

DOSSIER DE CANDIDATURE  
TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2020  
Catégories « Entreprises de 25 à 50 salariés »

BISCUITERIE  
DUTOIT

*Dossier suivi par Camille Muller et Charlotte Coupigny, Réseau Alliances*

---

**I/ PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION CANDIDATE**

---

**1.1 INFORMATIONS GENERALES**

---

Raison sociale : DUTOIT

Statut : SAS

Date de création/de reprise : créée en 1951 / reprise en 2006

Domaine d'activité : Développement et production d'avant-produits de pâte pour les professionnels des métiers de bouche

Territoire(s) d'action : France et Export (Belgique, Japon)

Effectif : 25 collaborateurs

Adresse complète : ZAC du Moulin Mayeux – 02110 BOHAIN EN VERMANDOIS

Personne en charge du dossier :

Emmanuel DAUMY, Dirigeant- [ed@biscuiteriedutoit.com](mailto:ed@biscuiteriedutoit.com) - 03 23 07 12 35 / 06 70 27 26 13

Autres contact(s) :

Catherine DAUMY – Responsable Administrative et Qualité

Site Internet : [www.biscuiteriedutoit.com](http://www.biscuiteriedutoit.com) – [www.biscuitsduvermandois.com](http://www.biscuitsduvermandois.com)

## 1.2 CONTEXTE & ACTIVITE

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

La société DUTOIT a été créée par Pierre DUTOIT en 1951, produisant des biscuits et pâtisseries de type « madeleine » destinés aux épiceries de la région. Dans les années 70, le développement de la Grande Distribution a eu raison de son activité. Il a connu une crise qui l'a conduit à réduire sa structure, à licencier. Il s'est alors remis en question en innovant à la fois dans les produits mais aussi sur la typologie de clients. Il s'est progressivement orienté vers la production de prêt-à-garnir pour les professionnels des métiers de bouche, ce qui lui a permis de redévelopper son activité et de reprendre espoir. En 1987, il a cédé à Lambert Panification de Saint Quentin qui a su grandir et délocaliser le site de production en 1999, du centre de Bohain à la ZAC, dans un bâtiment moderne et adapté, avec une modernisation conjointe de l'outil de production.

Nous avons repris l'activité en 2006 et l'avons fait grandir en développant des spécialités de pâtes pour les industriels (Tipiak, Picard...). Aujourd'hui, nous sommes reconnus comme créatifs, réactifs et qualitatifs dans cet univers. L'activité a triplé en 14 ans.

Dans cette phase de reprise, nous avons décidé avec mon épouse d'assumer nos responsabilités au travers de l'entrepreneuriat. De formation ingénieur de l'UTC d'une part et d'un doctorat en pharmacie d'autre part, nous avons repris l'entreprise via une holding « Vermandois Gastronomie » dont nous sommes les seuls actionnaires.



Les produits de la SAS DUTOIT :



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

La démarche RSE est un état d'esprit, un engagement du dirigeant qui doit le diffuser auprès de ses équipes. Elle répond à ma sensibilité, au pragmatisme et au bon sens que je déploie dans l'animation de l'entreprise. L'entreprise est au cœur de la « cité » ; elle fait partie du triptyque de vie : Famille, Travail, Loisirs qui fonde la société. Nous sommes convaincus que l'entreprise est un des éléments de fonctionnement, de développement et d'équilibre de la société. Elle ne doit surtout pas nuire à cette dernière. Elle est un élément actif de la société et a une responsabilité sur son évolution et son équilibre.

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

Simplement pour structurer cette dimension et cette démarche, aujourd'hui conséquence de convictions personnelles. Avec cette participation, nous comptons mieux organiser l'approche RSE dans l'entreprise ; pour communiquer avec d'autres entreprises engagées dans la même dynamique, apprendre, donner du sens à l'entreprise, à son rôle dans la société, à ses collaborateurs.

## **1.3 PARTIES PRENANTES**

---

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

**-Collaborateurs** : les salariés sont les parties prenantes au cœur de la dynamique de l'entreprise. En effet, le savoir-faire est l'ADN de la SAS DUTOIT. L'homme est garant de la qualité produit, de la performance de l'entreprise et de son économie.



**-Clients** : ils sont moteur dans la démarche. En effet, nos clients sont les intermédiaires incontournables entre la SAS DUTOIT et le consommateur final. Ils sont porteurs et demandeurs des tendances de consommation actuelle notamment en matière de restriction dans le choix des ingrédients, de leur origine...

**-Fournisseurs** : la SAS DUTOIT a peu de fournisseurs ; par contre, nous avons de réels partenariats avec eux. Nous nous efforçons de les choisir dans un périmètre de 200 km du site maximum.

