

**CONFIDENTIEL**

## DOSSIER DE CANDIDATURE AUX TROPHEES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE

### I – PRESENTATION DE L'ENTREPRISE :

**Raison sociale :** SAS DEFROIDMONT

**Statut :** SAS

**Date de création de l'entreprise :** 1926, installée à Maroilles en 1997.

**Activité :** Fabrication et commercialisation de produits du terroir frais et surgelés

**Territoires d'action :** Région Nord-Pas de Calais – National - Export

**Filiales :** Aucune

**Effectif :** 40 salariés

**Adresse :** 159 Grand rue, 59550 Maroilles

**Téléphone :** +33(0)3 27 84 65 65

**Site Internet :** <http://www.defroidmont.fr/fr/>

**Contact(s) :**

**Patrick Defroidmont**, Directeur Général, [contact@defroidmont.fr](mailto:contact@defroidmont.fr)

**Virginie Caron**, Responsable Qualité, [defroidmont.qualite@wanadoo.fr](mailto:defroidmont.qualite@wanadoo.fr)

Chiffre d’Affaires : 5 millions d’euros

**Bilan carbone** : non

**Bilan Gaz à Effet de Serre\*** : non – non concerné par la réglementation

\*Obligatoire pour les entreprises >500 salariés

**Rapport RSE** : non – non concerné par la réglementation

**Prix et nominations** :

- Prix Société Industrielle Nord de France 2010 (prix agroalimentaire)
- Trophées Innovation INPI 2012 (ex : Nos terroirs ont du talent)

**Certifications** :

- Saveurs en Or depuis 2004
- IFS (International Food Standard) depuis 2011
- Agriculture biologique depuis 2009

## 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, ...)?

La société Defroidmont est une entreprise familiale créée en 1926 à Liège par le premier pâtissier de la famille, Sébastien Defroidmont. En 1960, Jean-Jacques Defroidmont reprend l’entreprise et décide de créer de nouvelles recettes en mariant talent culinaire et terroir. Il lance également la gamme des produits surgelés. En 1997, ses 5 enfants prennent ensemble la succession et s’installent à Maroilles, village célèbre pour son fromage millénaire. La famille poursuit son activité en développant son savoir-faire et en diversifiant les produits. A travers le slogan « Nos terroirs ont du talent », l’entreprise évoque un mode de fabrication traditionnelle qui privilégie un approvisionnement de proximité.

Defroidmont fabrique dans ses locaux une vaste gamme de produits frais et surgelés allant de l’apéritif jusqu’au dessert. Les produits phares de l’entreprise sont les crottins Avesnois la Flamiche au Maroilles et la Tarte au sucre et vergeoise.

Defroidmont propose la vente directe des produits fabriqués dans l’unité de production et d’autres produits locaux dans son magasin terroir qui jouxte l’entreprise, mais aussi la livraison à domicile aux particuliers dans un rayon de 50km autour de Maroilles en Sambre/Avesnois Thiérache. Le reste de la production est destiné à la grande distribution. Depuis 2015, l’entreprise s’est dotée d’une boutique en ligne, permettant l’achat et la livraison de ses produits dans toute la France.

En 2009, l’unité de production a doublé de surface afin de répondre aux demandes croissantes des clients. En gardant une volonté d’innover dans la tradition, Defroidmont a su moderniser son outil de production et a investi dans un moyen de fabrication performant. Grâce à un travail participatif des équipes et une validation collective du meilleur compromis, l’entreprise s’est dotée d’une ligne de production permettant une plus grande flexibilité face à son développement et surtout une amélioration des conditions de travail. L’entreprise continue aujourd’hui dans cette démarche participative et s’inscrit dans un projet de réflexion avec les salariés sur les perspectives de l’entreprise sur 5 ans.

