

RAPPORT RSE \*

2015 - 2016

*climat*  
**RESPONSABLE** *engagé*  
*français* **SOLUTION**  
*expérimentation* ..... **BIO** *humain*  
**environnement** *local* agroécologie  
*innovation*  
**QUALITÉ**  
*social*



\* Responsabilité Sociétale d'Entreprise

**picard**

*Chaque jour a un goût nouveau*



**PHILIPPE DAILLIEZ**  
Président de Picard

# Picard, acteur engagé



En prenant, il y a un an, mes fonctions de Président de Picard, j'ai eu le plaisir de vérifier à quel point notre entreprise avait très largement intégré les enjeux de développement durable à la fois dans sa culture et dans son modèle de croissance. Un engagement qui tient essentiellement à la conviction que qualité, sécurité, santé et progrès sont indissociables du respect des hommes et de leur environnement. Un engagement qui, s'il est déjà très ancien, reste plus que jamais vivant, créatif, rayonnant comme en témoignent les nouvelles initiatives lancées en 2016 : la conception de produits plus sains, plus naturels telles les nouvelles gammes de glaces et sorbets « Pure Sélection » et de plats préparés « Retour de marché » ; la volonté de poursuivre la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> comme dans notre magasin pilote de Rueil-Malmaison ; le désir de collaborer avec les producteurs locaux et de promouvoir une agriculture plus responsable à travers le développement de notre offre Bio, mais aussi notre démarche agroécologique et les projets soutenus par notre Fondation... C'est au quotidien que Picard restera un acteur engagé dans ces enjeux de développement durable car c'est tous les jours que Picard doit mériter la confiance de ses partenaires et de ses clients.



“ Cela fait maintenant cinq ans que nous publions notre rapport RSE et nous sommes heureux de voir que nous avons accompli beaucoup pour le respect de l'homme et de l'environnement. Les acquis sont nombreux : citons notre démarche de réduction de la consommation énergétique (certification ISO 50001), la diminution de nos émissions de gaz à effet de serre, la création de notre Fondation qui soutient des projets d'agroécologie, notre partenariat avec le WWF, nos actions contre le gaspillage alimentaire, nos efforts pour une offre toujours plus qualitative, visant le respect de l'équilibre nutritionnel... Mais finalement les projets les plus ambitieux sont les plus récents : notre partenariat avec la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique ouvre de nouvelles perspectives pour le développement de produits bio et locaux. Un travail de longue haleine que nous sommes ravis d'initier car nous sommes persuadés que c'est le devoir d'une enseigne responsable comme la nôtre. Notre partenariat avec Ecovadis est tout aussi emblématique. Son ambition est de nous assurer de la responsabilité sociale et environnementale de nos produits en auditant nos fournisseurs.

Picard a atteint une vraie maturité dans sa démarche de responsabilité sociétale, et nous sommes prêts pour l'étape suivante, celle du Développement Durable 2.0 ! „



**ARNAUD BRULAIR**  
Responsable  
Développement  
Durable

**ELIZABETH BOUTON**  
Directrice Qualité  
& Développement  
Durable

**Des avancées  
concrètes**

Pas à pas, année après année, Picard engrange des résultats concrets, qu'il s'agisse de respect de l'environnement, de dialogue avec les parties prenantes ou de soutien à un nouveau modèle d'agriculture. Des plus modestes aux plus ambitieuses, toutes ces actions contribuent à faire de nous un acteur responsable.



## UNE ENSEIGNE RESPONSABLE

- Sains, locaux, bio : des produits qualitatifs toujours plus nombreux !
- Picard labellisé Enseigne Responsable par le Club Génération Responsable.
- Un partenariat avec le WWF pour une alimentation plus respectueuse de l'environnement.
- Un gaspillage alimentaire très faible et contrôlé.

## UNE DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE QUI PORTE SES FRUITS

- Une consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre en baisse.
- Tous les magasins, le laboratoire qualité et le site de conditionnement des produits de la mer, certifiés ISO 50001.
- Des transports toujours plus propres.

## UN DIALOGUE NOURRI AVEC NOS PARTIES PRENANTES

- Des échanges avec le public à la COP21.
- Une relation de confiance et de long terme avec nos fournisseurs.
- Des audits pour une chaîne d'approvisionnement plus responsable.
- Attentifs aux conditions de travail, à l'évolution et à l'employabilité des salariés.

## UN ACTEUR ENGAGÉ DANS LA PROMOTION D'UN NOUVEAU MODÈLE D'AGRICULTURE

- Quatre projets d'agroécologie soutenus par la Fondation Picard.
- Un partenariat avec la Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique (FNAB) pour développer l'offre bio.
- Un projet avec l'INRA pour produire avec moins de pesticides.

PRODUITS

# L'ambition du bio et du local



## Origine France : toujours plus !

Picard s'engage pour le développement des filières françaises. En 2016, 70 % de nos produits sont élaborés en France, et seulement 14 % hors d'Europe.



