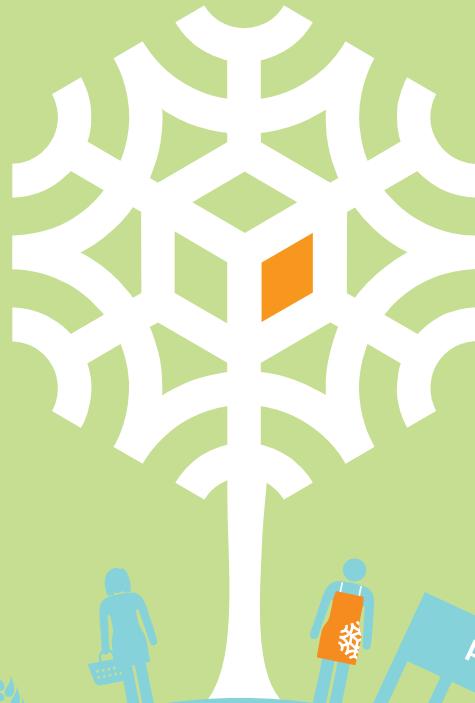


# Développement durable



Rapport 2013

**picard**

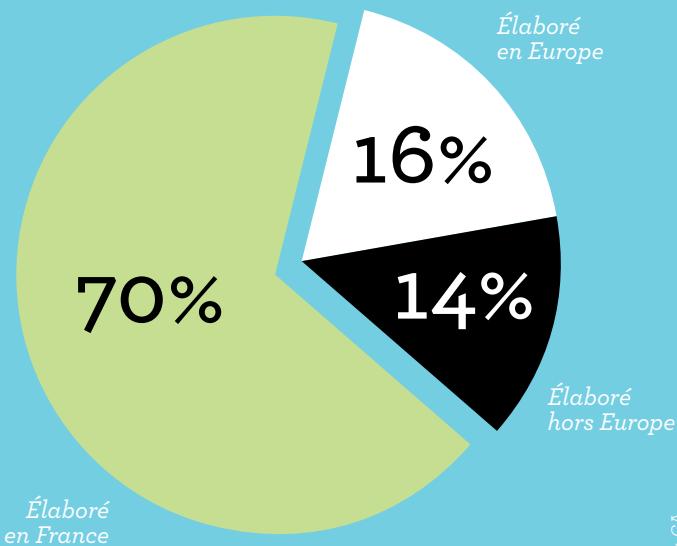
*Chaque jour a un goût nouveau*





# À l'origine de nos produits : le choix d'une démarche responsable.

## UN CHOIX MADE IN FRANCE



70%\* de nos produits sont fabriqués en France

Nous privilégions la France pour l'élaboration de nos produits, et nous efforçons de proposer une offre qui valorise les savoir-faire régionaux comme les mirabelles et quetsches de Lorraine, le veau de l'Aveyron, et les Saint-Jacques de Saint-Brieuc.

\*71% en nombre de références qui représentent 69% du CA.

## UNE VIANDE BLEU-BLANC-ROUGE



73% de nos viandes sont issues du sol français et notre viande de bœuf est **100% française\***.

\*La mention « production française » est apposée uniquement sur nos produits d'origine française alors que la mention « élaboré en France » vaut pour des ingrédients venant d'un autre pays mais dont les opérations de transformation se déroulent sur le territoire français.

# 34

## RÉFÉRENCES BIO

Pionnier sur son marché, Picard propose ses produits issus de l'agriculture biologique depuis 1998.

## DU FILET DE PÊCHE À L'ASSIETTE

95% de nos produits de la mer suivent le processus de simple surgélation et transformation immédiate dans le pays de pêche.



Pêcheur → Criée → Transformateur Pays de pêche  
→ Conditionnement → Entrepôts Picard → Magasins Picard

« Contrairement à une pratique répandue, nos poissons ne sont jamais transférés en Asie pour y être découpés à bas coût. Notre volonté est de réduire le nombre d'étape et de raccourcir les distances. »

Élizabeth Bouton, directrice qualité Picard

DEPUIS 2010,  
PICARD S'ENGAGE  
pour une pêche durable et bien gérée.

# 21%

de nos produits de la mer labellisés MSC\* soit +20% en un an.



\*Marine Stewardship Council.

