

DOSSIER DE CANDIDATURE
TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2021
Catégorie « Entreprises de 20 à 50 collaborateurs »

Fournil des Saveurs

Dossier suivi par Noémy Messi Fouda et Charlotte Coupigny, Réseau Alliances

I/ PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION CANDIDATE

1. INFORMATIONS GENERALES

Raison sociale : Le Fournil des Saveurs

Statut : SAS

Date de création/de reprise : 01/01/2009

Domaine d'activité : Boulangerie

Territoire(s) d'action : Nord et Pas-de-Calais

Effectif : 22 salariés

- 4 fonctions supports (Dirigeant, R. QHSE, Comptable, Alternant commerce)
- 9 boulangers dont 1 apprenti et 1 contrat pro
- 4 livreurs
- 5 vendeur(se)s

Adresse complète : 270 rue des Fusillés. 59650. Villeneuve d'Ascq

Personne en charge du dossier :

Nom : BOULOGNE **Prénom** : Jonathan **Fonction** : Responsable QHSE

E-mail : _____ Tél. fixe : _____ Tél. mobile : _____

Autres contact(s) : Nom(s), Prénom(s), Fonction(s), Mail(s)

LEROY Florent, Dirigeant, _____

Prix et nominations :

- Lauréat « Entreprendre autrement avec la MEL »

Certifications :

- Certification Agriculture Biologique

2. CONTEXTE & ACTIVITE

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

En août 1996, Thierry Decoster, formateur à l'institut de Genech et ancien négociant en produit phytosanitaire, ouvre, dans une ancienne ferme qu'il a retapée, un **magasin de produits bio avec un fournil intégré** au sein de la boutique. L'objectif de ce magasin était d'aider les agriculteurs bio de la région (rencontrés à l'institut de Genech) à vendre et à mettre en avant leur produit et leur savoir-faire et donc d'aider au développement de l'agriculture biologique. De plus, Thierry Decoster a toujours voulu fabriquer du pain et ce projet était l'opportunité de réaliser ce vieux rêve. Et pour lui, le pain est un très bon support de pédagogie.

Plus tard, l'activité du magasin ainsi que du fournil grandissant au fil des années, le fournil sort du magasin et intègre un bâtiment flambant neuf (à côté du magasin). La 1^{re} fournée de ce nouveau fournil sort le 28 mars 2011. Ce nouveau bâtiment, dédié à la fabrication du pain, permet aux salariés de travailler dans de meilleures conditions et de gagner en qualité de vie.

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

Les enjeux RSE ont été à l'origine de la création du fournil par Thierry Decoster. C'est la **raison d'être** de l'entreprise.

En créant ce fournil, l'objectif était de **travailler avec les agriculteurs biologiques de la région pour les aider à développer leurs exploitations et aussi permettre la conversion de terres agricoles en bio**. Pour cela, nous cherchons tous les jours à démocratiser la bio et permettre à tous de bénéficier d'un produit le plus qualitatif possible.

Afin que notre démarche soit cohérente, nous veillons en permanence à ce que notre **activité ait le moins d'impact possible sur l'environnement**.

Dans nos relations au quotidien, nous essayons d'être inclusif, c'est-à-dire **d'inclure toutes les parties prenantes dans notre démarche**. Notre objectif est de **créer un écosystème régional** tout en essayant de faire en sorte que les gens soient contents de travailler avec nous.

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

Nous postulons à ce concours, dans l'objectif de transmission de nos bonnes pratiques en termes de RSE. L'idée est de montrer que « oui, c'est possible » de faire à la fois de la « vraie » RSE et de la concilier avec des impératifs économiques.

De même, la concurrence dans le secteur du pain biologique se développe et nous souhaitons valoriser l'ensemble de notre démarche RSE pour nous différencier de cette concurrence.

Notre candidature doit nous permettre de **structurer notre démarche et d'être conseillé** sur les améliorations et/ou opportunités qui s'offrent à nous.

3. PARTIES PRENANTES

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

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

II/ VOTRE DÉMARCHE RSE

1. GOUVERNANCE

1.1. MISSION & VALEURS

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

Notre mission est de **fournir du pain biologique sur différents canaux de distribution et de permettre aux consommateurs d'avoir accès à des produits gustativement, nutritionnellement et environnementalement qualitatifs.**

6) Quelles sont vos valeurs ?

