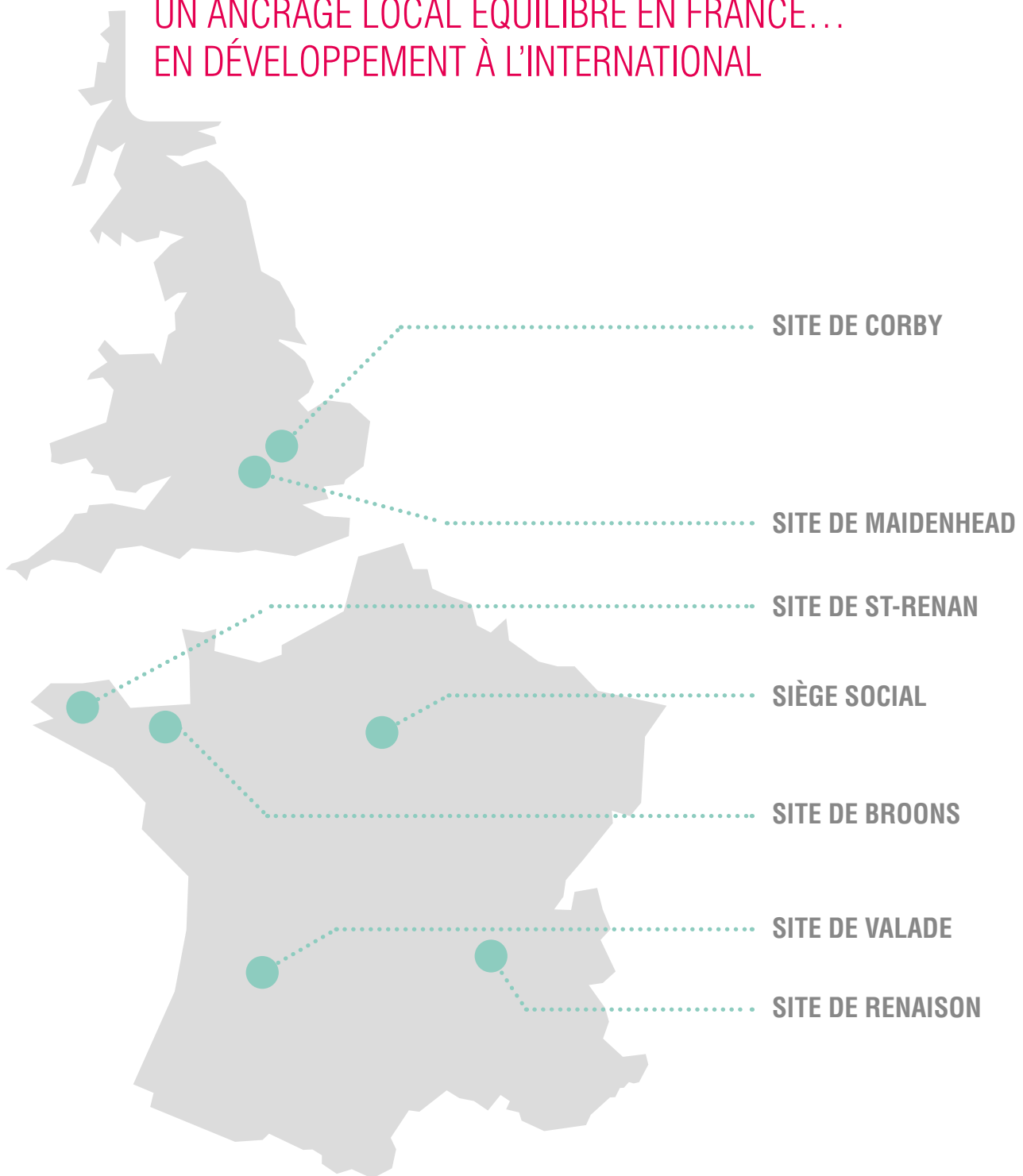


### UNE RECETTE LENOTRE PROFESSIONNEL

Entremets de haute gourmandise



## UN ANCRAGE LOCAL ÉQUILIBRÉ EN FRANCE... EN DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL



# ASSURER NOTRE PÉRENNITÉ ÉCONOMIQUE



## PRIORITÉ CLIENTS : UNE NOUVELLE ORGANISATION AGILE ET PERFORMANTE

### ENGAGEMENT N°3 PÉRENNISER LA SATISFACTION CLIENTS



Guillaume Penel



Matthieu Devalle

**Nos clients sont la priorité stratégique de notre plan Destination Desserts Durables 2015-2018.**

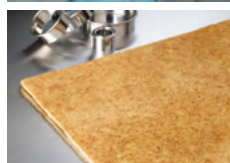
Flexible, agile, et efficace, notre organisation s'est adaptée à nos clients. Nous souhaitons nous orienter vers la création d'équipes commerciales par marché.

Une première étape a été réalisée en 2015 avec la nomination de Matthieu Devalle, chef de marché GMS et Guillaume Penel, chef de marché RHF. Ils ont pour mission d'anticiper les risques, d'élaborer une stratégie commerciale proactive en lien avec le Directeur commercial France, afin de développer nos parts de marché en synergie avec les usines du groupe.



Nous avons également renforcé la fonction de chef des ventes, avec d'Olivier RUDET, qui devient également formateur groupe auprès de l'équipe commerciale.

«L'objectif de la formation est de **bien faire connaître la gamme produits à l'équipe**, d'un point de vue technique et industrielle, pour mieux la promouvoir.



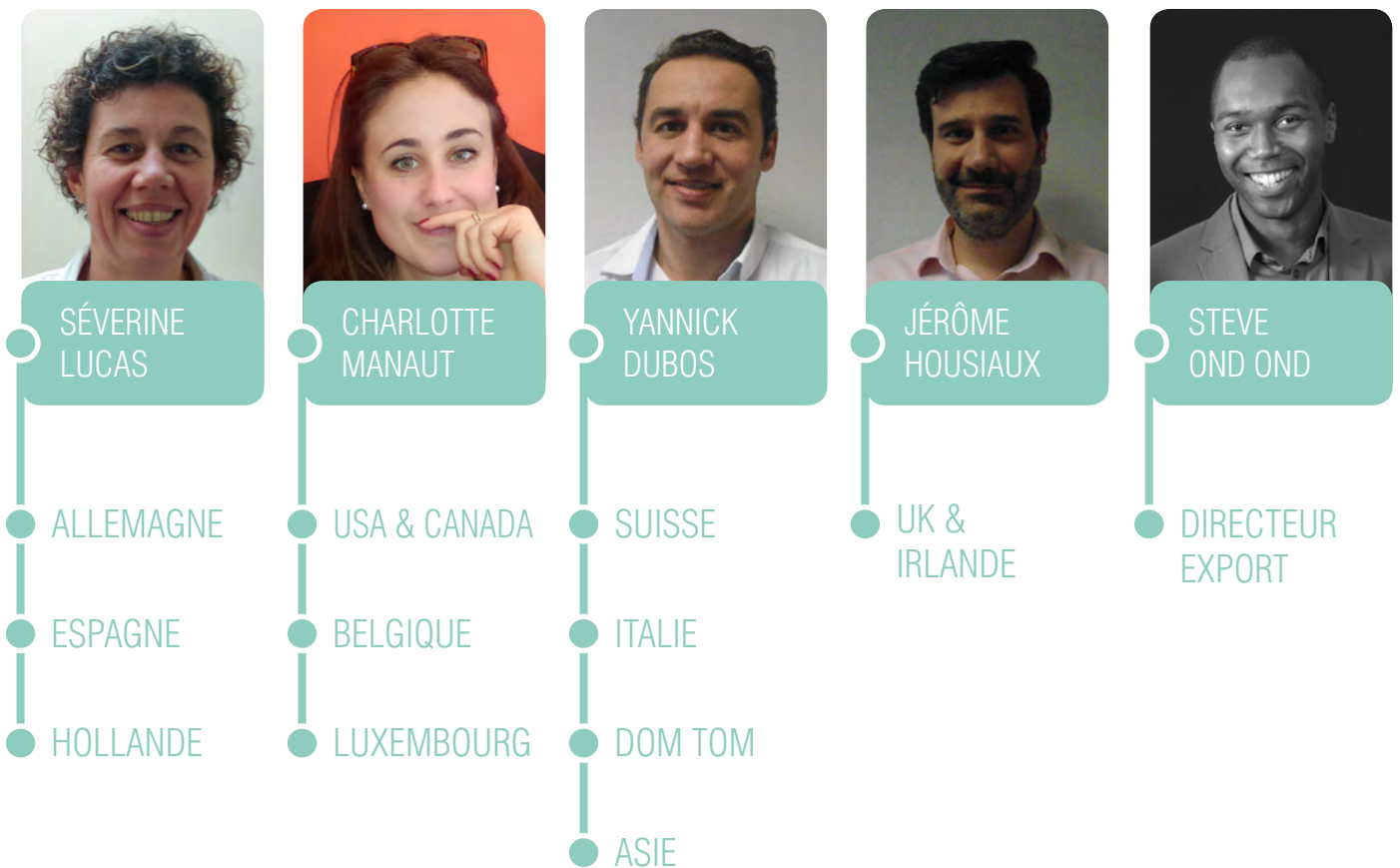
Nous avons par exemple commencé par la gamme feuilles, dacquoise, succès, joconde... dont la spécificité est la forte teneur en blanc d'œufs, qui en fait un produit assez fragile ».

L'Angleterre a depuis toujours été notre premier marché à l'Export, et depuis 2012 c'est désormais notre deuxième marché domestique. C'est aussi, et surtout, un marché qui reste très dynamique et sur lequel nous avons de fortes ambitions de croissance organique.

**AFIN D'ACCOMPAGNER CE DÉVELOPPEMENT ET RENFORCER LES SYNERGIES FRANCE-ANGLETERRE**

nous avons accueilli fin 2015 Jérôme Housiaux en tant que UK National Sales Manager

“ Je vis depuis 15 ans en Angleterre, j'ai occupé des postes de développement commercial et de gestion de grands comptes dans le secteur de la pâtisserie ou des plats cuisinés au préalable. Basé chez Handmade cake, mon rôle est de développer une synergie forte entre les gammes et les clients des sites français et anglais. L'idée : que les commerciaux français vendent davantage et plus facilement des produits anglais en France, et que les commerciaux anglais vendent davantage et plus facilement des produits français en Angleterre. ”



Mademoiselle Desserts, veut continuer de croître hors de France. Le groupe réalise déjà un quart de son chiffre d'affaires à l'international. L'objectif est d'arriver à un tiers en 2018.

