

DOSSIER DE CANDIDATURE
TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2019
Catégorie « Entreprises de moins de 100 salariés »

LA FRANCO-ARGENTINE (02)

Dossier suivi par Camille Muller et Bérénice Kemel, Réseau Alliances

I/ PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION CANDIDATE

1. INFORMATIONS GENERALES

Raison sociale : La Franco Argentine (LFA)

Statut : SAS

Date de création : 1990

Domaine d'activité : Fabrication de confitures de lait et caramels, négoce de produits argentins

Territoires d'action : Usine en France, entrepôts en Espagne, export monde

Effectif : 21 (France)

Adresse complète : 4, Place des Prêlés - 02120 Sains-Richaumont

Contacts :

Fabienne de la CHAUVINIÈRE, RSE & Communication / chauviniere@club-internet.fr / 06 95 75 80 84

Gonzalo CRUZ, Président / gcruz@francoargentine.com

Site Internet : francoargentine.com

Prix et nominations :

- Saveurs en Or (2018)
- Terroirs Hauts de France (2018)
- Saveur de l'année (2017)

Certifications :

- IFS, note : 97,54%
- BRC, niveau B

	2018	2017	2016
Chiffre d'affaires HT	8 M €	7,8 M €	7,5 M €
Résultat net	400 000 €	400 000 €	380 000 €

2. CONTEXTE & ACTIVITE

1) Racontez-nous l'histoire de votre structure ?

La Franco Argentine a été fondée en 1990, à Vervins dans les Hauts-de-France par Gonzalo Cruz. La vision de La Franco Argentine est de **promouvoir la confiture de lait**, un produit sain et l'une des plus grandes spécialités argentines, au niveau universel et auprès de toutes les générations. Le Groupe ouvre en 1995 des bureaux et entrepôts en Espagne puis, inaugure en 2006, une usine de 5 200 m², dotée d'équipements à la pointe de la technologie, à Sains-Richaumont. Cette installation lui permet de développer la production à la mesure de ses ambitions : **devenir le pionnier et le leader sur le marché de la confiture de lait en Europe**. Aujourd'hui, La Franco Argentine propose 40 déclinaisons de confitures de lait et **exporte 50% de sa production dans le monde entier**. La Franco Argentine a parallèlement développé une activité de négoce de produits argentins parmi lesquels les vins, les *empanadas* et la *Yerba Maté* sont les plus connus.

2) Pour quelles raisons avez-vous initié une démarche RSE ?

Notre démarche RSE est venue naturellement. Elle correspond à notre philosophie, à notre état d'esprit :

- à la **Bienveillance** à laquelle est attaché le dirigeant, Gonzalo Cruz, et qui est la ligne conductrice de notre management,
- à nos **Valeurs** - Engagement, Respect, Innovation et Famille,
- à notre **Ancrage Local** - approvisionnement en matières premières locales, emplois locaux, soutien d'associations et d'événements sportifs locaux, partenariat avec l'école locale...,
- à notre **management d'entreprise libérée** : suppression des barrières hiérarchiques, valorisation de chacun par l'autonomie et la responsabilité.

Elle correspond également aux attentes de nos clients et consommateurs.

Nous la menons **en collaboration avec nos principales parties prenantes** et, en premier lieu, avec nos collaborateurs.

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

Nous **nous sommes engagés dans cette démarche de manière volontaire** et avec **l'ensemble de nos collaborateurs**. Nous en sommes fiers même si nous sommes conscients que nous avons des progrès à faire afin d'être toujours plus responsables et performants en matière sociale, environnementale et économique. Nous sommes donc heureux de **faire connaître notre démarche et de partager nos progrès avec les acteurs de notre région**. Très impliqués localement, nous serions très heureux et fiers d'être reconnus par les Trophées de Réseau Alliances, dans les Hauts- de-France.

3. PARTIES PRENANTES

4) Quelles sont les parties prenantes prises en compte dans le déploiement de votre démarche RSE ?

- Collaborateurs
- Clients
- Fournisseurs
- Actionnaires
- Société Civile
- Collectivités
- Associations
- Ecoles, universités
- La Planète (environnement)
- Transporteurs
- Financiers

II/ VOTRE DÉMARCHE RSE

1. GOUVERNANCE

1.1 MISSION & VALEURS

5) Quelle est la mission de votre structure / sa contribution à la Société ?