« Cela fait 14 ans que je travaille avec Picard : cela a commencé dans la confiance et cela reste le cas aujourd'hui. Leur cahier des charges est exigeant, mais cela nous permet d'être à la pointe et moins sensibles à la concurrence. »

Hervé Favrou, Coq Marée (Dieppe)



# Élaboration de nos produits : un savoir-faire authentique.

## AU PLUS PRÈS DU NATUREL



## LE VRAI PLUS C'EST CE QU'IL Y A EN MOINS

Nos produits sont conçus de manière à ce que nos clients ne consomment pas plus de

**6g** de sel maxi par jour

Notre taux limite de sel est conforme aux recommandations nutritionnelles du PNNS\*. Exemple : pour un potage de 300 g, cela représente 0,75 g de sel.

\* Programme National Nutrition Santé.

**58 000** analyses/an sur nos produits

+16% par rapport à 2012

**317 lots refusés** (209 en 2012)

moins de **45 réclamations** par million d'unités vendues.

## UNE HISTOIRE DE FAMILLE

**50%** de notre CA\*

réalisé avec des fournisseurs avec qui nous travaillons depuis **plus de 15 ans** et **75%** avec des fournisseurs de **plus de 10 ans.**

« Nous travaillons avec Picard depuis 1977. La traçabilité, la sécurité, se sont renforcées, les volumes ont très fortement augmenté. »

Patrick Stempfél, Kermad, Brest

## CULTIVEZ LA FRAÎCHEUR DANS L'ASSIETTE

**73%** de nos légumes bruts\* sont surgelés **moins de 2 jours** après la cueillette

Plus un produit est fragile, plus nous le surgelons vite afin de préserver ses vitamines. Ainsi, nos fleurettes de brocolis et fèves extra-fines sont surgelées moins de 2 jours après la cueillette.



Diminution de l'huile de palme depuis **2011.**

Seuls 8% de nos produits contiennent de l'huile de palme et 100% de notre huile de palme est compensée par l'achat de certificats GreenPalm soutenant la production de palme durable.

## LE PLEIN DE VITAMINES



Des études récentes\* montrent que les produits surgelés peuvent être **comparables** du point de vue nutritionnel aux produits frais juste après récolte. Ces derniers perdent progressivement leurs vitamines dès le 1<sup>er</sup> jour de stockage, alors qu'elles se conservent plus longtemps à l'état surgelé.

\* Source : Leatherhead Food Research (R. Burch. Nutritional content of fresh vs frozen foods. Leatherhead Food Research. 19/04/2013).

« Nous travaillons avec Picard depuis 1982, année de la création de Freshpack. Avec une équipe dédiée à Picard, nous avons une collaboration étroite et une pensée produit-qualité-nouveauté définitivement orientée en priorité vers Picard. »

Jacques Dutertre, Freshpack, Boulogne-sur-Mer

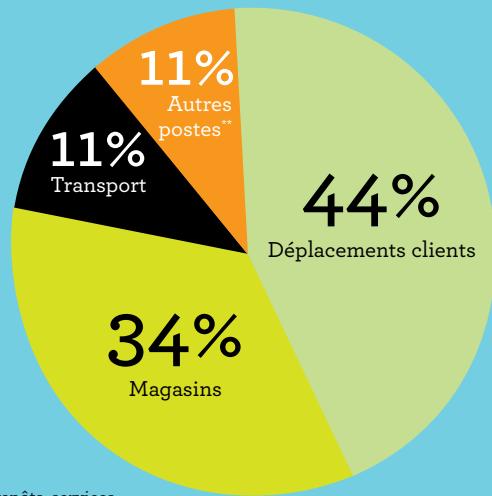
\* Chiffre d'affaire.