La société, a grossi par rachats successifs avec différentes marques (Martine Spécialités, Delmotte ou Trois Abers), qui correspondent à autant de sites industriels. « Le nom Européenne des Desserts avait été créé pour coiffer l'ensemble, mais cela devenait compliqué à expliquer à l'étranger », reconnaît Didier Boudy. Les deux entreprises anglaises réalisent environ 30 millions d'euros de chiffre d'affaires sur un marché en croissance. Elles offrent l'opportunité d'une diversification au groupe, qui produit pour la grande distribution et les professionnels de la restauration hors domicile tels que les restaurants, fast-foods, cafétérias, sandwicheries, boulangeries... Le dernier marché investi est celui des « coffee shops », notamment les 600 magasins de la chaîne britannique Caffè Nero. « C'est le fruit des synergies entre les différentes entités du groupe. Cela nous permet de vendre désormais des cheesecakes en France et des tartelettes à travers la grande distribution en Angleterre », insiste Didier Boudy.



“ Handmade cake company a été repris par mademoiselle Desserts fin 2014. Depuis, le groupe a également acheté le bâtiment qui se trouvait juste à côté. Nous avons ainsi pu aménager une nouvelle chambre froide pouvant contenir 300 emplacements palettes. Cet investissement nous a permis d'augmenter de 20% la zone de production et de consacrer une zone dédiée au « sans gluten ». L'avantage d'appartenir à un groupe est aussi de pouvoir partager les informations d'achats de matières premières par exemple, les savoir-faire, ou encore les clients. Handmade cake company est donc désormais plus « fort » et plus structuré avec des capacités de production accrues. ”

Michale Wheeler, Directeur de l'usine

## ENGAGEMENT N°4 DÉVELOPPER L'ÉTENDUE DE NOTRE GAMME ET LES INNOVATIONS PRODUITS

**2015 fût une année riche en évolutions pour notre portefeuille produits. Nous avons d'abord identifié clairement les produits signatures unanimement reconnus par nos clients pour leur qualité, comme le flan, le framboisier, le caramel shortcake.**

Nous avons également rénové une grande partie de notre gamme de tartes et entremets. Reflet de l'attente des consommateurs pour la sélection de matières premières d'origine reconnue, nous avons par exemple lancé des entremets au citron de Sicile ou au Cassis noir de Bourgogne.

Nous avons ajouté à notre offre des produits forts de notre savoir-faire unique, comme des tartes dont la pâte sablée reste toujours croustillante, des tartelettes sur une base feuilletée caramélisée, des fonds feuilletés foncés et enfin notre star de 2015, un mille-feuilles au goût et à la texture incomparables, ayant reçu le Snacking d'or 2015.



**POUR 2016, NOUS POURSUIVONS CE TRAVAIL AFIN DE RENDRE TOUJOURS PLUS INCONTOURNABLES NOS FAMILLES PRODUITS SUR LE PLAN SENSORIEL, NUTRITIONNEL ET ÉMOTIONNEL**



## ENGAGEMENT N°5

À PARTIR DE NOTRE BASE INDUSTRIELLE ET DE NOTRE DÉPLOIEMENT INTERNATIONAL, DÉVELOPPER LES EXPORTATIONS ET L'INTERNATIONALISATION DU GROUPE.



## NOTRE PARTICIPATION AU SIRHA

Tout le monde était sur le pied de guerre pour que l'édition du Sirha 2015 soit un réel succès et tous les ingrédients étaient réunis pour que l'émulsion prenne :

- DES COMMERCIAUX PARFAITEMENT RODÉS
- DES PRODUITS DONT NOUS SOMMES FIER
- UN STAND GRAPHIQUE TRÈS VISUEL
- UNE ÉQUIPE R&D ET MARKETING À L'ORGANISATION MILLIMÉTRÉE

## À LA CONQUÊTE DE L'ASIE...

Avec des marchés dynamiques et une population de plus en plus réceptive à la Pâtisserie « Made in France », l'Asie fait partie des priorités de développement du service Export. Pour aborder ces marchés, il est indispensable de s'appuyer sur des équipes locales, rodées aux codes et aux attentes des consommateurs.

Depuis Octobre 2014, nous avons démarré un étroit partenariat avec la société BCBG, basée en Thaïlande qui nous représente exclusivement dans une vingtaine de pays d'Asie du Sud-Est. BCBG commercialise l'ensemble des produits du groupe et a déjà généré un CA de 180K€ sur la Thaïlande et le Cambodge avec aussi bien des moelleux chocolat, du Flan, des Fonds et des bandes entremets.

Nous avons encore du travail pour adapter nos produits aux goûts et attentes de l'Asie. Surtout en matière de qualité et de régularité visuelle de nos produits qui ne satisfont pas les clients BCBG aujourd'hui. Heureusement, l'équipe hyper compétente et dynamique de BCBG, emmenée par Alain Narucha Sri Tong (CEO) et Jaruwan Rattanasiriluck (COO) (3eme en partant de la droite) gère cela avec brio.



## ...ET TOUJOURS DE L'ANGLETERRE

La bûche de Noël au Chocolat fabriquée à Broons a été référencée chez Iceland au Royaume uni. Ce référencement nous permet d'ancrer une « tradition » de bûches au rayon surgelé en GMS anglaise. En effet, ICELAND est spécialisé dans les ingrédients et plats cuisinés surgelés. Avec plus de 850 magasins et un volume de 60 000 bûches pour cette campagne, il s'agit là d'une belle réussite.

## ENGAGEMENT N°6 GARANTIR DES PRODUITS BONS, SAINS ET SÛRS

La sécurité de nos produits est un prérequis sur lequel nous sommes intransigeants. La santé des consommateurs fait l'objet de notre engagement : fabriquer des produits bons, sains et les plus naturels possibles. Les « anglais » parlent de « clean label », c'est une bonne définition.

Depuis déjà quelques années, nous nous sommes engagés activement dans une démarche nutritionnelle visant à proposer des produits plaisir, bons et sains. Nous relevons les challenges que nos clients nous proposent mais sommes aussi engagés pro-activement afin d'éliminer de nos recettes tout ce qui n'est pas authentique, naturel et au plus proche de la matière première brute.



EN 2015 NOUS AVONS SUPPRIMÉ LA MATIÈRE GRASSE VÉGÉTALE HYDROGÉNÉE DE CERTAINS ENTREMETS



NOUS AVONS ÉGALEMENT MODIFIÉ, PAR EXEMPLE, LA COMPOSITION DU NAPPAGE DE LA TARTELETTE FINE POMMES EN SUPPRIMANT LES CONSERVATEURS DE LA COMPOSITION EN INGRÉDIENTS.

Au service du développement de nos clients, notre équipe R&D de 28 personnes est aussi à l'affût des évolutions des goûts et habitudes de consommations. Un groupe R&D-Production-Qualité assure la mise en production des innovations et leur industrialisation.

## ENGAGEMENT N°7

### ENTREtenir NOTRE OUTIL MODERNE, INTÉGRÉ ET EFFICACE

## D-WAY

Aujourd'hui, les entreprises d'un même marché ont accès aux mêmes matières premières, aux mêmes technologies, aux mêmes sources d'énergie, à la même main d'œuvre. Nous avons décidé de faire la différence grâce à nos équipes et nos méthodes de travail, en créant le D-WAY. Il s'agit d'un référentiel fondé sur : l'intelligence collective, l'amélioration continue et les connaissances. Cet outil est constitué d'un recueil de bonnes pratiques de management de la performance ainsi que d'un système de cotation permettant de s'auto-évaluer et de mesurer les progrès dans un objectif d'excellence industrielle. Il sera d'abord déployé en juin 2016 sur le site de Saint Renan et en décembre 2016 sur Valade.

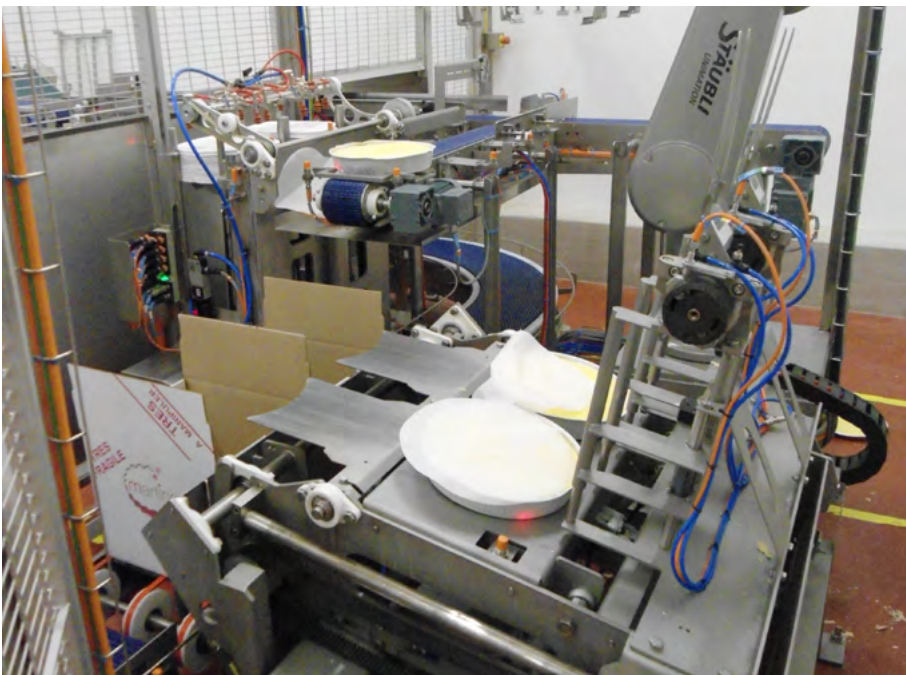
## MONTANT DES INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS 2015

FRANCE

**4,4 millions d'€**

ANGLETERRE

**3,6 millions d'€**



Le groupe a pour stratégie d'intensifier sa politique d'acquisition à l'international et de poursuivre sa politique d'investissement industrielle. Ainsi, depuis 2009, 30 millions d'euros ont été investis dans son usine périgourdine, qui contribue à la moitié du chiffre d'affaires du groupe. Deux nouvelles lignes d'emballage seront installées d'ici à l'année prochaine pour environ 1,2 million d'euros. Les deux usines anglaises s'agrandissent également.