Notre mission est **de faire connaître nos produits gourmands, sains et naturels de confitures de lait** et de caramels, **produits localement et dans le respect de la tradition**, dans le monde entier et auprès de toutes les générations, en adaptant nos recettes afin de **satisfaire les besoins et habitudes alimentaires de chacun**.

6) Quelles sont vos valeurs ?

- La Franco Argentine est une famille. L'**esprit de famille** se caractérise par une écoute, une confiance, une proximité et une absence de barrière hiérarchique. Nous partageons les événements familiaux de chacun. Nous nous retrouvons autour de sujets de réflexion. Ce **partage** nourrit nos relations, caractérisées par une amitié et une confiance mutuelle.
- Le **respect des Hommes, du produit et de l'environnement** est au cœur de notre philosophie et de notre quotidien. Toutes nos relations internes comme externes sont guidées par cette valeur. Nous tâchons de préserver l'égalité ainsi qu'un traitement équitable. Nous avons et préconisons un comportement bienveillant des uns envers les autres.
- L'**engagement** pour les Hommes, notre projet commun, la collectivité et l'environnement guide toutes nos actions. Dans la mesure de nos moyens, nous tenons à nous engager pour la Terre afin de la préserver pour les générations futures. Engagement dans le quotidien, dans nos buts communs et dans l'équipe.
- L'**innovation** guide le développement de La Franco Argentine depuis sa création. Nous cherchons à satisfaire toutes les exigences de nos clients. Nous veillons activement sur le marché afin d'intégrer les nouvelles tendances et recherchons à être moteur en proposant les innovations qui reflètent l'esprit de l'entreprise.

1.2 ENJEUX & OBJECTIFS RSE

7) Quels sont les enjeux RSE liés à votre activité ?

Nos enjeux sont sociaux, sociétaux, économiques et environnementaux :

- Sociaux : Respecter et faire respecter les principes de notre **Charte Ethique, rédigée avec nos collaborateurs**, au quotidien et sur le long terme. Développer l'autonomie et la **responsabilité sociale**. Veiller à l'épanouissement professionnel de chacun. Garantir l'éthique chez tous nos fournisseurs.
- Economiques : Contribuer toujours plus au développement et au **rayonnement économique de notre région**, maintenir des relations durables intègres et loyales avec nos fournisseurs, clients et concurrents.
- Sociétaux : Engager des actions de **sensibilisation en matière de développement durable** au sein de notre collectivité et notamment auprès des jeunes, soutenir des associations locales et des évènements locaux festifs, sportifs, culturels.
- Environnementaux : **Réduire notre empreinte environnementale** : réduire et optimiser nos consommations de ressources naturelles, réduire l'impact des transports, réduire fortement nos achats de produits jetables, optimiser au mieux nos déchets. Agir pour préserver la biodiversité (par une sensibilisation interne/externe, des plantations de graines mellifères, l'installation de plusieurs ruches sur le terrain de l'usine).

8) En fonction de ces enjeux, quels sont les objectifs de votre démarche RSE ?

Nous avons des objectifs qualitatifs et quantitatifs.

⇒ **Economiques** :

Augmenter toujours plus notre contribution au développement et au rayonnement économique de notre région, préserver l'éthique avec tous nos partenaires en France comme à l'étranger.

- **Augmenter la part de nos fournisseurs français -90% en 2018- et régionaux -86%-** dans le cadre de nos achats de matières premières à respectivement 95 et 90% à 2021.
- **Augmenter la part de nos fournisseurs français dans le cadre des achats de nos contenants** de 55 % en fin 2018 à 65 % en 2021.
- **Influencer nos fournisseurs** afin qu'ils développent des démarches RSE.
- Entretien des **relations durables et intègres** avec nos partenaires commerciaux.

⇒ **Sociaux** :

Poursuite et développement de notre politique sociale afin de garantir cohésion et bien-être de chacun.

- **Promouvoir une responsabilité sociale de chacun** : préserver l'égalité de traitement, la non-discrimination, prôner la bienveillance des uns envers les autres notamment par l'exemple : la bienveillance est la ligne conductrice de notre management, la solidarité. Sensibiliser chacun, rappeler nos valeurs régulièrement dans nos communications écrites et orales.
- **Contribuer à l'épanouissement professionnel de nos collaborateurs** : formation, évolution...
- **Garantir un environnement de travail sain** : mener une politique active de prévention pour le zéro accident.
- **Garantir un environnement de travail bienveillant.**

- **Contribuer à une communication et transparence des uns envers les autres :** Journées Mensuelles de Cohésion et développement d'une conscience collective de bonne communication.

