

DOSSIER DE CANDIDATURE AUX TROPHEES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE

I – PRESENTATION DE L'ENTREPRISE :

Raison sociale : MCCAIN ALIMENTAIRE SAS

Statut : SAS

Date de création de l'entreprise : 1981

Activité : Transformation et distribution de produits alimentaires

Territoires d'action : McCain Alimentaire SAS : la France fait partie de la Région Europe : UE, Balkans, ex-URSS, Moyen Orient, Maghreb et Afrique noire.

Filiales du Groupe McCain en Europe :

- Lutosa SA (Belgique)
- Celavita (Pays Bas)

Effectif : 1100 salariés en France, 3300 salariés en Europe Continentale, 18 000 salariés dans le monde

Adresse : McCain Alimentaire SAS
Parc d'entreprises de la Motte du Bois
Rue Pierre Jacquart
62440 HARNES

Téléphone : 03 21 08 78 00

Site Internet : France : <http://www.mccain.fr>

Contacts :

François **TASMOWSKI**, Directeur Communication et RSE, francois.tasmowski@mccain.com, 03 59 36 05 13
Pierre **GONDÉ**, Responsable Affaires Réglementaires et RSE, pierre.gonde@mccain.com, 03 59 36 05 32

Nature	Montant (en Mio€)
Chiffre d'affaires HT* 2012	302
Chiffre d'affaires HT * 2013	432
Chiffre d'affaires HT * 2014	374
Indice Banque de France* 2012	B4
Indice Banque de France * 2013	B4
Indice Banque de France * 2014	Non reçu

*Périmètre : France

Bilan carbone : oui - pour 7 usines en Europe Continentale en 2009 et 2013

Bilan Gaz à Effet de Serre* : oui – en 2014

* Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

Rapport RSE : oui - CSR benchmark report 2009

En ligne : oui

<http://www.mccain.com/GoodBusiness/Corporate%20Responsibility/Pages/default.aspx>

Prix et nominations :

- Prix Europe Convergences pour le social business Bon & Bien

Certifications :

- Global GAP (Good Agricultural Practices¹) 80% des fermes certifiées et objectif 2016, 100 %
- ISO 14001 : 7 usines européennes sont certifiées.

Contexte et activité

1) Quelle est l'activité de l'entreprise et dans quel contexte la démarche RSE s'inscrit-elle (contexte légal, pratiques habituelles du secteur, du territoire, ...) ?

En 1957, les frères McCain créent McCain Foods Limited à Florenceville dans l'état du New Brunswick au Canada. Baignés dans l'agriculture depuis leur plus jeune âge, c'est la recherche de stabilité économique qui les amena à la création d'une entreprise de produits de pommes de terre surgelés. Le savoir-faire acquis à Florenceville grâce à la première usine, et l'expertise en agronomie de la famille McCain, a permis à l'entreprise de s'étendre dans le monde.

Spécialisé dans la transformation et la distribution de produits alimentaires McCain est le plus grand producteur mondial de frites et de spécialités de pommes de terre.

L'entreprise est implantée en Europe depuis les années 1960 et le siège Européen est aujourd'hui situé à Villeneuve d'Ascq dans le Nord. McCain possède trois usines en France (Béthune et Harnes dans le Pas de Calais et Matougues dans la Marne) et commercialise ses produits dans la région Europe : frites et produits de pommes de terre, snacks appelés « buns », et en-cas appelés « appetizers ».

La démarche RSE est construite au niveau européen et elle est déclinée en France comme dans les autres pays de la Région Europe.

¹ Ou système équivalent dont le nom varie suivant les pays

2) Quelles sont les raisons pour lesquelles l'entreprise a initié cette démarche ?

« Good business and good ethics » a toujours fait partie de l'entreprise. Les fondateurs, Harrison et Wallace McCain, étaient deux philanthropes.

McCain a toujours veillé à construire et transmettre son savoir-faire et son expertise à ses 4000 producteurs partenaires dans le monde pour s'assurer que toutes les matières premières agricoles soient cultivées de façon responsable sur le plan environnemental. Au fil du temps, la démarche a évolué vers une solide politique RSE. Elle se tourne depuis plusieurs années vers l'innovation sociale (l'entrepreneuriat social et le social business).

Mission et valeurs

1) Quelle est votre mission ?

- ✓ Stimuler la croissance durable et rentable par l'engagement de ses collaborateurs. La vision de McCain est de faire croître l'entreprise en commercialisant des produits de qualité pour ses clients, tout en contribuant au bien-être et au développement de ses parties prenantes.

2) Quelles sont vos valeurs ?

- ✓ Construire et transmettre son savoir-faire et son expertise à ses producteurs partenaires.
- ✓ La vision « Good business and good ethics » (De bonnes affaires et une bonne éthique).
- ✓ L'authenticité. Etre vrai, ouvert. Écouter attentivement et faire ce que l'on dit. N'avoir qu'une parole.
- ✓ L'engagement. Créer son propre futur, être visionnaire. Avoir l'envie de développer l'entreprise, en parfaite harmonie et dans le respect de « Mère Nature » et des communautés. Contribuer au progrès et à l'épanouissement de l'humain chez McCain, comme des partenaires travaillant pour McCain.
- ✓ L'intégrité. Faire ce qui est bon et construire des relations de confiance avec les clients et tous ceux avec qui l'entreprise est en contact.

Parties prenantes

- **Actionnaires** : La famille McCain
- **Salariés** : 20% cadres, 20% maîtrise et 60% employés/ouvriers ; 75% hommes, 25 % femmes
- **Clients** : Restauration rapide, Industrie de la Restauration, Grande distribution (GMS), l'industrie agroalimentaire.
- **Agriculteurs** : Plus de 2 000 producteurs de pommes de terre en Europe.
- **Associations de l'industrie et du commerce** :
 - ANIA (Association Nationale des Industries Alimentaires)
 - FDE (Food Drink Europe), EUPPA (European Potato Processor's Association)
 - FNTPT (Fédération Nationale des Transformateurs de Pommes de Terre)
 - BEUC (Bureau Européen des Unions de Consommateurs)
 - GAPPI (Groupement d'Agriculteurs Producteurs de Pommes de Terre pour l'Industrie)

- **Responsables politiques :**
 - La Commission Européenne
 - les Ministères français
 - le Social Business Nord de France
- **Diététiciens et nutritionnistes :**
 - Evénement AFDN (Association Française des Diététiciens et Nutritionnistes)
 - La Fondation Cœurs et Artères.
 - L'Institut Pasteur de Lille
- **Communautés :**
 - Les agriculteurs en Colombie avec le projet « Campo Vivo »
 - Les travailleurs sociaux en France avec le projet de social business « Bon et Bien » annoncé lors du 8^{ème} World Forum Lille
 - Le projet de développement durable avec des agriculteurs en Grèce,
 - La collecte et le recyclage des huiles de friture sur la région Lilloise avec GECCO
 - Le World Forum Lille
- **ONG :** Par exemple Ashoka, YSB (YUNUS SOCIAL BUSINESS)
- **Etudiants :** les Ecoles ISA, Université Catholique de Lille, HEC, AgroParisTech, Université de Wageningen (NL), ...

