TROPHÉES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE

Réseau ALLIANCES
ENTREPRENEURS DE CROISSANCE RESPONSABLE

24ème EDITION – 2018

DOSSIER DE CANDIDATURE

CATEGORIE ENTREPRISES DE 20 A 100 SALARIES

FICHE D'IDENTITE

RAISON SOCIALE : SYSCO France SAS

DEPUIS LE 30/04/2018 : FUSION ADMINISTRATIVE DE DAVIGEL ET BRAKE

STATUT JURIDIQUE : SAS

DATE DE CREATION DE DAVIGEL : 1963
L'ensemble des indicateurs du dossier sont calculés sur le périmètre '' DAVIGEL''

EFFECTIF :
Site de Lomme : 98
Périmètre DAVIGEL : 2700
SYSCO France : 4000

ACTIVITE :
National : Conception, achat, fabrication, commercialisation et livraison de produits surgelés, de glaces et de produits réfrigérés destinés à la restauration hors foyer
Site de Lomme : **achats**, commercialisation et livraison de produits surgelés, de glaces et de produits réfrigérés destinés à la restauration hors foyer

TERRITOIRES D'ACTION : Hauts-de-France

ADRESSE : Succursale de Lomme - 30 avenue de la rotonde 59160 LOMME
TELEPHONE : 03.20.08.02.51
SITE INTERNET : www.davigel.fr

Contact(s) :

Matthieu GRIMAUX	Thomas TROGLIA
Responsable de canal social	Chef de projet Qualité & Développement Durable
Matthieu.grimaux@davigel.fr	Thomas.troglia@davigel.fr
03.20.08.52.80 / 06.48.60.54.77	02 35 04 82 57

PRESENTATION DE VOTRE ENTREPRISE

VOTRE HISTOIRE, VOTRE ACTIVITE

1)Racontez-nous l'histoire de votre entreprise ? Quelle est votre mission, quelles sont vos valeurs ?

Dieppe, 1963. Un visionnaire, Jean pierre David reprend la triperie artisanale familiale et fonde sa propre société, David et Fils SA. Il découvre la qualité des abats bovins surgelés importés depuis l'Amérique du Sud et décide de se lancer dans leur commercialisation et leur livraison. Il utilise la technique de la congélation afin de développer son activité et distribuer au niveau local dans un premier temps puis au niveau national ses produits alimentaires. Au fil des années, l'activité s'est intensifiée jusqu'en 1980 avec l'implantation de 22 succursales en France. En 1989, Nestlé acquiert DAVIGEL et s'implante en Europe. Puis, en 2015, Davigel rejoint Brakesgroup qui lui-même rejoint Sysco en 2016, leader mondial du Food services
Depuis le 30/04/ 2018, la fusion de Davigel et Brake France a donné naissance à Sysco France SAS, producteur et distributeur pour la restauration hors foyer.

La première entité Lilloise de Davigel a été créée en 1967 et employait 8 salariés. La dernière phase du développement s'est concrétisée, en mai 2012, par l'inauguration du site actuel qui représente une surface de stockage de près de 5000 m² et emploie près de 100 collaborateurs.

En 1993, DAVIGEL devient la première entreprise RHF certifiée ISO 9001. Dans le cadre de cette démarche de certification, la politique qualité et développement durable est formalisée en reprenant nos **engagements** existants depuis plusieurs années.

Notre mission est d'améliorer la qualité nutritionnelle des produits alimentaires distribués en restauration hors foyer et de faire évoluer dans le temps les modes de production, transformation et de distribution des produits alimentaires en s'adaptant aux demandes et contraintes de nos clients.

Nos engagements sont les suivants :
> Respecter la **santé** de nos consommateurs
> Respecter strictement la **législation** alimentaire
> Proposer de **bons produits**, dont l'origine est **maîtrisée**, cuisinés avec talent, pour un moment de **plaisir** partagé
> Veiller à ce que nos activités s'inscrivent dans le respect de **l'environnement**, de **l'équité sociale** et de la **viabilité économique**.

2) Quelle est l'activité de votre entreprise ? Quelles sont vos relations avec les acteurs extérieurs à votre entreprise ?

Au niveau national, l'activité de Davigel - Sysco France est la conception, l'achat, la commercialisation (entrées et charcuterie/plats cuisinés/produits de la mer/viandes/volailles/légumes et accompagnements/beurre, œuf, fromage/desserts/glaces/produits secs) et la livraison de produits tri-température (surgelés, frais et ambiants) destinés à la restauration hors foyer. Notre gamme est composée de plus de 3.000 références produits (gamme Davigel) représentatives du menu d'un restaurant ou d'une cantine scolaire.

La succursale de Lomme développe les mêmes actions qu'au niveau national avec également la partie achats dédiée à la région. **Le site de Lomme est donc amené à travers cette activité à développer des achats locaux (fournisseurs présents en région) afin de distribuer les produits dans les régions Hauts de France Picardie.** Ainsi, l'activité de DAVIGEL est basée sur une démarche nationale avec des parties prenantes régionales. Nous développons par exemple des filières **courtes et de proximité** en poisson frais rentrant dans notre partenariat avec **MR. Goodfish** (association visant à identifier chaque mois les espèces de poisson frais issues d'une pêche locale et saisonnière).