Mademoiselle Desserts Corby, anciennement Speciality Desserts, construit un nouveau site à quelques kilomètres de l'usine actuelle. Handmade cake company augmente sa capacité de production et intègre notamment les produits sans gluten, marché porteur Outre-Manche.



# ÊTRE UN EMPLOYEUR RESPONSABLE



Une de nos priorités demeure la santé et la sécurité des salariés. Nous travaillons chaque jour à améliorer la sécurité de nos salariés dans chacune de nos usines. Nos résultats sont déjà bien supérieurs aux normes du secteur et nous souhaitons encore améliorer les indicateurs clés liés à ces enjeux essentiels pour une industrie encore très manuelle. Cela implique notamment d'identifier les risques des postes générateurs de Troubles Musculo Squelettiques ainsi que les risques psycho sociaux (RPS) afin de les supprimer ou les alléger pour qu'elles soient supportables sur le long terme. Des plans sont mis en œuvre au niveau industriel notamment, et font l'objet d'un reporting mensuel au niveau du COMEX et du Conseil de surveillance.



## SANTÉ ET SÉCURITÉ

### ENGAGEMENT N°8 AMÉLIORER LA PROTECTION DE LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Mademoiselle Desserts veut impliquer l'ensemble de ses filiales et de leur personnel dans cette démarche et rendre chacun responsable de sa santé, de sa sécurité et de celles de ses collègues. Le Groupe entend ainsi devenir progressivement un référent national en la matière, dans le secteur de la boulangerie, viennoiserie, pâtisserie.

Consciente de ses responsabilités, la direction publie et diffuse à l'ensemble du personnel ainsi qu'aux parties prenantes la politique santé et sécurité. Chaque site a mis en place un système de Management Santé Sécurité. Les principaux objectifs concernent le respect des exigences réglementaires qui nous sont applicables, la diminution au maximum des accidents du travail par l'évaluation des risques, l'analyse des accidents et incidents et la mise en œuvre d'actions correctives associées, la prévention des maladies professionnelles et de la pénibilité notamment en intégrant l'ergonomie en amont de tous les projets industriels.

Il est enfin primordial de responsabiliser chacun dans ses fonctions, en impliquant l'ensemble du personnel dans la démarche, par la communication, l'information et la formation.

### MADEMOISELLE DESSERTS S'ENGAGE

À respecter les normes internationales de comportement et les Droits de l'Homme. Chaque salarié contribue à ces engagements, en interne en signant la charte éthique du groupe, auprès de ses fournisseurs ou prestataires en appliquant et faisant respecter la charte Achats responsables. Chacun veille à assurer le respect de ces droits dans son domaine de responsabilité.

Les usines du groupe sont membres du SEDEX, organisation à but non lucratif ayant pour vocation d'encourager les pratiques éthiques dans les chaînes d'approvisionnement mondial.





## ENGAGEMENT N°9 ÉLABORER, DIFFUSER ET VEILLER À L'APPLICATION DE NOTRE CHARTE ÉTHIQUE

Parce que sans éthique rien n'est durable, le Comité Exécutif de Mademoiselle Desserts s'engage en signant et faisant valoir la charte éthique du groupe.

Celle-ci est déclinée selon

### 10 PRINCIPES D' ACTIONS ET DE COMPORTEMENT :

Elle a été illustrée par les salariés de façon décalée et humoristique. Chaque salarié a reçu un exemplaire de cette charte éthique.

- RESPECT DES DROITS HUMAINS FONDAMENTAUX
- PROHIBITION DE LA DISCRIMINATION ET RESPECT DE LA VIE PRIVÉE
- RESPECT DES CONDITIONS DE TRAVAIL ET DES RÈGLES DE SANTE ET SÉCURITÉ
- RESPECT ET PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT
- RESPECT DE LA LÉGALITÉ
- ÉCOUTE ET DIALOGUE
- CONFLIT D'INTÉRÊT
- RELATION AVEC LES PARTIES PRENANTES
- UTILISATION DES BIENS DES SOCIÉTÉS
- ENGAGEMENT PROFESSIONNEL

#### Et si vous avez encore des doutes, posez-vous ces questions :

Suis-je certain de choisir ce prestataire ou fournisseur de façon objective sans traitement de faveur ?



07

#### Et si vous avez encore des doutes, posez-vous ces questions :

Est ce que je contribue à créer un climat de travail serein ?



Ai-je la connaissance des règles d'hygiène dans mon environnement de travail au quotidien ?

Quelle question, heureusement que je connais les règles d'hygiène, c'est mon quotidien.

Y a t'il de l'affichage pour les règles d'hygiène ? 30 ans que je travaille ici, jamais vues.

10

## FORMATION

### ENGAGEMENT N°10 ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES PARCOURS PROFESSIONNELS

L'entreprise accompagne les salariés dans le développement de leurs compétences et dans le maintien de leur employabilité, sans discrimination. Des entretiens individuels sont réalisés tous les ans pour les Techniciens, Agents de maîtrise et Cadres et tous les deux ans pour les Ouvriers et Employés. Ces entretiens, réalisés par les Responsables hiérarchiques, permettent d'échanger librement et en toute confiance sur les souhaits d'évolution et de formation de chacun.

Ces souhaits et attentes ainsi recueillis par le service Ressources Humaines permettent de faire vivre notre politique de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences et ainsi agrémente les plans de formation.

## EMPLOI

### ENGAGEMENT N°11 DÉVELOPPER NOTRE ATTRACTIVITÉ

**Depuis 2009 notre petit groupe ne cesse de grandir et de se développer. Tout au long de notre évolution, une seule et même raison d'être, guide toutes nos sociétés : seul, en famille ou entre amis faire de chacun des instants desserts un vrai moment de plaisir et d'émotion.**

Aussi avons-nous souhaité donner un nouveau nom à notre belle aventure, afin de mieux nous faire connaître et reconnaître auprès des écoles et universités pour attirer les meilleurs talents.

Une politique de communication extérieure est en cours d'élaboration auprès des jeunes et des institutions qu'ils fréquentent. Nous avons souhaité trouver une identité commune à l'ensemble des sociétés afin d'incarner notre dynamisme, notre passion pour l'innovation et la modernité que nous ajoutons à la tradition pâtisnière.





## DIALOGUE ET CLIMAT SOCIAL

### ENGAGEMENT N°12 & 13 DÉVELOPPER LE DIALOGUE SOCIAL & FAVORISER UN BON CLIMAT SOCIAL



**Le dialogue et un bon climat social favorisent la fidélisation des salariés et leur épanouissement dans la vie professionnelle. Le groupe entretient un dialogue social responsable et de qualité en intégrant les salariés et les instances représentatives du personnel. Diverses actions concrètes sont en place au sein du groupe.**

Chaque année, Didier Boudy, Président du groupe, va à la rencontre des salariés sur les différents sites. Lors de ces journées, les événements marquants, les résultats, les objectifs... du groupe sont présentés et expliqués. Il s'agit d'un moment d'échanges sous forme de questions réponses également, en toute transparence.

Reconnaître le travail et les efforts des salariés, les en remercier...c'est également ce que fait le groupe en célébrant les événements ou les réussites. En 2015 par exemple, « Martine » a fêté ses 30 printemps, Renaison a célébré le lancement de sa nouvelle organisation suite au « projet Odyssée », HandMade cake a invité la ministre de l'Intérieur de l'Angleterre pour inaugurer l'agrandissement des locaux, Saint Renan a fêté la remise des médailles du travail...

Tous les deux mois, notre journal interne, « Emulsion news » devenu « M News » est diffusé aux salariés, par mail et affichage. Ainsi l'ensemble du personnel suit l'actualité de notre entreprise, de nos clients et aussi des lancements produits et événements majeurs touchant à la vie des salariés.



## PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT

L'utilisation des ressources naturelles à travers la consommation et la transformation de matières premières d'origine animale et végétale est le premier enjeu environnemental du groupe.

Chaque site suit ses consommations et pertes matières premières, ses dépenses d'électricité, de gaz, d'eau.

Nous travaillons en collaboration avec nos fournisseurs de matières premières et d'emballages afin de récolter et d'échanger sur les bonnes pratiques en terme de RSE. Nous utilisons un système d'évaluation en ligne, développé en collaboration avec Coop de France et la région aquitaine.

Notre impact carbone est essentiellement lié à l'utilisation des matières premières d'origine agricole. Nous avons réalisé les bilans gaz à effet de serre de l'ensemble des sites français. En 2016, nous réaliserons les bilans des sites anglais.

Concernant le traitement des déchets, en 2015, nous nous sommes focalisés sur la mise en place de tris supplémentaires comme les papiers de bureau sur l'ensemble des sites ou les gobelets plastiques.





## ENGAGEMENT N°14 OPTIMISER NOTRE EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

En 2015, le groupe a lancé le projet GREEN, une démarche globale d'optimisation des consommations d'énergie sur les 4 sites français. L'objectif est, dans un premier temps, de cartographier les consommations d'énergie en répertoriant chaque poste de façon détaillée, d'estimer chaque consommation, d'installer des compteurs lorsque nécessaire, d'effectuer des relevés réguliers, d'en déduire un plan d'actions. Nous orientons nos actions sur les consommations de gaz, électricité et les systèmes de refroidissement.

Début 2015, les résultats se situaient entre « prise de conscience » et « actions ponctuelles ».

En 2016 l'objectif est de progresser sur « plan d'actions ».

LES SITES ONT RÉALISÉ LEUR AUTODIAGNOSTIC SELON LA MATRICE DE MATURITÉ SUIVANTE :



Mais ce sont également les comportements de tous les jours qui, mis bout à bout, contribueront à réduire notre facture énergétique et avoir des réflexes responsables, applicables d'ailleurs autant au sein de l'entreprise qu'à la maison.