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

- Les demandes des consommateurs se sont intensifiées. L'entreprise a souhaité se développer afin de répondre à leurs attentes avec le souci d'apporter un maximum de satisfactions.
- La volonté de l'entreprise est aussi de défendre les saveurs régionales avec la vente de produits régionaux. Son fonctionnement et l'ensemble de sa démarche prennent en compte ces différents facteurs.
- Enfin, l'entreprise a souhaité se prévenir des inaptitudes liées aux Troubles Musculo Squelettiques, l'ancienneté moyenne des salariés étant de 15 ans.

**Mission et valeurs**

**1) Quelle est votre mission ?**

- ✓ La mission de Defroidmont est d'innover dans la tradition et de défendre des saveurs régionales avec des produits régionaux. L'entreprise met en avant son slogan depuis plus de vingt ans : « Nos terroirs ont du talent » et souhaite devenir un des ambassadeurs de la région.

**2) Quelles sont vos valeurs ?**

- ✓ Pour Defroidmont, les hommes sont la réussite de l'entreprise. Ils sont au cœur des projets.
- ✓ L'entreprise introduit dans sa philosophie l'importance des produits du terroir et du savoir-faire traditionnel en gardant l'esprit d'innovation.

**Parties prenantes**

- **Actionnaires** : Actionnariat 100% familial.
- **Salariés** : 40 personnes : Chauffeurs-livreurs, opérateurs, responsable qualité, pilote de production, préparateurs de commande, commerciaux, etc.
- **Clients** : Particuliers, traiteurs, restaurateurs, grande distribution.
- **Fournisseurs** : 80% des matières utilisées sont de provenances locales : Maroilles (zone AOP), œufs Cocorette (élevages de poules en plein air), lait, beurre (fabriqué à 10km), farine, chèvre. Emballages (Nord). Les compagnies de transports sont régionales.
- **Environnement.**

## Enjeux et objectifs de la démarche RSE

### 3) Quels sont les enjeux identifiés et les objectifs de la démarche RSE par rapport à votre secteur d'activité ?

La pérennité et le développement de l'entreprise tout en conservant un savoir-faire et des produits locaux sont les principaux enjeux de l'entreprise Defroidmont.

Les objectifs :

#### ⇒ **Economiques**

- Assurer le développement et la croissance de l'entreprise dans un marché concurrentiel.
- Pérenniser une activité et des emplois locaux.
- Développer la partie export.
- Apporter plus de visibilité à l'entreprise grâce à un site de vente en ligne.

#### ⇒ **Sociaux**

- Développer les compétences des collaborateurs en préservant les traditions et en intégrant des nouvelles technologies.
- Faciliter l'intégration de personnes nouvelles dans l'entreprise, favoriser l'apprentissage et l'embauche de seniors avec un recrutement local.
- Maintenir des emplois de longue durée et valorisant pour les employés.

#### ⇒ **Environnementaux**

- Limiter l'empreinte carbone en minimisant les déchets et les rejets de polluants dans le milieu naturel.
- Réduire son empreinte environnementale.

#### ⇒ **Sociétaux**

- Renforcer le lien entre l'entreprise et son territoire.
- Faire connaître au public le processus de fabrication des produits et l'histoire de la société à travers des visites et dégustations.
- Participer à l'animation et à la vie du territoire en établissant des partenariats régionaux pour des événements culturels et touristiques. Exemples : portes ouvertes à des groupes de visiteurs, sponsorship du « Trail du Val Joly », « l'Enfer Vert » ou encore d'étudiants de Maroilles participant au « 4L Trophy ».

## 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 démarche RSE se traduit par des actions concrètes et innovantes dans l'ensemble de l'activité, de la fourniture des matières premières jusqu'à la livraison des produits et au service après-vente.
- Defroidmont est une entreprise indépendante dont l'actionnariat est 100% familial. La taille de l'entreprise (40 collaborateurs) permet une hiérarchie courte en favorisant un management de proximité et une communication aisée entre les services et la direction.