# Transport & distribution : une constante recherche d'optimisation.

## CARBONE : ON FAIT LE BILAN

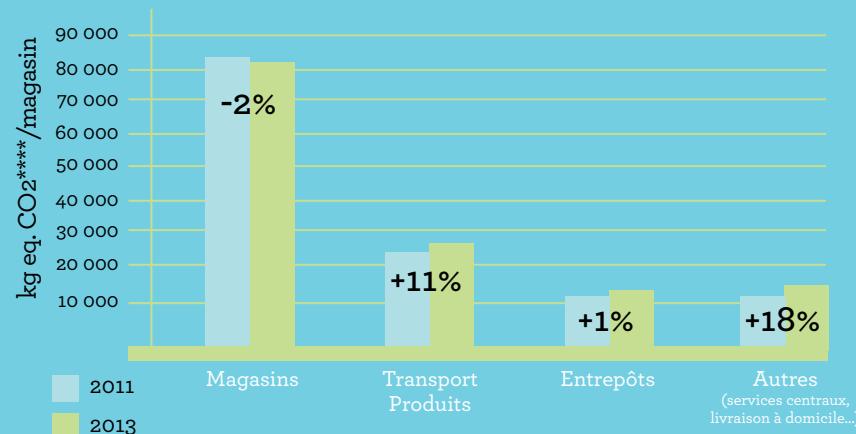
Bilan carbone 2013  
Total = 224 000 T eq. CO<sub>2</sub>\*



*Notons que malgré une augmentation globale de nos émissions essentiellement portée par une hausse de nos investissements informatiques et une moins bonne performance de nos transports\*\*\*, nos magasins ont réduit leurs émissions de 2%, grâce à une plus faible consommation énergétique et une baisse des fuites de fluides frigorigènes.*

\*\*\* Générée par de plus petites commandes et des camions moins bien remplis.

## Évolution du bilan carbone entre 2011 et 2013 (émissions de gaz à effet de serre ramenées par magasin)



\*\* Entrepôts, services administratifs, livraison à domicile, laboratoire...

**-2% d'émission** pour nos magasins grâce à une plus faible consommation énergétique et une baisse des fuites de fluides frigorigènes.

## NON AU GASPILLAGE!

Seulement  
**1%**

de nos produits fabriqués est jeté au cours de la distribution :  
0,5% par Picard + 0,5% par nos clients

## TOUJOURS PLUS DE TRI

Nous nous engageons à faciliter le tri chez nos clients en indiquant les consignes de tri de chacun des éléments d'emballages sur la majorité des produits Picard.



~~40 millions DE SACS/AN~~

depuis la suppression des sacs gratuits en 2010

et la mise en avant de supports plus écologiques :  
sac cabas, cartons, glacières...

« Depuis plus de 20 ans, Picard Surgelés adhère à Eco-Emballages, l'éco-organisme qui pilote la collecte, le tri et le recyclage des déchets d'emballages ménagers en France. L'enseigne a souhaité renforcer son engagement en signant fin 2012 le Pacte Point Vert, qui réunit une communauté d'entreprises s'engageant à produire autrement, trier mieux et recycler plus d'emballages ménagers. »

Caroline Bourhis, responsable relations entreprises chez Eco-Emballages



# Transport & distribution : une constante recherche d'optimisation.

## ÇA CARTONNE !

Depuis 2010,  
**220 emballages**  
ont été améliorés chez Picard.



**-30** tonnes  
de déchets



## DES CAMIONS PLUS VERTS EN TEST



Camion EURO 6 avec groupe  
frigorifique plus puissant.

Ce camion frigorifique sera conforme  
à la norme EURO 6 et équipé d'une boîte robotisée,  
ce qui permettra de réduire  
ses émissions de particules et de CO<sub>2</sub> :  
verdict dans un an !

Groupe frigorifique cryogénique  
au CO<sub>2</sub>.

Ce camion produit du froid sans utiliser de moteur,  
simplement en détendant un fluide comme  
le CO<sub>2</sub> ou l'azote. Le CO<sub>2</sub> étant le plus performant  
d'un point de vue environnemental, son empreinte  
carbone totale représente un quart de l'empreinte  
d'un moteur thermique classique.

## 3 IDÉES POUR UN TRANSPORT PLUS PROPRE

Améliorer le taux de chargement  
des camions et réduire  
les distances parcourues.



La livraison urbaine de nuit :  
une expérience à prolonger... chaque jour.

Cette expérience conduite à Lyon permettra de :

- Réduire les temps de trajet et les émissions polluantes.
- Diminuer le risque d'embouteillages.
- Augmenter la fiabilité dans les horaires de livraison.



La formation à l'éco-conduite.

Aujourd'hui 30% des livreurs de la livraison  
à domicile ont été formés pour conduire  
de manière à consommer moins de carburant,  
et donc moins polluer.  
100% seront formés d'ici fin 2015.