## Le Bio, un modèle agroalimentaire d'avenir

Conscient de la nécessité de s'orienter vers un modèle agricole plus responsable, Picard a, en 2016, conclu un partenariat avec la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique\* (FNAB) et le cabinet Ecorégions 21. Nos ambitions : relocaliser en France nos approvisionnements en produits bio, engager des relations avec l'amont des filières agroalimentaires, tisser des liens étroits avec les producteurs français spécialisés en agriculture biologique. **À terme, nous visons le développement d'une gamme de produits bio issus de partenariats entre producteurs, transformateurs et magasins, à l'échelle locale.** Ce nouveau modèle agroalimentaire suppose d'accompagner la filière biologique dans son changement d'échelle. Dans cet objectif, Picard a confié à la FNAB et à Ecorégions 21 la réalisation d'une étude afin d'évaluer la faisabilité et les modalités de son projet de relocalisation de ses approvisionnements.

**Stéphanie PAGEOT**  
Présidente de la FNAB,  
Dirigeante d'une exploitation  
laitière bio en Loire-Atlantique



« Ce partenariat avec Picard, inédit, est très intéressant pour notre Fédération dont le but est de développer l'agriculture biologique et d'aider les producteurs à construire des filières relocalisées et équitables. Nos objectifs sont clairs : produire des aliments de grande qualité, les vendre à un prix adapté aux coûts de production de chaque région, conserver une grande diversité de production dans les fermes et les différents territoires pour renforcer leur résilience technique, climatique et économique. Ensemble, nous allons imaginer un nouveau modèle agroalimentaire tenant compte des spécificités de l'agriculture biologique. C'est cela qui, demain, fera la force de Picard et confortera sa démarche responsable. En effet, l'agriculture biologique, c'est 60 % d'emplois en plus dans les fermes, l'absence d'usage de produits chimiques de synthèse pour préserver les ressources naturelles comme l'eau, les sols, l'air, la biodiversité, et surtout pour préserver la santé des consommateurs. »

\* Réseau de producteurs agricoles spécialisés en agriculture biologique, qui rassemble 10 000 adhérents.



## Une gamme made in France

Exemplaire de notre volonté de développer des filières françaises, la gamme de produits « Les bons petits plats Picard » s'est enrichie de deux nouvelles références en 2016 : bœuf bourguignon et poêlée de pommes de terre et carottes, poulet et pâtes aux œufs sauce au Beaufort. Elle compte désormais 6 produits au total. Ces plats cuisinés sont élaborés pour l'essentiel avec des ingrédients d'origine française, toujours dans un esprit « fait maison ».



## Petites baguettes, grandes qualités !

Sur les 4 petites baguettes que compte la gamme, 3 ont été revisitées en 2016 : la céréale, la campagne et celle « du fournil ». Recette, apparence, temps de cuisson plus court, meilleures qualités organoleptiques grâce à l'utilisation de levain naturel et de farine de seigle broyée sur meule de pierre pour plus de saveurs et une meilleure conservation... tout a été revu pour des produits encore plus qualitatifs et responsables.

### LES ATOUTS

#### PETIT FORMAT

permet de limiter le gaspillage

#### ORIGINE FRANCE

blé 100 % français, farines provenant de meuneries de Bretagne et Pays de la Loire qui privilégient des céréales cultivées dans un bassin d'alimentation régionale (Vendée, Pays de la Loire, Centre France), fabrication des produits en Mayenne et Pays de la Loire

#### QUALITÉ

farine de blé certifiée Label Rouge, issue de blés sélectionnés pour leur qualité boulangère et dans la démarche de la Culture Raisonnée Certifiée (CRC)

#### NATURALITÉ

produit sans conservateur, ni émulsifiant, ni matière grasse, ni sucre ajouté

#### NUTRITION

teneur en sodium réduite: 1/3 de sel en moins par rapport aux teneurs habituellement constatées sur le marché français (source: Ciquai), source de fibres pour les petites baguettes de campagne et céréales (25 % de plus que la moyenne nationale dans la baguette de campagne)

# Des produits simples, sains et responsables

## Pure sélection, pure qualité

Les recettes de notre gamme de glaces et sorbets Pure Sélection sont réduites à leur plus simple expression – jaunes d'œufs, sucre, lait entier ou crème fraîche – et ces 4 ingrédients de base sont d'origine française.



**Fabrice LEGAGNEUR**  
Dirigeant de La Charlotte



« Notre collaboration avec Picard, depuis près de 20 ans, confirme le succès d'un partenariat tourné vers l'innovation et l'exigence de qualité. La gamme Pure Sélection est un excellent exemple de co-développement. Nous avons souhaité offrir à nos consommateurs des produits privilégiant l'exigence de qualité. Chaque ingrédient est rigoureusement sélectionné pour être mis en œuvre dans ces recettes très épurées. Avec un triple objectif d'authenticité, de qualité et de naturalité. »

### LES ATOUTS

Seul le sucre est utilisé : pas de sirop de glucose-fructose ni de sirop de glucose !