- A travers des contrôles qualité auprès des fournisseurs, la réutilisation de moyen de conditionnement, l'amélioration des conditions de travail, le développement de l'emploi local, ou encore l'utilisation de voitures électriques pour la prospection commerciale, Defroidmont intègre la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise dans sa stratégie.

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

- En réalisant que l'inaptitude liée aux Trouble Musculo Squelettique (TMS) était un facteur important dû à l'ancienneté des salariés dans l'entreprise et au mode de fabrication artisanal, Defroidmont a décidé d'investir pour passer à un mode de fabrication industriel. C'est pourquoi la direction a souhaité bénéficier d'un appui du Pôle des Industries Alimentaires et de la CARSAT pour éviter la survenue des TMS. Grâce à des entretiens et à des enregistrements vidéo, l'ensemble des salariés, le dirigeant et l'encadrement ont participé à des réunions de travail afin de réfléchir ensemble et de valider collectivement le meilleur compromis. Il est ressorti de ce travail, une validation et un enrichissement de l'implantation de la ligne de fabrication. Grâce à l'implication de tous, l'entreprise a su améliorer les conditions de travail de ses équipes.
- Forte de cette expérience, l'entreprise continue dans cette démarche et s'inscrit dans un projet de réflexion avec les salariés sur les perspectives de l'entreprise sur 5 ans.
- Defroidmont favorise aussi l'implication de ses salariés dans la prise de décisions. Dans le département de production lorsque l'un des salariés a une idée qui est validée par le reste de ses collaborateurs et mise en pratique, il reçoit une prime de 100€.

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

L'entreprise n'a pas encore mis en place d'indicateurs de mesure ni d'objectifs chiffrés.

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

- L'entreprise organise des réunions trimestrielles pour faire le point sur l'activité avec ses salariés.
- Le Comité de Direction, composé des responsables de secteurs et des 5 dirigeants, se réunit toutes les deux semaines.
- Des réunions d'équipes une fois par semaine qui permettent la remontée d'informations.
- Une fois par an : réunion avec les responsables secteurs pour faire le bilan sur l'année écoulée.
- Dans les salles de pauses mises à disposition, présence de tableaux d'affichage où chacun peut participer à la communication d'événements et consulter les informations affichées par l'entreprise. Exemple : Les courriers des clients avec les remarques positives ou négatives.
- La marque collective « Saveurs en'Or » dont fait partie Defroidmont valorise et recommande les produits alimentaires régionaux de qualité.

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

Pas d'intéressement mis en place, mais il y a une distribution de chèques cadeaux à Noël ou d'autres occasions.

**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...)**

- Le fait de travailler avec des partenaires locaux favorise le respect des droits de l'Homme, les circuits courts et des emplois durables.
- Il n'y a pas de discrimination à l'embauche dans l'entreprise mais le métier est plutôt masculin (Environ 35% de femmes et 65% d'hommes).

○ **Répartition Homme-Femme**

	Femmes			Hommes			Total		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
<b>Effectif salarié au 31 décembre</b>	15	16	16	23	23	28	38	39	44
<b>Dont CDI</b>	11	14	13	20	22	25	31	36	38
<b>Dont CDD</b>	2	1	2	2	0	1	4	1	3
<b>Dont intérimaires</b>	1	1	1	0	0	0	1	1	1
<b>Dont contrats en alternance/stage/contrat pro</b>	1	0	0	1	1	2	2	1	2
<b>Direction</b>	0	0	0	1	1	1	1	1	1
<b>Cadre</b>	1	1	1	3	3	3	4	4	4
<b>Employé</b>	5	5	5	7	7	7	12	12	12
<b>Ouvrier</b>	9	9	10	12	13	17	21	22	27

⇒ *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**

- Defroidmont favorise l'emploi des personnes en situation de handicap. L'aménagement des conditions de travail est un élément important auquel l'entreprise est sensible.