⇒ **Environnementaux :**

Réduire notre empreinte environnementale, avoir une politique pro-active en matière environnementale.

- **Suivre et réduire et optimiser nos consommations d'eau et d'énergies.**
- Continuer à **promouvoir une mobilité plus douce** auprès de nos collaborateurs.
- **Agir concrètement pour la biodiversité :** Objectif de **sensibilisation de 100 % de nos collaborateurs** en France et en Espagne en 2019, **sensibilisation de notre collectivité et des élèves de l'école de Sains-Richaumont**, plantation de graines mellifères, investissement dans des ruches et formation à l'entretien d'une ruche pour les collaborateurs volontaires.

⇒ **Sociétaux :**

Avoir un impact positif de différentes manières dans notre région : auprès des associations locales, au sein de l'école locale, via des organisations régionales (la METS), des évènements sportifs régionaux, des évènements festifs : foires, marchés, lotos....

- Poursuivre et développer notre participation et notre **soutien aux associations locales.**
- Participer davantage à la sensibilisation au goût et à la nutrition et communiquer sur les actions menées (réseaux sociaux, presse locale, ateliers grand public, associations sportives locales, etc.)

1.3 MANAGER SON ORGANISATION AVEC TRANSPARENCE

9) Comment votre structure implique-t-elle les collaborateurs et/ou d'autres parties prenantes dans la stratégie de l'entreprise ?

Nous tenons à partager, à échanger, à impliquer nos collaborateurs au développement de LFA dans toutes ses dimensions ainsi que nos parties prenantes externes.

- **Nous fermons ainsi volontairement un jour par mois l'usine** et nous nous organisons pour ne réaliser aucune production **afin de réunir l'ensemble des collaborateurs pour une journée d'échanges sur notre stratégie, des thématiques importantes pour l'entreprise et ses collaborateurs.** Durant cette journée, les collaborateurs ainsi que le dirigeant réalisent des présentations de leurs activités, de projets RSE dont ils sont porteurs (biodiversité, silos, bons gestes environnementaux, présentation de la charte éthique...) afin d'informer, sensibiliser, fédérer, voire impliquer, susciter l'adhésion et des vocations.
- Nous partageons également lors de **notre séminaire annuel** le bilan de l'année passée, les perspectives et les grandes orientations stratégiques et RSE à venir.
- Notre journal interne, **Planète LFA**, rédigé en bilingue, est également l'occasion de partager sur le développement de notre groupe en France, en Espagne, à l'export, sur les passions de chacun, de valoriser

chacun, de leur donner la parole au sein d'une page dédiée, d'annoncer les événements importants de la vie que les membres de notre Famille souhaitent partager.

- Nous avons adopté un **management d'entreprise libérée** où la responsabilisation de chacun, l'autonomie, l'absence de barrière hiérarchique prévalent. Nous favorisons le dialogue permanent et la participation active des individus à tous les niveaux.

10) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes aux enjeux RSE liés à votre activité ?

Nos collaborateurs sont associés depuis le début de la démarche et au quotidien à notre politique RSE. Ils en sont les acteurs. Nous comptons **10 pilotes RSE** en interne :

- Certains en charge du suivi d'indicateurs (suivi de notre consommation d'électricité et d'eau quotidienne par un collaborateur, suivi d'indicateurs sociaux et environnementaux par un autre).
- D'autres en charge de projets (un collaborateur porte le projet sur la biodiversité : sensibilisation interne et externe, plantations de graines, installation de ruches ; des collaborateurs s'occupent des visites guidées de notre usine...).
- D'autres collaborateurs participent à nos **groupes de travail thématiques** (Groupes de travail Social sur notre Charte Ethique, sur la Charte Ethique fournisseurs, sur les bons gestes environnementaux, sur nos indicateurs RSE, sur le RGPD, sur la biodiversité) régulièrement afin d'avancer sur certaines réflexions et certains projets.
- Nous avons 2 référents internes RSE (un en France et un en Espagne) ainsi qu'une personne en charge de la RSE.
- Nous avons également associé : nos clients, fournisseurs, transporteurs, financiers, collectivités dès le lancement de la démarche et les avons interrogés sur leurs attentes en matière de RSE.
- Nos principales parties prenantes ont été destinataires de la lettre d'engagement signée par notre Président et d'un **questionnaire sur leurs attentes RSE**. Nous avons eu un taux de retour de 35%, avec un intérêt pour l'ensemble des sujets : environnementaux, sociaux, sociétaux et économiques. Un intérêt très marqué pour les questions sociales et environnementales.
- Nous les sensibilisons également à l'occasion de rendez-vous ou d'entretiens téléphoniques.