## DES IDÉES POUR AVANCER

Picard intègre bientôt le club Demeter,  
dont l'objectif est la promotion et la mise  
en œuvre d'actions concrètes, mesurables  
et respectueuses des 3 sphères économique,  
sociale et environnementale du Développement  
Durable. On y travaille par exemple  
sur l'optimisation des schémas et organisations  
logistiques, la logistique urbaine  
(Projet du Grand Lyon), les emballages, le suivi  
d'indicateurs environnementaux, mais aussi  
le capital social et l'engagement sociétal.

*« D'ici fin 2015 nous allons nous doter  
d'un système de suivi des livraisons  
appelé TMS (Transport Management  
System). Cela nous permettra d'avoir  
une meilleure maîtrise des paramètres  
de transport comme le nombre de  
km effectués à vide ou le taux de  
remplissage des camions. Cet outil  
nous permettra de réduire les distances  
parcourues par tonne transportée. »*

Yves Moine, directeur Suply Chain



# Nos magasins : un lieu de vie en adéquation avec nos valeurs.

REÇU  
AVEC MENTION TRÈS BIEN

# 100%

de nos 914 magasins

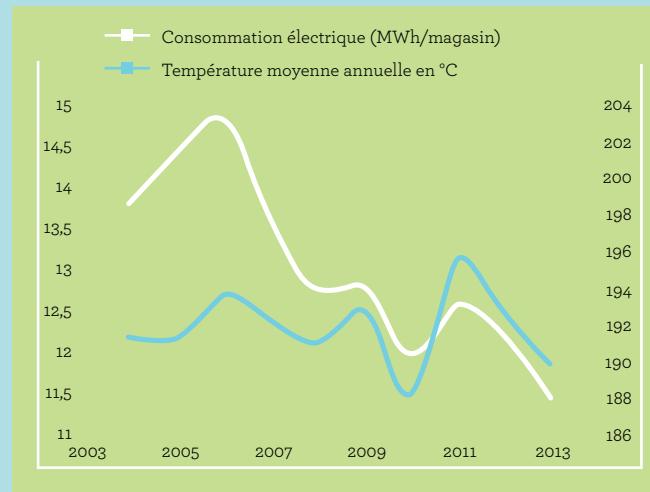
ont obtenu la Certification ISO 50001  
(niveau 1) visant l'amélioration  
de la performance énergétique.

*Pour l'obtenir, les équipes Picard ont su démontrer leur connaissance des facteurs qui influent sur la consommation des magasins (température extérieure, fréquentation, dégivrage des congélateurs...), identifier les postes les plus consommateurs\*, se fixer des objectifs de réduction (-2% d'ici fin 2014 par rapport à 2012), et mesurer les résultats de leurs actions de réduction.*

*Mais ce n'est pas fini : après avoir obtenu le niveau 1 en 2013 nous visons le niveau 2 de la certification pour 2015 !*

## DES IDÉES LUMINEUSES

**-2%** de consommation  
électrique cette année  
**-6%** en 10 ans



*Malgré une fluctuation climatique qui influe fortement sur nos magasins, nous avons obtenu une baisse de 2% de consommation électrique cette année et 6% en 10 ans grâce à notre programme de sensibilisation des collaborateurs et au déploiement progressif d'équipements électriques plus économes...*

# -18%

## de fuites de fluides frigorigènes en 2 ans

grâce à une vigilance accrue. Mais nous travaillons aussi sur des pistes comme les installations frigorifiques fonctionnant au CO2 et au propane, beaucoup moins nocifs pour le climat.

## 70% de nos vitrines surgelées sont équipées d'un éclairage LED.

*Nous testons dans 4 magasins un éclairage 100% LED, et même si le rendu lumineux n'est pas encore parfait la technologie évolue vite et est très prometteuse.*



**40 à 50%**  
d'économie  
est attendue  
sur l'éclairage.

*147 magasins ont déjà remplacé l'éclairage classique par des éclairages T5 nouvelle génération qui consomment **20% de moins.***

## NOUS TESTONS...



dans 3 magasins une *nouvelle technologie de climatisation au CO2 plus silencieuse et plus respectueuse de l'environnement*, qui n'utilise pas de fluide frigorigène à fort pouvoir de réchauffement climatique. À suivre...

## les congélateurs auto-dégivrants : des progrès !

*« La technologie auto-dégivrante semble générer moins de consommation électrique pour les congélateurs fortement sollicités par les clients car ils sont plus sujets au givre. Dans ces conditions, le congélateur auto-dégivrant consomme 5% de moins qu'un congélateur classique. Pour les congélateurs moins souvent ouverts, on consomme 3% de plus. Les tests doivent être poursuivis à plus grande échelle, nous sommes sur la bonne voie ! »*

Philippe Roussel, responsable des travaux.