Pour les recettes aux fruits, le goût provient uniquement des purées de fruits, présentes en quantité très importante (65% de purée de fraise pour le sorbet fraise)

Un poids net élevé (380 g pour 500 ml) : peu d'air incorporé pour un goût encore plus intense, proche du fruit !

Aucun additif : zéro arôme, zéro colorant, zéro texturant artificiel !

## Gamme « Retour du marché » : toujours plus de naturel



Cette nouvelle gamme de 6 références a été élaborée dans une recherche de naturalité : sans additifs, sans arômes, sans amidon transformé. Une attention particulière a été portée à la formulation de recettes saines et équilibrées d'un point de vue nutritionnel. La gamme « Retour du marché » répond ainsi aux recommandations du Programme National Nutrition Santé (PNNS) sur les 3 points suivants :

- Des recettes variées, comportant toutes une protéine (viande rouge, viande blanche, poisson gras, poisson maigre) associée à des féculents et des légumes.
- Une teneur en matières grasses et en sel maîtrisée : en moyenne 3,7% de matières grasses.
- Un apport calorique inférieur à 450 kcal par portion de 350 g.



**Justine PRESSE**  
Chef de gamme marketing

**Séverine COLLANGE**  
Chef de projet Recherche et Développement, Picard

« Nous avons cherché à formuler des plats cuisinés du quotidien comme on le ferait à la maison. Pour cela, nous avons conçu des produits avec des listes d'ingrédients simples, et avons revu la formulation des recettes afin de n'utiliser que des ingrédients sans additifs. Nous avons aussi communiqué à notre partenaire industriel un cahier des charges nutritionnel avec nos cibles et des teneurs maximum à ne pas dépasser pour cette gamme. »

## Tartes traditionnelles : le plein d'atouts!

La gamme des tartes salées traditionnelles – 7 références au total – a été totalement revue pour un bénéfice santé supérieur.

### LES PLUS

Fabrication française

Pâte pur beurre : une garantie d'absence d'huile de palme !

Plus d'attention au bien-être animal : des œufs de poules élevées en plein air

Porc français pour les quiches lorraines

Deux références convenant au régime lacto-ovo-végétarien



## Pêche durable : un engagement fort

L'écolabel MSC garantit une pêche durable et bien gérée. En 2016, Picard propose 43 références labellisées MSC, soit 38% de ses produits de la mer et 35% du chiffre d'affaires de la gamme.

■ Nombre de produits MSC  
■ % de nos produits de la mer certifiés MSC



# Agroécologie : un partenariat innovant



Un projet de recherche de 3 ans

3 PARTENAIRES :  
PICARD, INRA, ARDO

4 EXPLOITANTS  
AGRICOLES BRETONS

1 INGÉNIEUR  
DE RECHERCHE DE  
L'INRA, CHEF  
DE PROJET



## Concevoir ensemble un système de culture durable

Initié en 2014, le partenariat avec l'un de nos fournisseurs, ARDO, ainsi qu'avec l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA), est devenu opérationnel dès 2015. Notre objectif : orienter nos fournisseurs vers des pratiques agronomiques plus respectueuses de l'environnement en réduisant autant que possible l'utilisation de produits phytosanitaires et de fertilisants minéraux. À cette fin, des expérimentations sont conduites sur la période 2015/2018 avec 4 exploitants agricoles bretons offrant des profils différents. Les méthodes d'intervention sont proposées et définies lors d'ateliers rassemblant les différents intervenants : exploitants, experts, représentants de l'INRA, de Picard, d'ARDO...

# Produire avec moins de pesticides : c'est possible !

Conduite sur des cultures de pois, notre première expérimentation affiche des résultats prometteurs.

### La problématique

Principal ravageur des parcelles de pois en Bretagne, le puceron génère jusqu'à 85% de perte de rendement. Le traitement insecticide s'avère souvent indispensable en cas d'infestation.



### La solution proposée

Afin de limiter les traitements chimiques, l'idée est de favoriser la présence des ennemis naturels des pucerons présents dans l'environnement : coccinelles, carabes, syrphes... Un semis de bandes fleuries le long des parcelles de pois a été réalisé en vue de faciliter l'installation de ces prédateurs à proximité des cultures.



### Un constat encourageant

À l'issue de l'expérimentation, il apparaît que l'absence de traitement insecticide ne réduit pas les rendements. L'INRA analyse cette réussite pour la démultiplier dans d'autres exploitations !