- ✓ **Cohérence** : nous mettons un point d'honneur à ce que toutes nos actions soient en cohérence avec la philosophie de l'entreprise. L'écologie s'inscrit donc dans la démarche globale du fournil au travers de différentes actions que nous menons au quotidien, des approvisionnements à la gestion de nos déchets.
- ✓ **Qualité** : nous portons une attention toute particulière à la qualité de nos pains, viennoiseries et pâtisseries qui sont fabriqués dans notre fournil car la satisfaction client est l'une de nos préoccupations majeures.
- ✓ **Partenariat** : plus que de simples relations commerciales, nous développons de véritables partenariats avec nos fournisseurs et clients.
- ✓ **Transmission** : le Fournil a toujours été un lieu de transmission de notre savoir-faire, de notre goût à fabriquer du bon pain et de notre engagement à la préservation de la planète.

1.2. ENJEUX & OBJECTIFS RSE

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

- Réduire l'**impact environnemental** de notre entreprise afin de lutter contre le changement climatique et d'offrir de meilleures perspectives aux générations futures ;
- Participer au **développement de la filière bio équitable**, notamment dans la région des Hauts-de-France en s'impliquant auprès de divers acteurs (meuniers, agriculteurs, associations de promotion de la bio). Cette filière, nous souhaitons la construire pour faire bénéficier le territoire des externalités positives (préservation de la qualité des eaux, de l'air, développement de la biodiversité, de la fertilité des sols...) ;

- Améliorer les **conditions de travail de nos salariés** en investissant dans du matériel de qualité et en adaptant l'ergonomie des postes (aide au port de charges, réduction des expositions aux poussières de farine via un dépoussiéreur, éclairage avec lumière naturelle...).

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

⇒ **Economiques :**

- Créer de la valeur économique tout en produisant de façon responsable ;
- Profiter de la loi EGALIM pour développer notre clientèle de restauration collective.

⇒ **Sociaux :**

- Créer de l'emploi grâce à notre process artisanal ;
- Développer des emplois qualifiés en ayant recours à des emplois en alternance ou en contrat professionnel ;
- Permettre aux enfants et étudiants d'avoir accès à une alimentation qualitative ;
- Développer une offre de proximité grâce à notre présence sur les marchés de plein air et dans les halles de Wazemmes ;
- Inclure nos collaborateurs dans les réflexions autour de nouveaux projets.

⇒ **Environnementaux :**

- Avoir recourt à des emballages recyclables ou compostables ;
- Diminuer nos déchets en incitant les clients à ramener leurs propres sacs à pain (tranchage du pain offert) ;
- Réduire nos émissions de gaz à effet de serre en ayant recours à des véhicules fonctionnant au biogaz et en optimisant les tournées ;
- Réduire notre consommation électrique (pose de panneaux photovoltaïques).

⇒ **Sociétaux :**

- Développer le nombre d'hectares cultivés en Agriculture Biologique ;
- Apporter les produits bio dans des structures où ce type d'alimentation est peu présent (ex : écoles, universités...).

1.3. MANAGER SON ORGANISATION AVEC TRANSPARENCE

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

Nous créons régulièrement des **groupes de travail avec nos parties prenantes** afin de les inclure dans notre réflexion.

C'est le cas avec nos **salariés** qui ont participé à des groupes de travail sur divers sujets liés à la **qualité de vie au travail** :

- Groupe de travail sur **l'ergonomie au travail** : en 2018, les salariés ont participé avec un ergonome à la réflexion autour de la réorganisation du fournil dans le cadre de l'extension du bâtiment. Nous avons été accompagnés par l'association CERTIA Interface qui a développé ce projet d'accompagnement par un ergonome, pour les entreprises qui, comme nous, sollicitaient un FACT (Fonds pour l'Amélioration des Conditions de Travail).
- Groupe de travail sur les « **travailleurs isolés** » : actuellement, plusieurs groupes de travail ont été constitués (boulangers et préparateurs-livreurs) pour identifier les situations de travail isolé et définir des pistes de réflexion pour les réduire ou les supprimer.