VOTRE DEMARCHE RSE

3) Dans quel contexte votre démarche RSE s'inscrit-elle (contexte légal, pratiques habituelles du secteur, du territoire) ? Quel en a été l'élément déclencheur ?

L'achat et la production d'aliments sont des activités ayant des **impacts environnementaux et sociaux** importants (pratiques agriculturales, réserves halieutiques, impact environnemental pendant les phases de distribution, sécurité du personnel…). DAVIGEL Sysco France étant une **entreprise engagée**, il était indispensable pour maintenir son activité de déclencher cette **démarche RSE** à tous les niveaux (achats responsables, écoconception des produits, pratiques logistiques…)
Historiquement, notre activité étant dépendante du groupe Nestlé, nous étions sur la même démarche RSE.
En 2015, la sortie de DAVIGEL du groupe Nestlé nous a amené à formaliser notre **propre politique RSE**. Chaque structure régionale (dont le site de Lomme) déploie sa démarche RSE dans la ligne de la politique RSE nationale et met également en place ses propres actions.

4) Quelles sont les grandes lignes stratégiques de votre démarche RSE (objectifs économiques, sociaux, environnementaux) ?

Objectifs économiques
-Participer à la **vie économique locale** en faisant appel à des entreprises régionales pour l'achats de produits alimentaires, mais aussi pour des prestations de service.
-Développer et pérenniser l'entreprise.

Objectifs sociaux
- **Lutter contre les discriminations** et **promouvoir l'égalité des chances** au travers de notre politique handicap, emploi des jeunes et des seniors. Renforcer l'égalité Homme/Femme.
- **Assurer la santé et la sécurité de nos collaborateurs** au travers de notre politique Sécurité.

Objectifs environnementaux
- Préserver les **ressources halieutiques.**
- Réduire l'impact environnemental de la fabrication, du stockage (notamment gaz utilisés) et de la distribution (consommation carburant).
- Optimiser **les tournées de livraison** et réduire leur impact carbone.
- Proposer une gamme de produits de la mer issus de **pêche / productions responsables** agréées ou reconnues via des certifications externes (WWF, MSC, ASC, FSP, Mister Good Fish…).

Objectifs sociétaux
- **Valoriser les pratiques agriculturales** préservant les personnes et l'environnement.
- Garantir la **sécurité alimentaire** et **composition nutritionnelle des produits** (spécialement pour les marchés de l'éducation), études pour les personnes avec des besoins spécifiques.
- Contribuer à l'alimentation pour tous au travers de d**ons** aux Banques Alimentaires.
- Communiquer auprès de nos collaborateurs, de nos clients et autres parties prenantes.

5) Avez-vous des outils de suivi ? Avez-vous reçu des prix et nominations ? Avez-vous obtenu des certifications ?

Systèmes d'évaluation :
Tous les indicateurs présents sur notre plaquette développement durable (https://www.davigel.fr/nos-engagements/responsabilite-societale ; report en annexe) sont **suivis et réévalués tous les ans**, tout comme l'ensemble de notre rapport Développement durable.

-**ECOVADIS**: Résultat enquête 2017 : 64/100 => **niveau Gold** (résultat parmi les 5% des entreprises les mieux notées par EcoVadis dans le secteur agroalimentaire).
-**Indice Vert CAHPP** (Centrale d'Achats des Hôpitaux Privés et Publics): **niveau A++**. Ce client, livré entre autres par le site de Lomme, a mis en place un outil en ligne visant à évaluer la performance Développement Durable de ses fournisseurs. Le questionnaire a été élaboré pour couvrir l'ensemble des axes du développement durable – aspects économiques, écologiques et sociétaux.

Certifications du site de Lomme:

- ISO 9001
- MSC
- ASC
- BIO
- En cours de certification ISO 22000 (audit de certification programmé en janvier 2019.)

Davigel a reçu en 2015, le prix des **Trophées de l'agroalimentaire** décerné par la **chambre d'agriculture de Normandie** pour son « Fileté de colin d'Alaska corn flakes ». Ce prix lui a été attribué pour l'utilisation de la technologie « no-fry » qui limite la teneur en matière grasse et privilégie la teneur en protéines, et aussi pour la création d'un enrobage original, peu commun et recherché qui positionne le produit de façon intéressante sur le marché de la RHF. Ce produit est fabriqué avec du colin simple congélation MSC.

6) Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Economie Responsable ?

Il s'agit pour nous d'un challenge entreprise que nous souhaitons relever en équipe dans le but d'obtenir la valorisation de notre démarche RSE au travers des Trophées de l'Economie Responsable largement reconnus. Nous candidatons afin de **valoriser notre démarche RSE, d'identifier des axes de progrès** via des rencontres/échanges avec des acteurs déjà engagés et les experts de Réseau Alliances.