➔ Un collaborateur en situation de handicap travaille au service conditionnement. Son rythme de travail est adapté.

➔ Un autre collaborateur en situation de handicap travaille en téléprospection. Son handicap n'a pas nécessité d'aménagement particulier dans ce service.

	2012	2013	2014
<b>Taux d'emploi des personnes Reconnues en Qualité de Travailleurs Handicapés (RQTH), y compris intérim et ateliers protégés</b>	1	2	2

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

○ **Emploi des jeunes et des seniors**

	2012	2013	2014
<b>Moyenne d'âge des collaborateurs</b>	37	38	38
<b>Effectif des CDI de moins de 25 ans</b>	4	5	5
<b>Effectif des CDI de plus de 50 ans</b>	7	8	10

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

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

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

- Chaque nouveau collaborateur qu'il soit stagiaire, salarié ou apprenti est présenté par le dirigeant à l'ensemble de l'équipe.
- Un « pilote » est chargé de son intégration dans l'entreprise et du suivi de son travail pour qu'il évolue dans les meilleures conditions pendant plusieurs mois.
- Une anticipation est prévue lors des remplacements de postes et un tutorat avec le nouveau collaborateur est assuré pour une transmission du savoir-faire et des connaissances.
- Un livret d'accueil est remis aux nouveaux arrivants contenant une présentation de l'entreprise, des équipes et des règles d'hygiène.

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

- Entretien annuel permettant aux collaborateurs de faire un bilan : identification des difficultés, des points d'améliorations et des bénéfices de leurs implications.
- L'entreprise assure l'égalité professionnelle entre les salariés. L'accès à la formation et à la progression professionnelle est favorisé. Par exemple : de mécanicien par le biais d'un FONGECIF ou cours d'anglais dans le cadre du développement vers l'export de l'entreprise.

	2012	2013	2014
<b>% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*</b>	5	6	10

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

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

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

- Le port d'Équipement de Protection Individuel est obligatoire et des mesures sanitaires strictes sont mises en place. Par exemple, des douches, laves mains à commande fémorale<sup>1</sup> et un sas d'hygiène sont installés pour respecter les règles sanitaires de l'agroalimentaire et pour garantir la santé des clients et collaborateurs.
- Des distributeurs automatiques de palettes dans l'usine permettent d'éviter les ports de charges.

<sup>1</sup> Sans contact

- La mise en place de la nouvelle ligne de fabrication industrielle a permis d'améliorer les conditions de travail et d'éviter la survenue de TMS. Les collaborateurs sont maintenant équipés « d'assis debout » pour varier les postures. Ils ont aussi la possibilité de changer de poste toutes les deux heures ou toutes les heures. (cf : 1. Gouvernance, q.2).
- ➔ **Résultats** : diminution du poids journalier à manutentionner, les salariés pouvaient manipuler jusqu'à 3.5 tonnes de plateau et de flamiche par jour.
- ➔ Gain en productivité : auparavant 70 chariots (contenant 14 plateaux) étaient produits, aujourd'hui une centaine est produite par jour. Soit un gain de 30%.

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

	2012	2013	2014
<b>Taux de fréquence *</b>	0	1	1
<b>Taux de gravité**</b>	0	1	1

\*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 ?**

L'équipe de direction a la volonté forte de créer un climat social participatif et convivial. Grâce à une communication informelle tous les jours entre le dirigeant et les salariés, il y a une prise en compte des problèmes de chacun à tout niveau.

- o **Représentation du personnel**
- Délégué syndicaux : Non concerné par la réglementation.

	Oui	Non
<b>Avez-vous :</b>		
- 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

**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 ?**

- Dans un souci de bien-être de tous les jours, les collaborateurs ont la possibilité de changer de postes toutes les heures. Ils travaillent dans des espaces moins bruyants et plus lumineux grâce aux nombreuses salles vitrées qui permettent de profiter de la lumière naturelle. Les espaces cuisine pour les temps de pause sont des espaces de convivialité et de communication importants.
- ➔ Les laves vaisselle des salles de pauses sont placés de manière à être rempli debout, pour éviter les mauvais mouvements.
- ➔ Un fauteuil massant est à la disposition des collaborateurs en salle de pause.