**-Actionnaires** : l'entreprise est de type familial. Cependant, devant le constat de sa « faiblesse » sur le volet commercial, elle est en recherche d'un partenaire complémentaire sur le plan de l'activité et de la clientèle avec un savoir-faire commercial qui lui permette d'entrevoir un développement plus important de son activité dans les prochaines années.

**-Société Civile**

**-Collectivités**

**-Associations** : l'entreprise est très impliquée dans des associations professionnelles : Agrosphères, RESO RH, L'Aisne une Chance, CAE, CCI...

**-Ecoles, universités** : nous sommes porteurs de multiples projets dans l'univers de l'éducation.

**-La Planète (environnement)** : étant positionnés sur un segment haut de gamme, nous sommes engagés dans l'utilisation d'ingrédients les plus proches de la nature avec un grand respect de leur authenticité (sans aller jusqu'à

une garantie « biologique »). Nous n'utilisons aucun pré-mix ou mix auxiliaire, nous n'utilisons que des matières premières brutes : farine de blé, beurre, œufs...

## II/ VOTRE DÉMARCHE RSE

### 1. GOUVERNANCE

#### 1.1. MISSION & VALEURS

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

L'entreprise est un maillon du tissu économique local. Depuis la reprise en 2006, nous avons fait évoluer son image : **apporteur de solutions qualitatives en matière de prêts-à-garnir et de pâtes** ; en nous efforçant de **mettre en avant l'histoire, le patrimoine local et la maîtrise de la matière par ses pâtisseries**.

Dès 2016, nous avons consacré une journée à bâtir la vision commune de l'entreprise : « **Toujours être au top, pour toujours plus de clients heureux** ». Dans cette vision, on retrouve le dessein de l'entreprise pour ses collaborateurs : déployer tout ce que nous pouvons pour permettre à ceux qui le souhaitent de s'exprimer, de progresser et de s'épanouir.

##### 6) Quelles sont vos valeurs ?

En juin 2016, nous avons réuni les co-équipiers pour **co-construire les valeurs de l'entreprise**. En commençant par lister les contre-valeurs, qu'ils ne souhaitent pas ou plus rencontrer dans l'entreprise (hypocrisie, l'individualisme, le mensonge...). Ensuite, celles qui existent et qui sont à améliorer (entraide, l'écoute, satisfaction client, communication...). Puis, celles qui sont à **préserver** (bonne humeur, respect des autres, respect de la qualité). Et enfin, celles que l'on qualifiera **d'idéales** (vision partagée, excellence, plaisir, argent).

Pour résumer, quatre grandes valeurs peuvent nous représenter :

- ✓ **Ecoute et bienveillance**
- ✓ **Respect (des clients, des autres, du travail bien fait...)**
- ✓ **Transmission**
- ✓ **Esprit de co-élaboration**



Journée de travail sur la vision – août 2016

<u>Valeurs bannies</u>	<u>Valeurs à améliorer</u>	<u>Valeurs à préserver</u>	<u>Valeurs idéales</u>
HYPOCRISIE	ENTRAIDE	BONNE HUMEUR	VISION PARTAGEE
MENSONGE	ECOUTE	RESPECT DES AUTRES	CONFIANCE TOTALE
AGRESSIVITE	FIERTÉ DE CE QUE L'ON EST	TRAVAIL D'EQUIPE	EXCELLENCE
EGOISME	SATISFACTION CLIENT	QUALITE	PLAISIR
PRESSION	COMMUNICATION		ARGENT
MANQUE DE RESPECT	RESPONSABILITE		

Tableau de travail de co-élaboration des valeurs



Elaboration des valeurs – juin 2016

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

Depuis la reprise, nous avons progressivement fait évoluer l'image de la Biscuiterie DUTOIT, que ce soit au niveau local, où l'entreprise n'était pas considérée comme attractive, voire réputée « dure » ; ou au niveau de ses clients, pour qui Dutoit n'avait pas réellement de positionnement distinctif.

Du fait de son évolution managériale, de par sa stratégie pour innover en se concentrant sur la production d'avant-produits de qualité, la SAS DUTOIT est de plus en plus reconnue comme une référence. L'entreprise est l'interlocuteur privilégié en matière d'innovation et de fourniture de solutions qualitatives en matière de pâte technique et prêts à garnir consommables.

La prise en compte des dimensions RSE dans la stratégie de la société vient logiquement s'articuler dans ce qui a déjà été construit ces 14 dernières années. Cela ne pourra que continuer à développer l'image attractive de l'entreprise auprès des acteurs locaux (salariés, institutions, fournisseurs, clients...).

Aussi, nous pourrions exploiter des dimensions que nous n'avions jamais mises en avant et qui deviendront naturelles dans nos éléments de langage ; nous pourrions par exemple communiquer sur le **caractère consommable du contenant** prêt-à-garnir (et donc « zéro déchet »). A l'heure, où chacun est sensibilisé à ne plus utiliser de contenants non dégradables (verrines, cuillères plastiques, moules aluminium...), nous argumenterons l'intérêt de nos produits comme alternatives consommables de ces contenants.