2. DROITS DE L'HOMME

2.1 DIVERSITE, EGALITE DES CHANCES & LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

11) Comment votre structure favorise-t-elle la Diversité & l'égalité des chances ? (Lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, seniors, insertion...)

Nous avons **rédigé avec nos collaborateurs notre Charte Ethique** :

<http://www.lafrancoargentina.com/global/img/Charte-éthique-LFA-1.pdf>

Celle-ci précise les principes et comportements à respecter par La Franco Argentine et par l'ensemble de ses collaborateurs. Nous précisons notre engagement à lutter contre toutes sortes de discrimination, pour l'égalité Hommes/Femmes à tout moment de la vie professionnelle de nos collaborateurs. Lors d'entretiens annuels - et lors de **l'enquête de satisfaction annuelle** (baromètre interne), nous interrogeons nos collaborateurs et échangeons sur ces sujets de diversité, respect des uns et des autres, non-discrimination...

Indicateurs chiffrés :

- 50% d'hommes/50% de femmes,
- Zéro discrimination relevée par nos collaborateurs en 2018 (entretiens individuels qualitatifs),
- 1 personne en situation de handicap,
- 2 jeunes en emplois d'avenir.

2.2 DROITS DE L'HOMME & PRINCIPES FONDAMENTAUX DE L'OIT

12) Comment votre structure s'engage-t-elle au respect fondamental des Droits de l'Homme et quels moyens met-elle en œuvre (y compris dans sa politique achats) ?

Nous nous engageons au respect fondamental des Droits de l'Homme par notre comportement au quotidien basé sur le respect, l'engagement, la bienveillance et l'intégrité.

Notre **Charte Ethique** est la formalisation des principes que nous nous engageons tous à respecter au quotidien (aucune discrimination, traitement égalitaire, sécurité des équipements et des locaux, un environnement de travail sain, l'épanouissement de nos collaborateurs...) et sur le long terme au sein de l'entreprise. Nous avons spécifié le comportement à adopter en matière d'achats dans notre Charte Ethique.

Nous avons également **rédigé avec nos collaborateurs une Charte Ethique pour nos fournisseurs** afin de poursuivre notre sensibilisation et assurer que nous travaillons avec des fournisseurs respectant les normes internationales des Droits de l'Homme, des Droits du travail, respect de la législation du travail et des normes internationales (non-discrimination, intégrité avec tous les partenaires commerciaux, respect des engagements contractuels et des intérêts mutuels, agir contre la pollution, valoriser les déchets...).

Nous allons également inclure dans nos contrats d'achats des clauses RSE (mai 2019).

Nous interrogeons nos fournisseurs sur ces questions lors de nos **audits de qualité**.

Notre **Comité Ethique** a vocation à se réunir 1 à 2 fois par an afin d'échanger sur l'ensemble de ces thématiques et éventuellement revoir ou développer notre Charte Ethique. Notre Comité Ethique se réunit si la situation le nécessite. Une adresse mail dédiée à l'éthique est communiquée à tous nos collaborateurs et nos fournisseurs.

3. RELATIONS & CONDITIONS DE TRAVAIL

13) Comment organisez-vous le recrutement, l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur ?

Nous recherchons nos collaborateurs dans un premier temps avec nos partenaires locaux et notamment la METS et AGROSPHERE puis nous diffusons nos offres d'emplois au niveau national. Pour des stages ou des contrats en alternance, nous privilégions les écoles de notre territoire.

Nous pouvons également, avant de diffuser les annonces auprès d'organisations, interroger nos collaborateurs afin qu'ils en parlent autour d'eux. Ainsi, nous sommes en train de recruter une jeune diplômée dont le père est l'un de nos plus anciens collaborateurs (20 ans d'ancienneté). Elle est née l'année où son père entrait dans l'entreprise et, aujourd'hui, elle remplace le 1^{er} départ à la retraite que connaît notre entreprise.