II/ DETAILS DE VOS ACTIONS RSE

1/ GOUVERNANCE : MANAGER SON ORGANISATION AVEC TRANSPARENCE

GOUVERNANCE ET PARTIES PRENANTES

7) Comment est organisée la gouvernance de votre entreprise ? et dans quelle mesure permet-elle l'implication de vos collaborateurs & autres parties prenantes ?

Davigel – Sysco France comporte plusieurs instances de décisions :

- DIREX, dirigé par le Directeur Général ;
- Comité de Pilotage Opérationnel composé de la Direction qualité, des Directeurs régionaux, Directeurs commerciaux et Directeurs marketing ;
- Comités business (2 comités) composés de la Direction marketing, des Directeurs commerciaux régionaux et des Directeurs régionaux.

C'est au niveau du **Comité de Pilotage du groupe** que sont évalués les engagements et les actions menées dans le cadre de la politique RSE.
La direction du site de Lomme, et la Direction qualité participent notamment à ces comités.

8) Dans le cadre de cette gouvernance, comment la démarche RSE est-elle animée ?

La gouvernance de DAVIGEL-SYSCO FRANCE pour le développement durable, c'est :

- Une **forte communication** auprès de nos collaborateurs, de nos clients et autres parties prenantes
- Une évaluation des pratiques en matière de développement durable auprès d'un organisme extérieur
- Un **pôle Développement Durable** chargé de piloter et de suivre la politique développement durable du groupe.

Participe également à cette démarche une équipe de 10 Nutritionnistes (dont une dédiée à notre succursale).

Nous avons choisi d'intégrer **la RSE en tant que processus dans notre démarche ISO 9001**. Notre directrice qualité et développement durable est à la tête de ce processus qui est ensuite relayé dans chaque service. Le choix de DAVIGEL-SYSCO France est d'impliquer tous les services, toutes les parties prenantes. Chacun suit et manage la partie de son poste/service en lien avec la RSE, le système est transversal, tout en ayant un pilote de processus identifié.

9) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes à votre démarche RSE ? Quels outils utilisez-vous ?

- Fournisseurs : engagements signés « Principe de travail avec DAVIGEL » avec tous nos fournisseur.
- Clients/consommateurs : formation des commerciaux à notre politique RSE, développement d'offres spécifiques (MSC, « viandes de nos Régions »…), communication client via le rapport DD (**https://www.davigel.fr/flipbook/rapport-annuel-developpement)**, plaquette.

Accompagnement des clients dans leur démarche d'amélioration de la qualité nutritionnelle de leurs menus : **lettre « Nutriservices »** (aide pour la réalisation de menus équilibrés), **outil Créamenu** : permet de construire des menus conformes au GEMRCN (Groupement d'Etude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition), actions de campagnes de sensibilisation/information organisées **avec le WWF**

- Syndicats et associations : participation aux groupes de travail sur sujets spécifiques
- Personnel : campagnes de sensibilisation, journal interne («écolos au quotidien »), comité sécurité, CHSCT…

PARTAGE DE LA VALEUR

CONFIDENTIEL

13) Intégrez-vous des critères RSE dans les systèmes de rémunération ? Si oui, précisez lesquels

Dans le calcul annuel de l'intéressement, un indicateur est lié à la sécurité du personnel (TF2) :

- Sécurité : Amélioration du taux de fréquence 2 (hors sociétés extérieures et intérim). Ce critère représente 30% des 100 points, soit 30 points au maximum ***(cf Annexe 4).*** Ce critère s'apprécie par région et pour le siège.

Le taux de fréquence est un critère qui est apprécié au niveau de l'intéressement à hauteur de 30 points/100. Ce critère est évalué pour chaque site individuellement, y compris le site de Lomme.
Certains objectifs individuels (impactant le bonus annuel individuel) peuvent être attribués à certaines personnes directement liées à la politique RSE
→ ex : Prime éco-conduite en livraison pour les chauffeurs.

14)

*Proposez-vous une participation * à vos salariés ?*	**OUI**
Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13ème mois, ..) ?	**OUI**
Proposez-vous un Plan d'Epargne d'Entreprise à vos salariés ?	**OUI**
Proposez-vous un actionnariat salarié ?	**NON**

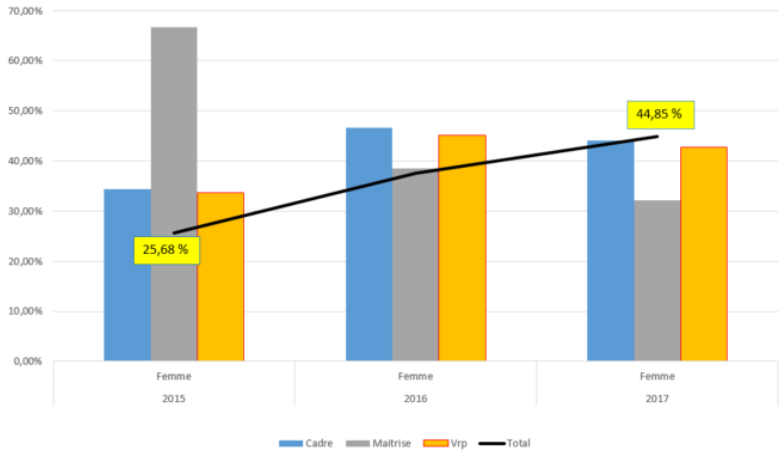
** Obligation légale pour les entreprises > 50 salariés*