Ils sont également impliqués dans les projets de **recherche et développement** :

- **Développement de nouveau produit** : en 2020, lancement d'un pain norvégien par le Responsable de Production, accompagné d'une salariée tout au long du projet (de la formulation au lancement du produit).

Nous impliquons également **nos fournisseurs dans nos réflexions stratégiques** afin de bénéficier de leur expertise. C'est actuellement le cas, dans le cadre d'un projet de nouveau produit où le commercial d'un de nos meuniers participe au groupe de travail.

Nous sollicitons également régulièrement le CERTIA Interface pour nous accompagner sur des projets stratégiques. Dernièrement, ils nous ont accompagné via un groupe d'étudiants de l'ISA sur la **recherche d'emballages écoresponsables pour nos baguettes précuites**. Ce projet a abouti à la remise d'un rapport comprenant plusieurs pistes à développer pour définir notre futur emballage.

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

Nous organisons des **réunions trimestrielles** avec nos salariés. Au cours de ces réunions, divers sujets sont abordés, notamment la **gestion des déchets**. Nous sensibilisons à l'importance du tri des déchets afin de mieux les valoriser. Ces réunions nous permettent **également d'expliquer certaines orientations qui sont choisies par la direction dans le cadre de la politique RSE** (par exemple : arrêt du contrat de location et d'entretien des vêtements professionnels pour travailler avec un ESAT, ce qui nous a permis de favoriser le travail de personnes en situation de handicap et de réduire les émissions de gaz à effet de serre via la proximité de l'ESAT).

Concernant les clients, nous nous appuyons sur **nos vendeur(se)s qui transmettent nos valeurs sur nos points de vente**. Nous avons également mis en place un système de PLV pour les magasins avec lesquels nous travaillons qui permet **de sensibiliser les clients sur les qualités nutritionnelles de nos pains et sur les approvisionnements locaux de nos matières premières**.



1- PLV en magasin

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...). Précisez vos indicateurs chiffrés

Notre effectif est relativement jeune puisque la **moyenne d'âge de nos salariés est de 33 ans** et la **moyenne d'âge d'ancienneté est de 4 ans**.

Nous souhaitons que nos salariés bénéficient de **stabilité**, c'est pourquoi nous avons majoritairement recours à **des contrats à durée indéterminée**. La part de CDI dans notre entreprise est de 86%. Les 14% qui ne sont pas en CDI sont dans le cadre **de leur formation** (1 alternant commercial, 1 contrat de professionnalisation de boulanger et 1 apprenti boulanger).

Nous veillons également à ce que la **proportion de femmes** dans notre entreprise se développe. Actuellement, les femmes représentent 27% de nos salariés et elles occupent des postes variés (2 boulangères, 3 vendeuses, 1 comptable).

Nous favorisons également l'emploi de **personnel en situation de handicap**. Outre notre partenariat avec l'ESAT de Lomme pour le nettoyage de nos vêtements professionnels, l'ESAT nous met à disposition 2 travailleurs en situation de handicap qui **interviennent 3 fois par semaine**. Après une période de formation

auprès de nos boulangers, ils interviennent sur **différentes missions comme l’emballage et l’étiquetage des baguettes précuites, le façonnage manuel des pains, et l’aide à la fabrication des viennoiseries.**

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) ?

Un contrat de travail est établi pour chaque collaborateur, en adéquation avec le **code en vigueur.**

Concernant les achats, nous sommes **vigilants sur les approvisionnements hors Union Européenne.** Par exemple, pour nos approvisionnements en fruits secs, nous travaillons avec Keramis qui a mis en place un partenariat étroit avec des cultivateurs en Turquie. Ils les **accompagnent et les forment sur place** afin de développer leurs compétences. Ce partenariat permet de **garantir une juste rémunération des cultivateurs et de s’assurer des bonnes conditions de travail des producteurs.**

3. RELATIONS & CONDITIONS DE TRAVAIL

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

Concernant le recrutement, nous avons régulièrement recours à **des contrats en alternance ou des apprentis.** Nous les accompagnons tout au long de leur parcours de formation et beaucoup d’entre eux ont pu intégrer l’entreprise en CDI suite à l’obtention de leur diplôme.