En décembre, le site de Valade a consacré 2 journées à l'animation sur les Eco-gestes :

utiliser des ampoules LED basse consommation, ne pas laisser les prises branchées lorsqu'il n'y a pas d'appareils à charger, éteindre son ordinateur lorsqu'on ne l'utilise pas, dégivrer son congélateur, faire la chasse aux fuites d'eau... Ces ateliers étaient animés par EDF et des kits d'économie d'énergie ont été gagnés par 10 salariés suite à un quizz de 12 questions, il faut l'avouer, pas si simple... Des photos thermiques ont également été réalisées.

Cette journée a été l'occasion d'échanger et d'informer également quelqu'un de nos partenaires locaux sur nos actions en terme de développement durable.



## ENGAGEMENT N°15 RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS D'EAU



Dans le secteur agroalimentaire, les opérations de nettoyage représentent un enjeu majeur d'une part pour garantir la sécurité des denrées alimentaires, mais également représentent un enjeu de taille dans la consommation d'eau des sites de production.

En effet, une grande partie de l'eau consommée est liée aux postes de nettoyages sur les sites industriels ainsi qu'aux sanitaires.

La consommation d'eau est bien maîtrisée même s'il demeure des écarts entre les sites. Les principales actions à mener sont : la sensibilisation au quotidien des salariés et de l'équipe de nettoyage, l'utilisation de buse de nettoyage mieux adaptées au besoin, l'utilisation d'auto-laveuses pour les sols.

## DÉCHETS



### ENGAGEMENT N°16 RÉDUIRE LES PERTES MATIÈRES, TRIER ET VALORISER LES DÉCHETS

Les deux principaux objectifs du groupe en 2015 concernent la réduction des pertes matières sur lignes, les surconsommations etc, et l'optimisation du tri.

Les surconsommations de matières peuvent être liées à des mauvais réglages, des modes opératoires insuffisamment adaptés, des surdosages... Afin de réduire ces surconsommations, nous travaillons sur l'optimisation du pilotage des lignes, la formation des chefs d'équipe, l'adaptation des outils aux besoins sur lignes comme l'achat de nouveaux farineur ou sucrier.

L'ensemble des sites du groupe trie ses déchets et travaille avec des filières de recyclage et valorisation. Les déchets générés sont des cartons, plastiques, aluminium, des papiers, du bois, des déchets organiques...

En 2015, le groupe a défini de nouveaux objectifs de tri et recyclage pour : les papiers de bureau, les gobelets plastiques, les piles et batteries.

## IMPACT GES



### ENGAGEMENT N°17 RÉDUIRE L'IMPACT DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE LIÉES AUX MATIÈRES PREMIÈRES ET EMBALLAGES

Afin de comprendre les impacts environnementaux de nos activités et de nos produits, nous utilisons la méthode d'Analyse de Cycle de Vie. Nous nous sommes intéressés à notre empreinte carbone, eau et nos impacts sur la biodiversité.

La part des impacts énergétiques est assez faible et correspond essentiellement au gaz utilisé pour le fonctionnement des fours. Elle est largement en deuxième position après les matières premières, notamment celles d'origine animale.

Nous utilisons des matières premières d'origine animale comme le beurre, le lait, les œufs, et d'origine végétale comme la farine, le sucre... Nous avons peu de leviers d'actions directs et devons travailler en relation avec nos fournisseurs pour réduire notre impact carbone.

Ainsi l'évaluation RSE de nos fournisseurs stratégiques est primordiale pour collecter les informations et décider des orientations internes en matière d'achats responsables, ainsi que des plans d'actions environnementaux à suivre avec nos fournisseurs.

# ASSURER NOTRE IMPACT SOCIÉTAL ET NOTRE ANCRAGE LOCAL

## LOYAUTÉ DES PRATIQUES ET DÉVELOPPEMENT LOCAL

En accord avec les engagements du global compact, l'entreprise a adopté une charte éthique ainsi qu'une charte des achats responsables à travers lesquelles elle s'engage à lutter contre la corruption et les conflits d'intérêt.

Chaque membre du personnel se doit de respecter les principes d'intégrité, d'honnêteté et d'équité dans ses rapports avec les parties prenantes du groupe. Lorsqu'il traite avec un client, un fournisseur ou tout autre tiers, chaque employé s'engage à effectuer ses choix sur la base de critères objectifs dans le seul intérêt du groupe et s'interdit toute forme de corruption active ou passive.

### ENGAGEMENT N°18 ACHETER RESPONSABLE ET DURABLE

**En 2015, nous avons travaillé sur l'évaluation Développement durable de nos fournisseurs. Nous avons organisé des rencontres afin d'informer et de former nos interlocuteurs à l'outil d'auto-évaluation mis en place. Il ne s'agit plus seulement de prendre en compte les critères qualité ou sécurité alimentaire mais d'intégrer dans nos échanges et nos référencements fournisseurs des critères RSE.**

13 fournisseurs stratégiques se sont donc portés volontaires pour s'auto-évaluer selon ce référentiel.

En 2016, nous avons pour objectif de couvrir 23% de notre chiffre d'affaires fournisseurs avec une évaluation RSE.

Tous nos acheteurs sont formés aux Achats responsables. Depuis 2010 l'équipe achats intègre la RSE, avec un premier diagnostic réalisé dans le cadre d'une opération collective d'entreprises, co-pilotée par l'Ademe et l'Afnor. Depuis nous avons parcouru du chemin et en 2015 nous avons communiqué notre politique d'achats responsables, disponible sur notre site internet. Celle-ci a été rédigée avec l'ensemble des acheteurs. Elle garantit le respect de la qualité et la sécurité des denrées alimentaires, le développement de contrats d'une durée supérieure à un an, une conduite éthique des affaires et des transactions, en donnant par exemple aux fournisseurs et prestataires la possibilité de contester, à travers la mise en place d'une commission de recours.



## ENGAGEMENT N°19 PRIVILÉGIER LES ACHATS LOCAUX DÈS QUE POSSIBLE

**Le groupe travaille avec près de 500 fournisseurs dont 200 fournisseurs de films plastiques, cartons, tourtières aluminium et papier.**

Nous achetons plus de 38 000 tonnes de matières premières par an, principalement des matières premières d'origines animale et végétale : 10 000 tonnes de farine, 8 millions de litres de lait, 5 000 tonnes de sucre, 4 500 tonnes de beurre, 3 200 tonnes d'œufs, 1 000 tonnes de chocolat, 2 500 tonnes de pommes.

A noter que nous cherchons des produits de grande fraîcheur, ainsi 700 tonnes de pommes sont pelées, érogées, découpées chaque année dans nos ateliers.

Dans ce souci de proximité et de fraîcheur, nous souhaitons renforcer notre ancrage territorial. Notre objectif est de développer nos filières locales afin de contribuer au dynamisme de nos partenaires économiques et associatifs.

En 2015, nous avons démarré une stratégie de filière. Notre objectif est de définir des partenariats avec l'amont agricole pour certaines catégories de matières premières comme la farine, le lait voire les œufs.

En 2015, 15,3% des matières premières et matériaux d'emballages étaient achetés en local, c'est-à-dire à moins de 250 km du site de production utilisateur. Nous souhaitons passer 20% en 2016.

Certains intrants ne peuvent cependant pas être achetés localement. C'est le cas des fruits comme les framboises ou de la mangue surgelées, qui soit ne sont pas produits en France, soit ne sont pas disponibles en quantités dites industrielles, soit ne suivent pas le processus de fabrication requis (calibrage, surgélation etc).

## ENGAGEMENT N°20 PÉRENNISER ET DYNAMISER NOTRE ANCRAGE LOCAL

**Nos entreprises ont un impact important et participent au développement de leur territoire qui se situe souvent en campagne. En 2015 le groupe emploie près de 1000 salariés en emplois directs et a permis de générer quasiment 3000 emplois supplémentaires indirects.**

Notre souhait est de participer activement au développement économique et aussi associatif. Nous avons un rôle à jouer dans la pérennisation des associations locales qui poursuivent leurs activités en partie grâce aux dons, sous forme de produits ou de dons financiers.

Nous entretenons des liens étroits avec les associations pour l'emploi, les associations d'œuvre humanitaire, sportives ou culturelles notamment en lien avec la jeunesse.

Chaque année nous participons à de nombreuses manifestations locales comme par exemple la fête du blé de Pleudihen sur Rance en Bretagne, le don du sang à Brantome, la Trans'iroise pour lutter contre la leucémie.

Nous soutenons également les banques alimentaires en offrant plusieurs milliers de parts de pâtisseries par an.

Les sites de Broons et Renaison ont chacun leur propre magasin d'usine afin de faire encore mieux découvrir nos produits localement.