2/ DROITS DE L'HOMME : RESPECTER LES DROITS ESSENTIELS DE LA PERSONNE

15) Comment votre entreprise favorise-t-elle la Diversité, l'égalité des chances ? (Lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, senior, insertion…)

La lutte contre la **discrimination à l'embauche** est la première action menée dans le cadre de l'égalité des chances. A titre d'exemple, et dans le cadre de l'accord signé sur l'égalité hommes femmes, vous trouverez ci-dessous l'évolution des chiffres d'embauche des femmes entre 2015 et 2017. Le taux d'embauche est passé de 25,68% à 44,85%.

- **Lutte contre toute discrimination en matière de recrutement**
  - Bilan des embauches



Nous avons plusieurs accords signés : **accord dialogue social / accord sur la gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences / accord sur l'égalité entre les hommes et les femmes et la qualité de vie au travail / politique handicap**.

Le contrat de génération signé en novembre 2016 avec les partenaires sociaux fixe les engagements suivants pour lutter contre les discriminations dues à l'âge :

- La société s'engage à ce que les recrutements en CDI de jeunes de -30 ans sur la durée de l'accord représentent 45% de la totalité des embauches en CDI effectuées
- La société s'engage à ce que les recrutements de salariés de 55 ans et plus sur la durée de l'accord représentent 3% de la totalité des embauches en CDI effectuées

Cette politique est reprise dans le règlement intérieur.

Soutien des travailleurs handicapés par la vente de leurs produits manufacturés à l'ensemble du personnel lors de la semaine du handicap qui se déroule en novembre chaque année.

16)

Emploi de personnes en situation de handicap	2015	2016	2017
Taux d'emploi des personnes Reconnues en Qualité de Travailleurs Handicapés (RQTH)(y compris intérim et ateliers protégés)	4.17%	5,17%	5,94%

⚠ *Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total*

3/ RELATIONS – CONDITIONS DE TRAVAIL

17) Quelle est la politique de votre entreprise en matière de prévention des risques professionnels ?

Notre politique sécurité est composée de 4 piliers :
1 / Respect de la **réglementation** et des exigences légales ;
2 / Valorisation des comportements **proactifs** en matière de **sécurité** par le biais de challenges ;
3/ **Tolérance 0** en matière d'accident : nous sommes **tous acteurs** et responsables de notre sécurité ;
4/ **Intégration de la sécurité** dans notre organisation : tous les métiers et tous les collaborateurs sont concernés par la sécurité.

Ces 4 piliers sont suivis mensuellement par des indicateurs qui sont diffusés en temps réel sur l'affichage dynamique situé à l'accueil de la succursale. Ces indicateurs sont communiqués au niveau national, mais aussi local (TF2, nombre d'AT, nombre de VCS, …). De nombreuses actions de sensibilisation / formation sont également enclenchées (formation de chaque nouveau collaborateur, évaluations des comportements avec les VCS, ...). Nous avons un animateur sécurité dédié sur le site.

18)

	2015	2016	2017
*Taux de fréquence **	20	41.22	23.4
*Taux de gravité***	0.91	0.75	0.55

**Taux de fréquence (TF) = (nb des accidents avec arrêt/heures travaillées) x 1 000 000*
***Taux de gravité (TG) = (nb des journées perdues par incapacité temporaire/heures travaillées) x 1 000*

Suite à une politique de gestion des risques d'accidents débutée il y a plusieurs années, le taux de fréquence a considérablement diminué atteignant en 2015 un TF de 20 sur le site de Lomme (taux de fréquence moyen de la profession : 40).

Cette baisse est liée également aux Visites Comportementales de Sécurité (VCS) - 340 Visites Comportementales de Sécurité réalisées en 2017 à Lomme, véritable audit des pratiques sur le terrain. Il a été constaté depuis 2015 une hausse du taux de fréquence s'expliquant selon nous entre autres par un manque de rénovation de l'outil VCS. Ainsi, en 2017, un nouvel outil d'évaluation a été mis en place (appelé maintenant Dialogue Prévention Sécurité).

19) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour améliorer les conditions de travail et le bien-être de vos collaborateurs?

La politique sécurité du groupe est mise en place au niveau du site de Lomme grâce à l'implication de la Direction du site qui a défini un relais local. Des actions de formation / sensibilisation sont régulièrement menées.

L'action la plus récente est un challenge sécurité interne impliquant tous les salariés (du 11/09 au 10/11/17 avec une récompense pouvant aller jusqu'à 300€) pour recenser toutes les idées d'amélioration/d'actions à mettre en place pour la sécurité de tous.
➔350 propositions ont été reçues au national (dont 2 lauréats pour les Hauts-de-France) Les idées les plus pertinentes ont été retenues par le CHSCT et vont faire l'objet d'un suivi.
Idées retenues pour la région Normandie – Hauts-de-France :

- ⇨ 1er : Mise en place d'une charte sécurité à remettre à chaque collaborateur.
- ⇨ 2eme : Mettre à disposition une rampe de chargement pliable pour la livraison des congélateurs.
- ⇨ 3eme : Installer des miroirs entre chaque allée dans nos entrepôts afin d'éviter des possibles accidents.