Lorsqu’un nouveau collaborateur arrive dans l’entreprise, son responsable lui prépare un **parcours d’intégration** qui lui permet de découvrir l’ensemble des postes qu’il va occuper, de faire connaissance avec ses nouveaux collègues et de prendre en main progressivement les équipements qu’il va devoir utiliser. Pour certaines fonctions, le parcours d’intégration prévoit une **immersion dans chaque métier** (pétrissage, façonnage des pains, réalisation de la viennoiserie et de la pâtisserie, préparation des commandes et livraisons, vente sur les marchés et dans notre boutique de Wazemmes). À l’issue de ce parcours d’intégration, un **bilan est réalisé avec le responsable** afin de valider cette période d’intégration et répondre aux interrogations.

Pour mieux encadrer notre process d’accueil et d’intégration, nous avons pour projet de **rédiger une procédure d’accueil** qui permettra au nouvel arrivant de mieux comprendre les valeurs et les engagements de l’entreprise.

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

Nous sommes très engagés dans la prévention des risques professionnels. Le métier de boulanger est très physique et est un métier qui peut engendrer de **nombreux troubles musculosquelettiques.** Comme indiqué précédemment, notre effectif est assez jeune et pour préserver leur santé, nous mettons en place beaucoup **d’actions de prévention :**

- **Groupe de travail avec ergonome** pour réorganiser le fournil (identifier les flux, réorganiser les salles pour éviter les croisements, identifier les situations à risques et définir des mesures préventives) ;
- **Achat de 2 tables élévatrices** pour réduire le port des sacs de farine de 25kg ;

- **Achat d'un transpalette électrique** accompagnant pour le transport des palettes de matières premières ;
- **Installation d'un dépoussiéreur** permettant de réduire les poussières de farine en suspension dans le fournil (prévenir les risques d'apparition d'asthme professionnel).

De plus, notre comptable a obtenu le diplôme de salarié désigné **compétent en santé et sécurité au travail**. Elle apporte son expertise dans les analyses des Accidents de Travail pour identifier les causes des AT et identifier des mesures préventives pour **éviter la réapparition de la situation à risque**.

Il faut noter qu'en 2 ans, nous n'avons comptabilisé **qu'un seul accident** de travail.

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

Avec notre meunier Les Moulins Bourgeois, nous avons développé une **véritable relation de partenariat**. Au-delà de la relation commerciale que nous avons, notre fournisseur de farine nous offre la **possibilité de réaliser des stages de formation pour nos boulangers**. Tous les ans, un groupe de 3-4 boulangers passent 3 jours de formation au sein des Moulins Bourgeois. Pendant ces 3 jours, ils **se perfectionnent à différentes techniques** (fabrication de pains aux levains, technique de la pâte feuilletée...). Les thèmes sont choisis en fonction des **projets de l'entreprise, des problématiques rencontrées et des besoins en polyvalence** au sein de l'équipe des boulangers. Ce partenariat nous permet de former en continu tous nos boulangers.

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

Lors de la conception du nouveau bâtiment, nous avons accordé une grande importance à ce que nos salariés puissent bénéficier d'**un maximum de lumière naturelle**. De grandes baies vitrées ont été installées le long de la façade du fournil.

L'organisation que nous avons mise en place permet de favoriser le **travail de jour** pour nos boulangers et de leur permettre d'avoir 2 jours de repos hebdomadaires. Ce rythme est très apprécié par nos boulangers car c'est un rythme de travail qui leur permet de **mieux concilier leur vie de famille, ce qui est assez rare dans le monde de la boulangerie**.

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

Notre process artisanal met nos **salariés au cœur de notre entreprise**. Leur savoir-faire et leur souci du détail nous permettent de proposer des **produits de qualité à nos clients**. C'est grâce au professionnalisme de nos boulangers que nos produits sont appréciés.

4. ENVIRONNEMENT

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

Dans le métier de la boulangerie, la matière première principale est la **farine**. Nous privilégions des **farines locales**. Nous avons contractualisé avec 3 meuniers qui se situent dans la partie **Nord de la France** (Moulins Bourgeois en Seine et Marne, Biocer dans l'Eure et Moulins Waast à Mons en Pévèle).