Tous nos collaborateurs sont reçus par la personne en charge du service, le responsable de l'usine et le dirigeant. Les stagiaires ne sont pas tous reçus par le dirigeant.

Pour l'accueil de nos nouveaux collaborateurs, nous leur donnons un **guide explicatif** sur les bonnes pratiques d'une entreprise agro-alimentaire, nous faisons une visite d'usine et nous les présentons individuellement à chaque collaborateur.

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

Nous avons plusieurs actions dans le cadre de notre politique de prévention des risques professionnels.

Elle commence dès le début de l'intégration de nos collaborateurs. Au sein du livret d'accueil, les risques sur les différents postes de travail sont précisés.

Nous **faisons des formations sur la manipulation de produits chimiques, régulières et systématisées à tout nouvel arrivant quel que soit son poste.**

Nous avons une **politique active en termes de maintenance préventive des machines** (avec une personne dédiée) afin de garantir la sécurité de nos collaborateurs. Nous contrôlons et entretenons régulièrement le matériel afin d'éviter tout accident.

Le Document Unique est à jour et nous nous en servons comme outil de prévention des risques. Nous effectuons des exercices incendie régulièrement et contrôlons le dispositif dédié à la sécurité.

Tous les collaborateurs sont sensibilisés et vigilants avec un objectif zéro accident.

Nous avons également investi dans des équipements afin d'éviter les gestes répétitifs ou pouvant être fatigants :

- **2 silos à sucre pour supprimer le port de charges lourdes** (120 fois 25 kg de sucre/jour) au quotidien (coût important pour notre structure : 120 000 euros, amortissement sur 3 ans),
- une **scotcheuse à carton.**

Nos certifications IFS et BRC exigent un haut niveau de rigueur sur la tenue des collaborateurs au sein de l'usine : port d'équipements de protection individuelle.

➔ Nous avons depuis 3 ans entre 1 à 2 accidents par an, sans gravité. Notre objectif est d'arriver au zéro accident.

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

Nous échangeons au moins une fois par an avec nos collaborateurs sur leurs souhaits en matière de **formations**. Nous avons toujours satisfait leurs demandes.

Également, nous échangeons sur leurs souhaits en matière d'**évolution professionnelle**. La plupart de nos collaborateurs ont évolué dans leurs postes et certains ont changé de poste depuis leur arrivée. Ainsi, David qui est membre de notre Famille depuis 1992 (presque depuis la création en 1990) a fait la plupart des métiers de la production et aujourd'hui occupe la fonction de Leader de la Production. Guislaine arrivée en 2000, est passée de la gestion de l'accueil à la gestion des commandes et des livraisons, à la gestion aujourd'hui du service Logistique.

Nous proposons depuis 2 ans des formations hebdomadaires en espagnol à tous nos collaborateurs en France (et des formations en français à nos collaborateurs en Espagne) afin qu'ils enrichissent leur culture et que les échanges soient plus faciles entre équipes françaises et espagnoles. Ainsi, **50 % de notre effectif en France apprend l'espagnol** chaque mardi.

16) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour favoriser le bien-être de vos collaborateurs ?

Avec **une bienveillance quotidienne**, nous favorisons le bien-être de chacun.

Nous adoptons une certaine **souplesse dans les horaires** afin de prendre en compte les contraintes de chacun (notamment pour les sorties d'école). Chacun est responsabilisé en fonction de son rôle dans le reste de l'équipe.

Nous avons mis en place des **réunions mensuelles d'échanges** sur des sujets importants pour l'entreprise ainsi que de nombreux moments conviviaux réguliers : dîner de fin d'année, arbre de Noël, séminaire annuel de la Famille LFA réunissant équipes françaises et espagnoles...

Nous avons réalisé un reportage photographique avec chacun des collaborateurs en train d'effectuer ses missions quotidiennes. **Ces portraits en noir et blanc sont encadrés et exposés sur les murs de notre usine.** Cette action a été très bien reçue et contribue à la valorisation de chaque personne par une équité intrinsèque et à l'unité de notre entreprise.

Nous sensibilisons nos collaborateurs à l'équilibre nutritionnel en mettant à disposition tous les jours des fruits de la région. Une sensibilisation écrite et orale est prévue sur ce sujet lors de la Journée de l'Alimentation le 16 octobre prochain.

17) En quoi les ressources humaines améliorent-elles l'attractivité de votre structure ?