Mini-fonds cocktail à garnir



Cassolettes consommables

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

#### ⇒ **Economiques :**

- Attirer et fidéliser de nouveaux clients ; avoir un positionnement différenciant avec des solutions respectueuses de l'environnement ;
- Répondre à la demande croissante de nos clients pour acheter des produits respectueux de certains critères, notamment des exigences en matière d'ingrédients, d'origine (farine française, œufs plein air...).

#### ⇒ **Sociaux :**

- Fidéliser les salariés en leur permettant d'être fiers de l'entreprise, de s'y sentir bien, de s'y épanouir ;
- Donner du sens au travail des collaborateurs ;
- Attirer de nouveaux salariés.

#### ⇒ **Environnementaux :**

- Prendre en compte la dimension environnementale et l'impact écologique dans les choix et orientations de l'entreprise : traitement des déchets, gestion de l'énergie, privilégier les approvisionnements locaux jusqu'à produire son propre miel, développer la commercialisation des produits au niveau local... ;
- Optimiser les livraisons clients pour réduire notre empreinte carbone.

#### ⇒ **Sociétaux :**

- Avoir un rôle pro-actif dans le fonctionnement et la dynamique de la société locale en consacrant du temps à l'éveil des jeunes aux métiers et valeurs de l'entreprise, en participant aux réflexions et travaux de la collectivité.

### **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 ?**

De 2006 à 2015, l'évolution de l'activité de la SAS DUTOIT (triplément de son volume d'activité) a conduit à des recrutements et à l'embauche de poste de « niveaux hiérarchiques intermédiaires » pour conduire la gestion de la production. A chaque embauche, les cadres recrutés ont adopté une posture « de chef » et ont instauré une structure pyramidale avec des procédures fondées sur l'autorité, la mise en place de procédures lourdes, de multiples contrôles... ce qui s'est soldé *in fine* par une perte d'efficacité et de performances.

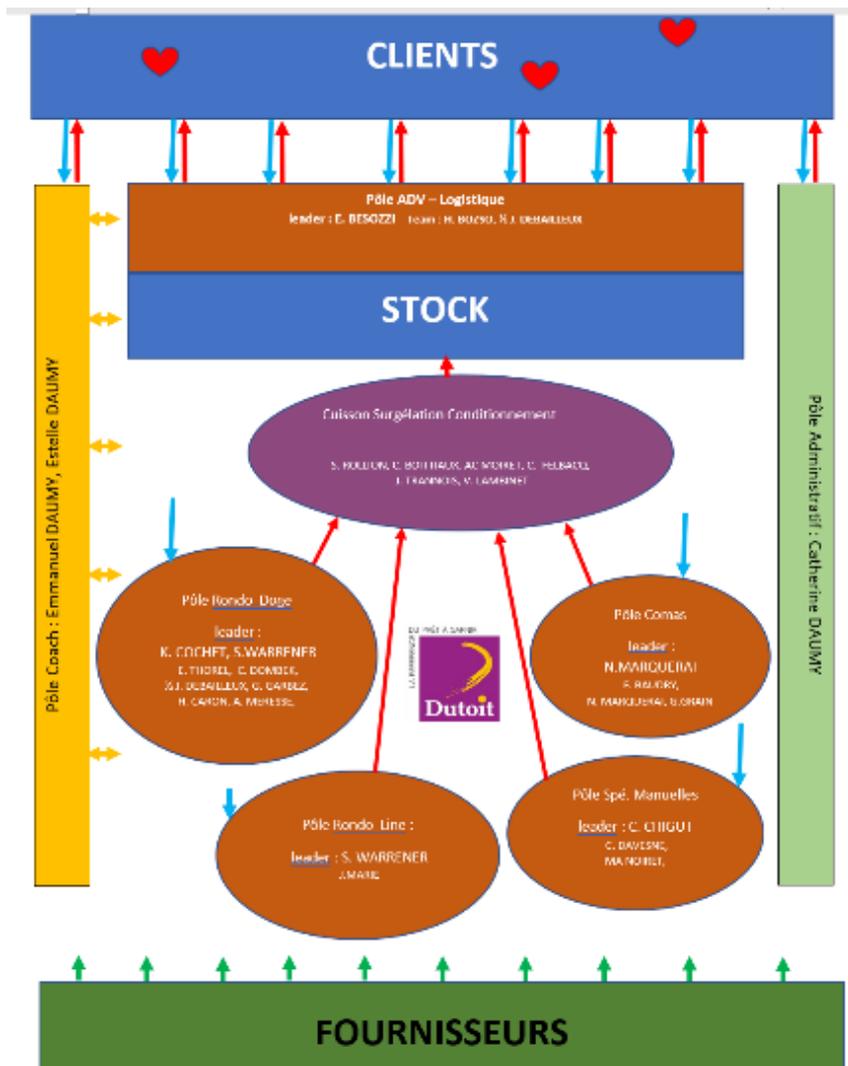
Devant ces échecs, nous avons échangé avec les collaborateurs et avons conclu que la fonction de responsable de production pouvait être assurée dans chaque atelier plus simplement, en communiquant davantage et en respectant les règles d'hygiène et de traçabilité. De là, inspirés par le mouvement de **l'entreprise libérée**, nous avons décidé de changer notre façon de manager l'entreprise.