“ *Entre Martine et  
Mademoiselle Desserts,  
30 ans se sont écoulés...*  ”

## LE SITE DE VALADE



“ Nous avons fêté cette année les 30 ans de la société. Un moment important dans la vie du site et dans son histoire. Conviviale, sportive, ludique elle fut la journée d'anniversaire du 13 juin. 350 personnes étaient réunies, les salariés et leurs familles. Organisée par « le Club des Fondateurs » et soutenu par la Direction de l'entreprise, cette journée fut clôturée par un spectacle de feu ainsi qu'un beau feu d'artifice. ”

Francis Money  
Directeur du site





### Assurer notre pérennité économique

CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL (K€).....	82 038
CHIFFRE D'AFFAIRES EXPORT (%).....	5
TONNAGE DE PRODUITS FABRIQUÉ (T).....	27 154
NOMBRE DE RÉFÉRENCES PRODUITS.....	498
PART DU CA RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DE MOINS D'UN AN(%).....	8,1
PART DU CA CONSACRÉ À LA R&D(%).....	1
NOMBRE DE PERSONNES EN R&D.....	7
PART DE RÉCLAMATIONS POUR 100 TONNES DE PRODUITS LIVRÉS.....	0,18
CERTIFICATIONS IFS / BRC.....	OUI
AUTRES CERTIFICATIONS : SEDEX.....	OUI



### Être un employeur responsable

NOMBRE DE SALARIÉS (CDI).....	435
AGE MOYEN DES SALARIÉS.....	42
EFFECTIF FÉMININ (%).....	48
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION.....	5 863
NOMBRE DE PERSONNES AYANT EU AU MOINS UNE FORMATION.....	201
PART DE SALARIÉS FORMÉS (%).....	46
NOMBRE DE CONTRAT D'APPRENTISSAGE.....	8
NOMBRE DE SALARIÉS SAUVETEURS SECOURISTE DU TRAVAIL.....	66
TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	0,6
TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	20,7



### Préserver l'environnement

CONSOMMATION ANNUELLE D'ÉLECTRICITÉ (KWh).....	18 633 271
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ / TONNAGE PRODUIT (KWh/T).....	686,2
CONSOMMATION ANNUELLE DE GAZ (KWh).....	5 455 190
CONSOMMATION DE GAZ / TONNAGE PRODUIT (KWh/T).....	201
CONSOMMATION D'EAU (m³).....	67 485
CONSOMMATION D'EAU / TONNAGE PRODUIT (m³ / T).....	2,49
QUANTITÉ TOTALE DE DÉCHETS (T).....	1 608
SURCONSOMMATION MATIÈRES (%).....	3,39
ÉMISSION TOTALE DES GES (Teq CO2).....	2 099



### Assurer notre impact sociétal et notre ancrage local

NOMBRE D'ASSOCIATIONS AIDÉES.....	50
-----------------------------------	----

## ENGAGEMENT N°4 DÉVELOPPER L'ÉTENDUE DE NOTRE GAMME ET LES INNOVATIONS PRODUITS

L'innovation de l'année 2015 est bien sur le mille-feuille, fabriqué sur le site de Valade, avec lequel nous avons gagné le snacking d'or 2016 - Prix spécial Jury.

Le concept du produit est innovant : la crème d'un côté et le feuilletage de l'autre, il n'y a plus qu'à assembler !

L'avantage est de garantir un produit haut de gamme croustillant digne de l'artisan pâtissier.

Objectif : un produit protégé dans un emballage adapté.



## ENGAGEMENT N°7 ENTREtenir NOTRE OUTIL MODERNE, INTÉGRÉ ET EFFICACE



# 8 millions de litres !



C'est le volume de lait frais consommé par Valade en une année. Cela représente une livraison quotidienne de 28 000L. Pour faire face aux volumes, nous avons décidé d'acheter un nouveau tank d'une capacité de stockage de 30 000 Litres, à ajouter aux 2 tanks existants et de réorganiser la réception du lait ainsi que le nettoyage du système de dosage automatique.

Cet nouvel investissement de 360 000€ a permis d'améliorer les conditions de travail des équipes Nettoyage et Approvisionnement.

## ENGAGEMENT N°8 AMÉLIORER LA PROTECTION DE LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL



La culture sécurité est bien ancrée sur Martine valade avec un engagement fort de la Direction, de l'encadrement et de l'ensemble du personnel. Notre objectif est bien d'améliorer nos performances et de toujours garantir à nos salariés des bonnes conditions de travail en toute sécurité.

Le site de Valade vient de renouveler pour la 3eme année sa certification OHSAS 18001 avec brio !

Il est à noter que très peu d'entreprises de la profession «Boulangerie-pâtisserie » sont certifiées OHSAS 18001. C'est un réel atout et une référence dont nous pouvons être fiers !







## ENGAGEMENT N°16 RÉDUIRE LES PERTES MATIÈRES, TRIER ET VALORISER LES DÉCHETS

En parallèle d'un travail de pertes matières sur ligne Valade s'est attaqué au recyclage des déchets qui représentaient un coût significatif pour l'entreprise.

Un projet transversal entre le service Hygiène et le service Achats, a permis d'identifier un nouveau process et de choisir de nouveaux partenaires afin de mener des actions d'envergure :

- Adaptation d'une benne à déchets ce qui permet de baisser le nombre de rotations, de diminuer le nombre de kilomètres, d'émettre moins de CO2...
- Recyclage de l'ensemble des déchets alimentaires valorisables plutôt que de les traiter comme des DIB (Déchets Industriels Banals) et de les enfouir.
- Recyclage accru des matières plastiques, comme des palettes réutilisées par un fournisseur.

## ENGAGEMENT N°20 PÉRENNISER ET DYNAMISER NOTRE ANCRAGE LOCAL

« En décembre l'usine de Valade a reçu 15 professeurs de collèges et lycées de Périgueux et ses alentours. L'objectif de l'association « C GENIAL » est de faire le lien entre les professeurs de l'enseignement secondaire et les entreprises. Nous avons pu présenter notre organisation, nos métiers, nos process et nos produits très appréciés. Ce fut une belle matinée d'échanges », Marie Laure Ackel, Responsable des Ressources Humaines.





## LE SITE DE BROONS



“ L'activité du site est toujours très marquée par la campagne des bûches de Noël au dernier trimestre. Avec près de 140 références fabriquées en quelques semaines, anticipation et réactivité doivent être de rigueur ! En 2015, les parfums à l'honneur étaient « Intenses et exotiques » avec du chocolat du Venezuela, de la vanille de Madagascar, du café de Colombie... ”

Julie Anne Lessalle  
Chef de Projet R&D

Franck Mentré  
Responsable Production



## Assurer notre pérennité économique

CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL (K€).....	23 213
CHIFFRE D'AFFAIRES EXPORT (%).....	21
TONNAGE DE PRODUITS FABRIQUÉ.....	2 613
NOMBRE DE RÉFÉRENCES PRODUITS.....	560
PART DU CA RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DE MOINS D'UN AN (%).....	19
PART DU CA CONSACRÉ À LA R&D (%).....	1,9
NOMBRE DE PERSONNES EN R&D.....	8
PART DE RÉCLAMATIONS POUR 100 TONNES DE PRODUITS LIVRÉS.....	4,2
CERTIFICATIONS IFS / BRC.....	OUI
AUTRES CERTIFICATIONS : SEDEX.....	OUI



## Être un employeur responsable

NOMBRE DE SALARIÉS (CDI).....	181
AGE MOYEN DES SALARIÉS.....	41
EFFECTIF FÉMININ (%).....	58
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION.....	1 428
NOMBRE DE PERSONNES AYANT EU AU MOINS UNE FORMATION.....	164
PART DE SALARIÉS FORMÉS (%).....	91
NOMBRE DE CONTRAT D'APPRENTISSAGE.....	2
NOMBRE DE SALARIÉS SAUVETEURS SECOURISTE DU TRAVAIL.....	34
TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	4,68
TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	76,7



## Préserver l'environnement

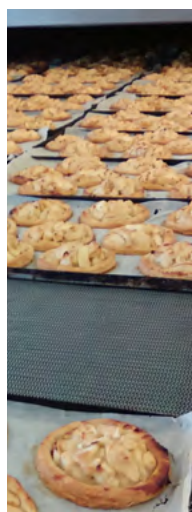
CONSOMMATION ANNUELLE D'ÉLECTRICITÉ (KWh).....	7 266 692
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ / TONNAGE PRODUIT (KWh/T).....	2 781
CONSOMMATION ANNUELLE DE GAZ (KWh).....	3 653 800
CONSOMMATION DE GAZ / TONNAGE PRODUIT (KWh/T).....	1 398
CONSOMMATION D'EAU (m³).....	39 878
CONSOMMATION D'EAU / TONNAGE PRODUIT (m³/T).....	15,30
QUANTITÉ TOTALE DE DÉCHETS (T).....	1 135
SURCONSOMMATION MATIÈRES (%).....	14,2
ÉMISSION TOTALE DES GES (T <sub>eq</sub> CO <sub>2</sub> ).....	2 042



## Assurer notre impact sociétal et notre ancrage local

NOMBRE D'ASSOCIATIONS AIDÉES.....	10
CHIFFRE D'AFFAIRES DU MAGASIN D'USINE (K€).....	175

## ENGAGEMENT N°7 ENTREtenir NOTRE OUTIL MODERNE, INTÉGRÉ ET EFFICACE



Le site s'est équipé en 2015 d'une doseuse de pommes. Les tartes aux pommes fabriquées sur le site utilisent des pommes fraîches. Après les avoir épluché, érogé et coupé en quartiers, il faut les doser sur des abaisses (pour les tartes fines) ou dans des moules silicones (pour les tatin). Cette étape de dosage était réalisée à la main jusqu'à l'arrivée d'une doseuse volumétrique mi- octobre 2015. La mise en place de cette machine, d'une capacité de 3 200 p/h soit environ 400 kg, permet d'obtenir des doses plus régulières et d'améliorer la productivité. Cette doseuse permet surtout de réduire la pénibilité pour les opérateurs. En effet, le dosage manuel demandait une posture et des gestes pénibles. Ceci a permis de réduire de moitié le risque de Troubles Musculo Squelettiques (TMS) sur ce poste et cela se confirme, d'après le ressenti des équipes, après quelques semaines de fonctionnement.

## ENGAGEMENT N°8 AMÉLIORER LA PROTECTION DE LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL



Des formations Santé Sécurité au Travail à destination de l'ensemble des salariés du site Delmotte Broons ont eu lieu en juin 2015.

148 personnes ont été formées en 13 sessions de formation de 3h30.

Les objectifs de la formation étaient les suivants : connaître les principaux risques dans l'entreprise, connaître les principales mesures de prévention, connaître et comprendre les 10 incontournables de la charte Santé Sécurité pour mieux les appliquer au quotidien.

Ces formations, sous forme de jeu, ont permis de départager les équipes gagnantes de chaque session.

Elles (que des femmes !) ont gagné un stage cadeau d'une journée de conduite automobile sur circuit. Alternant théorie et pratique (avec des véhicules spécialement équipés mais aussi à bord de leur propre voiture), cette journée leur permettra de mieux anticiper et appréhender une situation à risque sur la route.

## ENGAGEMENT N°15 RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS D'EAU

La réduction des consommations d'eau est un enjeu du plan de route industriel 2015 à Broons. Ces réductions de consommation d'eau doivent notamment passer par l'optimisation des pratiques d'utilisation de l'eau lors des nettoyages des équipements de production. Par exemple, le seul fait d'utiliser différentes buses peut nous permettre de passer d'une consommation de 80 litres d'eau par minutes à 30 litres ! en 2016, nous travaillons également sur « la chasse aux fuites », par exemple au niveau du tunnel de lavage des équipements.