- Le respect des impératifs et de la vie de famille est pris en compte et les collaborateurs ont la possibilité d'aménager leurs horaires de travail.
  - ➔ Exemple : réaménagement des horaires de la responsable qualité pour ne plus travailler le mercredi après-midi suite à un problème de garde d'enfant.
- Chaque année l'entreprise organise un voyage qu'elle finance pour tous les collaborateurs. C'est l'occasion de rencontrer d'autres services et de passer un moment convivial en dehors du cadre de travail.
- Un arbre de Noël est organisé pour tous les salariés et leur famille. Les enfants des salariés reçoivent des cadeaux après avoir partagé un goûter.

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

Des boîtes à idées sont mises à disposition des employés. Il n'y a pas d'enquête d'opinion interne organisée.

	2012	2013	2014
<b>Turn Over*</b>	8	8	4
<b>Taux d'absentéisme</b>	0.5	0.5	1.5

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

**8) Quel est le rapport d'échelle des salaires (gérant compris) ?**

Le rapport d'échelle est entre 2.5 et 3.

**4) Environnement : Préserver la Planète.**

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

- Les énergies utilisées par Defroidmont sont : l'électricité, l'eau, le carburant.
- Les principales matières premières sont : la farine, les œufs, le lait, le fromage et le beurre.

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

**Déchets :**

- Pour éviter le gaspillage, les produits non conformes à la vente (aspect extérieur) sont redistribués au travers d'associations caritatives. Les croûtes de fromage mises de côté sont utilisées dans la réalisation de sauces.
- Livraison à domicile : revalorisation des catalogues avec « l'éco folio<sup>2</sup> ». Les Commerciaux récupèrent les catalogues utilisés par les clients de la première quinzaine du mois et les réutilisent pour les clients de la deuxième quinzaine.

➔ **Résultats** : sur un mois, environ 400 catalogues récupérés sur 5000 consommés. Soit environ 1 mois d'économies sur l'année (plus ou moins 4000 euros).

<sup>2</sup> Selon la loi : tout donneur d'ordre qui émet des imprimés papiers et tout metteur sur le marché de papier à copier est redevable de la taxe Écofolio, contribution à la collecte, à la valorisation et à l'élimination des déchets d'imprimés papiers.

- L'entreprise récupère les cartons de ses fournisseurs pour les réutiliser lors des livraisons à domicile.

#### **Emballages :**

- Defroidmont a travaillé en collaboration avec ses fournisseurs pour limiter l'impact des emballages, utiliser le minimum d'emballage possible. Des bacs plastiques réutilisables pour les livraisons sont utilisés, les fromages livrés ne sont plus emballés à l'unité mais par lot de 6.
- Les œufs et la crème sont livrés dans des bacs en inox pliables et réutilisables (technifil).
- Lors des préparations de commandes pour la livraison à domicile, les cartons des fournisseurs sont réutilisés. Ex : 1 carton de 10kg de légumes fait 420g à raison de +/- 200 cartons réutilisés par jour, soit plus de 84kg de cartons par jour, sur l'année cela fait plus de 22 tonnes de cartons sauvegardés.

#### **Transports : → Bonne Pratique**

- L'activité démarchage commercial étant une source importante d'émissions de CO<sub>2</sub>, Defroidmont a fait le choix de véhicules électriques pour la prospection commerciale à domicile. Des bornes de rechargement sont disponibles sur le parking de l'usine.
  - **Résultats :** 3 Kangoo, fabriqués à Maubeuge, achetés depuis 2012. Sachant qu'une voiture électrique ne consomme pas de CO<sub>2</sub> et qu'une Kangoo diesel consomme 115g CO<sub>2</sub> par km, les voitures Defroidmont roulant en moyenne 15000 km par an pour la prospection : l'économie par véhicule en CO<sub>2</sub> par véhicule s'élève à 1.725 millions de grammes par an et pour les 3 véhicules à plus de 5.175 millions de grammes par an.