Le constat de base sur lequel nous nous sommes appuyés est que le **niveau d'engagement et d'implication des collaborateurs** est divers, mais répond à quelques grands archétypes :

- ceux qui **sont engagés et impliqués** (souvent peu nombreux) ; ils doivent être identifiés et s'identifier et avoir les moyens de s'épanouir et de jouer un rôle dans la vie de l'entreprise.
- ceux qui **s'impliquent par devoir** ; ceux qui font leur travail.
- enfin, il y a les quelques-uns qui sont **non impliqués et désengagés** (dont on parle le plus) ; il faut les gérer et progressivement les orienter vers une solution dans laquelle ils s'épanouiront le plus.

La SAS DUTOIT a ainsi fait évoluer, comme nous l'avons déjà évoqué, son mode de management depuis janvier 2016, expérimentant un **modèle plus participatif** (en réalité co-élaboratif) de son organisation ; le but étant de permettre aux collaborateurs de **s'impliquer et de progresser** s'ils le souhaitent.

Notre organigramme a évolué vers le suivant :



Cet organigramme positionne le client au sommet des préoccupations de tous.

Les responsabilités organisationnelles de chaque atelier sont ramenées des pôles bien identifiés.

Au sein de chaque pôle, un **leader volontaire** est choisi par les co-équipiers. Le leader anime son pôle et rend compte de ses résultats par rapport aux objectifs (planning, point 5 min quotidien, analyse des problèmes, conduite des plans d'actions...).



Le « Pôle Coach » est là pour orienter, aider, épauler les pôles dans l'organisation quotidienne.

Ce mode de management co-élaboratif n'a rien de statique : il se doit **d'être dynamique et modulable** (en fonction des situations et l'état de chaque collaborateur).

Parallèlement à cet organigramme opérationnel, nous avons construit des groupes de travail transversaux constitués de volontaires de chaque pôle. Le plus important est la « Team Abeilles », groupe de 7 représentants du personnel assurant le rôle des DP, du CHSCT et de l'animation de l'esprit de l'entreprise. Ce groupe se réunit tous les mois et assure les tournées mensuelles sur les risques et la sécurité. En plus, nous avons la « Team Maintenance » et la « Team Conditions de travail ».

Après **4 ans d'expérimentation** de ce mode de management, nous considérons que la part de salariés **engagés impliqués est de près de 40%**, celle d'**impliqués de 50%** et nous n'avons que 10% de désengagés ce qui est peu.

Lors des entretiens annuels, nous évaluons la satisfaction des salariés devant l'évolution managériale :

- 100% des collaborateurs sont satisfaits de cette évolution
- Le taux de satisfaction dépasse 75%

En matière décisionnelle, toute décision est traitée comme une résolution de problème. On pose la problématique, on l'analyse, on étudie les différentes options possibles ; le leader prend la décision, définit le plan d'actions résultant et conduit ce plan d'actions jusqu'à l'analyse du résultat. Le résultat peut être négatif ; tout le monde a le droit à l'erreur.

**10) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes aux enjeux RSE liés à votre activité ? Précisez vers quelle partie prenante**

Nous mettons en avant en permanence nos **engagements** tant sur le plan professionnel, que managérial qu'organisationnel... sur les effets de notre politique sur sa bonne dynamique.

Dès le second trimestre 2020, une « Team RSE » sera constituée avec un volontaire de chaque pôle pour **co-construire les objectifs, relayer les actions engagées, sensibiliser, remonter les idées...** Par ailleurs, chaque semaine, nous diffusons en interne « DUTOIT INFOS » sur un écran de télévision dans lequel le sujet RSE aura son chapitre systématique.

Nous valorisons auprès de nos clients **l'origine française et locale** de l'approvisionnement de nos matières premières quand cela est possible.

Nous appartenons à plusieurs réseaux (Agrosphères, RésorRH, L'Aisne une chance, CAE, et maintenant Réseau Alliances...) pour présenter nos démarches, pour apprendre des autres...

## **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...).**

Notre entreprise emploie 60 % de femmes.