# LE SITE DE RENAISON



En 2015 nous avons structuré l'équipe, avec l'arrivée de Paul Casteleiro en tant que Responsable production, Anaëlle Roche comme Responsable atelier et de Céline Couturier comme Responsable qualité. Puis le projet Odyssee a été lancé. L'idée était d'analyser le fonctionnement organisationnel du site, puis de construire de façon participative la nouvelle organisation répondant au besoin du site, notamment lors de la période de fabrication des produits de fin d'année.

Pour cela, nous nous sommes fait aider par deux cabinets, l'un spécialisé en ergonomie du travail et à l'analyse des Risques psycho-sociaux en entreprise, et le second, spécialiste en organisation industrielle.

Après de nombreux échanges avec les équipes, ce projet a abouti à une redéfinition des rôles de supervisions sur le terrain, la création d'une équipe pour répondre au besoin de polyvalence, la mise en place de points de communication hebdomadaire avec l'ensemble du personnel.

Cette nouvelle organisation a été présentée à l'ensemble de l'équipe du site avant la période forte d'activité de fin d'année. Cette réunion a également fait l'objet de groupes de travail pour échanger et intégrer notre organisation mise en place. La participation a été importante et les échanges constructifs ». Un bilan sera ensuite réalisé pour définir notre organisation pour 2016.



Pascal Robert  
Directeur du site



14 Septembre 2015



## Pérennité économique

CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL (K€).....	11 620
CHIFFRE D'AFFAIRES EXPORT (%).....	13
TONNAGE DE PRODUITS FABRIQUÉ.....	1 830
NOMBRE DE RÉFÉRENCES PRODUITS.....	440
PART DU CA RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DE MOINS D'UN AN (%).....	5
PART DU CA CONSACRÉ À LA R&D (%).....	1,2
NOMBRE DE PERSONNES EN R&D.....	2
PART DE RÉCLAMATIONS POUR 100 TONNES DE PRODUITS LIVRÉS.....	4
CERTIFICATIONS IFS / BRC.....	En cours 2016
AUTRES CERTIFICATIONS : SEDEX.....	NON



## Employeur responsable

NOMBRE DE SALARIÉS (CDI).....	87
AGE MOYEN DES SALARIÉS.....	41
EFFECTIF FÉMININ (%).....	65
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION.....	851
NOMBRE DE PERSONNES AYANT EU AU MOINS UNE FORMATION.....	80
PART DE SALARIÉS FORMÉS (%).....	92
NOMBRE DE SALARIÉS SAUVETEURS SECOURISTE DU TRAVAIL.....	14
TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	3,65
TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	69



## Préserver l'environnement

CONSOMMATION ANNUELLE D'ÉLECTRICITÉ (KWh).....	3 829 638
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ / TONNAGE PRODUIT (KWh/T).....	2 093
CONSOMMATION ANNUELLE DE GAZ (KWh).....	4 695 521
CONSOMMATION DE GAZ / TONNAGE PRODUIT (KWh / T).....	2 566
CONSOMMATION D'EAU (m³).....	20 087
CONSOMMATION D'EAU / TONNAGE PRODUIT (m³ / T).....	10,98
QUANTITÉ TOTALE DE DÉCHETS (T).....	425
SURCONSOMMATION MATIÈRES (%).....	0,43
ÉMISSION TOTALE DES GES (Teq CO2).....	1 198



## Ancrage Local

NOMBRE D'ASSOCIATIONS AIDÉES.....	10
CHIFFRE D'AFFAIRE DU MAGASIN D'USINE (K€).....	348



## ENGAGEMENT N°6 GARANTIR DES PRODUITS BONS, SAINS ET SÛRS



En 2015, l'ensemble des salariés a été formé à l'Hygiène et la Sécurité des denrées alimentaires. L'entreprise a fait appel à un centre de formation spécialisé en agro-alimentaire afin de construire le module basé sur les principes fondamentaux de l'hygiène et la sécurité alimentaire ainsi que sur le système qualité de l'entreprise. Des cas concrets, avec photos à l'appui prises sur le site lui-même, ont pu être étudiés et discutés. Les échanges furent constructifs et les appréciations très positives. Un quizz de fin de formation a permis d'évaluer les connaissances acquises à court terme et les résultats sont probants !

## ENGAGEMENT N°7 ENTREtenir NOTRE OUTIL MODERNE, INTÉGRÉ ET EFFICACE



Les campagnes de fabrication des bûches et bûchettes démarrent en septembre. Après un premier lancement en 2014, les volumes 2015 étaient en augmentation. La gamme se décline sur 5 parfums : Vanille, Café, Chocolat, Grand Marnier, Praliné. Cette année, nous avons investi 200 000 euros dans une ligne de roulage automatique. L'objectif étant d'améliorer notre prix de revient et la régularité des produits. La ligne doit nous permettre de fabriquer jusqu'à 400 roulés par heure. Ceux-ci seront ensuite découpés à la longueur souhaitée par nos clients. Le démarrage et la prise en main cette nouvelle ligne se sont fait progressivement.

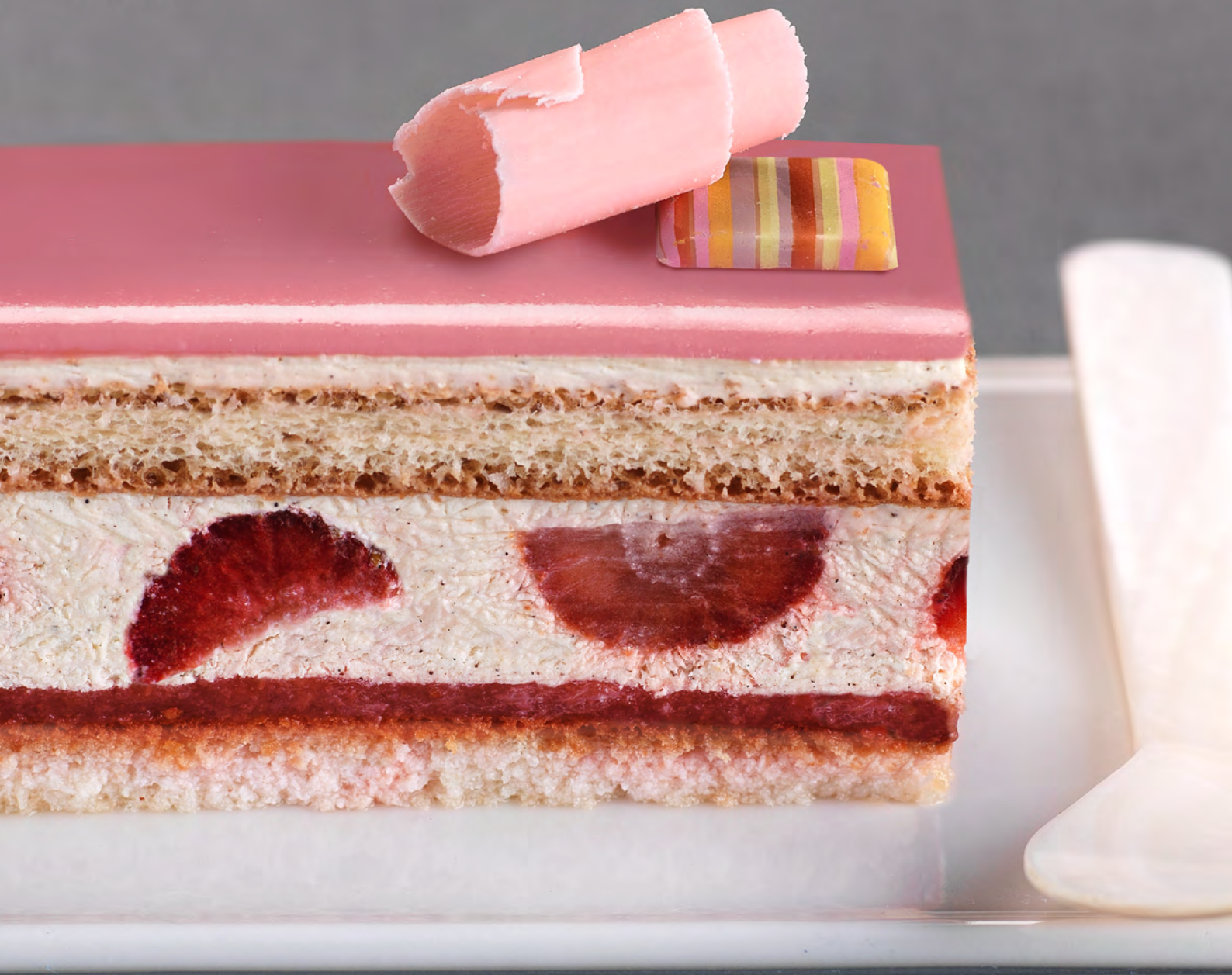
## ENGAGEMENT N°11 DÉVELOPPER NOTRE ATTRACTIVITÉ



En avril 2015 nous avons participé au Forum emploi de Roanne afin de faire connaître le site de Renaison et d'échanger avec les étudiants et les professionnels de la région. L'objectif de ce salon est de promouvoir l'ensemble des métiers proposés par les entreprises industrielles de l'agro-alimentaire et les formations permettant d'y accéder.

Public visé : l'ensemble des demandeurs d'emploi du bassin roannais avec un élargissement aux jeunes élèves et étudiants, en formation en priorité dans un domaine professionnel pouvant être lié à l'IAA (Bacs professionnels, diplômes universitaires, formation continue...).







## LE SITE DE SAINT RENAN



“

En 2015, le site a réalisé une belle progression de son chiffre d'affaires avec une hausse de 11%. Cette année est une année de transition avec la définition et la mise en place de l'animation de la performance des lignes de production : indicateurs, tableaux de bord, animations terrain... De plus, nous avons optimisé les critères concernant la prime d'intéressement pour les salariés, en intégrant les performances main d'œuvre, matières et les résultats en terme de sécurité au travail.