Enjeux et objectifs de la démarche RSE

- ⇒ **Objectifs économiques**
 - Maintenir son leadership durable sur le marché des produits de pommes de terre.
- ⇒ **Objectifs sociaux/sociétaux**
 - Créer des produits de qualité dotés d'un bon profil nutritionnel reconnu par les experts et participant au « bien manger » (réduction en sel et en matière grasse).
 - Piloter des initiatives sociales en collaboration avec des acteurs privés et /ou de la société civile pour améliorer durablement la qualité de vie de populations fragilisées.
 - Développer des partenariats à valeur partagée pour illustrer la mission sociale de McCain.
 - Créer de bonnes conditions de travail propices au développement de ses employés et veiller à leur bien-être et « bien vivre » chez McCain.
- ⇒ **Objectifs environnementaux**
 - Soutenir une « agriculture raisonnée² » grâce à un programme de « coaching » des agriculteurs en Europe Continentale.
 - Réduire les émissions de CO₂ et la consommation d'énergie et la consommation d'eau, dans les usines et au niveau de l'agriculture.

² L'agriculture raisonnée correspond à des démarches globales de gestion de l'exploitation qui visent, au-delà du respect de la réglementation, à renforcer les impacts positifs des pratiques agricoles sur l'environnement et à en réduire les effets négatifs, sans remettre en cause la rentabilité économique des exploitations.

II – LES DOMAINES D'ENGAGEMENTS DANS LA RSE

1) Gouvernance : Manager son organisation avec transparence

1) Comment votre entreprise intègre la RSE dans sa stratégie ?

La stratégie globale de McCain consiste à allier performance financière et mission sociale.

Les investissements que fait l'entreprise dans le domaine social et au niveau environnemental sont considérés comme des points fondamentaux de compétitivité et de distinction pour asseoir une position d'acteur économique responsable dans sa catégorie.

Depuis 2006, McCain a développé une « Nouvelle vision » appelée : **Be Good, Do Good** (BGDG). L'entreprise a à cœur de faire connaître et partager cette vision au sein de l'ensemble de l'organisation. McCain a lancé fin 2014 la campagne « **Small Acts of Goodness** » dont l'objectif est de permettre l'appropriation du programme « Be Good Do Good » au sein de l'entreprise.

Cette stratégie est basée sur 5 piliers :

- **Good Agriculture** : collaborer avec les agriculteurs pour réduire l'utilisation de produits de protection des cultures et les émissions carbone, gérer l'eau de manière responsable. S'engager à ce que l'intégralité des pommes de terre utilisées soient certifiées, en conformité avec les bonnes pratiques agricoles (type Global Gap ou autres principes de la Sustainable Agriculture Initiative) (SAI).
- **Good Production** : Réduire en permanence l'impact environnemental en termes de consommation d'eau, d'énergie, d'émissions de carbone et de déchets tout au long de la chaîne d'approvisionnement et de production.
- **Good Food** : Avoir des produits de marque respectant les recommandations nutritionnelles strictes telles que définies avec les experts de la profession. Assurer une parfaite transparence à tous les acteurs de la chaîne de valeur.
- **Good Company** : Atteindre un niveau élevé d'engagement professionnel des salariés et un fort degré d'appartenance à l'entreprise McCain et ainsi asseoir la pérennité des stratégies grâce à un faible turnover.
- **Good Partner** : Agir en tant qu'acteur partenaire économique local, responsable face aux enjeux sociétaux. Développer de nouveaux modèles de business avec les parties prenantes, pour assurer le droit au « bien vivre » de communautés fragilisées.

Le PDG européen porte la démarche RSE au niveau global. En Europe Continentale, 8 personnes sont dédiées totalement ou en partie à la RSE.

2) Comment votre entreprise implique-t-elle les collaborateurs ou d'autres parties prenantes lors de décisions stratégiques de l'entreprise ?

- La stratégie RSE a fait l'objet au niveau européen d'une vaste campagne de communication auprès de tous les collaborateurs, (www.smallactofgoodness.com). C'est le point de départ du projet « Small Acts of Goodness » lancé pour permettre à chaque collaborateur McCain de **s'approprier la vision « Be Good Do Good »** et devenir ambassadeur et acteur de cette stratégie. Des **groupes de travail** sont constitués sur site pour initier et mener des projets dans le cadre des engagements RSE. Les thèmes sont par exemple : la réduction de la consommation d'eau, la valorisation des déchets, améliorer la communication au sein des sites, la valorisation d'entreprenariats sociaux avec les partenaires locaux.
→ **150 salariés supportent aujourd'hui ce projet** (soit 5% des employés Européens) et ont participé à **13 sessions de brainstorming sur 13 sites en Europe** (industriels et administratifs). Pour mener à bien leurs idées, l'entreprise met à leur disposition des outils nécessaires à la concrétisation de celles-ci : plages temps, budget, formation...
- **Un Comité de coordination « Be Good Do Good »** assure la gouvernance du programme, le suivi des indicateurs et des plans d'action, l'évolution des engagements « Be Good Do Good » de l'Europe Continentale. Il est coordonné par le directeur RSE Europe. Il est composé des leaders / coordinateurs de chacun des 5 piliers : le Responsable Agronomie Europe, le Responsable Environnement Europe, le responsable RSE, Science et Nutrition, le Directeur des Ressources Humaines, le responsable projets RSE.
- Concernant les parties prenantes, **McCain s'engage à les rencontrer régulièrement** autour par exemple des thèmes : Nutrition et plaisir, Agriculture durable, Déchets alimentaires, Pesticides,...
Ce sont entre autres :
 - **les politiques** : la Commission Européenne sur l'acrylamide, la nutrition, la santé et l'agriculture, les ministères français, le Social Business Nord de France etc.
 - **les agriculteurs** : McCain est activement engagé avec son réseau de producteurs.
 - **diététiciens et nutritionnistes** : La participation au salon AFDN (Association Française des Diététiciennes et Nutritionnistes) en 2012 et 2014.
 - **les associations de consommateurs, les communautés, les ONG**

3) Mesurez-vous les performances RSE de votre entreprise en fonction de vos objectifs ? Et comment ?

En Europe Continentale, des **tableaux de bord « Be Good Do Good »** suivent sur une base qualitative et quantitative, l'évolution de chacun des engagements « Be Good Do Good ». Les indicateurs développés par chaque coordinateur de pilier sont revus tous les trimestres par le Comité de coordination avec actions de progrès.