Bernard de LA MORINIÈRE  
Exploitant agricole



“ Nous avons démarré l'année par une réflexion sur notre système de culture et les améliorations possibles. Notre ambition : comment le rendre plus performant, tant du point de vue du rendement que de son impact sur l'écosystème ? J'ai semé à titre d'expérimentation 4 bandes fleuries sur 4 parcelles différentes (pois et maïs en prévision d'un semis de pois l'année prochaine). Conformément à ce que nous avons décidé, je n'ai pas traité les sitones, et cela n'a pas eu de conséquences. Quant aux pucerons, les insectes auxiliaires installés dans les semis de fleurs ont permis de contrôler l'infestation sur les parcelles d'essai. ”

Sylvain Le SAOUT  
Ingénieur filière Fruits & Légumes, Picard



“ L'année écoulée a été riche en réflexions ! Les agriculteurs, leur coopérative, le transformateur ARDO ainsi que le distributeur que nous sommes se sont activement investis dans ce qui représente une véritable petite révolution pour la filière. Le changement technique initié est d'ores et déjà prometteur. De plus, les exploitants agricoles du projet apprécient énormément qu'une enseigne soit à l'origine d'un tel projet. C'est l'occasion pour eux de montrer leur engagement auprès du consommateur et de progresser vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement. ”

# Halte au gaspillage alimentaire !

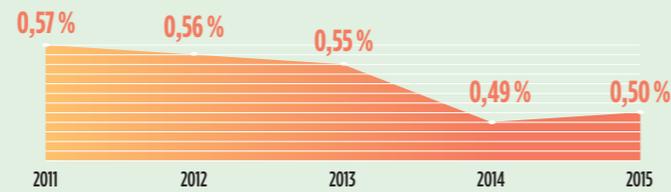
## Picard s'engage concrètement

Nous avons signé le 27 août 2015 la convention d'engagement volontaire en faveur de la lutte contre le gaspillage alimentaire, qui reprend les dispositions de la loi de transition énergétique pour la croissance verte. Une équipe de 10 personnes, issues de plusieurs services de l'entreprise, a été constituée afin de réfléchir à la problématique. Les actions suivantes, par ordre de priorité, ont été définies :

- La prévention du gaspillage alimentaire.
- L'utilisation des invendus propres à la consommation humaine, par le don ou la transformation.
- La valorisation destinée à l'alimentation animale.
- L'utilisation à des fins de compost pour l'agriculture ou la valorisation énergétique, notamment par méthanisation.

### Un gaspillage alimentaire très faible

#### POURCENTAGE D'INVENDUS



Seulement 0,5% d'invendus en 2015 dont 85 tonnes de produits Picard distribuées aux banques alimentaires et Restos du cœur, soit 170 000 repas.

### Le gaspillage alimentaire français en chiffres



Source : Ademe, mai 2016

### Chez Picard,

LE TAUX DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EST DE **1%**

(0,5% au niveau de la distribution et 0,5% chez le client) **contre 10% au niveau national.**

Source : Ademe, mai 2016



## Une relation de confiance avec nos fournisseurs

L'engagement de Picard en matière de développement durable concerne tout son écosystème, du produit jusqu'aux relations avec l'ensemble des parties prenantes : clients, fournisseurs, partenaires... Pour cette raison, nous avons décidé de faire de nos achats une composante majeure de notre stratégie. La confiance que nous plaçons dans nos fournisseurs - nous travaillons avec la plupart depuis plus de 15 ans - est un véritable atout pour déployer une politique d'achats responsables.

**75% du CA** RÉALISÉ AVEC DES PARTENAIRES DE PLUS DE 10 ANS

**50% du CA** RÉALISÉ AVEC DES PARTENAIRES DE PLUS DE 15 ANS

# Pour une chaîne d'approvisionnement responsable

## Des audits pour aller plus loin

Nous avons initié dès 2016 une démarche d'audits sociaux, éthiques et environnementaux destinée à contrôler l'ensemble de nos achats et de nos sites de production sur ces enjeux. Notre responsabilité commence en effet dès le producteur agricole, l'éleveur ou le pêcheur. Nous avons missionné EcoVadis dans ce but. Ce spécialiste de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) va dans un premier temps évaluer la performance RSE de nos fournisseurs, puis les accompagner dans une démarche d'amélioration. À terme, nous comptons couvrir une part croissante et représentative (catégorie d'achats, taille et implantation géographique) des volumes d'achats réalisés. Ces audits feront partie intégrante de la procédure de sélection des fournisseurs réalisée par Picard et seront pris en compte dans les critères de suivi de nos fournisseurs existants.