Nous avons à cœur d'écouter chacun, de faire en sorte que chacun soit bien intégré et épanoui dans le cadre de ses missions. Nous répondons positivement aux demandes de formations et d'évolution professionnelle. **Le bien-être, la bienveillance et la cohésion de l'ensemble des collaborateurs** participent à la réussite de notre politique sociale et à l'attractivité de notre société.

Nous veillons à poursuivre cette attention bienveillante auprès de chacun afin de poursuivre notre développement de manière harmonieuse.

Nous mettons en place une enquête annuelle de satisfaction des salariés en 2019.

Enfin, **100% de nos collaborateurs bénéficient d'un accord d'intéressement.**

4. ENVIRONNEMENT

18) Quelles sont les ressources nécessaires à votre activité ?

Les ressources nécessaires : le gaz, le fioul, l'électricité, l'eau.

Pour la fabrication de nos produits : le lait et le sucre représentent 90 % de sa composition. Les 10% restants dépendent du type de confiture de lait : confiture de lait au beurre salé, confiture de lait aux noisettes...

19) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ? Quels moyens mettez-vous en œuvre pour limiter ces impacts ?

- **Traçabilité du produit** : origine de nos matières premières :
 - 90 % achats France (86% local) : lait et sucre > **Objectif 2021 : 95 %**

- Contenants & MP : 77 % origine France > **Objectif 2021 : 85 %**
- 95 % des contenants utilisés sont recyclables ; c'est le cas pour 100% des suremballages > **Objectif 2021 : 100 % des contenants recyclables**

- **Electricité** : 360Mwh en 2018 > **Action** : remplacement progressif des ampoules par des LED depuis janvier 2019. Relevé quotidien des consommations d'eau et d'électricité par l'un de nos collaborateurs.
- **Gaz** : 180 000 litres en 2018 > **Action** : Suivi et optimisation de la consommation.
- **Fioul** : 3 500 litres en 2018 > **Action** : Suivi et optimisation de la consommation.
- **Suivi et actions pour réduction et valorisation de nos déchets** :

8 tonnes de nos déchets ont été recyclées en 2018 soit 20% de nos déchets. L'objectif est d'atteindre 40% de déchets recyclés en 2019. **Objectif à 2021** : 60 % de déchets recyclés.

Actions : investissement dans 2 silos qui permettent de supprimer l'emballage des sacs de sucre (**réduction de déchets estimée à 4 tonnes**), suppression des gobelets en plastique jetables, réalisation du tri complet.

- **Consommation d'eau** : 2 962 m³ en 2018 > **Actions** : Mise en place de bons gestes par tous au quotidien, suppression de rejets d'eau par optimisation du circuit de refroidissement. **Objectif à 2021** : 10% de réduction.
- **Biodiversité** : Actions de sensibilisation auprès des collaborateurs (décembre 2018, février 2019), des élèves du collège de Sains-Richaumont (avril 2019) et de la collectivité durant la semaine du développement durable (juin 2019).

Plantation de plantes mellifères (mars 2019) par l'un de nos collaborateurs ; installation de ruches (2019) et formation de plusieurs de nos collaborateurs à leur entretien.

➔ Innovation produit à l'étude : confiture de lait avec le miel produit par les abeilles de nos ruches.

- Pour le **transport des marchandises de notre activité de négoce**, 99% sont acheminées par bateau, optimisation de containers complets sans rupture des charges.
- **Transports collaborateurs** : en mars 2019, **62% des collaborateurs pratiquent une mobilité douce** :

Plusieurs personnes viennent à pieds en raison de la proximité de l'usine et de leur domicile.

Sensibilisation au covoiturage : 4 collaborateurs font du covoiturage régulier.

2 personnes viennent en vélos électriques et plusieurs personnes utilisent la voiture hybride de l'entreprise.

LFA encourage la mobilité douce par une **sensibilisation régulière** et de l'affichage en interne. En effet, nous affichons en permanence les types de mobilité douce pratiqués par nos collaborateurs afin de les valoriser et de susciter d'autres changements de comportement en faveur de la mobilité douce.

Investissements 2019 : 4 vélos électriques (2 en France et 2 en Espagne) pour les transports des collaborateurs et 2 voitures hybrides pour les collaborateurs commerciaux en France (1 voiture) et en Espagne (1 voiture).

- **Effluents** : Suivi de nos effluents : réduction des effluents suite à un accord d'épandage avec un agriculteur local, assainissement de nos effluents par un système de bactéries > Amélioration notée, mesurée et suivie.