La 2^{ème} matière première nécessaire est **l'eau**. L'eau de notre région étant très calcaire, nous avons installé un **adoucisseur** qui permet de réduire la dureté de l'eau et également un osmoseur qui permet de **réduire drastiquement les résidus chimiques** (métaux lourds, herbicide, fongicide) et médicamenteux. Ce système de filtration nous permet d'utiliser une eau la plus pure et qualitative pour nos pains.

Pour remplacer les levures, nous avons également investi dans un **fermentolevain** qui nous permet de fabriquer nous-même notre propre levain, nécessaire à la fermentation de nos pains. Cette technique nous permet de **mieux maîtriser le goût de nos pains et de réduire considérablement nos approvisionnements** en levure.

Pour faire fonctionner nos installations (pétrins, chambre de détente, chambre froide et four), nous consommons évidemment de **l'électricité**. Lors de la conception de notre bâtiment, nous avons installé **34 panneaux photovoltaïques en toiture** qui nous permettent d'autoproduire 10% de nos besoins en électricité. Pour les 90% restants, nous travaillons avec Enercoop qui est un **fournisseur d'électricité verte**, 100% renouvelable et 0% d'origine nucléaire. Enercoop produit son électricité à partir de sources renouvelables : l'eau, le vent, le soleil, la biomasse. Enercoop est d'ailleurs reconnu comme fournisseur « vraiment vert » par Greenpeace et « Premium » par l'Agence de la transition écologique.

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

Exemples : ACV, bilan carbone, bilan GES, réduction et valorisation des déchets, éco-conception, réduction des consommations d'énergie et émissions CO₂, utilisation d'énergies vertes, PDM, bâtiments, biodiversité...

- Pour chaque action, précisez vos indicateurs chiffrés.

- Electricité : autoproduction de 10% de nos besoins via nos panneaux photovoltaïques + 90% de nos besoins via un producteur d'électricité verte (100% renouvelable et 0% nucléaire).
- Bâtiment : Structure du bâtiment entièrement conçue en bois issu de forêts gérées durablement. Bâtiment orienté de façon à pouvoir bénéficier d'un chauffage naturel du bâtiment, ce qui nous permet de ne pas avoir à chauffer le laboratoire.



2- Panneaux photovoltaïques en toiture du Fournil

- Transport : Toutes nos livraisons situées dans et autour de la métropole lilloise sont réalisées en interne via 2 camionnettes. Nous avons 1 camionnette qui fonctionne au biogaz, ce qui nous permet de réduire nos émissions de gaz à effet de serre de 20%. L'objectif pour la fin d'année est de passer la 2^e camionnette également en biogaz, ce qui nous permettrait de réduire nos émissions de gaz à effet de serre d'environ 40%.

- **Déchets :** Concernant les déchets alimentaires, nous venons de contractualiser avec l'entreprise Gecco. Ce nouveau partenariat va nous permettre de mieux quantifier nos quantités de déchets (traçabilité de tous les ramassages), de travailler avec une entreprise locale (située à Avelin) et de favoriser le compostage de nos déchets alimentaires dans un 1er temps puis dans un 2^e d'aboutir à un projet de méthanisation de ces déchets via un agriculteur situé dans le secteur de la Pévèle. De plus, pour limiter le gaspillage alimentaire, nous mettons nos invendus sur le site Too Good To Go, ce qui permet aux clients de cette plateforme de bénéficier de nos produits à prix réduit. S'il nous reste trop d'invendus, nous proposons nos pains à la banque alimentaire.
Concernant nos déchets cartons/papiers, nous venons de mutualiser l'utilisation de la presse qui se trouve au magasin Biocoop, positionnée à côté de notre fournil. Cette mutualisation permet de fabriquer des balles de cartons/papiers qui sont reprises par le camion de livraison Biocoop et prises en charge par la plateforme Biocoop. De plus, sur notre point de vente à Wazemmes, pour réduire la production de déchets via nos sachets de pains, nous offrons le tranchage des pains aux clients qui viennent avec leur propre sac à pain.