Nous avons embauché un travailleur handicapé

Nous sommes actifs dans des associations destinées à aider les jeunes (CAE) ; nous avons également engagé une démarche de reconversion d'un jeune demandeur d'emploi en lui proposant une formation certifiante (dans le cadre d'AGROCOSM porté par le RESO RH).

Co-leader du Club L'Aisne, une Chance, nous co-animons le Club des Entreprises Inclusives de l'Aisne.

### **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 efforçons de centrer nos achats sur des approvisionnements **locaux et nationaux**.

## **3. RELATIONS & CONDITIONS DE TRAVAIL**

---

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

Pour nous, un bon collaborateur est avant tout quelqu'un avec **un savoir-être correspondant aux valeurs de l'entreprise**, quelqu'un qui a envie de s'investir, de progresser. Le savoir-faire peut être acquis avec la transmission

des experts métier de l'entreprise. Le recrutement est donc **progressif** : commençant souvent par une période d'intérim, puis un CDD et enfin un CDI quand chacun a validé sa compatibilité avec l'autre.

Nous avons formalisé un **parcours d'intégration** :

Le nouvel entrant est pris en charge par un membre du Pôle Coach, avec présentation de l'entreprise et des locaux ; un livret d'accueil est lu et signé. Un parrain « technique » qui va accompagner le nouvel arrivant dans sa prise de poste. Il lui présente les « Fiches savoir et devoir » qui concernent son poste, lui montre, valide l'acquisition de ce qu'il doit savoir. Un document d'accompagnement est alors validé par le parrain.

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

Nous sommes très sensibles à cette dimension notamment au travail de l'activité des Teams « Risques et Sécurité » et « Conditions de Travail ». Dans le proche futur, nous avons décidé de structurer encore plus ce groupe de travail avec une démarche écrite, tant dans l'identification des besoins, que des mesures prises, que des actions réalisées.

Aussi, nous nous fions aux rapports de visite de l'inspecteur de la CARSAT et de l'Inspection du Travail pour réaliser des améliorations en permanence.

Le document unique existe et réactualisé chaque année.



Jusqu'à maintenant, dans le cadre de notre politique de lutte contre les TMS (préoccupation intrinsèque de notre type d'activité, avec des tâches répétitives sollicitantes), nous avons traité des problématiques identifiées par nos réflexions collectives. Ainsi, nous avons **modifié la hauteur** des tables de travail pour les adapter aux différentes activités (plaquages, conditionnement...).

Nous venons d'acheter un **exosquelette** pour le tester sur quelques activités où la manipulation répétitive de charges a été jugée à risque. Si cette expérience s'avère positive ; nous investirons dans 2 autres pour équiper des opérateurs aux tâches similaires.

Nous sommes également en train **d'équiper nos chariots de cuisson de poignées** afin de faciliter leur traction et d'éviter les chocs, sources d'accident.

Nous avons investi dans des plateaux de transport avec table levante pour aider la manipulation des sacs...

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

Nous attachons une grande importance à la préparation et à la conduite des **entretiens annuels** et professionnels pour mesurer la satisfaction de nos collaborateurs et identifier les besoins en évolution, en formation qui leur permettraient de s'épanouir davantage.

Le principe fondamental de notre management est de donner les moyens nécessaires à tout collaborateur désireux de progresser, par la formation ou par l'expérimentation. Ainsi, nous avons permis à 2 opérateurs de réaliser un CQP chef d'équipe et d'obtenir un diplôme et d'évoluer. Nous avons permis à une collaboratrice de réaliser une formation de management d'unité et d'obtenir un diplôme.

Suite à un risque d'inaptitude d'une salariée qui a eu un gros problème de dos, compte tenu de son expertise et de sa connaissance de l'entreprise, nous lui avons proposé un nouveau poste pour la maintenir à l'emploi. Elle assure maintenant le suivi qualité, la formation des opératrices de conditionnement, elle accompagne les nouveaux entrants...

Aussi, dans le cadre du recrutement d'un opérateur saisonnier par cooptation interne, ce jeune déçu de sa formation initiale, mais doté d'un excellent savoir-être vient d'être inscrit dans un programme de formation certifiante (AGRO-COSM avec le RESO RH) pour devenir conducteur de ligne.

Nous formons chaque année **1/3 de nos salariés** ; en 2019, nous avons concentré les efforts de formation sur les 2 axes suivants :

- **Mieux se connaître et travailler ensemble**

Satisfaction du client interne

Développer des compétences de communication interne pour améliorer les relations entre collaborateurs (8 salariés – 80 heures)

- **Les fondamentaux de l'amélioration continue**

S'impliquer dans une démarche *lean* de la théorie à l'action

Construire des outils du *lean* pour accentuer les compétences collaboratives (8 salariés – 80 heures)

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

Dans le cadre de notre management, nous avons un groupe de travail transversal dont la thématique est « Conditions de Travail et Sécurité ».