5. BONNES PRATIQUES D’AFFAIRES

20) Comment intégrez-vous la RSE dans votre démarche d’achats et dans la relation avec vos fournisseurs ?

Nous choisissons nos fournisseurs (de matières premières, d’emballages, de produits de négoce) en fonction de leur **localité** et de la **qualité de leurs produits**. Nous les sensibilisons à la RSE, à l’éthique des affaires et les encourageons à s’y engager.

Nous avons développé une démarche qualité très rigoureuse. Des entretiens et des visites régulières de nos fournisseurs principaux sont réalisés annuellement.

Plusieurs étapes pour l’intégration de notre démarche RSE auprès de nos fournisseurs :

1. Envoi de notre **questionnaire sur les attentes en RSE de nos parties prenantes** (décembre 2018)
2. Rédaction de notre **Charte Ethique pour nos fournisseurs** (février 2019).
3. Envoi (mars à avril 2019) et suivi des retours.
4. Intégration de **clauses RSE dans nos contrats d’achats** (à partir de mai 2019).

Dans le cadre de notre **Charte Ethique interne**, nous précisons des principes de conduite éthiques à respecter par tous nos collaborateurs dans le cadre de nos achats : pas de favoritisme, des contrats clairs et dans des langages simples, strict **respect des délais de paiement**. La **confiance et le respect de nos engagements** comme principes fondamentaux. Nous privilégions des relations intègres et durables avec nos fournisseurs.

Nous adhérons également à SEDEX qui permet à nos clients de visualiser nos actions et résultats RSE. Nous avons prévu de réaliser un audit SMETA en 2019.

21) Quelles règles éthiques avez-vous établies vis-à-vis de vos concurrents ?

Nous entretenons des **relations saines et basées sur une concurrence loyale** ; nous les rencontrons régulièrement lors de salons professionnels.

Nous ne pratiquons aucune forme de *dumping* : que ce soit en termes social, ou de prix.

Nous adhérons à la FEEF, Fédération d’Entreprises et Entrepreneurs de France, et échangeons avec d’autres acteurs du marché au sein d’organismes transversaux comme l’APM, la Chambre des Métiers, la Chambre de Commerce, Agrosphère et des rencontres au sein de la BPI France.

6. CLIENTS ET CONSOMMATEURS

22) Proposez-vous une offre responsable à vos clients/consommateurs ? Si oui, laquelle ? Si non, pourquoi ?

Nos clients sont : les industriels -Régilait, Le Monde des Crêpes, Pâtisserie Gourmande...-, la Grande Distribution - Carrefour, Intermarché, Monoprix-, les indépendants et les épiceries spécialisées -Le Bon Marché.

Nous garantissons la **traçabilité** de nos produits. 86 % des matières premières de nos produits sont locaux : lait frais et sucre de notre région / 90% France. Nous garantissons que nous n’utilisons aucun arôme, ni conservateur, ni huile de palme ou toute autre substance controversée.

Nous avons une **politique de qualité très rigoureuse** et obtenons de très bonnes notes à nos certifications IFS et BRC, certifications spécifiques de qualité de l'agro-alimentaire, renouvelées annuellement.

Également, nous développons une **politique d'innovations produits afin de satisfaire toutes les demandes et attentes de nos clients et consommateurs**. Ainsi, nous proposons depuis 2018 une gamme de produits BIO, encore étoffée en 2019 : confiture de lait nature, confiture de lait pralinée, confiture de lait caramel beurre salé ainsi qu'une confiture de lait végétal. Au sein de notre équipe, **deux personnes sont dédiées à la qualité et à l'innovation**.

Sur les produits importés, nous choisissons des fournisseurs qui garantissent la qualité et le **respect des produits traditionnels**.

23) Comment sensibilisez-vous vos clients/consommateurs à la consommation responsable ?

Nous sensibilisons nos clients et consommateurs à une consommation responsable :

- en **communiquant sur nos ingrédients sains et d'origine locale**, en précisant l'absence d'huile de palme et d'additifs sur les étiquettes de nos produits et sur toutes nos communications (plaquette institutionnelle, dossier de presse, présentation commerciale),
- en ayant une politique de communication à travers nos plaquettes, notre site internet et sur les réseaux sociaux mettant en avant l'importance du goût pour les ingrédients naturels et sains.