5. BONNES PRATIQUES D'AFFAIRES

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

Il est important d'assurer de la **stabilité à nos meuniers**. C'est pour cela que nous avons contractualisé nos relations avec l'ensemble de nos meuniers.

Comme indiqué précédemment, nous cherchons à **lier de véritables partenariats avec nos fournisseurs et cherchons à aller plus loin que de simples relations commerciales**. D'ailleurs, le fait de partager des valeurs communes (Agriculture Biologique, respect de l'environnement...) facilite les échanges et permet d'entretenir de bonnes relations. Nous voulons que nos partenaires aient plaisir à travailler avec nous et inversement. Voici quelques exemples :

- Avec les **Moulins Bourgeois** (fournisseur de farine), nous les consultons régulièrement sur des **problématiques techniques** (ex : changement de recette avec le passage au levain pour nos baguettes précuites) ou des **projets d'innovation** (groupe de travail pour le lancement des baguettes précuites et actuellement groupe de travail pour l'élaboration d'un pain de mie pour les rayons libre-service). De plus, nous travaillons ensemble pour la **formation continue** de nos boulangers (détaillé précédemment).
- Avec **Biocer** (fournisseur de farine), nous nous sommes alliés pour **repandre une boulangerie en région parisienne**, *La couronne des Près*, afin d'y développer nos valeurs communes, à savoir la fabrication artisanale de pains gustativement et nutritionnellement qualitatifs tout en préservant l'environnement.
- **OG Boulangerie** est un fournisseur de pains sans gluten. Avant de démarrer son activité, son fondateur est venu nous rencontrer pour nous présenter son projet de boulangerie sans gluten. À l'époque, nous fabriquions des pains sans gluten mais ce n'était pas notre cœur de métier et le résultat n'était pas très qualitatif. Après avoir échangé avec lui, nous l'avons mis en relation avec le gérant **de la Ferme du Sens** (le site où nous sommes installés), qui lui a trouvé un local pour s'installer à côté de notre fournil. Pour l'aider, nous avons créé un **partenariat gagnant-gagnant** : nous proposons ses produits sans gluten à nos clients qui passent commande directement sur notre outil informatique, OG fabrique les pains commandés et nous nous occupons de la livraison. OG peut donc bénéficier de notre clientèle,

de nos outils de communication, de notre outil informatique et de notre logistique et nous, nous pouvons proposer de meilleurs produits à nos clients.

D'ailleurs, concernant **l'approvisionnement de nos farines**, il faut savoir que la France est déficitaire en céréales bio et a beaucoup recours à l'importation. Nous mettons un point d'honneur à n'utiliser que de la **farine issue de blés cultivés en France**.

De plus, nous cherchons à relocaliser nos approvisionnements au plus proche du Fournil (beurre, œufs...) et privilégions des partenaires locaux **afin de faire vivre le territoire** :

- Moulins Waast (farine) : Mons-en-Pévèle
- Patisfrais (matières premières + matériel de boulangerie) : Steenvoorde
- Vandebulcke (matières premières + matériel de boulangerie) : Bondues
- Paredes (matériel d'hygiène) : Bondues
- Pallas Athena (matériel d'hygiène) : Fretin
- Cedinord (matériel et dépannage informatique) : Villeneuve d'Ascq
- AN métrologie (maintenance) : Courcelles-lès-Lens
- Exupro (maintenance) : Faumont
- Gobert (fournisseur et maintenance de matériel de boulangerie) : Marquette-en-Ostrevant
- ESAT Malécot (nettoyage des vêtements professionnels) : Lomme
- TCS (transport) : Lesquin
- King Flocc Pro (vêtements professionnels) : Tourcoing

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

Nous souhaitons développer un **écosystème régional de la bio** et **voulons garder des relations saines avec nos concurrents afin de permettre le développement de l'offre bio dans la région**. C'est pourquoi, lorsque Biocoop a lancé un nouveau magasin à Bouvines, nous nous sommes coordonnés avec notre concurrent, la boulangerie Alvin, pour **éviter d'être dans une concurrence malsaine**. En accord avec le magasin, nous nous sommes répartis les jours de livraisons de pains au magasin.

6. CLIENTS ET CONSOMMATEURS

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

Notre entreprise offre à nos clients de pouvoir **consommer du pain bio fabriqué avec des ingrédients locaux, dans un fournil écoresponsable**.