Le groupe des représentants du personnel « Les Abeilles » ont en charge non seulement l'interface avec la Direction pour tout sujet de **dialogue social** mais aussi celui **d'animer l'entreprise** : organisation de repas et moments festifs, concours de pâtisserie...

Comme nous l'avons déjà évoqué, chaque Pôle tient quotidiennement un point 5 min pour parler des performances et des problèmes qui ont pu se poser. Cette démarche de résolution de problème a réellement libéré la parole et c'est un des facteurs qui accompagne le bien-être des collaborateurs.

Aussi, nous organisons chaque année 2 réunions bilans, suivies de moments conviviaux avec l'ensemble des collaborateurs pendant le temps de travail.

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

L'Homme est au cœur de notre entreprise ; notre savoir-faire est fondé sur la maîtrise des recettes et du geste de nos collaborateurs. La qualité, qui est le point fort de notre positionnement, repose essentiellement sur le sérieux et le professionnalisme de nos collaborateurs.

Nous commençons à recruter sur recommandations de salariés de l'entreprise, ce qui est bien le signe que les salariés sont contents et satisfaits. Les salariés sont les meilleurs ambassadeurs de la société.

### **3.1 ENVIRONNEMENT**

---

**18) Quelles sont les ressources nécessaires à votre activité ? (matières premières, eau, énergies)**

Nous consommons du gaz et de l'électricité pour la production de froid et pour les cuissons.

Nous avons besoin de matières premières pour lesquelles nous nous efforçons de privilégier le local (80% des achats dans un périmètre de moins de 200 km).

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

Déchets : dans notre métier, il est déjà important d'intégrer la **valorisation des co-produits** (rognures), soit en les réintégrant dans le process global, soit en fabriquant des produits secondaires tels que décors de plats, soit en créant de nouveaux produits tels que les feuilletés caramélisés (pour faire des mille-feuilles ou desserts à l'assiette).

Nous pratiquons le **tri des déchets** (plastique, carton, déchets organiques...) et orientons l'évacuation de ces derniers vers des circuits spécialisés de traitement et de valorisation. Ainsi, l'ensemble de nos rognures de pâtes est récupéré par un prestataire certifié (TROTEC) qui les transforme en aliment pour animaux.

Création d'un rucher avec d'autres entrepreneurs : nous avons créé, avec une dizaine d'entrepreneurs locaux un rucher destiné à lutter contre la disparition des abeilles et à produire des petits pots de miel que l'on diffuse auprès de nos clients et de nos collaborateurs avec un message éco-responsable.

En plus de ce rucher collectif, nous avons implanté une **première ruche sur le site** pour produire le miel qui sera utilisé **dans les productions de biscuits** ; nous allons accroître sa taille pour pouvoir être auto-suffisant. Le miel viendra substituer du sucre inverti aux propriétés similaires, mais obtenu par réaction enzymatique ou hydrolyse chimique.

Energie : à ce jour, nous suivons l'évolution de nos consommations d'énergie en fonction de notre activité. Nous allons engager une étude pour **identifier les sources de gaspillages énergétiques** et mettre en place les actions visant à les réduire.

Nous avons également engagé une **étude de faisabilité pour équiper nos toits de panneaux solaires** afin de contribuer à notre consommation d'électricité.

Transport : nous avons mis en place **regroupements de transports** en privatisant des camions pour réaliser des tournées sectorielles, permettant de livrer plusieurs clients avec un unique camion.

Avec la « Team Abeilles » nous avons évoqué l'organisation horaires pour inciter le co-voiturage des collaborateurs ; à ce jour cette proposition n'a pas retenu l'attention en interne.

Emballages : pour le développement de notre toute nouvelle gamme de biscuits destinés à l'épicerie fine, nous avons opté pour un **étui carton recyclable**.

Nous allons également engager notre fournisseur de calage de protection de nos produits cuits (aujourd'hui en Polyéthylène) à nous proposer des **solutions éco-responsables** afin d'envisager leur substitution dans le meilleur délai.

### **3.2 BONNES PRATIQUES D'AFFAIRES**

---

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

Courant 2019, nous avons engagé des démarches de rationalisation de nos approvisionnements pour les **recentrer sur la région**, c'est déjà le cas de nos approvisionnements de calages.

En 2020, nous ré-actualisons notre fichier fournisseurs sur le plan du cahier des charges qualité. Dans ce cadre, nous avons introduit un questionnaire portant sur leur implication et démarche en matière de RSE et intégrité (voir annexe).