- Ex : pour le pilier Good Agriculture, les indicateurs sont:
- La diminution des pesticides : matières actives par hectare et par tonne de pommes de terre ;
 - La réduction du nombre de kilomètres entre l'exploitation et l'usine.
 - La Certification Global GAP

4) **Quels outils utilisez-vous pour communiquer en interne et en externe ? Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes au développement durable ?**

En interne :

- McCain diffuse sa politique « Be Good Do Good » via la stratégie "*Créer le nouveau McCain*" et un "*Code de Conduite*". Une première feuille de route sur les engagements RSE fut définie en 2006 avec des objectifs clairs pour chaque pilier. Une nouvelle feuille a été établie en 2012 et présentée dans le cadre du Salon International de l'Agriculture. Par ailleurs, un vaste programme de communication a été entrepris en 2014 afin de favoriser la compréhension et le bien-fondé de nos engagements RSE pour l'ensemble des collaborateurs de McCain Europe et les rendre acteurs.
- "**Small Acts of Goodness**", ce programme de communication et d'activation des employés s'inscrit dans la durée et vise à encourager nos employés à devenir acteurs et ambassadeurs de notre programme au travers de :
 - des vidéos de Bonnes Pratiques,
 - des posters,
 - une plateforme en ligne,
 - des DVD
 - des lettres d'information,
 - des magazines ont été distribués à tous les collaborateurs en Europe avec un appel à l'action et à rejoindre le mouvement.
 - des groupes de travail (brainstorming) pour stimuler l'action concrète

En externe :

- Plan de communication construit sur 4 opportunités de prise de parole :
 - La **Journée de la pomme de terre** (Potato Day) : invitation de différentes parties-prenantes durant une journée pour suivre la fabrication de la frite du champ à l'assiette (visite d'exploitations agricoles ainsi que les usines et lieux de consommation).
 - Une **rencontre avec des décideurs politiques** principalement à Bruxelles, en France sur les engagements de McCain.
 - La **participation à des événements liés à la santé et à la nutrition** (salons, journées thématiques, actions de la Fondation Cœur et Artères).
 - Des **événements spécifiques** avec les leaders d'opinion dans les régions où McCain est présent. (World Forum Lille, Global Forum for Innovations in Agriculture, Social Business Forum, etc...).
 - Prise de parole lors d'événements organisés par nos partenaires clients (comme McDonald's au Salon de l'Agriculture)
- Communications plus ciblées vers les consommateurs :
 - Sur les **sites web de McCain** :
Exemple, la Campagne « Made in potato » qui explique de ce qu'est une frite : (uniquement 90% de pommes de terre et 10% de matières grasses), ou aussi un dessin animé expliquant la fabrication

- **Sur les produits.** Par exemple : « préférer l'huile de tournesol pour la cuisson », message imprimé au dos de l'emballage.
 - Un **fascicule pour les diététiciennes et nutritionnistes**, présentant les caractéristiques nutritionnelles de tous les produits de la gamme McCain. Ce document répond à une demande qu'ils ont exprimée et leur sert d'outil pour conseiller leurs patients.
 - McCain s'engage à **communiquer** sur les caractéristiques et les bienfaits de ses produits **de façon transparente et éthique** dans tous les médias destinés aux consommateurs. Toute communication spécifique destinée aux enfants de moins de 12 ans est écartée.
- Avec les partenaires agricoles :
 - Pour assurer un approvisionnement durable de nos matières premières, nos fournisseurs doivent partager les engagements RSE McCain et s'inscrire dans la réduction des gaz à effet de serre et une gestion responsable de leur exploitation de manière responsable.
 - ➔ Un **programme de « coaching »** est proposé aux partenaires producteurs de pommes de terre pour réduire l'utilisation de produits de protection des cultures, pour diminuer les émissions carbone, et maîtriser la consommation d'eau ainsi que la consommation des intrants³ pour la culture de la pomme de terre.
 - ➔ **6 à 8 réunions par an** en France de partage d'expérience et de conseils.

5) Avez-vous une démarche volontaire de partage de la valeur ? Intégrez-vous des critères RSE dans les systèmes de rémunération ?

Tous les membres de l'équipe RSE (ce qui inclut le PDG et la VP RSE/Retail) ont des objectifs chiffrés autour de la mise en place de la stratégie RSE qui sont évalués au cours des entretiens d'évaluation annuels. (implication des parties prenantes, optimisation nutritionnelle, outils de communication développés, projets social business...)

2) Droits de l'Homme : Respecter les droits essentiels de la personne

1) 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...)

- Pour le recrutement de ses opérateurs, McCain a développé un partenariat avec Pôle Emploi et s'implique dans une démarche MRS (Méthode de Recrutement par Simulation). Aucun diplôme n'est requis et les candidats sont mis en situation.
- Dans le cadre de son accord GPEC⁴, McCain renforce sa volonté d'accompagner les salariés à la reconversion en identifiant les métiers critiques et stratégiques et ainsi mettre en place des actions (de formation, de reclassement) permettant cet accompagnement. Une revue annuelle est réalisée en fonction des investissements et des métiers en risque ou sous tension.

³ Fertilisants et produits de protection des végétaux

⁴ Gestion Prévisionnelle des Compétences et des Emplois

- Le processus de recrutement est basé sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes. Le pourcentage de femmes employées chez McCain Continental Europe est de 20% contre 80% d'hommes.
Effectifs forces des ventes : environ 45% de femmes.
Effectifs en usines : en moyenne 20% des femmes, à l'exception de la Pologne qui compte 30% de femmes.
Comité de Direction : 3 femmes sur 9 membres

Les chiffres des tableaux d'indicateurs RH concernent le périmètre France

○ **Répartition Homme-Femme**

	Femmes			Hommes			Total		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Effectif salarié au 31 décembre	216	286	278	573	833	818	789	1119	1096
Dont CDI	199	252	260	554	763	788	753	1015	1048
Dont CDD	17	34	8	19	70	18	36	104	26
Dont intérimaires	-	-	-	-	-	-	209	190	199
Dont contrats en alternance/stage/contrat pro	7	8	10	14	10	12	21	18	22
Direction	71	87	83	130	150	146	201	237	229
Cadre	78	97	101	91	165	164	169	262	265
Employé	4	9	11	1	0	4	5	9	15
Ouvrier	63	93	83	351	518	504	414	611	587

⇒ Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés

⇒ Accord ou plan d'action égalité Hommes/ Femmes obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

○ **Emploi de personnes en situation de handicap**

	2012	2013	2014
Taux d'emploi des personnes Reconnues en Qualité de Travailleurs Handicapés (RQTH), y compris intérim et ateliers protégés	3.90%	3.10%	4.53%

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

○ **Emploi des jeunes et des seniors**

	2012	2013	2014
Moyenne d'âge des collaborateurs	41.79	42.32	43.93
Effectif des CDI de moins de 25 ans	4.49%	4.77%	4.28%
Effectif des CDI de plus de 50 ans	21.93%	23.14%	31.75%

Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

3) Relations/conditions de travail : Valoriser l'Homme.

1) Comment est organisé l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur (y compris stagiaires, intérimaires, apprentis...) ?