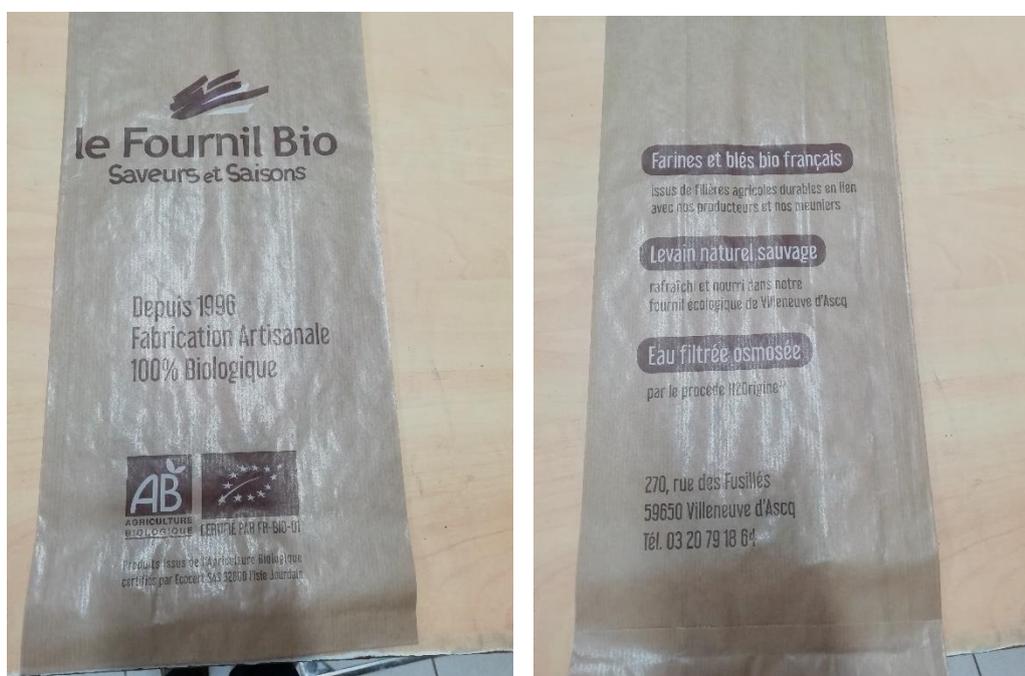
23) Comment sensibilisez-vous vos clients/consommateurs à la consommation responsable ?

Tout d'abord, nos vendeur(se)s, sur notre point de vente à Wazemmes et sur les marchés de plein air, **véhiculent nos valeurs et jouent donc un rôle essentiel dans la sensibilisation des consommateurs**.

Nous communiquons également via nos sachets de pains et nos camions de livraisons.



3- Camionnette de livraison



4- Emballage pain

Ensuite, nous travaillons avec quelques **cantines scolaires** et nous participons régulièrement à des commissions « Menu » dans ces établissements afin de présenter nos produits et leurs bienfaits aux parents d'élèves.

De même, lorsque nous avons décroché le marché avec le CROUS, le dirigeant du Fournil a fait la tournée de tous les restaurants universitaires pour **rencontrer les chefs de cuisine et leur détailler notre processus de fabrication et les sensibiliser à nos valeurs, notamment l'agriculture biologique et la lutte contre le gaspillage.**

Par ailleurs, notre philosophie a toujours été de **transmettre nos valeurs mais aussi notre savoir.** C'est pour cela que le Fournil a toujours été comme un lieu ouvert. Nous organisons **régulièrement des visites avec des écoles** (exemple : professeur de SVT pour mettre en application la fermentation). De même, avant la crise du Covid-19, nous organisons **tous les mois un atelier pains avec nos clients.** Ces journées étaient de véritables moments **de transmission de nos savoir-faire, de partage avec nos boulangers et de sensibilisation** sur la

consommation écoresponsable. C'est une activité que nous souhaitons reprendre dès que les conditions sanitaires nous le permettront.