# Une responsabilité sociale et humaine.

## PORTRAIT TYPE DE NOS SALARIÉS

**34 ans**

l'âge moyen des collaborateurs Picard



**71%** des collaborateurs sont des femmes, dont **36%** au comité de direction.

## LA COMPÉTENCE N'A PAS D'APPARENCE

**21 managers**

ont déjà suivi une formation de sensibilisation permettant de dépasser les notions d'âge, d'origine et de sexe lors du recrutement et du management des équipes.

Plus de **1000 managers** seront formés à ce sujet d'ici fin 2016.

## GÉNÉRATION SOLIDAIRE...

Un nouvel accord intergénérationnel prévoit une meilleure intégration **des 50 ans et plus et des 26 ans et moins**: des collaborateurs expérimentés accompagneront les nouveaux entrants pour leur faire profiter **de leurs compétences et de leurs expériences**.

## ... ET ATTENTIVE AUX SÉNIORS

**10%** de salariés ayant plus de 50 ans: c'est notre objectif pour 2016.

Pour les aider au quotidien, 2 idées:

- un entretien de suivi des conditions de travail et adaptation de leur activité.
- **réduire leur activité** avec la mise en place d'un repos hebdomadaire adapté.

## UNE RÉMUNÉRATION MOYENNE EN HAUSSE

**+4%** en un an

## AUX CÔTÉS DES GRANDES CAUSES



**386 000 repas**

distribués à la banque alimentaire

**85 000 €** reversés au Téléthon

**80 000 €** reversés au numéro Allo Parents bébé

## EN FORMATION CONTINUE



**411** collaborateurs ont bénéficié d'une promotion interne.

**22 668**

heures de formations

hors projet ont été dispensées cette année.

## HANDICAP: ÉGALITÉ DES CHANCES

**5,3%** de nos salariés sont en situation de handicap. 4 idées pour développer ce chiffre:

1. Structurer une équipe RH spécialisée.
2. Pérenniser ces emplois.
3. Informer, sensibiliser et lever les freins.
4. Dynamiser l'embauche de travailleurs en situation de handicap.



Chaque mois, nous éditons **un catalogue en braille** pour permettre aux non-voyants d'accéder à tous nos produits.



# À la pointe de la technologie.

1<sup>er</sup> utilisateur français d'une technologie de stockage 100% SSD développée dans la Silicon Valley, Picard a pu doubler sa capacité de stockage sans consommer plus d'énergie.

Objectif 2016 : abandon total des disques durs ancienne génération dans les Datacenter Picard pour un stockage de données 100% SSD.