”

Patrice Campourcy  
Directeur du site



### Assurer notre pérennité économique

CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL (K€).....	9 481
CHIFFRE D'AFFAIRES EXPORT (%).....	5
TONNAGE DE PRODUITS FABRIQUÉ.....	3 113
NOMBRE DE RÉFÉRENCES PRODUITS.....	156
PART DU CA RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DE MOINS D'UN AN (%).....	6,8
PART DU CA CONSACRÉ À LA R&D (%).....	ND
NOMBRE DE PERSONNES EN R&D.....	1
PART DE RÉCLAMATIONS POUR 100 TONNES DE PRODUITS LIVRÉS.....	0,88
CERTIFICATIONS IFS / BRC.....	OUI
AUTRES CERTIFICATIONS : SEDEX.....	NON



### Être un employeur responsable

NOMBRE DE SALARIÉS (CDI).....	59
AGE MOYEN DES SALARIÉS.....	42
EFFECTIF FÉMININ (%).....	54
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION.....	465
NOMBRE DE PERSONNES AYANT EU AU MOINS UNE FORMATION.....	56
PART DE SALARIÉS FORMÉS (%).....	95
NOMBRE DE SALARIÉS SAUVETEURS SECOURISTE DU TRAVAIL.....	10
TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	1,3
TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	56,5



### Préserver l'environnement

CONSOMMATION ANNUELLE D'ÉLECTRICITÉ (KWh).....	2 071 563
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ / TONNAGE PRODUIT (KWh/T).....	665
CONSOMMATION ANNUELLE DE GAZ (KWh).....	356 474
CONSOMMATION DE GAZ / TONNAGE PRODUIT (KWh / T).....	115
CONSOMMATION D'EAU (m³).....	6 772
CONSOMMATION D'EAU / TONNAGE PRODUIT (m³ / T).....	2,18
QUANTITÉ TOTALE DE DÉCHETS (T).....	ND
ÉMISSION TOTALE DES GES (Teq CO2).....	590
SURCONSOMMATION MATIÈRES (%).....	2,9



### Assurer notre impact sociétal et notre ancrage local

NOMBRE D'ASSOCIATIONS AIDÉES.....	2
-----------------------------------	---





## ENGAGEMENT N°6 GARANTIR DES PRODUITS BONS, SAINS ET SÛRS

Le site de Saint Renan a renouvelé sa certification IFS en niveau supérieur, et BRC grade A, en juin 2015. Deux actions ont notamment marqué l'activité du site cette année : la réalisation d'investissements pour l'entretien du site, à hauteur de 151 000€, et l'optimisation de l'étude HACCP par le service qualité.



“ Les achats de matières premières sont désormais centralisés pour l'ensemble du groupe, et une même matière est souvent utilisée par plusieurs sites de production. Ainsi nous avons décidé en 2015 de mettre en commun notre étude HACCP matières premières. Les 4 responsables qualité France ont pu travailler sur les analyses de risques et synthétiser l'ensemble des données en un seul point d'informations. Nous sommes beaucoup plus efficaces et pertinents en regroupant nos connaissances.

Nous gagnons en temps, en efficacité et en communication avec nos fournisseurs.

”  
Céline Rohel  
Responsable qualité

F-IFS-26



## CERTIFICAT

Par le présent certificat, ECOCERT FRANCE SAS, atteste, en tant qu'organisme de certification accrédité pour la certification IFS et ayant signé un contrat avec le propriétaire du référentiel IFS, que les activités de production de :

**LES 3 ABERS SAS**  
ZI Saint Sébastien  
29290 SAINT RENAN  
France  
COID: 33146

Pour le périmètre d'audit :

**Production de pâtes (salées et sucrées) et pâtisseries surgelées cuites ou crues. Exclusion : Aucune.**

**Production of frozen dough (salted and sweetened) and frozen pastries cooked or raw. Exclusion: none.**

Secteur de produits: 6 Céréales, semoulerie, boulangerie et Pâtisserie  
Secteurs technologiques: D, F

Respectent les exigences de

**IFS Food**  
**Version 6, Avril 2014**  
et autres documents normatifs associés

**En Niveau Supérieur**

N° d'enregistrement du certificat : 15IFS082

Date de l'audit : 16/06/2015

Date d'attribution du certificat : 11/08/2015

Certificat valable jusqu'au : 14/08/2016

Prochain audit à effectuer dans la période : 25/04/2016 - 04/07/2016.



Accréditation 5-0035.  
Portée disponible sur  
[www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)



L'Isle Jourdain, le 25/08/2015,

Thierry STOEDZEL  
Directeur Général Ecocert France

Ce document est la propriété d'Ecocert France SAS. Il doit être restitué sur simple demande. Seul l'original signé est valable.

Ecocert France SAS - Capital 1.226.200 € - BP 47 - Lesudic Lamoignon Ouest - 32600 L'Isle Jourdain  
Tél. +33 (0)5 62 07 34 24 - Fax : +33 (0)5 62 07 31 67 - [www.ecocert.fr](http://www.ecocert.fr)

TVA Intracommunautaire n° FR 61433968187  
CREDIT MUTUEL 02200 0002157240 14 - SIREN 433 968 187 RCS AUCH - APE 7120B

## ENGAGEMENT N°7 ENTREtenir NOTRE OUTIL MODERNE, INTÉGRÉ ET EFFICACE

En 2015 le site de Saint Renan a investi dans un programme d'animation des indicateurs de performance. L'excellence opérationnelle passe par le pilotage de la performance et le partage des informations entre les équipes, les lignes et les membres d'une même équipe. Il s'agit d'impliquer les équipes dans les résultats et de motiver les remontées d'informations et de propositions, tout un programme, à optimiser en 2016. Les performances de lignes et les rendements main d'œuvre sont suivis quotidiennement et communiqués ; le service méthodes est un acteur majeur du projet.

L'animation des indicateurs est bien perçue par les opérateurs, les équipes sont impliquées.



## ENGAGEMENT N°13 FAVORISER UN BON CLIMAT SOCIAL

Au mois de juin, la société a remis les médailles du travail autour d'un bon repas et dans une ambiance conviviale, face à la mer d'Iroise. Récompensant l'ancienneté dans le travail, 3 médailles d'argent (20 ans), 2 médailles de vermeil (30 ans), 5 médailles d'or (35 ans) et 1 médaille grand or (40 ans) ont été remises.



“*Mademoiselle Desserts  
Corby met les “roulades”  
à l’honneur !*”

## LE SITE DE CORBY



“  
En 2015, les équipes R&D et production ont acquis une nouvelle compétence. La fabrication de produits à base de génoises « roulées » a permis d'étendre notre gamme auprès de nos clients et de booster les innovations.”

Franck Visser  
Directeur du site



## Assurer notre pérennité économique

CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL (K€).....	11 203
CHIFFRE D'AFFAIRES EXPORT (%).....	3
TONNAGE DE PRODUITS FABRIQUÉ.....	1 834
NOMBRE DE RÉFÉRENCES PRODUITS.....	243
PART DU CA RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DE MOINS D'UN AN (%).....	26
PART DU CA CONSACRÉ À LA R&D (%).....	1,5
NOMBRE DE PERSONNES EN R&D.....	5
PART DE RÉCLAMATIONS POUR 100 TONNES DE PRODUITS LIVRÉS.....	8,0
CERTIFICATIONS BRC.....	OUI
AUTRES CERTIFICATIONS : SEDEX.....	OUI



## Être un employeur responsable

EFFECTIF TOTAL (CDI).....	69
AGE MOYEN DES SALARIÉS.....	41
EFFECTIF FÉMININ (%).....	51
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION.....	600
NOMBRE DE PERSONNES AYANT EU AU MOINS UNE FORMATION.....	56
PART DE SALARIÉS FORMÉS (%).....	81
NOMBRE DE SALARIÉS SAUVETEURS SECOURISTE DU TRAVAIL.....	8
Taux de gravité des accidents du travail.....	0
Taux de fréquence des accidents du travail.....	0



## Préserver l'environnement

CONSOMMATION ANNUELLE D'ÉLECTRICITÉ (KWh).....	728 522
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ / TONNAGE PRODUIT (KWh/T).....	397
CONSOMMATION ANNUELLE DE GAZ (KWh).....	453 102
CONSOMMATION DE GAZ / TONNAGE PRODUIT (KWh / T).....	237
CONSOMMATION D'EAU (m³).....	8 000
CONSOMMATION D'EAU / TONNAGE PRODUIT (m³ / T).....	4,4
QUANTITÉ TOTALE DE DÉCHETS (T).....	ND
ÉMISSION TOTALE DES GES (Teq CO2).....	Planifié en 2016



## Assurer notre impact sociétal et notre ancrage local

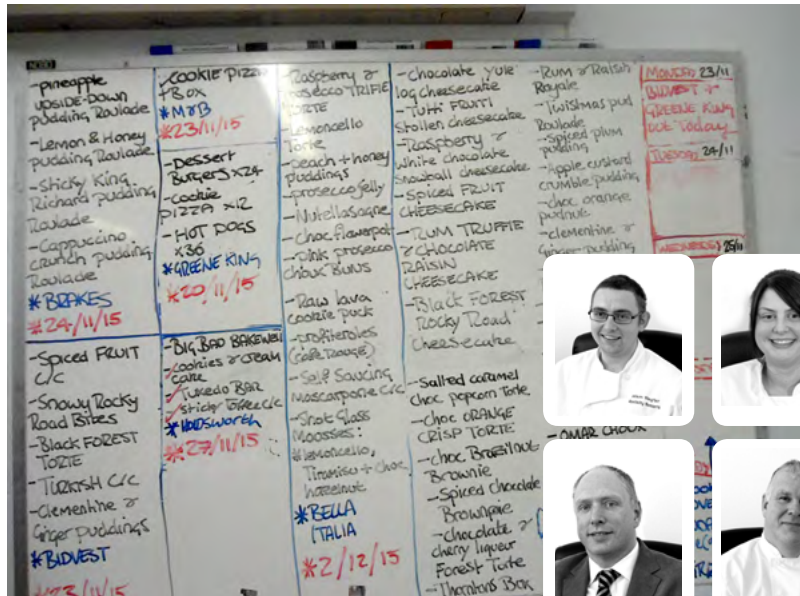
NOMBRE D'ASSOCIATIONS AIDÉES.....	2
-----------------------------------	---





## ENGAGEMENT N°4 DÉVELOPPER L'ÉTENDUE DE NOTRE GAMME ET LES INNOVATIONS PRODUITS

Notre équipe de chefs développe sans cesse de nouvelles recettes. Sur 243 références de produits fabriqués par le site, 26% sont des nouveaux produits créés dans l'année. L'équipe R&D est au centre de tout ce que nous faisons ! En 2015, les produits phares sont à base de chocolat, avec par exemple le cheesecake à la noisette ou la cookie pizza !