Nous profitons également du salon Naturabio qui a lieu tous les ans, en novembre, à Lille Grand Palais pour **créer encore plus d'échanges avec nos clients**. Cela permet également de sentir les nouvelles tendances (exemple : le sans gluten).

Enfin, pour améliorer notre communication, nous sommes en train de développer notre site web qui devrait être mis en ligne d'ici avril-mai.

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

Nous misons beaucoup sur la **proximité avec nos clients et l'accessibilité à nos produits**. Pour cela, nous distribuons nos produits sur les **marchés de plein air**. Notre responsable « marchés » est présent tous les vendredis sur le marché de La Madeleine, les samedis sur le marché de Croix et les dimanches sur le marché de Lille, place du Concert. Cette présence sur les marchés de plein air, couplée à notre stand de vente sous les halles de Wazemmes, nous permet de **faciliter les échanges sur leurs ressentis ou leurs interrogations**.



5- Point de vente sous les halles de Wazemmes

Nous vendons également nos produits au travers de la **plateforme « Le Court-circuit »** qui offre une visibilité aux producteurs de la région et **permet aux consommateurs soucieux de privilégier les acteurs locaux** de pouvoir facilement consommer des produits cultivés et/ou fabriqués dans la région. Nous accordons une grande importance à ce type de partenariat car il permet aux consommateurs de **consommer facilement, de façon plus responsable**.

7. ENGAGEMENT SOCIÉTAL

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

Nous sommes fortement engagés auprès des associations **A Pro Bio et Bio** en Hauts-de-France qui œuvrent pour le développement cohérent, durable et solidaire de la filière bio en Hauts-de-France.

Nous collaborons également avec **l'association CERTIA Interface** qui nous accompagne et nous conseille dans nos différents projets (organisation d'un groupe de travail avec une ergonome pour favoriser la qualité de vie au travail).

Nous avons développé de **fortes relations avec la mairie de Lille** dans le cadre de notre présence sous les halles de Wazemmes car nous partageons la volonté de **faire vivre ce lieu historique, populaire et convivial** (tous les ans, co-organisation d'un grand brunch sous les halles ; Co-organisation de la quinzaine du commerce équitable...).

Enfin, comme développé précédemment, notre **partenariat avec l'ESAT Malécot de Lomme** nous permet de favoriser l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap. À la base, ce partenariat a démarré avec la mise à disposition de 2 travailleurs handicapés, 3 fois par semaine au fournil. Depuis, nous leur avons délégué la prestation de nettoyage de nos vêtements professionnels et la confection de nos couches de lin sur lesquels les pâtons sont déposés pour l'étape de la fermentation.

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).

La philosophie RSE est la **raison d'être de cette entreprise**. Le fondateur, Thierry Decoster a toujours porté les **valeurs de la RSE dans le développement du fournil**, ce qui a largement facilité **l'adhésion du personnel de l'entreprise**.

Ensuite, cette volonté de **privilégier des partenariats avec des parties prenantes** qui partagent nos valeurs est également un facteur clé de réussite. Nous travaillons tous dans le même sens, ce qui rend **les relations plus efficaces**.

Enfin, le fait de s'engager dans une démarche RSE aussi développée ne doit pas mettre de côté la rentabilité économique de notre structure. Il est donc important **de faire adhérer nos clients à nos valeurs via notre proximité et nos actions de sensibilisation**.

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

Ces dernières années, dans le cadre des marchés publics, nous observons que **nous sommes challengés** sur ces questions relatives à la RSE. Le fait d'avoir une démarche qui soit ancrée depuis le début de l'aventure du Fournil est un **véritable avantage compétitif et concurrentiel**, surtout depuis que la concurrence se développe.

Sur les magasins bio, nous sommes connus et reconnus pour avoir **toujours privilégié les farines françaises, les approvisionnements locaux, la protection de l'environnement**. Nos clients savent que nous sommes sincères. Il ne s'agit pas d'une simple démarche commerciale ou marketing. **La cohérence est la 1^{re} de nos valeurs et elle nous permet d'avoir une vraie légitimité auprès de nos clients**.



6- Communication dans un magasin client

ACTE DE CANDIDATURE

X J'accepte les conditions du règlement des Trophées de l'Economie Responsable (voir Règlement sur www.reseau-alliances.org)

X 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"