- Un **livret d'accueil** est remis à chaque nouveau salarié contenant :
 - Une présentation de l'entreprise, de ses valeurs et un organigramme
 - Les savoirs indispensables sur les produits et process
 - Les critères qualité d'une pomme de terre
 - Les process industriels, les circuits de distribution
- **Chaque nouveau salarié est accompagné d'un salarié référent** dans le cadre de son intégration.

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

- **"The McCain Learning Center"**. Ce Centre offre la possibilité aux employés de bâtir leur propre parcours professionnel et d'affiner leurs perspectives à travers les très nombreuses initiatives d'apprentissage, les ressources qui les aident à progresser personnellement, professionnellement et intellectuellement. Ces programmes sont dispensés sous diverses formes : en classes, virtuellement, sur demande, et sont disponibles dans plusieurs langues.
- **McCain investit dans la formation et se situe largement au-dessus des 0.9% obligatoires.**
- ➔ En 2013 : 91% des salariés ont bénéficié d'une formation (en moyenne : 31 heures de formation pour les cadres, 34 heures pour les employés, et 20 heures pour les ouvriers).
- ➔ En 2014, le pourcentage de formation est de 2.68% sur les sites français.
- ➔ 13 heures de formation par an/salarié (moyenne tous sites, tous salariés sur les 3 dernières années).

	2012	2013	2014
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*	2% (Hors DIF)	2,1% (Hors DIF)	2,1% (hors DIF)

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

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

- Chaque salarié McCain bénéficie d'un entretien annuel avec son manager pour échanger sur sa performance et ses souhaits d'évolution et de mobilité.
Le pourcentage des salariés promus a augmenté sur les sites en France depuis 2012.
En 2013 :
 - ➔ 95.49% des salariés ont bénéficié d'un entretien d'évolution de carrière et d'évaluation.
 - ➔ **12.9%** des salariés ont bénéficié d'une promotion. (7% en 2012).

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

- La prise en compte des risques professionnels est très importante et constitue la part la plus importante de la formation proposée aux collaborateurs.

En 2014 :

- ➔ 52% des formations consacrées aux risques liés à la sécurité
- ➔ 3000 stagiaires par an (plusieurs séances par personnes)
- ➔ 100% du personnel usine formé et 65% de l'effectif total France
- ➔ 65% de l'effectif total France formé à la sécurité

- Parmi les formations dispensées : Analyse des accidents, Autorisation conduite chaufferie (comportements sécurité à avoir en chaufferie), Conduite de chariot (Nacelle, Cariste, palan, gerbeur), Chutes et glissades, Risques chimiques liés au nettoyage, Plan de prévention,...

4) Quels sont vos taux de fréquence et de gravité (Accidents du travail) ?

Année Civile		Béthune	Harnes	Matougues
2012	TG	0,43	1,93	1,86
	TF	22,11	20,95	24,8
2013	TG	0,53	1,15	1,53
	TF	8,18	16,33	10,1
2014	TG	2,09	1,1	2,36
	TF	13,88	15,98	12,3

*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

5) Comment favorisez-vous le dialogue social ?

Représentation du personnel pour chaque site de production

	Oui	Non
Avez-vous :		
- des délégués syndicaux ?*	X	
- des délégués du personnel ?**	X	
- un Comité d'Entreprise ?***	X	
- un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ?***	X	

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

**obligatoire pour entreprise > 11 salariés

***obligatoire pour entreprise > 50 salariés

- 3 niveaux de Comité d'entreprise au niveau du site de production, national et européen.
- Les communications se font de manière ouverte et transparente. Des conventions signées pour chaque site de production sont toutes régulées par les lois locales.
- Des entretiens annuels avec les managers.
- **2 enquêtes satisfaction réalisées auprès des salariés avec un taux de participation de 53%.**

6) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour favoriser le bien-être de vos collaborateurs ? Comment votre entreprise est attentive à l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle ?

- McCain n'impose pas un planning de congés payés strict afin que les salariés puissent poser leurs congés quand ils le souhaitent.
- Dans la mesure du possible McCain répond favorablement aux demandes de temps partiel.
- Prise en charge en totalité du congé paternité.
- 5 à 10 événements par an sont organisés localement pour les salariés. Ils contribuent à l'esprit d'équipe et au bien être chez McCain.

Par exemple :

- Le tournoi de football de McCain Continental Europe une fois par an dans un pays différent, avec plus de 200 participants et 17 équipes.
- Les festivités du Nouvel An, les Fêtes de Noël dans chaque usine.

7) Comment évaluez-vous la satisfaction de vos employés ?

	2012	2013	2014
Turn Over*	3,20%	3,02%	3.79%
Taux d'absentéisme	5,72%	3,94%	4.36%

* (Départs année N + Arrivées année N)/2)/effectif moyen N-1) x100

8) Quelle est votre politique de rémunération ?

Les salariés ont accès à :

- Une participation
- Des intéressements basés sur les résultats de l'entreprise, avec objectifs chiffrés validés par les représentants syndicaux
- Un plan d'épargne entreprise
- et en parallèle l'entreprise soutient un plan de retraite supplémentaire pour l'ensemble des salariés au niveau mondial.

4) Environnement : Préserver la Planète.

1) Quelles sont les ressources utilisées dans votre production ? (matières premières, eau, énergies)

- Eau
- Pommes de terre : les achats de pommes de terre représentent 60% des achats globaux de McCain
- Huiles végétales pour la cuisson des frites
- Electricité
- Carburant pour les livraisons
- Papier et plastiques pour les emballages

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

Tous les sites de production européens sont certifiés ISO 14001.

Bilan Carbone

- En 2009, un bilan carbone est réalisé pour les 7 usines. Depuis 2013, une réévaluation annuelle du bilan Carbone est effectuée pour les usines produisant des produits destinés à Mc Donald's (4 usines en CE : Grobbendonk en Belgique, Lelystad aux Pays-Bas, Matougues et Harnes en France). Cette évaluation est coordonnée en interne par le Responsable Environnement et est réactualisée chaque année sur la base de données d'émission par activité.
- EDF audite chaque année tous les sites français la consommation d'énergie électrique. EDF conseille l'entreprise pour établir son plan d'action de réduction de consommation d'électricité. Parmi les choix d'investissements sont étudiés les équipements répondant à des normes de faible consommation.

L'eau

→ Chez les producteurs de pommes de terre

- En partenariat avec des sociétés ou organismes de création variétale, la R&D de McCain sélectionne des nouvelles variétés de pommes de terre moins exigeantes en eau et moins dépendantes de l'eau d'irrigation.
 - Les pommes de terre sont cultivées avec un minimum d'impact sur l'environnement en réduisant la consommation d'eau et d'intrants (fertilisants et produits de protection des végétaux). Les indicateurs mis en place sont suivis au cours des réunions du Comité de coordination.
 - Une estimation de l'eau utilisée pour l'irrigation se base sur l'enregistrement des consommations par les agriculteurs.
 - McCain milite et encourage les pratiques responsables quant à la gestion de l'eau et adhère au Water Footprint Network (WFN).
- Seul ¼ des cultures McCain sont potentiellement irriguées.