**Aymeri de MAULÉON**  
Program Manager, EcoVadis



« Picard a décidé de faire évaluer dès le départ ses fournisseurs les plus exposés aux risques et aux enjeux RSE. Cette stratégie, plus complexe à déployer, est représentative du fort engagement de l'entreprise afin de privilégier une chaîne d'approvisionnement responsable. Grâce notamment aux relations de confiance que Picard entretient avec ses fournisseurs, le lancement de ce programme ambitieux a dépassé toutes nos attentes. Avec un taux de participation excellent - plus de 95% des fournisseurs invités ont complété l'audit - et des performances globales supérieures à la moyenne EcoVadis, la démarche engagée s'affirme d'ores et déjà comme une vraie réussite. C'est un excellent point de départ pour son futur déploiement. »

# Picard présent à la COP21



**Arnaud BRULAIRE**  
Responsable  
Développement Durable



“ Participer à un événement comme la COP21 à Paris était un défi que nous avons eu plaisir à relever. Ce fut un moment extraordinaire de rencontre avec le public et l'occasion d'expliquer ce que nous faisons en matière de responsabilité sociétale. Un succès puisque nous avons croisé quelques 1 500 personnes en une semaine ! Un grand bravo à nos 30 collaborateurs volontaires qui sont venus nous prêter main forte pour animer notre stand. ”

## À la rencontre du public

Picard est fier d'avoir participé à la Conférence de Paris sur le climat (COP21), du 4 au 10 décembre 2015, une manifestation qui a abouti à un accord mondial sans précédent. Objectif : limiter le réchauffement climatique de la planète à 2°C d'ici 2100.

À cette occasion, nous avons rappelé notre contribution à la préservation de la planète ainsi que nos différents engagements :

- La lutte contre le gaspillage alimentaire.
- La réduction de nos consommations d'énergie et de nos émissions de gaz à effet de serre en magasin.
- Notre action en faveur de l'agroécologie.
- Notre partenariat avec le WWF pour réduire l'impact environnemental de nos produits...

**Halimatou CAMARA**  
Chef de projet  
Développement Durable



“ La présence de Picard au Grand Palais a été l'occasion de prouver notre engagement pour le climat auprès du grand public. Les animations proposées ont connu un grand succès, notamment la visite virtuelle du magasin laboratoire de Rueil-Malmaison, qui a attiré plus d'un millier de visiteurs. En interne, la COP21 a été l'opportunité de communiquer sur nos actions pour réduire l'impact de notre activité sur le climat, conférant ainsi plus de visibilité et de légitimité à la RSE dans l'entreprise. ”

# Une démarche reconnue

Picard a reçu deux prix décernés par le Club Génération Responsable, une association qui accompagne le développement innovant et durable des enseignes.



Le **Label Enseigne Responsable** (niveau 1) récompense nos actions en matière d'énergie, de reporting (rapport RSE annuel), et notre projet de recherche agroécologique en partenariat avec l'INRA et l'un de nos fournisseurs de légumes.



Le **R Award catégorie Énergie** distingue la certification ISO 50001 obtenue pour l'ensemble des points de vente français et l'exemplarité du magasin pilote de Rueil-Malmaison, dont le bilan carbone a été divisé par deux.



Des **tables rondes télévisées** ont permis de détailler les **engagements de Picard** en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

**Jocelyne LEPORATTI**  
Présidente du Club Génération Responsable



“ Notre association encourage le développement durable des enseignes en construisant un cadre privilégié d'échanges et de découvertes de bonnes pratiques. **Dès son arrivée au Club en 2009, l'enseigne Picard s'est fortement investie.** En avril 2015, Picard déclare sa volonté de signer la Convention d'engagement volontaire du Commerce Organisé élaborée dans le cadre de l'association avec le soutien du Ministère de l'Écologie, de la Fédération française de la franchise et de la Fédération du commerce associé. **Picard atteste de ses résultats sur des actions ciblées, rejoignant ainsi en décembre 2015 le groupe des 8 premières enseignes qui obtiennent le label Enseigne Responsable.** L'entreprise a pris une part active à la dynamique impulsée par le Club Génération Responsable à l'occasion de la COP21 au sein du pavillon Commerce et Climat. L'enseigne a su faire partager au grand public, à travers le parcours retraçant la vie d'un produit, les solutions opérationnelles concrètes et les engagements volontaires des professionnels du commerce en faveur du climat. ”



POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES ENGAGEMENTS DE PICARD, SCANNEZ LE CODE CI-CONTRE.



POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES ACTIONS DES ENSEIGNES, SCANNEZ LE CODE CI-CONTRE.

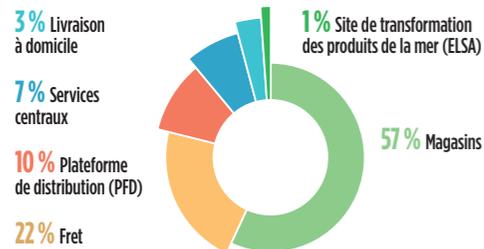


# Émissions carbone et consommation d'énergie : toujours moins !

## Bilan carbone : des progrès significatifs

Alors qu'ils comptent pour plus de la moitié (57%) de nos émissions de gaz à effet de serre, nos magasins affichent un bilan carbone en nette baisse : leurs rejets de CO<sub>2</sub> ont diminué de 4,4% entre 2011 et 2015. À nombre de magasins constant, la baisse s'établit à 10,6% sur la période.

### RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> PAR POSTE (2014)



### L'ATELIER DE CONDITIONNEMENT DES PRODUITS DE LA MER ET LE LABORATOIRE QUALITÉ :

#### UNE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE RÉDUITE DE 6%

Ce résultat s'explique par la mise en place d'un ensemble de solutions technologiques sur le site de conditionnement des produits de la mer et au laboratoire de Nemours :

- Adaptation des plages de climatisation de l'atelier.
- Mise en place progressive d'un système de free-cooling (ventilation naturelle la nuit pour rafraîchir l'atelier sans utiliser de climatisation).
- Installation progressive d'un éclairage LED dans le laboratoire qualité.

## Une démarche robuste et efficace

Ces résultats prouvent la pertinence de la démarche engagée par Picard, qu'il s'agisse de notre action sur les fluides frigorigènes, de notre politique de performance énergétique ou des solutions techniques récemment déployées.

#### FLUIDES FRIGORIGÈNES : UNE CHASSE AUX FUITES PERMANENTE

Premier poste contributeur, les fluides frigorigènes représentent près de 30% des émissions de gaz à effet de serre. Nous développons de plus en plus d'équipements frigorigènes utilisant des fluides naturels (propane ou CO<sub>2</sub>) et agissons sur les fuites, en forte baisse. *In fine*, les émissions de CO<sub>2</sub> dues aux fluides, à nombre de magasins constant, ont chuté de plus de 32% sur la période 2011/2015.

#### PRIORITÉ À LA PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE

Tous les magasins Picard ainsi que notre site de conditionnement de produits de la mer et notre laboratoire sont certifiés ISO 50001 niveau 2 depuis 2015. Cette démarche fournit un cadre afin d'optimiser la performance énergétique et se traduit d'ores et déjà par des résultats concrets : à climat et magasin constants, notre consommation d'énergie a baissé de 3,5% entre 2012 et 2015.

#### DES ÉQUIPEMENTS TOUJOURS PLUS MODERNES

Chaque rénovation ou création de magasin s'accompagne d'équipements moins énergivores. Exemples : des congélateurs fonctionnant au propane, un gaz beaucoup moins nocif pour le climat que l'ancien fluide, et plus économes en énergie (-30%) car dotés de compresseurs plus performants. À noter : l'âge moyen du parc de congélateurs est passé de 7 ans à 6,2 en 4 ans. L'éclairage LED, systématiquement adopté, permet aussi de réduire nos consommations électriques.

### Des objectifs ambitieux



## Un magasin exemplaire

Rénové durant l'été 2015, le magasin pilote de Rueil-Malmaison combine un ensemble de solutions technologiques innovantes pour réduire l'empreinte environnementale : fluides frigorigènes naturels, double système d'évacuation de la chaleur générée par les congélateurs, panneaux solaires, éclairage LED... Avec des résultats concrets : la consommation d'énergie du magasin a diminué de 35% sur une période comparable, et même de près de 45% si l'on déduit la part d'électricité produite par les panneaux solaires.



# Des transports toujours plus propres !

## Des livraisons à domicile optimisées



100% DES CONDUCTEURS SUIVENT LE PROGRAMME ANNUEL DE FORMATION À L'ÉCO-CONDUITE



100% DES LIVRAISONS SONT EFFECTUÉES AVEC DES VÉHICULES CONFORMES À LA NORME EURO 5

Ces mesures, ainsi qu'une optimisation des tournées, ont permis de réduire de 13% la consommation de carburant par commande entre 2011 et 2015.

En 2016, le service Livraison à domicile de Picard s'est associé au Centre d'orientation sociale - Centre de réadaptation professionnelle et de formation, afin de contribuer à la réinsertion professionnelle et sociale des personnes en recherche d'emploi.

### LIVRAISONS URBAINES DE NUIT : DES TESTS PROMETTEURS

Moins de bouchons, des conditions de circulation plus agréables, des réductions de consommation de carburant... Ce sont les résultats positifs de l'expérimentation de livraison urbaine conduite dans la région du Grand Lyon en 2014-2015 en partenariat avec le Club Déméter. En 2016, nous poursuivons dans une autre région française afin d'évaluer tous les aspects du modèle.

### DES CAMIONS AU BIOGAZ DEMAIN ?

Picard s'est rapproché de plusieurs acteurs pour tester les camions fonctionnant au biogaz : l'entreprise Fonroche Biogaz (1<sup>er</sup> fabricant de méthaniseurs en France), le transporteur STFV et GrDF. Bilan de l'expérimentation à suivre en 2017.