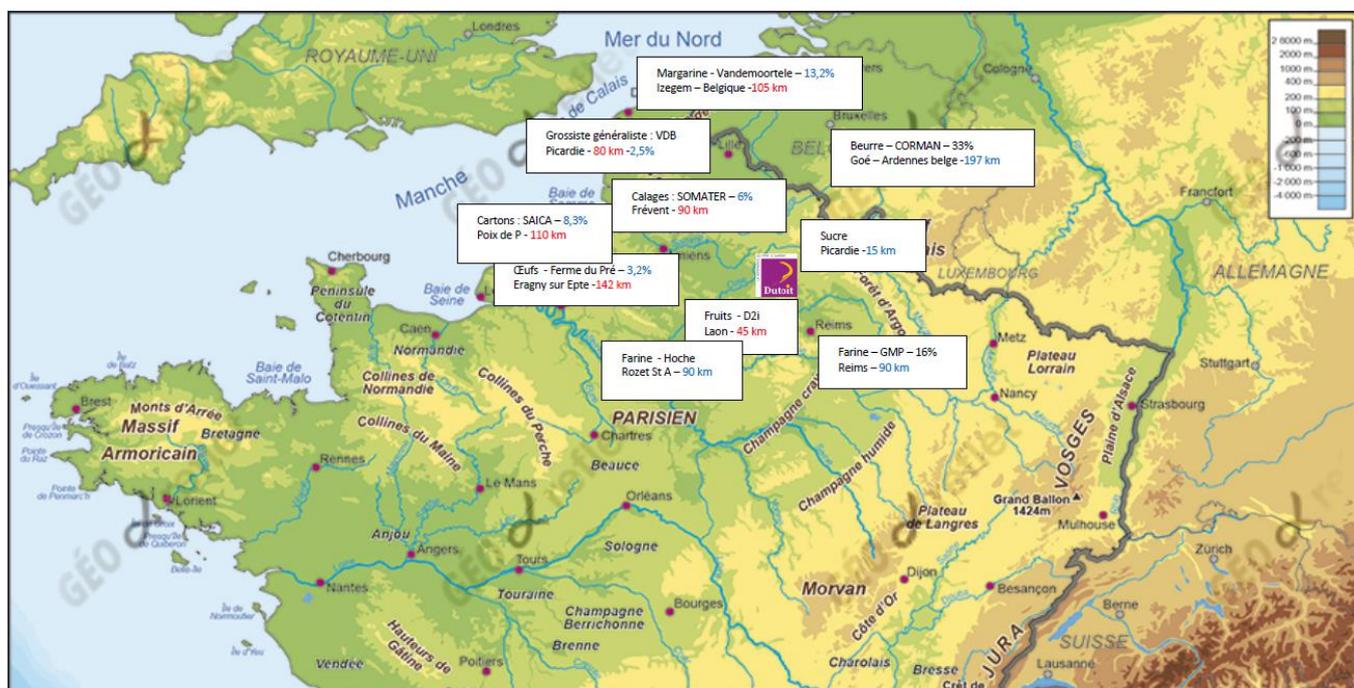
Le positionnement de nos produits a toujours été **centré sur la qualité et la naturalité de nos matières premières**. C'est pourquoi, nous avons depuis longtemps été vigilant dans le *sourcing* de nos matières premières : substitution des matières grasses à base de palme par des solutions à base d'huile de colza, suppression des matières grasses

végétales incluant des matières grasses partiellement hydrogénées...



Par ailleurs, l'exigence imposée par certains de nos clients sur l'origine des matières premières (local ou France), leur nature (liste noire d'ingrédients et additifs) n'ont fait que **renforcer cette vigilance et cette rigueur en matière de naturalité et d'origine dans notre politique d'achat**. La concrétisation de cette démarche s'est illustrée dans la conception de notre toute dernière gamme de biscuits « Les Biscuits du Vermandois » dans laquelle nous avons cherché à **valoriser l'ancrage au bassin en termes d'histoire** (design Art déco), le partenariat avec les **entreprises locales pour les matières premières** : Atelier D2I pour les fruits semis-confits, La Franco Argentine pour la confiture de lait, Agricultrice EURL FRANCOIS à 20 km de Bohain pour le beurre, miel de nos ruches... Les prochaines recettes devraient faire entrer du Maroilles, du sirop de fleur de sureau de Marles, du safran de Beaufort... Dès maintenant, nous œuvrons pour être pro-actif et structuré sur ce volet.

SAS DUTOIT - Cartographie des achats – En 2020, 80% proviennent de moins de 200 km



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

Pour l'instant aucune, mais cela fait partie de la **stratégie 2020** d'engager cette analyse et de mettre en place des actions de communication différenciante auprès des clients.

### 3.3 CLIENTS ET CONSOMMATEURS

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

Nous avons en **gamme des biscuits terroir labélisée « Terroir des Hauts de France »** qui intègre un minimum de 50% d'ingrédients d'origine Hauts-de-France.