Les 4 actions et indicateurs prioritaires pour le suivi de la satisfaction des employés sont les suivants:

- Suivi du **taux d'absentéisme**
- Mise en place **d'entretiens individuels** à fréquence définie selon les responsabilités
- Mise en place d'une **ligne d'écoute** confidentielle à l'attention du personnel
- **Entretien individuel** en cas de démission pour les conseillers commerciaux

20) CONFIDENTIEL

21) Comment sont organisés l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur (y compris stagiaires, intérimaires, apprentis…) ?

Chaque collaborateur bénéficie d'un **parcours d'intégration** organisé pour que chaque nouvel arrivant découvre les spécificités de l'entreprise, du travail de ses collègues, de l'organisation globale.
Une formation/sensibilisation à la sécurité et à la qualité, notamment le respect de la chaine du froid, est déroulée systématiquement.
Une formation nutrition est également dispensé à tout nouveau salarié en succursale.

22) Comment assurez-vous le développement professionnel de vos collaborateurs ?

Des entretiens sont réalisés pour tous les salariés, ci-dessous la fréquence à titre indicatif.
Un plan de formation est constitué chaque année (18378 heures en 2017). Un accord a été signé avec les syndicats pour la gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences.

6.2.4 Eléments caractéristiques du système d'entretiens individuels

	Périodicité
Pour les Employés/Ouvriers : Entretien Individuel d'activité (EIA)	Bisannuel
Pour les Agents de Maitrise et VRP : Entretien d'activité et de développement (EAD)	Annuel
Pour les Cadres : Entretien de Performance (PE) et Guide de Progrès et de développement (PDG)	Annuel
Pour tous les statuts : Entretien Professionnel	Bisannuel

Nous disposons d'une charte info poste pour favoriser la mobilité interne. Lors de demandes de changement de services, de métiers, une **évaluation des compétences** du demandeur est réalisée afin d'établir les écarts entre les attendus du poste et la personne pour mettre en place un accompagnement dans l'évolution si celle-ci est possible.

23)

	2015	2016	2017
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)	2.55%	2.33%	2,66%

** taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale*
** taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale*

24) Comment favorisez-vous le dialogue social ?

Comme mentionné dans le préambule de notre accord relatif au dialogue social du 22/06/2017, il a été proposé aux Organisations Syndicales Représentatives de DAVIGEL la négociation d'un accord pour renforcer le dialogue avec les organisations syndicales, les instances représentatives du personnel et la direction afin de couvrir les aspects économiques et sociaux de l'entreprise. Les parties signataires du présent accord considèrent qu'un dialogue **social constructif contribue** à la bonne marche de l'entreprise.

➔ Mise en place en 2017 d'une instance de dialogue supplémentaire correspondant au **Comité d'Information Interentreprises** (CII), composé de représentants du personnel des sociétés DAVIGEL, BRAKE et LES ATELIERS du GOUT.

➔Réunion Délégués du Personnel mensuelle et rapport de proximité avec les IRP, entretiens annuels, réunions d'équipes.

➔Nous avons à ce jour 4 comités CHSCT : 1 CHSCT pour l'activité de distribution (national) et 1 CHSCT pour chacun de nos établissements de fabrication. La fréquence des réunions est trimestrielle. Des réunions exceptionnelles peuvent également être organisées si cela est jugé nécessaire.

25)

REPRESENTATION DU PERSONNEL

*Délégués syndicaux**	**OUI**
*Délégués du personnel***	**OUI**
*Comité d'entreprise****	**Centralisé avec antenne succursale**
*Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT)****	**Centralisé**

** obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale*
***obligatoire pour entreprise > 11 salariés*
****obligatoire pour entreprise > 50 salariés*

4/ ENVIRONNEMENT : PRÉSERVER LA PLANÈTE

26) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ?

Notre site de Lomme est dédié à l'achat, au stockage et à la distribution. Les ressources utilisées sont essentiellement **l'énergie** (électricité et carburant) et l'eau. Les produits alimentaires vendus sont également issus des ressources naturelles (poisson, viande, légumes…).