UNE COMMUNAUTÉ DE PLUS EN PLUS GOURMANDE

**facebook** 140 000 fans cette année



Volet	Indicateurs GRENELLE (article R. 225-105)	Indicateurs Picard	2011 France	2012 France	2013 France
Activité globale		Chiffre d'affaire (en M€)	1 275	1 380	1 323
		Nombre de magasins (au 31/12)	864	892	914
		Nombre de salariés (au 31/12)	4 169	4 472	4 475
Social	L'effectif total et la répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique	Part des hommes	29,2%	29,5%	29,8%
		Part des femmes	70,8%	70,5%	70,2%
		Part des CDD au 31/12	5,9%	7,0%	6,3%
		Part des 16 à 25 ans	24,9%	26,2%	23,6%
		Part des 25 à 35 ans	40,5%	39,8%	40,6%
		Part des 35 à 55 ans	32,4%	31,9%	33,6%
		Part des 56 ans et plus	2,1%	2,1%	2,2%
		Les embauches et les licenciements	Total des embauches en CDI	730	799
		Transformation de CDD en CDI	257	266	212
		Total des licenciements	237	236	235
	Les rémunérations et leur évolution	Nombres de promotions internes	450	491	416
		Salaire annuel moyen (masse salariale €/effectif mensuel moyen équivalent temps plein)	24 093	24 304	25 212
	L'organisation du temps de travail	Nombre de salariés à temps partiel (population CDI)	905	1 117	1 338
	L'organisation du dialogue social	Participation aux élections des représentants du personnel	non concerné	24,8%	non concerné
		Nombre de réunions avec les représentants du personnel	180	198	186
	Le bilan des accords collectifs	Accords signés dans l'entreprise durant l'année	0	3	6
	Les conditions de santé et de sécurité au travail	Taux de fréquence des accidents de travail (nombre d'accidents/nombre d'heures travaillées x 1 000 000)	40	41	45
		Effectif formé à la sécurité dans l'année	928	1 104	1 354
	Les politiques mises en œuvre en matière de formation	Dépenses de sécurité effectuées dans l'entreprise (en k€)	5 495	6 261	5 976
		Masse salariale consacrée à la formation	3,20%	3,93%	3,31%
	Nombre total d'heures de formation	51 385	45 764	35 637	
Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes	Pourcentage de femmes parmi le comité de direction	50%	50%	36%	
	Pourcentage de femmes parmi les collaborateurs	71,2%	70,2%	70,5%	
Les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées	Taux d'emploi des travailleurs en situation de handicap au 31/12	5%	6,30%	5,70%	
La politique de lutte contre les discriminations	Nombre de cadres manager formés au management de la diversité	non concerné	lancement 2013	21	
Environnement	Les mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets	Part de nos congélateurs réutilisés en seconde vie (dons aux associations caritatives et vente à prix réduit)	/	98%	98%
		Taux de recyclage des cartons utilisés en magasins	100%	100%	100%
		Taux de gaspillage alimentaire Picard (entrepôts + magasins + banque alimentaire)	0,6%	0,5%	0,60%
		Pourcentage des tubes d'éclairage (T8) recyclés en fin de vie	100%	100%	100%
	La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales	Consommation d'eau par magasin (m3)	66,2 (erratum 2011)	52,1 (erratum 2012)	52
	La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation	Poids annuelle des publications commerciales (tonnes)	4855	4768	4879
		Pourcentage de papier certifié PEFC dans les publications commerciales	100%	100%	100%
		Taux d'emballage (g.d'emballage par kg de produit vendu)	90,76 (erratum 2011)	89,7 (erratum 2012)	88,1
		Poids d'emballage évité par la démarche d'éco-conception (Tonne)	16	14	1,5
	La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	Consommation énergétique des magasins (100% électricité) en Mwh	163 375	167 605	169 848
		Consommation énergétique par magasin (en Mwh)	189	188	186
		Pourcentage d'énergie renouvelable utilisée	0	0	0
	Les rejets de gaz à effet de serre	Bilan Carbone de Picard (hors produits) en Tonne équivalent CO2 (T.eq CO2)	184 725 (année 2009)	196 274 (année 2011)	224 000
		Bilan carbone par magasin (T.eq CO2/magasin)	124	133 (erratum 2013)	137
Bilan carbone par € de CA (g.eq CO2/€)		92	92 (erratum 2013)	99	
Les mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité	Nombre de références de produits BIO	36	36	34	
	Nombre de produits MSC	19	19	23	
Engagements sociétaux	En matière d'emploi et de développement régional	Pourcentage de CA réalisé avec des fournisseurs du pays local	67%	67%	69%
	Les actions de partenariat ou de mécénat	Dons aux Restos du cœur et à la banque alimentaire (Tonne)	144 (soit 288 000 repas)	136 (soit 272 000 repas)	193 (soit 386 000 repas)
		Mobilisation en faveur du Téléthon (€)	225 000	180 000	85 000



# Demain commence dès aujourd'hui : nos engagements.

Fondation  
**picard**

---

---

## en 2014

---

---

Lancement de la Fondation Picard sous l'égide de la Fondation de France.

Pour une alimentation plus respectueuse de la nature et de l'homme

LES PREMIERS PROJETS SOUTENUS :

### LA MICRO-FERME DU BEC-HELLOUIN

La biodiversité au service du rendement :

 **300** 

espèces de plantes cultivées  
de manière bio sur 1 hectare,

avec un rendement supérieur  
au maraîchage conventionnel.

### ARBRATATOUILLE

Mises en place dans le Sud  
de la France, les fermes  
pilotes testent la rentabilité  
de la culture de légumes  
en agroforesterie :

tomates, poivrons,  
courgettes sont  
protégés et nourris  
sous les arbres.

**7** fermes  
pilotes



FSC  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org)

MIXTE

Issu de sources  
responsables

FSC® C020143