### TRANSPORTS ALTERNATIFS : DEUX SOLUTIONS À L'ÉTUDE

En 2016, Picard s'est associé au transporteur NJS Faramia et à la société Saroul pour comparer 3 types de camions : camion diesel classique, camion fonctionnant au gaz, camion fonctionnant au biocarburant B30. Conformés à la dernière norme de pollution EURO 6, les trois camions sont équipés de groupes frigorigènes électriques permettant de réduire les consommations de carburant et de réduire les émissions sonores. Le projet est suivi par l'Ademe et Cemafroid, chargés d'évaluer les émissions polluantes et l'impact sur le changement climatique de chacune des solutions.

### Objectifs

#### PORTEUR GAZ

-80% d'émissions de CO<sub>2</sub> par rapport au diesel  
Particules fines : -70%  
NOX : -50%

#### PORTEUR BIOCARBURANT B30

-13,5% d'émissions de CO<sub>2</sub> par rapport au diesel

# Exigence, proximité et simplicité au travail



## Notre priorité : la satisfaction de nos clients

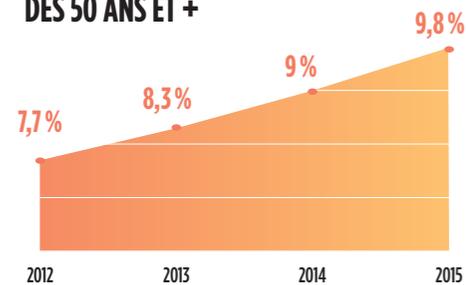
- 38 réclamations par million d'UV vendues en 2015 (contre 49 en 2011).
- 60 000 analyses produits par an.
- Notre service consommateur est toujours disponible pour conseiller et répondre aux demandes de nos clients : plus de 50 000 contacts clients par téléphone ou internet.



## Favoriser l'inter-générationnel

En trois ans, nous avons accueilli une centaine de jeunes en alternance. Quant au maintien dans l'emploi des salariés de 50 ans et plus, il se matérialise par l'embauche de plus de 15 collaborateurs en contrat à durée indéterminée chaque année, et ce depuis 4 ans.

TAUX D'EMPLOI DES 50 ANS ET +



## Développer les compétences

Parce que l'expérience acquise au sein de notre entreprise vaut un diplôme, Picard accompagne ses collaborateurs tout au long de leur démarche de Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) : mise en relation avec des centres spécialisés, accompagnement par l'équipe RH...

En 2016, 20 collaborateurs ont mené à bien leur démarche de VAE (principalement baccalauréat et BTS Management des unités commerciales).



**31 500 h** DE FORMATION EN SALLE ET E-LEARNING



**74 %** DES MANAGERS CADRES ONT SUIVI UNE FORMATION SUR LA DIVERSITÉ. OBJECTIF : 100 % À FIN 2018



**100 %** DES MANAGERS CADRES AURONT SUIVI UNE FORMATION DE PRÉVENTION DES RISQUES PSYCHO-SOCIAUX D'ICI FIN 2017

## Changer de regard sur le handicap

Alors que 18,5 % de la population française sont confrontés à une situation de handicap, qu'il s'agisse de déficience auditive, visuelle ou de difficulté motrice, Picard renforce son action. Deux référents handicap ainsi qu'une équipe ressources humaines formée sur le sujet se mobilisent dans ce sens. En magasin, afin d'améliorer l'accueil des clients en situation de handicap, nous avons instauré un module de e-learning reprenant des conseils et des messages clés. Notre communication autour du handicap a également été renforcée.

*Picard renforce sa démarche handicap en appuyant sa communication interne et améliore sa capacité d'accueil des clients.*

**Emmanuelle MERVILLE**  
Directrice des Ressources Humaines (DRH), Picard



## Simplifier la vie en magasin

Picard s'efforce d'améliorer les conditions de travail grâce à des inventaires simplifiés par exemple, ou le recours à des technologies plus performantes. Plusieurs dispositifs sont testés et/ou en cours de déploiement :

- Commandes simplifiées sur tablettes numériques (en test sur 50 magasins).
- Bacs auto-dégivrants (1 000 congélateurs déjà en magasins).
- Auto-laveuses sans fil.

**90 %**

DES RESPONSABLES DE MAGASIN SONT ISSUS DE LA PROMOTION INTERNE

# Fondation Picard : des idées et des avancées concrètes !

## Une alimentation respectueuse de la nature et de l'homme

Impliqué au sein de son écosystème, Picard a créé sa fondation en 2014. Placée sous l'égide de la Fondation de France, elle soutient 4 projets qui visent une alimentation durable, plus respectueuse de l'environnement et de l'homme. Tous poursuivent une ambition commune : promouvoir un nouveau modèle d'agriculture, fondé sur des principes d'agroécologie.