Nos actions suivant le cycle de vie de nos produits vendus:

- Sourcing de produits en visant les éco-certifications, labels sur lesquels nous nous sommes engagés (en poisson : MSC, ASC, SFP, WWF, Mr Good fish,…).
- **Eco-conception** des emballages grâce au pôle packaging : ééduction du tonnage des emballages utilisés dans nos ateliers de fabrication
  →depuis 2011 : **- 419 tonnes** (utilisation du logiciel BEE).
- Conditionnement : **développement d'un conditionnement froid sec avec une barquette** mono matériaux – PEHD, plastique **recyclable**, au lieu de la caisse marée en polystyrène, (matériau sale non recyclable et à l'origine d'une perte de qualité des produits et souvent sans engagement de DLC).
- Gestion de l'eau au quotidien dans la succursale suivie par indicateur
  →le remplacement des batteries de refroidissement pour recycler l'eau chaude a permis de **diviser la consommation d'eau par 2 en 2016**).
- Démarche **d'optimisation des tournées de livraison** et réduction de leur **impact carbone** / des véhicules conformes aux normes antipollution de dernière génération (EURO 5, EURO 5 EEV et EURO 6) et équipement GPS :
  →**- 1952 tonnes de CO2 émis** depuis 2015 au national,
  → **21,62 L/100 Km** de gasoil consommé à Lomme (contre 28L/100 Km sur notre activité source ADEME)

- Formation à **l'éco-conduite** : 230 chauffeurs au national et **28** pour le site de Lomme.
  → baisse de près de 18% de notre consommation de gasoil en 2 ans.
- Gestion des déchets ; suivi des déchets en usines et dans notre réseau
- Lutte contre le gaspillage alimentaire / Des dons aux Banques Alimentaires :
  →**18 tonnes dont 4 tonnes** pour Lomme en 2017 (association la pioche…)
  Chiffres au 31/12/2016 car bilan 2017 en cours d'actualisation

27)

Bilan carbone	**OUI** (bilan carbone partiel limité à la distribution)
Bilan Gaz à Effet de Serre*	OUI

**Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés*

28) Identifiez les principales ressources naturelles utilisées* dans votre production (matière première, eau, énergies…). Indiquez le volume si disponible.

Réponse applicable pour le site de Lomme

	2015	2016	2017
Ressource 1 *Consommation d'eau pour le site de Lomme (m3 d'eau)*	2185	2559	1001
Ressource 2 *Consommation d'énergie pour le site de Lomme (kW)*	156282	149235	141870
Ressource 3 *Consommation de gasoil (L)*	246120	218995	203584

29) Identifiez les principaux rejets du processus de production (gaz à effets de serre, emballages, services généraux…) Indiquez le volume si disponible.

	2015		2016		2017	
Nature des déchets	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé
Bilan GES pour le site de Lomme en TCO2 (électricité)	14.85		12.24		12.06	
Bilan GES TCO2 direct pour la livraison	691		606.3		590.9	

5/ BONNES PRATIQUES D'AFFAIRES : ÊTRE ACTEUR LOYAL ET RESPONSABLE SUR LES MARCHÉS

30) Comment s'organisent les relations avec vos fournisseurs, sous-traitants, concurrents, partenaires ?

La charte **« Principe de travail avec DAVIGEL SAS »** (que nos fournisseurs se doivent de signer et de respecter pour que l'on puisse travailler ensemble), reprend notre politique d'achats responsables, le référencement du fournisseur/produit, la logistique, la traçabilité et toutes les garanties que nous avons jugé utiles de détailler (ci-dessous). Nous exigeons également un engagement sur les principes des Droits de l'Homme de l'OIT (Davigel – Sysco France est signataire du **Global Compact**).

Article 3 – POLITIQUE D'ACHAT RESPONSABLE

3.1. DAVIGEL adhère aux principes de conduite du pacte de l'O.M.S. et demande à ses Fournisseurs que les normes de comportement responsable les plus exigeantes soient respectées au sein de leurs entreprises.

3.2. DAVIGEL soutient également le Pacte Mondial des Nations Unies et ses dix principes.

Le Pacte Mondial demande aux entreprises d'adopter, de soutenir et d'appliquer, dans leur sphère d'influence, une série de valeurs fondamentales dans les domaines des droits de l'homme, des normes de travail et de l'environnement.

DAVIGEL soutient pleinement les principes rappelés ci-dessous et demande que ses Fournisseurs s'engagent à soutenir également ces principes.

Il faut noter que l'observation de ces principes peut être vérifiée par des contrôles internes sur la base d'instructions de contrôle précises, certifiées par un organe de contrôle extérieur.

- **Droits de l'homme** :

  DAVIGEL comme ses Fournisseurs :

  ✓ Soutiennent et respectent la protection des droits de l'homme à l'échelle internationale dans le cadre de sa sphère d'influence (principe 1).

3.3. DAVIGEL souhaite que ses Fournisseurs soient audités et certifiés selon les modèles de certifications ci-dessous :

ÉLÉMENT	Type de certification
Intégrité du business	Pas de standard existant
Conditions de travail	SA 8000
Santé et sécurité	OHSAS 18001
Environnement	ISO 14001 ou EMAS
Les certifications équivalentes (comme BSCI ou ETI pour les conditions de travail) doivent être approuvées par la Direction Qualité de DAVIGEL.	

31) Quelle politique d'achats responsables avez-vous mise en place ? Quel est votre processus de sélection ?