→ Dans les usines

- **Programme de traitement des eaux usées** avec réalisation de suivi de performance. Ce nouvel outil couplé à la formation des responsables de la station d'épuration depuis 2014 permettent une meilleure performance visant à réduire les consommations électriques et chimiques ramenées au volume d'eau traité tout en optimisant la production de biogaz.
- **Réduction de l'empreinte en eau** sur 2 lignes de production de flocons.
- Mise en place de **boucles de refroidissement** sur un échangeur frigorifique pour maintenir l'eau de circulation à basse température sans nécessiter un ajout massif d'eau fraîche. Exemple à Matougues (France), installation d'un échangeur eau/réseau eau glycolée de réfrigération.
- Méthode poussée **d'extraction de l'amidon** pour réduire les déchets et la consommation d'eau. L'extraction d'amidon permet effectivement de réduire le taux de renouvellement d'eau sur le

circuit de coupe et surtout d'éviter un afflux massif de composé organique vers la station d'épuration.

Déchets

→ Bonne Pratique

Objectif : absence totale d'enfouissement en décharge par l'optimisation de la qualité du traitement de ses déchets.

Exemples d'actions :

- **Chaque tonne de pommes de terre livrée est optimisée au niveau de la production.** Les pommes de terre les plus longues sont transformées en frites et les plus petites servent à fabriquer les flocons ou diverses spécialités à base de pommes de terre. 99% des pommes de terre non transformées en frites sont valorisés en produits alimentaires, ou pour le reste en aliments pour animaux, engrais biologiques, ou biogaz.
- McCain travaille en partenariat avec l'entreprise Van Gansewinkel, qui gère les déchets produits en France, Belgique, Pays Bas et Pologne pour le recyclage des cartons, papiers, déchets généraux et organiques.
- McCain a construit **4 digesteurs alimentés par les déchets végétaux, l'amidon de pommes de terre et les huiles de friture usagées, pour transformer la biomasse en biogaz.**
La station d'épuration des usines comporte aussi un très grand **bassin anaérobie** qui permet la production de biogaz à partir des effluents de l'usine.
A l'usine d'Harnes (Pas de Calais), **2 chaudières utilisent le biogaz** généré par les digesteurs ou la station d'épuration comme combustible.
- McCain est l'un des cofondateurs de la Coalition internationale de valorisation des déchets (International Food Waste Coalition) en partenariat avec Pepsico, Unilever, WWF, Sodexo. Leur but est de participer à la lutte contre le gaspillage alimentaire dans la restauration et de mettre en commun leurs bonnes pratiques.

Déchets à haut risque

- **Les huiles de friture** : dans chaque usine McCain, des techniques d'efficacité optimale de cuisson et de friture sont mises en œuvre ainsi qu'un système perfectionné de **récupération des huiles usagées**. Dans le Nord de la France, ces huiles sont collectées par l'entreprise sociale et solidaire GECCO et **transformées en biocarburant** pour les transports en commun locaux.
- **Contrôle de la germination des pommes de terre durant le stockage** : la technologie utilisée a évolué du traitement par poudrage sur les pommes de terre collectées vers la pulvérisation en ultra bas volume afin de **réduire la quantité d'anti-germinatif utilisé**.
- **Quantité de produits phytosanitaires et autres intrants à l'hectare** : optimiser les rendements à l'hectare tout en ayant recours à une moindre quantité d'intrants fait partie de la stratégie McCain. Un programme de recherche variétale permet d'introduire de nouvelles variétés avec un meilleur rendement à l'hectare pour réduire l'empreinte environnementale. Ces nouvelles variétés doivent aussi être plus résistantes aux maladies.

Emballages

- En 2013, McCain est le premier producteur de produits surgelés à commercialiser sur les marchés belge, français et italien, ses produits emballés dans un **nouveau conditionnement à base de "Green PE"**. Ce "plastique vert" contient **45% de composants d'origine végétale** (le polyéthylène est issu de la canne à sucre brésilienne). McCain s'engage ainsi à réduire sa dépendance aux énergies fossiles et à réduire ses émissions de gaz à effet de serre. Une nouvelle technique d'emballage a également été mise au point pour réduire la longueur des sachets de produits surgelés.

Economies d'énergie et réduction de Gaz à Effet de Serre

- La diminution des émissions de gaz à effet de serre dans le secteur de l'agriculture est principalement réalisée en diminuant la quantité d'engrais azotés utilisés et en permettant aux producteurs d'utiliser ces engrais de manière optimale.

Quatre types d'actions réalisées :

- Culture de variétés de pommes de terre à meilleur rendement et meilleur profil environnemental (efficacité azote).
- Promotion des techniques permettant d'utiliser les bonnes doses d'azote (Outils d'Aide à la Décision).
- Validation de techniques visant à renforcer l'efficacité des engrais azotés.
- Participation à l'acquisition de références sur les besoins variétaux.

Promouvoir l'agriculture raisonnée

- En collaboration avec McDonald's, **5 fermes pilotes en France** ont été mises au point pour étudier les possibilités de réduire les émissions de gaz à effet de serre, l'utilisation des produits phytosanitaires, la consommation d'eau, l'emploi d'engrais azoté et pour accroître la biodiversité.
- Avec CLM⁵, McCain étudie la possibilité d'utiliser **l'étalon de mesure de la biodiversité « GAIA* »** pour encourager les agriculteurs à développer activement la **diversité biologique** sur leurs fermes. Ce projet est soutenu par le gouvernement Néerlandais avec une subvention de 90K euros pour 3 ans, de 2013 à 2015. McCain a lancé le projet avec **deux groupes d'agriculteurs**. L'objectif est d'avoir environ 100 participants actifs au bout des 3 ans. Le but principal du projet est de définir et développer des directives pratiques avec les producteurs pour **montrer comment la biodiversité peut influencer positivement la culture de la pomme de terre, sans augmenter les coûts de production.**

→ 78 % des parcelles cultivées pour McCain ont une rotation de cultures incluant une pomme de terre au maximum 1 année sur 4. Aucun ingrédient issu d'organisme génétiquement modifié n'est utilisé en Europe.

→ Plus de 60% des pommes de terre sont certifiées Global GAP (Good Agricultural Practices).

⁵ L'étalon de mesure Gaia : à base d'un outil de mesure sur Internet, cette technique permet de quantifier la biodiversité sur une exploitation agricole. Cet outil est développé par une compagnie néerlandaise, CLM. En remplissant régulièrement cet outil de mesure, le producteur sait si son niveau de biodiversité s'améliore ou non.