#### **Bâtiment :**

- Un nouveau bâtiment qui retranscrit le patrimoine culturel du terroir et qui répond aux exigences des Bâtiments de France, par sa situation dans un village où certains monuments sont classés. Il est fabriqué en partie en briques et en pierre bleue qui sont des matériaux durables et locaux. Le bardage de l'unité de production provient de la Fabrique Defer à Maubeuge et est de couleur bleu ardoise pour mieux s'intégrer dans l'environnement. L'entrée du magasin est fabriquée sur le modèle des pigeonniers qui marquaient l'entrée des anciennes fermes à cour carrée présentes dans l'Avesnois.
- Des baies vitrées permettent d'utiliser au maximum la lumière naturelle dans l'unité de production (cf : Partie 3, q.6).

#### **Produits :**

- En 2009, Defroidmont a engagé une réflexion sur l'agriculture biologique et a obtenu le label « AB » sur certains produits (label certifiant que le produit est d'origine 100% bio).

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

Un suivi des factures énergie/déchets/consommation d'eau est réalisé (Données non disponible lors de l'écriture de ce dossier).

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

### 1) Qui sont vos fournisseurs ?

- La société Defroidmont fait partie de la démarche de la marque collective « Saveurs en'Or », dont le but est de s'engager à utiliser des matières premières de la région et de favoriser les circuits courts. 80% des matières utilisées sont de provenance locale. Exemple : farine des Moulins Waast, œufs Cocorette, le beurre est fabriqué à 10 km, Maroilles et autres fromages AOP.
- Les étiquettes et emballages sont également produits localement (JPC étiquettes à Carvin, Cartelys à Cambrai, ...).
- Les véhicules électriques achetés ont été fabriqués à MCA Maubeuge.

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

- Les fournisseurs de l'entreprise Defroidmont sont principalement locaux. Le but est de favoriser les circuits courts et de mettre en place une relation durable avec eux. La défense des ingrédients traditionnels et régionaux passe aussi par une collaboration forte avec ses fournisseurs proches.
- 70% des fournisseurs sont certifiés « International Food Standard » et assurent la qualité des matières premières reçues.
- Quand cela est possible, négociations avec les fournisseurs pour réduire les emballages.
- De nombreux produits utilisés par l'entreprise sont sous « Appellation d'Origine Protégée ». Cela permet de préserver et de valoriser un patrimoine culturel et gastronomique.

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

Un questionnaire qualité est effectué chaque année chez les fournisseurs pour connaître l'origine des matières premières. Lorsque l'entreprise décèle un problème, elle réalise un audit.

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

Defroidmont valorise ses points forts par rapport à ses concurrents sans les dénigrer.

## 6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts

### 1) Qui sont vos clients ?

- Les particuliers,
- Les restaurateurs et traiteurs,
- La grande distribution.

### 2) Comment fidélisez-vous vos clients ?

- **Pour la grande distribution** : lors de l'élaboration des produits des clients sont invités à déguster et à échanger sur ce qui leur plaît afin d'élaborer des produits qui conviennent à leurs attentes. Ces échanges sont importants car le client est aussi source de proposition.

- **Pour les particuliers** : la société a lancé des invitations aux nouveaux clients des six derniers mois pour visiter l'entreprise et participer à une dégustation privée afin de les fidéliser et de leur faire découvrir de nouvelles offres.
- Defroidmont ne mène pas d'enquêtes de satisfaction mais a mis en place un service de réclamation.