24) Comment intégrez-vous la RSE dans la relation clients/consommateurs (accessibilité, relation court terme et long terme, satisfaction...) ?

Nous communiquons de manière complète sur la qualité de nos matières premières locales.

Plus largement, nous associons nos clients à notre politique RSE : **communication officielle du dirigeant sur ce sujet**, échanges par le biais de **questionnaires RSE**, échanges oraux informels, **inscription sur la plateforme Valorise** (plateforme sur les politiques RSE des fournisseurs et prestataires accessibles par les clients de la grande distribution) et partage sur la plateforme de nos actions RSE.

7. ENGAGEMENT SOCIÉTAL

25) Expliquez vos actions sociétales et précisez pour chacune l'implication de vos collaborateurs et les liens avec vos parties prenantes.

Nous souhaitons **nous impliquer au sein de notre territoire en participant au développement du tissu économique**, en soutenant les associations locales, les événements sportifs et en sensibilisant nos différentes parties prenantes locales à la RSE :

- **Rédaction de plusieurs articles dans le magazine municipal (rédigés par 2 collaborateurs)** : un article sur le développement durable et la RSE et un article sur la biodiversité.
- **6 interventions en 2019 au sein du collège de Sains-Richaumont** sur la traçabilité du produit, la biodiversité et le développement durable **par 3 de nos collaborateurs**.
- **6 visites scolaires guidées par an** via la METS **par 2 collaborateurs**.
- **2 visites guidées annuelles** via le programme 'Savoir Faire du Thiérache' de la METS **par 2 collaborateurs**.

- **Dons d'environ 1 tonne de produits** par an à :
 - o **12 associations locales.**
 - o **15 évènements sportifs régionaux** (Cross du collège de Sains-Richaumont, Téléthon à la commune de Ribemont, la Claud'Aisne...), présence de 2 à 4 collaborateurs lors de ces évènements.
 - o **Dons de produits à plusieurs marchés et foires locales** : Foire aux Fromages de La Capelle, Comice Agricole, Fête du lait à Le Quesnoy), présence de 1 à 2 collaborateurs.
- **Dons de vêtements et objets du quotidien** aux associations locales parmi lesquelles l'association Emmaüs.
- **Partenariat et sponsoring d'Adrien Van Beveren**, meilleure figure sportive originaire des Hauts-de-France.
- **Sponsoring de la Vetiflette** (15ème édition en 2019), course de VTT et marche des Hauts-de-France. Inscription de 8 collaborateurs en 2019.

III/ FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

26) Qu'est-ce qui permet la réussite de votre démarche RSE (motivation, implication, moyens humains/matériels/financiers, communication...) ?

La réussite de notre démarche tient :

- à l'**engagement et à la bienveillance de notre dirigeant**, qui prône **cet esprit au quotidien et dans toutes les relations entre les membres de la Famille LFA.**
- à la **communication sur notre démarche** depuis son lancement et au quotidien, **auprès de toutes nos parties prenantes** et en premier lieu de et par nos collaborateurs.
- à leur **association et implication active à la politique RSE de notre entreprise.**
- à l'**intégration de cette démarche au cœur de notre stratégie entrepreneuriale** en ayant ce triple filtre (environnemental, social et économique) de l'approvisionnement, à la production, à la distribution et au recyclage de nos produits.

27) En quoi votre démarche RSE contribue-t-elle aux performances de votre structure ?

Notre démarche RSE a un fort **impact positif sur nos collaborateurs**, elle est **très fédératrice**. Elle permet d'améliorer notre ambiance de travail, notre état d'esprit, elle est **liante et ainsi contribue à la réussite de notre politique sociale.**

Grâce à notre vigilance accrue, **nous réduisons notre empreinte environnementale et essayons d'apporter une contribution la plus positive possible à l'environnement.** Notre démarche RSE permet également de **renforcer nos liens avec nos parties prenantes externes**, nos clients et consommateurs, nos fournisseurs, nos investisseurs, la collectivité, la société civile, de renforcer la confiance mutuelle.

Cela nous permet **d'innover en matière de produits mais également en matière de management**, plus participatif, basé sur l'écoute, l'échange et la prise de conscience de l'impact du comportement de chacun sur la responsabilité et la liberté.

Enfin, notre démarche RSE constitue une politique que nous entendons mener **avec nos parties prenantes sur le long terme afin de progresser sur ses différentes thématiques**, jour après jour, année après année.