Optimiser la logistique :

- Construction d'un entrepôt frigorifique (à teneur réduite en oxygène pour réduire la consommation d'énergie) à Harnes (Pas de Calais) en 2010 pour la centralisation du stockage à proximité de l'usine de production. Un appel d'offres pour mettre en œuvre une 2ème chambre froide avec des capacités similaires à celles d'Harnes vient d'être lancée dans le nord de l'Europe.
- **Avec d'autres producteurs** de biens de consommation nécessitant un déplacement rapide entre la zone de production, de stockage et de vente, McCain a conçu un **schéma de distribution** afin d'utiliser les mêmes camions pour la livraison de plusieurs fournisseurs, au même client et massifier ainsi les livraisons.
- McCain fait appel à un prestataire de service pour le transport des pommes de terre. C'est McCain qui organise les plannings de livraison des pommes de terre afin de réduire les kilomètres parcourus. Lors des appels d'offres pour le transport routier, McCain demande à ses fournisseurs d'utiliser autant qu'ils le peuvent des camions neufs, ayant un impact environnemental le plus faible possible.
- Pour diminuer son empreinte carbone liée au transport, la volonté de McCain est de réduire de 20% le kilométrage entre les exploitations et les usines de production.
- Le choix des véhicules de fonction est basé notamment sur un objectif d'émission de CO₂ à ne pas dépasser.

3) Quels sont vos indicateurs de performance environnementale ? Précisez pour chacun l'évolution sur les 3 dernières années

Déchets

- **Biogaz généré = 10% de la consommation totale de gaz naturel** et allège de 60 000 euros/mois la facture énergétique du site de Harnes (62).

Produits phytosanitaires

- **Quantité de produits phytosanitaires et autres intrants à l'hectare :**
→ Baisse de 19% de la quantité de matières actives utilisées entre la moyenne 2008-2010 et l'année 2013

Emballages :

- En 2014, la **teneur en plastique d'origine végétale des emballages** à bases de « Green PE » est passée de **45 à 51 %**.
- En 2012, l'épaisseur du film des produits vendus en GMS est passée de 65 à 60 microns
→ **Réduction du poids de l'emballage de 9 %**.
- L'épaisseur de l'emballage imprimé pour les produits destinés aux services de restauration a été réduite de 32 à 30 microns.
→ **Réduction de poids de 6 %**.

- En 2013, l'épaisseur du film d'emballage non imprimé destiné aux services de restauration est passée de 30 à 28 microns.
→ **Réduction de poids de 13 %.**

Optimisation de la logistique

- 330 000 km et 8000 camions économisés, du fait de la nouvelle chambre froide
- Economie de 45% d'énergie et 1 862 tonnes de CO₂ par an évitées.

5) Bonnes Pratiques d'affaires : Etre acteur loyal et responsable sur les marchés.

• **Qui sont vos fournisseurs ?**

- Les exploitations agricoles : 2000 en Europe dont 900 en France
- Fournisseurs d'huiles : (Belgique, Allemagne et Pays-Bas et Nord de la France)
- Fournisseurs d'autres ingrédients
- Fournisseurs d'emballage (en Europe)

2) Comment la RSE s'intègre dans votre démarche d'achats ?

- **McCain a créé « l'Accord » (the Agreement).** C'est un contrat de 3 ans passé avec les agriculteurs qui sont membres du GAPPI⁶. McCain est fidèle à ses fournisseurs, favorisant une relation sur le long terme et positionne les relations humaines avant la transaction commerciale. Grâce à ces **contrats à long terme**, McCain fixe le prix de la pomme de terre pour les 3 années du contrat, les producteurs ont ainsi plus facilement accès aux prêts bancaires, ce qui leur garantit un développement économique durable.

→ **78% des exploitants agricoles travaillent avec McCain depuis plus de 10 ans** et certains agriculteurs travaillent avec McCain depuis 3 générations.

→ **25% des agriculteurs sont âgés de moins de 35 ans** (en Europe : 6%).

- Le modèle de McCain en Europe est basé sur le principe d'**approvisionnement local**. Les usines sont construites au cœur de zones rurales. Toutes les pommes de terre sont produites par des agriculteurs se trouvant, dans leur grande majorité, à un **maximum de 150 kilomètres de l'usine**.
- La pratique d'un commerce éthique est l'un des principes clés de McCain. Cela concerne plus particulièrement le respect des législations locales et internationales à l'égard de l'âge minimal des travailleurs, la liberté d'association, le travail forcé, la discrimination et l'égalité de rémunération. McCain est membre du **"AIM Progress"**, forum dans lequel les grands groupes

⁶ Groupement de producteurs de pommes de terre pour l'industrie.

fabricants de biens de consommation se rassemblent pour promouvoir des **pratiques d’approvisionnement responsables** ainsi que des **chaînes d’approvisionnements durables**, notamment sur les Droits de l’Homme.

- McCain utilise essentiellement de l’huile de tournesol pour frire ses pommes de terre, mais l’entreprise a recours à un minimum d’achat d’huile de palme. Celle-ci est certifiée RSPO⁷ depuis août 2013.
- Signature du « **Code de Conduite** » par l’ensemble des salariés : document en ligne dans lequel se trouvent des directives en matière de lutte contre la corruption.

3) Comment auditez-vous vos fournisseurs (audit interne ou externe) et à quelle fréquence ?

Pour les producteurs :

- Les certifications GlobalGAP impliquent **1,1 audit/an pour chacun des producteurs** (1 annuel + 10% inopiné). Ces audits permettent de vérifier le bon usage des produits phytosanitaires dans le respect de chaque législation nationale.
- Depuis 2012, **McCain audite tous les 2 ans, un échantillon de producteurs, sur leur empreinte carbone.**
- Chaque fournisseur doit pouvoir accepter la conduite d’un **audit éthique** si cela est requis par McCain aux termes et conditions à convenir ensemble.
- Les audits des autres fournisseurs sont réalisés au cas par cas.

4) Quelles règles éthiques avez-vous établi vis-à-vis de vos concurrents ?

- En 2013, McCain a acquis l’entreprise belge Lutosa et s’est donc conformé au droit européen de la concurrence. Dans ce cadre, McCain a dû revendre la marque Lutosa pour le circuit GMS dans certains pays.
- McCain est membre d’associations interprofessionnelles, par exemple l’EUPPA⁸ afin de réfléchir avec les autres fabricants sur des thèmes communs comme la réduction des déchets issus de la pomme de terre, la chaîne de valeur, la promotion de la gestion responsable des pesticides dans la culture du tubercule. EUPPA est devenu un membre du programme européen Fusion qui se concentre sur la réduction des déchets alimentaires.

⁷ The Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) : association à but non lucratif qui vise à unir les intervenants de l’industrie de l’huile de palme pour élaborer et mettre en œuvre des normes mondiales durables pour ce produit.

⁸ European Potato Processors’ Association – Association européenne des fabricants de produits de pommes de terre.

6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts

1) Qui sont vos clients ?

- Restauration rapide (30%)
- Industrie de la Restauration (30%)
- Grande distribution (GMS) (30%)
- L'industrie agro-alimentaire (10%)

2) Comment fidélisez-vous vos clients ?