Les lignes directrices de notre politique achats sont :

- Un engagement dans une démarche concrète d'**amélioration des pêcheries et des élevages pour protéger les ressources marines** et un engagement dans la démarche **Bleu-Blanc-Cœur** pour les produits carnés ;
- Des **certifications** externes de pêche durable (**MSC**) et d'aquaculture durable (**ASC**) et une gamme de produits de la mer issus de productions responsables agréées ou reconnues via des certifications externes ;
- Un **partenariat avec deux ONG (SFP et WWF)** pour la préservation des ressources halieutiques ;
- La promotion de l'agriculture responsable, avec des **filières végétales écocertifiées** ;
- Une politique consistant à éviter l'utilisation **d'huile de palme**.

Exemple : Dans tous les cas : produits achetés par les mareyeurs français, puis filetés sur les **sites situés dans les Hauts-de-France** (Boulogne-sur-Mer 288 employés, Arras 70 employés), soit 3 sites de filetage représentant 358 emplois en région.

32) Quel est votre processus de suivi et d'accompagnement de vos fournisseurs et sous-traitants ?

Nos fournisseurs sont sélectionnés puis **agréés** ou **audités** afin de les évaluer sur des critères de **sécurité alimentaire** en priorité, de loyauté des pratiques et du respect des règlementations en vigueur.
Dans le cadre de notre politique pêche responsable, nous sommes amenés à élaborer des **Projets d'amélioration des Pêcheries (FIP ou AIP)** avec les **intervenants de la filière** lorsqu'une pêcherie est identifiée comme « à améliorer » ou « absence de données suffisantes » (support technique et financier). A titre d'exemple, au niveau local pour le Cabillaud et le lieu noir, poisson frais pêché en Mer du Nord et Mer de Norvège, issus d'une pêche durable, les deux **certifiés MSC** (Marine Stewardship Council) et rentrant dans le cadre de notre politique Pêche responsable : **partenariat avec l'ONG WWF pour les pêcheries étant identifiées comme étant « à améliorer »** et **partenariat avec SFP afin d'évaluer les réserves halieutiques.**
→100% des achats dans les Hauts de France sur ces 2 espèces se fait en local, soit 83 tonnes pour le Lieu et 22 tonnes pour le Cabillaud.
De plus, développement d'une **liste rouge d'espèces non commercialisées** dont la pêche est considérée comme vulnérable (exemple : lingue bleue selon les recommandations de WWF).

33) Nous ne réalisons pas d'audits social et environnemental chez nos fournisseurs actuellement.

	2015	**2016**	**2017**
% fournisseurs audités : AUDIT SOCIAL	0	0	0
% fournisseurs audités : AUDIT ENVIRONNEMENTAL	0	0	0

6/ CLIENTS ET CONSOMMATEURS : RESPECTER LEURS INTÉRÊTS

34) Comment s'organisent les relations avec vos clients – B2B et B2C (relations clients, écoute client, satisfaction clients…) ?

Nous avons développé un **support** de communication reprenant toutes nos actions/ nos engagements répondant à notre « **responsabilité sociétale des entreprises** » (version synthétique de notre rapport développement durable : https://www.davigel.fr/flipbook/rapport-annuel-developpement). Plus particulièrement pour le site de Lomme, un support est disponible reprenant la présentation et l'activité du site de Lomme.

Sensibilisation clients :
- **Salons professionnels** afin d'échanger sur les évolutions et tendances de leur profession (2 à 3 fois par an).
- **Conférence** sur une thématique du développement durable qui fait intervenir clients et professionnels du domaine (2 fois par an).
- **Club traiteur** qui a pour but d'accompagner les professionnels dans leur développement en Région.

Notre force de vente est sensibilisée sur ce sujet et dispose donc des outils de communication adéquats.

35) Comment prenez-vous en compte la sécurité des utilisateurs dans le choix/développement de vos produits/services ?

La sécurité du consommateur est un des **points primordiaux** de DAVIGEL – SYSCO FRANCE et fait partie de notre Politique Qualité :

- Référencement du couple produit / fournisseur ;
- Nombreux points de contrôles mis en place via notre service achat, notre pôle qualité fournisseur et notre pôle règlementaire (enquête préalable, certifications des fournisseurs, évaluations des moyens de maitrise des fournisseurs, audit le cas échéant).
- Contrôles au sein de notre laboratoire mis en place en fonction du produit/fournisseur avant la mise sur le marché du produit (**170 000 analyses /an**). Il s'agit d'un processus impliquant plusieurs services de la société.
- Démarche HACCP sur l'ensemble des sites (nos 3 usines+ Dépôts BRAKE certifiées ISO 22000 Démarche en cours sur les centres de distribution DAVIGEL – Lomme : 01/2019)
- En cas de **problème majeur** (intoxication alimentaire, produit identifié à risque, …), une cellule spécifique est mise en place au niveau du siège et tout le réseau assure une communication client immédiate (cellule de veille cadre active et joignable 24h/24 et 7j/7).

Dès réception d'une information de retrait produit, le service télévente prend immédiatement contact avec les clients pour leur notifier le message et organiser la reprise des produits le plus rapidement possible (une procédure stricte jumelée à un outil de suivi performant permettent le suivi). Nous sommes capables, grâce à notre traçabilité avec le code EAN128, d'identifier instantanément pour un produit donné, les lots fournisseurs et lots internes présents dans nos stocks, et surtout livrés chez chacun de nos clients.