## ENGAGEMENT N°6 GARANTIR DES PRODUITS BONS, SAINS ET SÛRS

Le site a passé la certification RSPO avec l'organisme BM Trada. Cette certification est demandée par plusieurs clients qui souhaitent communiquer sur « l'huile de palme durable ». Le site approvisionne plus de 50 ingrédients contenant du palme, comme du chocolat, de la margarine ou des biscuits. Il s'agit essentiellement de garantir la traçabilité, depuis la réception de la matière contenant de l'huile de palme « ségréguée » ou « mass balance » jusqu'au produit fini vendu. Il n'est pas nécessaire de dédier un environnement de production à l'utilisation de cet ingrédient. C'est aussi l'occasion de renforcer les liens avec les fournisseurs pour s'assurer d'une totale maîtrise de leur chaîne d'approvisionnement.





## ENGAGEMENT N°7 ENTREtenir NOTRE OUTIL MODERNE, INTÉGRÉ ET EFFICACE

En novembre 2015 nous avons démarré la construction du nouveau site de production à Corby.



Ce site de 8 900 m<sup>2</sup> dont 4 400 m<sup>2</sup> de bâtiment sera opérationnel durant l'été 2016. Cinq lignes de production seront installées pour la fabrication de cookies, pudding, tartes, cakes... à destination des restaurants, pubs, hôtels...

La majorité des 69 salariés de l'entreprise suit pour rejoindre le nouveau site.



## ENGAGEMENT N°13 FAVORISER UN BON CLIMAT SOCIAL

Le site s'adapte aux évolutions des demandes et de son environnement dans sa gestion des ressources humaines. « Je travaille au sein de la company depuis 9 ans et j'apprécie fortement la flexibilité de mes horaires de travail. Je peux ainsi concilier ma vie professionnelle et personnelle, et ma passion pour « la décoration de gâteaux », témoigne Marcin Karpinski, chef d'équipe en production. Marcin a gagné 5 championnats en décoration de gâteaux !



## HANDMADE CAKE COMPANY

“

2015 fut une belle année, riche en investissements pour Handmade Cake Company. Nous avons construit une nouvelle chambre froide de stockage adjacente à l'usine actuelle, ce qui a permis de faciliter la logistique et nous a donné davantage d'espace de travail. Nous sommes passés de 100 à 360 emplacements palettes pour les produits surgelés et le site est désormais de 5 500 m<sup>2</sup> au lieu de 3 000 m<sup>2</sup> au préalable.

Mais personnellement j'ai vraiment réalisé l'importance de ces investissements lorsque notre ministre de l'intérieur Theresa May a officiellement inauguré notre nouvelle configuration le 18 novembre.

”

Michael Wheeler  
Directeur d'usine





### Assurer notre pérennité économique

CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL (K€).....	18 200
CHIFFRE D'AFFAIRES EXPORT (%).....	8
TONNAGE DE PRODUITS FABRIQUÉ.....	1 904
NOMBRE DE RÉFÉRENCES PRODUITS.....	215
PART DU CA RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DE MOINS D'UN AN (%).....	8
PART DU CA CONSACRÉ À LA R&D (%).....	0,8
NOMBRE DE PERSONNES EN R&D.....	5
PART DE RÉCLAMATIONS POUR 100 TONNES DE PRODUITS LIVRÉS.....	4,5
CERTIFICATIONS BRC.....	OUI
AUTRES CERTIFICATIONS : SEDEX.....	OUI



### Être un employeur responsable

EFFECTIF TOTAL (CDI).....	143
AGE MOYEN DES SALARIÉS.....	37
EFFECTIF FÉMININ (%).....	48
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION.....	1 120
NOMBRE DE PERSONNES AYANT EU AU MOINS UNE FORMATION.....	143
PART DE SALARIÉS FORMÉS (%).....	100
NOMBRE DE SALARIÉS SAUVETEURS SECOURISTE DU TRAVAIL.....	17
TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	0,02
TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.....	3,45



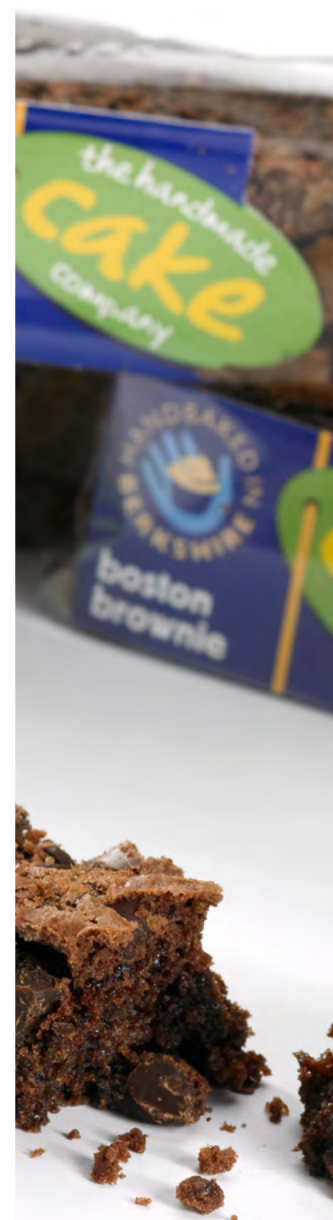
### Préserver l'environnement

CONSOMMATION ANNUELLE D'ÉLECTRICITÉ (KWh).....	1 609 441
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ / TONNAGE PRODUIT (KWh/T).....	845
CONSOMMATION ANNUELLE DE GAZ (KWh).....	1 025 427
CONSOMMATION DE GAZ / TONNAGE PRODUIT (KWh / T).....	539
CONSOMMATION D'EAU (m³).....	5 894
CONSOMMATION D'EAU / TONNAGE PRODUIT (m³ / T).....	3,1
QUANTITÉ TOTALE DE DÉCHETS (T).....	195
ÉMISSION TOTALE DES GES (Teq CO2).....	En cours



### Assurer notre impact sociétal et notre ancrage local

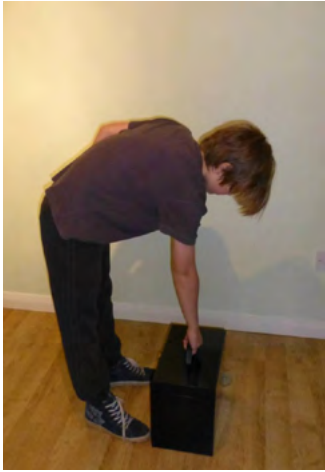
NOMBRE D'ASSOCIATIONS AIDÉES.....	250
-----------------------------------	-----





Le site a créé un module de formation « Gestes et posture », illustré par des cas concrets. Des vidéos de quelques minutes ont également été enregistrées sur les zones identifiées comme à risques. Chaque trimestre, un formateur externe forme les nouveaux arrivants ou les personnes n'ayant pas reçu de formation depuis plus de 3 ans.

Les agrandissements réalisés sur le site en 2015 vont permettre de libérer de l'espace et de participer à l'optimisation des conditions de travail. L'éclairage des zones de production a également été amélioré.



## ENGAGEMENT N°16 ET 17 PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT

### WHAT DO WE RECYCLE?

#### Cardboard

Place cardboard boxes or any other cardboard into baler, outside Goods In entrance.  
NOTE: This Baler is for cardboard only.



#### Plastic Film

Place all plastic film into the clear bags (packing department only) into red bags. When full put into blue iron case behind external bin. Once we have enough bags we need to make into a bale using the smaller baler which is also behind external bin.



#### Shrink Wrap (pallet wrap)

Place all plastic film into the clear bags (packing department, goods in and goods out). When full put into blue iron case behind external bin. Once we have enough bags we need to make into a bale using the smaller baler which is also behind external bin.



Dans le cadre de l'extension des bâtiments de l'usine, Handmade cake company a rédigé une « politique de déplacement » ou « road travel plan » pour les salariés en 2015. Le site se veut « Responsable » et respectueux de l'environnement. La politique est donc fondée selon 4 critères : la cuisson et la surgélation des produits, les conditions de travail et de déplacement des salariés, les ingrédients et leurs origines, les déchets et le recyclage.

Afin de mettre en place ce plan, une étude a permis de répertorier, sur 91% des salariés l'ensemble des modes de déplacement. Ainsi, 26 personnes viennent travailler à pied, 8 à vélo, 9 en bus ou train, 15 sont déposés en voiture, 19 réalisent le covoiturage, 53 utilisent leur propre voiture.

Ce plan de déplacement a été mis en place afin de réduire l'usage des voitures. Par exemple pour chaque place de parking est attribué un badge à positionner sur la voiture, l'utilisation du vélo est encouragée, la politique de recrutement intègre ce plan de déplacement.

## ENGAGEMENT N°10 ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES PARCOURS PROFESSIONNELS

Le développement des compétences professionnelles occupe une place importante au sein de notre politique Ressources humaines. En 2014-2015, le site de Handmade cake a par exemple permis à Hannah, technologue au service R&D, d'obtenir une qualification supérieure en alimentaire, niveau BTS.



“ Sur 2 ans, la société m'a octroyé 5 heures par semaine afin que je puisse reprendre des études et obtenir mon diplôme en agroalimentaire. J'ai souhaité axer ma formation sur la bakery, passant ainsi d'un niveau plutôt généraliste à une spécialisation en process agro alimentaire. ”

Hannah





CONTACT

**BARBARA BOSQUETTE**

[b.bosquette@mdesserts.com](mailto:b.bosquette@mdesserts.com)



*mademoiselle*  
**DESSERTS**  
• IN LOVE WITH PATISSERIE •

**RAPPORT DE RESPONSABILITÉ  
SOCIÉTALE ET DURABLE DE L'ENTREPRISE.**

2015