- **Clients** : avec les chaînes de restauration, les relations se font de manière partenariale ou par l'intermédiaire de distributeurs.
- **Consommateurs** : le Club McCain sur le site internet. Les consommateurs ont la possibilité d'accumuler des points par l'achat des produits McCain et peuvent les échanger contre des cadeaux. Ils peuvent aussi émettre leur avis sur les nouveaux produits lancés ou parrainer des amis.
- La constance de la qualité McCain dans le respect des règles RSE

3) Comment vous assurez-vous de l'accessibilité de vos produits et services à tous ?

- L'accessibilité des produits pour les consommateurs dépend du référencement effectué par les clients distributeurs dans le cadre des négociations généralement annuelles (GMS et Restauration).

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

- Dans le cadre de produits alimentaires, on ne parle pas de la sécurité des utilisateurs mais plutôt de **la santé des consommateurs**. Ces produits font l'objet d'une réglementation européenne et nationale draconienne, mais McCain propose plus à ses consommateurs.

Sa politique nutritionnelle vise à :

- Améliorer et développer des produits avec des propriétés nutritionnelles pertinentes et satisfaire en permanence aux recommandations des nutritionnistes.
- Diversifier l'offre de produits pomme de terre (exemple : lancement de la gamme au rayon frais (chilled) en 2015)
- Promouvoir la consommation de la pomme de terre dans une alimentation équilibrée et clairement informer les consommateurs et les clients de ses bienfaits.
- Promouvoir une alimentation équilibrée et des modes de vie sains.

→ Un Comité d'experts Scientifiques Santé et Bien-Etre, composés de 5 scientifiques internationaux réputés représentant les différents pays dans lesquels McCain est implanté et spécialisés en nutrition.

Ce comité consultatif dans le domaine de la santé et le bien être :

- Apporte à McCain une vue d'ensemble mondiale ou régionale des thématiques actuelles sur la santé, la nutrition, la réglementation autour de la pomme de terre ou des produits frits ;

- Assure une veille sur les sujets d'actualité : comment les anticiper, en évaluer les risques et les opportunités ;
- Identifie et aide les équipes McCain à entrer en contact avec des experts régionaux, des personnes influentes, ou des organisations pertinentes (en particulier dans le domaine de la recherche) ;
- Prépare la communication sur les produits à partir de données scientifiques ;
- Suggère des programmes de recherche ou des campagnes de sensibilisation.
- Mène ou soutient des projets de recherche mettant en évidence les avantages nutritionnels des pommes de terre et produits élaborés à partir de ce féculent.

Cela a permis par exemple de rédiger quelques documents comme la Brochure « « La pomme de terre, un trésor nutritionnel mal connu » qui synthétise des données de publications scientifiques issues de projets soutenus par McCain ou non.

→ **Les recommandations internes nutritionnelles** : Le programme « Better for you » présente les recommandations en terme de profil nutritionnel que doit adopter tout nouveau développement McCain. Le programme « Better for you » signifie que les produits sont moins caloriques, contiennent moins de graisses saturées ou de sel, tout en préservant les qualités organoleptiques du produit. → Dès 2010, la **valeur nutritionnelle** était **détaillée sur l'emballage des produits McCain**, même si cela n'était pas requis à l'époque par la réglementation. Pour les produits destinés à la restauration, ces informations sont inscrites sur des fiches techniques destinées aux clients.

Résultats :

- Depuis 1995, les huiles de cuisson utilisées en usine contiennent **moins de 1% d'Acides Gras Trans**⁹.
 - En 2006, 1^{ère} étape de réduction de 40 % du niveau d'acides gras saturés dans ces mêmes huiles par l'utilisation d'un mélange d'huile de palme et d'huile de tournesol.
En 2010, nouvelle réduction de 30% du niveau d'acides gras saturés par l'utilisation d'un nouveau mélange : l'huile de tournesol et l'huile de tournesol oléique.
- **Soit une réduction totale des Acides gras saturés de 75%.**
- Réduction de **41 % en moyenne la teneur en sel** de ses produits qui en contiennent entre 2008 et 2012. Cette action est plus difficile à réaliser car l'acceptation par le consommateur est plus sensible, le sel agissant directement sur le goût.

⁹ Ces acides gras sont considérés comme ceux ayant un effet néfaste sur la santé humaine.

7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté

1) Comment votre entreprise s'investit-elle dans son environnement territorial (emplois, économie locale, ou autres)?

- Le modèle de McCain en Europe est basé sur le principe d'approvisionnement local. Les usines sont construites au cœur de zones rurales. Toutes les pommes de terre sont produites par des agriculteurs se trouvant, dans leur grande majorité, à un maximum de 150 kilomètres de l'usine. Cela signifie que l'ensemble des producteurs et la plupart des employés de McCain sont originaires de communautés locales.
- McCain travaille étroitement avec des producteurs locaux, en transmettant son savoir-faire agronomique et ses recherches, aidant la communauté agricole à améliorer ses pratiques et en s'engageant dans des contrats de long-terme, ce qui garantit aux agriculteurs une certaine stabilité qui leur permet d'investir dans leurs exploitations. Ce processus peut s'étendre sur plusieurs années, mais à terme les producteurs et leurs familles opèrent de manière fructueuse ce qui ne profite pas seulement à McCain mais aux agriculteurs et aux communautés dans lesquelles ils vivent. Une fois l'agronomie locale assurée, McCain développe ensuite des installations de fabrication qui emploient des résidents locaux et reposent sur un grand nombre de fournisseurs et services locaux.

2) Quelles actions sociétales sont mises en place ?

Liens avec les jeunes et les écoles

- McCain participe à des Forums écoles pour présenter l'entreprise, les métiers et la politique du groupe. Des interventions sont également réalisées auprès d'élèves ingénieurs dans le cadre des spécialisations de dernière année ou de connaissance du milieu industriel (3 à 5 interventions par an).
- McCain a noué des partenariats avec différentes universités et intervient régulièrement auprès d'étudiants afin d'accroître la prise de conscience sur la RSE. De nombreux étudiants de ces établissements effectuent d'ailleurs des stages au sein de l'entreprise.

Des partenariats avec des écoles d'ingénieurs comme l'ISA Lille ou AgroParistech, avec par exemple le soutien financier de jeunes thésards, embauchés dans le cadre de leurs projets de recherche. McCain a aussi initié des projets de recherche soutenus par l'Agence Nationale de Recherche (ANR) avec l'INRA et d'autres organismes nationaux de recherche (ex : projet Dominove sur la cuisson domestique). McCain est aussi membre de Comités de suivi de projets européens sur l'amélioration nutritionnelle des aliments.

Soutien à des actions de solidarité

- Partenariat avec la **Fondation Cœur et Artères** : dès le départ avec différents membres du Programme National pour la Nutrition, l'AIDS et d'autres entreprises privées, McCain s'est impliqué dans cette fondation. Le contrat s'inscrit dans une durée de 5 ans.