36) Comment assurez-vous l'accessibilité pour tous de vos produits/services ?

Via le site internet *davigel.fr* (pour tout type de clients) et *produits-davigel.com* (pour les clients grands comptes), via nos communications emailing et via nos catalogues.

Nous avons également des **produits adaptés** aux différents types de restaurations (social, commercial, ...). Large gamme avec des grammages adaptés au consommateur des restaurations collectives (suivi des recommandations du GEMRCN : adaptation des grammages selon les besoins nutritionnels par âge pour toute la restauration scolaire et **réduction du gaspillage** par des portions adaptées).

Notre gamme de produit répond à différentes **exigences clients** : produits sans **gluten**, **végétariens**, produits **enrichis** ou encore **mixés**…. Nous avons également développé une gamme CSR Carte Santé Restauration à destination du milieu de la santé pour répondre aux différentes contraintes **nutritives, et logistiques** de nos clients et des consommateurs.

37) Comment sensibilisez-vous vos clients aux changements de mode de consommation au regard de votre démarche RSE ?

Via la communication et notre **proposition produits** (exemple : favoriser les produits « locaux » et « régionaux » incluant nos ateliers), **adaptation** de la taille des portions en fonction des clients, communication de notre politique **pêche durable**, développement de la gamme **Bleu Blanc Cœur**, communication de notre approche « légumes éco certifiés ».
Nous organisons des journées (6jours en 2017 pour le site de Lomme) de **sensibilisation à la nutrition**, à la **pêche responsable**, au **bien-manger** auprès des consommateurs du milieu scolaire. Enfin, nous organisons des **forums** avec nos clients et des professionnels du domaine afin d'échanger sur les bonnes pratiques de chacun.

7/ ENGAGEMENT SOCIÉTAL : ALLIER LES INTÉRÊTS DE L'ENTREPRISE ET CEUX DE LA COMMUNAUTÉ

38) Menez-vous des projets en collaboration avec des acteurs de la société civile (associatifs, pouvoirs publics, écoles, ESAT…) ?

- Favoriser l'approvisionnement local :

Développement des labels viandes de France, Fruits et légumes de France, SIQO). Mise en avant de gammes liées aux régions (Viandes de nos régions, produits régionaux). Liens avec les parties prenantes : fournisseurs nationaux et régionaux, organismes de certification. Distribution du produit local sur le territoire national (distribution des produits à travers toutes nos plateformes logistiques), notamment dans les régions sans zone côtière.
➔Volume de près de **209** tonnes en 2017 (+8% vs 2016) dont 25 tonnes livrées sur la région (+23% vs 2016).

- **Transmission du patrimoine culinaire** : engagement via la fondation Paul Bocuse au développement des métiers culinaires.
- Participation aux journées de promotion du Nord pas de calais Picardie « invitez les saveurs des Hauts-de-France à votre table ».
- **Animation dans les Collèges et Lycées** par notre responsable nutrition régionale autour de la gamme Bleu Blanc Cœur pour sensibiliser les enfants « au bien manger ».
- **Partenariat avec les écoles hôtelières** pour promouvoir les métiers de la restauration lors de salons professionnels (mise en situation en travaux pratiques)
- Participation et membre du club RSE AGROE.
- Partenariat avec Mr Goodfish, association qui a pour but d'orienter les achats de poissons selon sa saisonnalité et sa disponibilité locale (Association créée initialement par l'aquarium Nausicaa. https://www.mrgoodfish.com/).

39) Favorisez-vous l'implication de vos collaborateurs (et autres parties prenantes) dans ces projets ?

- Vente de produits fabriqués et/ou conditionnés par les travailleurs handicapés lors de la semaine du handicap
- Participation et soutien aux concours nationaux organisés pour les établissements hôteliers
- Participation au concours des « négociales »
- Organisation des forums et animations dans les collèges et lycées par notre responsable Nutrition Régionale et le(s) commercial(ux) du(des) client(s).

➔ Soit pour Lomme, 8 collaborateurs impliqués en 2017.

III/ SYNTHESE

40) Pour conclure, quels sont, selon vous, les 3 points forts de votre dossier ?

- Achats/ ancrage local : système **mature** concernant le développement de **filières d'achats éco-responsables** (politique produits de la mer, éco certifications des légumes) et de **filières locales** (ateliers présents dans nos régions et labels viandes de France et Fruits et légumes de France).
- Sensibilisation clients / changement de modes de consommation : plan d'actions visant à limiter le **gaspillage alimentaire** (dons alimentaires, gestion des DLUO/DLC, adaptation des portions au public concerné, sensibilisation des consommateurs à l'origine et la qualité des produits…).
- Qualité produits / Santé & alimentation : actions dans le domaine de la **santé** : Système mature permettant de garantir la **sécurité des consommateurs** (moyens de maitrise de la sécurité alimentaire), **service nutritionnel** développé, plan d'actions en cours sur la composition des produits (Clean Label).