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

- Grâce à une présence chez les restaurateurs-traiteurs et dans les supermarchés, Defroidmont assure l'accessibilité de ses produits.
- La livraison à domicile de produits frais et surgelés chez le particulier est un moyen supplémentaire et essentiel pour être au plus proche du client final.
- L'ouverture d'un site e-commerce permet de dépasser les frontières et de rendre accessible les produits à un plus grand nombre de clients à travers le monde.

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

- Aux normes européennes depuis 1997 et suite à l'agrandissement de son site de production, Defroidmont a obtenu la certification IFS depuis 2011 certifiant la qualité, la sécurité, les bonnes pratiques et la législation appliquées lors de la fabrication des produits.
- Des contrôles et analyses des fromages par échantillonnage sont réalisés tous les mois.
- Tous les produits sont cuits et pasteurisés, ils sont contrôlés en cours de fabrication et sur produits finis.
- L'entreprise fait appel à un laboratoire extérieur pour effectuer ces contrôles.

<h2><b>7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté</b></h2>
---

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

Defroidmont est une entreprise ancrée sur son territoire.

#### **Emploi :**

- Defroidmont est engagée dans l'économie locale en favorisant l'emploi de proximité, l'embauche des seniors et les liens avec les jeunes. Par exemple : des stagiaires et apprentis sont accueillis chaque année.

#### **Tourisme :**

- Afin de maintenir le tourisme local, Defroidmont choisi d'indiquer sur certains emballages des monuments et paysages de la région ou des informations sur des gîtes et musées locaux.
- Participation à des événements festifs locaux (Fête du lait Le Quesnoy, Foire aux fromages La Capelle).

## 2) Quelles actions sociétales sont mises en place ?

### Sponsor :

- L'entreprise participe à la vie de sa région : elle sponsorise des épreuves sportives, propose ses produits lors de marchés de produits du terroir.
- L'entreprise s'engage dans de nombreux événements locaux par exemple : « L'Enfer vert », un cyclotourisme organisé par le village de Maroilles. Defroidmont est aussi partenaire et participe au « Festi'Biere » de JENLAIN, où une vingtaine de brasseries artisanales et locales viennent présenter leurs produits. L'entreprise et sponsorise la fête de la flamiche à Maroilles au mois d'août et propose ses produits lors de cet événement.

### Visite :

- Sur rendez-vous l'entreprise accueille des groupes toute l'année pour faire découvrir l'unité de production.
- Pour les nouveaux clients du service de livraison à domicile, 2 visites « VIP » par an sont organisées pour les fidéliser et qu'ils deviennent de bons ambassadeurs Defroidmont.
- Des visites pour des écoles sont aussi planifiées dans l'année et offrent un éveil industriel sur les méthodes de fabrication mais aussi un éveil gustatif lorsque les enfants découvrent des produits.

## 3) Comment impliquez-vous vos collaborateurs dans ces actions ?

- Participation du personnel à certains événements locaux comme la brocante de Maroilles.
- Des collaborateurs sont impliqués dans les visites de l'unité de production.

## **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).**

- La communication et l'implication des collaborateurs à de nombreuses étapes de réflexion importantes sont des éléments essentiels dans la démarche de l'entreprise.
- Le management de proximité mis en place et le travail participatif souhaité par le dirigeant sont des facteurs clés de la réussite. Avec une volonté forte du dirigeant et en mettant l'Homme au cœur de l'entreprise, Defroidmont assure la pérennité de l'entreprise grâce à des produits de qualité et une collaboration territoriale.

Propos recueillis auprès de  
**Patrick DEFROIDMONT**, Directeur Général  
et **Virginie CARON**, Responsable Qualité.

Par **Ludérik PATTIN** et **Gaétan DESURMONT**, étudiants ICAM  
Accompagnés de **Charlotte CALONNE** et  
**Chloé CRIGNIER**, Pôle Partenariats,  
Trophées et Bonnes Pratiques.