Cette fondation est axée sur 3 missions:

- Soutenir la recherche sur des programmes liés à l'obésité, le diabète et les maladies cardiovasculaires.
 - Prévenir les maladies cardiovasculaires.
 - Diffuser la connaissance scientifique sur la prévention et le traitement de ces maladies. Aussi bien sur le plan professionnel que public.
- McCain est aussi partenaire de la Banque Alimentaire. Depuis 2010, plusieurs centaines de tonnes de produits arrivant à péremption ont été données.

Contribuer à des projets de développement : projets Social Business

→ Bonne Pratique

McCain s'engage à initier des nouveaux modèles de développement, en co-création avec les acteurs de la chaîne de valeur, permettant d'améliorer la qualité de vie des communautés vivant en précarité dans lesquelles McCain opère. L'objectif est d'aller au-delà du modèle de charité vers un modèle de valeur partagé, créant de la valeur sociale/sociétale ainsi qu'économique, au travers de nouveaux modèles de partenariats rentables, pérennes et donc répliquables.

Quelques exemples de nouveaux partenariats :

- **Colombie** : Le Social Business "Campo Vivo", co-créé avec l'équipe du Professeur Muhammad Yunus (Prix Nobel de la Paix 2006 et fondateur de la Grameen Bank) bénéficie aux familles de petits agriculteurs Colombiens défavorisés. Ce social business a pour objectif de les aider dans la production et la commercialisation de pommes de terre, mais également de carottes et de petits pois favorisant la rotation et donc le rendement. Cette initiative apporte aux agriculteurs bénéficiaires **un soutien direct au niveau des bonnes pratiques agricoles, les domaines techniques, l'entrepreneuriat tout en créant des communautés et du lien social au sein de la communauté.** Des **contrats long-terme rémunérant de façon juste le travail fourni**, leur permettent de stabiliser leur revenu et d'améliorer le bien-être des familles.
 - La 1^{ère} récolte a eu lieu début 2015 et le nombre d'agriculteurs concernés va doubler l'an prochain. 20 familles ont bénéficié du support de CampoVivo et 25 autres familles sont en cours de sélection.
- **Grèce** : création d'emploi et soutien aux producteurs de pommes de terre défavorisés grâce à un **transfert de technologie, de plants de pommes de terre de qualité, de techniques de production agricole durable, et d'accès au marché** en partenariat avec le distributeur n°1 en Grèce Alpha Beta.

→ Résultat attendu des deux projets : La transmission du savoir-faire agronomique, de la gestion agricole et l'accès au marché permettant d'améliorer de vie de foyers ruraux défavorisés dans le temps.

- **France**: « **BON et Bien** ». Ce nouveau projet « social business » va démarrer en Mai 2015 pour **soutenir l'emploi local et lutter contre le gaspillage alimentaire.** Cette entreprise réunit le supermarché E. Leclerc de Templeuve, l'expert de la pomme de terre McCain, un spécialiste de l'emploi Randstad et les Banques Alimentaires, 1er réseau d'aide alimentaire en France. Avec le soutien du GAPPI, Groupement des Agriculteurs Producteurs de Pommes de terre pour l'Industrie, « **BON et Bien** » **collectera les écarts de triage de légumes auprès des cultivateurs régionaux** faisant partie du réseau des agriculteurs partenaires de McCain ou des partenaires du projet. Ces légumes seront utilisés dans la préparation de soupes, vendues ensuite dans les centres E. Leclerc

de la région. **Les salariés de « BON et Bien », recrutés localement parmi des chômeurs de longue durée**, se verront offrir un parcours de formation et un accompagnement par les agences Randstad. Leur expertise et le coaching des conseillers les aideront à bénéficier de nouvelles opportunités d'emploi durable. Grâce au financement initial de McCain, d'E. Leclerc Templeuve et du groupe Randstad France, BON et Bien incarne une alternative au modèle d'entreprise traditionnel. Cette entreprise, fondée par des sociétés privées, en co-crédation avec des associations, se définit par le caractère social de sa mission et œuvre dans l'intérêt de la communauté locale au sein de laquelle elle opère.

→ Partenariat novateur œuvrant en faveur de l'émergence d'une économie équitable et durable, l'entreprise a reçu en septembre 2014, le prix spécial européen du jury Convergences, pour récompenser une contribution qui prend aussi bien en compte les enjeux économiques, sociétaux et environnementaux.

Développer l'entrepreneuriat social

- McCain a lancé un partenariat avec Ashoka en 2012 afin de soutenir les entrepreneurs sociaux. Exemple du projet **Roule ma Frite en France** : ce projet pilote créé sur l'île d'Oléron est actuellement répliqué dans un contexte urbain (la Métropole Lilloise). Le business model consiste à **collecter l'huile usagée issue de la cuisson de frites** dans des restaurants et à la **transformer en biocarburant**. Ce biocarburant est ensuite utilisé pour des projets de mobilité sociale et les transports en commun pour les communautés locales.
- McCain est à l'origine de la co-crédation du projet Social Business Nord de France en région Nord-Pas-de-Calais, favorisant un écosystème d'acteurs locaux pour accroître la prise de conscience, la formation, le financement et l'incubation de nouveaux Social Business.

Comment impliquez-vous vos collaborateurs dans ces actions ?

- La priorité est donnée pour l'instant dans le cadre du projet « Small Act of Goodness » pour des idées à développer en interne. Une réflexion est menée pour suggérer éventuellement aux collaborateurs de soutenir des actions à l'extérieur de l'entreprise.

III-FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

Qu'est-ce qui permet la réussite de votre démarche (motivation, implication, moyens humains/matériels/financiers, communication...) ? (les difficultés rencontrées et surmontées peuvent apparaître ici).

- Atteinte de tous les engagements de la feuille de route *Be Good Do Good* établis derrière les 5 piliers. Ceci veut dire une intégration des critères RSE au cœur des disciplines opérationnelles (agronomie, achat, gestion d'usine, RH, innovation, etc.)
- Engagement des employés : 80% des salariés de McCain comprennent ce que *Be Good Do Good* signifie et en sont fiers, et 5% des salariés sont impliqués personnellement et contribuent au progrès social et environnemental chez McCain
- Structure claire de gouvernance en place qui mène vers l'innovation sociale et économique, ainsi que leadership visible du PDG de l'entreprise sur le sujet.
- Dialogue annuel avec les parties-prenantes et logique de co-création.

Propos recueillis auprès de
François TASMOWSKI, Directeur
Communication et RSE et **Pierre GONDÉ**,
Responsable Affaires Réglementaires et
RSE

Par **Christelle SICEAUX**, Conseillère
Bonnes Pratiques,
Accompagnée de **Claire-Aline BOURGERY**,
Camille LEURENT, **Julie TIEDREZ** et
Charlotte CALONNE, Pôle Partenariats,
Trophées et Bonnes Pratiques.