Nous avons développé des **produits techniques** 100% France pour le marché japonais : pâte feuilletée inversée surgelée qui a résulté d'un travail de développement de *scale-up* d'une spécialité artisanale.

Notre stratégie prévoit le **développement de la vente de « prêt-à-garnir » auprès de clients situés dans un rayon de 50 km de l'entreprise** (commerces de proximité), impliquant les **collaborateurs** comme ambassadeurs, promoteurs puis animateurs de ces ventes.

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

De par la **nature de nos produits** (contenants consommables), la promesse de notre offre est de substituer des contenants plastiques ou aluminium par nos fonds. Par exemple, nous proposons une cassolette consommable en pâte brisée pour substituer les cassolettes céramiques importée de Chine ou du Portugal.

Notre communication est fondée sur les valeurs **de tradition, d'ingrédients authentiques, d'origine locale et le savoir-faire des collaborateurs de l'entreprise**. Lors de nos communications avec nos clients, nous mettons de plus en plus en avant les actions que nous menons en faveur de la protection de l'environnement, du traitement de nos déchets...

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

Nous avons **des relations partenariales de confiance** avec nos clients. Nos clients sont très fidèles.

Depuis cette année, nous intégrons dans notre future stratégie commerciale le fait de privilégier le développement commercial dans les **circuits courts**. Nous allons proposer aux salariés de présenter un produit de notre gamme dans les petites surfaces de proximité et épiceries. L'ambition est de proposer aux salariés d'être les porteurs de cette démarche de prospection et de promotion s'ils le souhaitent ; ils deviendront ambassadeurs de l'entreprise dans les magasins qu'ils fréquentent. Ils seront bien entendu intéressés au résultat de cette démarche. Il faut savoir qu'un supermarché de proximité réalise entre 1000 et 2000 € de CA par an avec les produits Dutoit.

## **3.4 ENGAGEMENT SOCIÉTAL**

---

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

L'entreprise est engagée dans le **Club l'Aisne une Chance des entreprises inclusives**. En tant que co-leader de ce Club, nous visons à rassembler une cinquantaine d'entreprises sensibles à cette dynamique. Le but est de rendre beaucoup plus lisibles et accessibles aux entreprises les dispositifs de l'état destinés à favoriser le retour à l'emploi des personnes qui s'en sont éloignées pour de multiples raisons.

Nous travaillons de concert avec la sous-préfecture, la DIRECCTE, l'Education Nationale.... Nous construisons des fiches synthétiques d'explication et d'orientation pour que les entreprises utilisent les dispositifs en place et recrutent de telles personnes après avoir été formées, accompagnées, parrainées...

L'entreprise est engagée dans une **association CAE (Comprendre Apprendre Entreprendre)** destinée à éveiller les jeunes de 4<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> aux métiers de l'entreprise (accueil de jeunes en stages d'immersion, éveil en classe, visite d'entreprise, participation aux forums des métiers).

L'entreprise parraine une mini-entreprise du collège Henri Matisse de Bohain (activité portée par l'association EPA).

Nous avons confié l'entretien de nos espaces verts à un ESAT qui emploie de travailleurs handicapés.

---

### **III/ FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS**

---

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

C'est une convergence de facteurs clés et le « bon sens » est un facteur clé de succès ; la démarche doit être portée par le dirigeant qui doit être convaincu de son intérêt et de ses bénéfices. Il s'agit d'un engagement qu'il doit transmettre aux collaborateurs engagés de l'entreprise.

Ensuite, il s'agit de sensibiliser chaque partie prenante de la nécessité de penser à l'avenir de nos familles, de notre société, devant le constat des dérives qui ont pu être pratiquées pendant les décennies passées de la révolution industrielle et économique.

Bien entendu, en plus de l'engagement et de l'implication de chaque partie prenante de l'entreprise, il ne faut pas oublier que cette dernière est destinée à générer du profit nécessaire à sa survie. Il faut donc que cette démarche permette l'offre de produits dont la qualité et le prix seront acceptés par le client. Il est donc essentiel que les arguments déployés séduisent les clients, qui sont de plus en plus sensibles à ces engagements responsables.

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

La performance de l'entreprise sera naturellement et indirectement impactée de façon positive, par le déploiement de la démarche RSE. Elle ne doit pas, à mon sens, être mise en place uniquement pour améliorer ses performances économiques.

---

## ACTE DE CANDIDATURE

---

Oui, J'accepte les conditions du règlement des Trophées de l'Economie Responsable (*voir Règlement sur [www.reseau-alliances.org](http://www.reseau-alliances.org)*)

Oui, Je m'engage à être sincère et transparent au travers de la candidature de ma structure

Cachet & Signature  
Précédés de la mention "lu et approuvé"

lu et approuvé  