### LES 4 PROJETS SOUTENUS :

- La microferme du Bec Hellouin
- Le projet d'agroforesterie Arbratatouille
- L'élaboration d'un guide du payculteur
- La création d'un pôle agroécologique de référence en Biovallée

## Bec Hellouin : des systèmes agricoles bio-inspirés

Depuis 2011, un programme de recherche conduit au Bec-Hellouin (Eure) démontre que 1 000 mètres carrés cultivés grâce à des principes inspirés de la nature permettent de créer une activité décemment rémunérée. D'autres projets de recherche sont lancés pour la période 2015-2017 afin de mieux caractériser le modèle de microferme permaculturelle pour faciliter sa diffusion.

**Louise GÉHIN**  
Coordinatrice des programmes de recherche, Institut Sylva



“ Nous souhaitons évaluer la durabilité de deux systèmes agricoles bio-inspirés : la microferme permaculturelle et la forêt-jardin. L'étude sur la microferme permaculturelle vise à analyser la performance écologique de cette dernière. Deux de ses effets positifs seront plus précisément étudiés : la séquestration de carbone et la biodiversité. Concernant la forêt-jardin, nous étudions la pertinence et la performance économique de cette forme d'agroforesterie inspirée des régions tropicales pour l'Europe de demain. ”



## Arbratatouille : innover autour de l'agroforesterie

Initié à Roumassouze (Gard), le projet réunit un groupe de maraîchers et de chercheurs désireux d'améliorer leurs connaissances en matière d'agroforesterie, c'est-à-dire l'association d'arbres et de cultures.

**Fabien LIAGRE**  
Responsable Recherche Développement, Agroof



“ Les premiers résultats montrent que la température est plus fraîche dans la journée, plus chaude la nuit. Cela bénéficie aux productions mais aussi à la biodiversité. Le contrôle biologique des ravageurs par les auxiliaires semble plus efficace. En cas de forte chaleur, la production agroforestière est plus économe en eau et offre une production supérieure à la parcelle témoin dénuée d'arbres. Il nous reste à comprendre les mécanismes d'interaction entre arbres et cultures et à proposer des pistes d'amélioration, comme la sélection variétale. ”



## Fermes d'Avenir : le guide du payculteur

La Fondation Picard participe au financement d'un guide en accès libre, disponible à partir d'octobre 2016 et destiné à faciliter l'installation de payculteurs. Ce tout nouveau métier représente le chaînon manquant pour le déploiement à grande échelle de microfermes agroécologiques.

**Maxime de ROSTOLAN**  
Fondateur de l'association Fermes d'Avenir



“ Le métier d'agriculteur attire de moins en moins les jeunes. Nous avons donc imaginé et formalisé le métier de payculteur. Ce dernier est un entrepreneur qui coordonne et mutualise les fonctions supports de plusieurs fermes – achats, commercialisation, comptabilité, administratif... – afin d'optimiser le modèle et d'alléger le travail des producteurs. Ce guide, fruit de notre expérience de terrain, rassemble un ensemble d'outils concrets pour que chacun puisse mener à bien son projet ! ”



## Un pôle agroécologique de référence en Biovallée

Ce projet combine l'action de 3 organismes pionniers de l'agroécologie – Terre & Humanisme, Les Amanins et l'Université de l'Avenir – qui, ensemble, créent un pôle agroécologique français de référence dans le domaine de Biovallée (100 communes de la vallée de la Drôme).

**Pascal de MONTMORILLON**  
Coordinateur Agro Université de l'Avenir



“ Grâce à la Fondation Picard, nous avons pu recruter un dynamiseur de la démarche de partenariat. Depuis, les trois structures ont enclenché une réflexion et des actions communes qui concrétisent notre engagement : formations, rencontres, échanges de produits, partage de stagiaires, diffusion des bonnes pratiques... La construction du pôle agroécologique a d'ores et déjà pris effet avec l'accueil de trois familles à la Ferme des Buis. ”



# Aux côtés du WWF pour une consommation durable



## Agir et sensibiliser le public

En 2015, Picard a conclu un partenariat avec le WWF pour amplifier son action en matière de développement responsable. Une démarche de long terme selon trois grands axes :



### LE SOJA, PREMIÈRE CAUSE DE DÉFORESTATION

**Théo CIZERON**  
Chargé de relation avec le monde économique, WWF



“ Majoritairement importé d'Amérique du Sud, le soja est une composante essentielle de l'alimentation des animaux d'élevage mais aussi la principale cause de déforestation engendrée par les Européens. La demande ayant explosé ces dernières décennies, les surfaces de production se sont agrandies, souvent au détriment de la forêt amazonienne ou d'écosystèmes remarquables. Pour cette raison, Picard a décidé de s'associer au WWF pour établir un plan d'actions permettant de limiter l'impact de notre alimentation sur les écosystèmes forestiers d'Amérique du Sud. Parmi les solutions envisagées : réduire notre consommation de viande et de protéines animales (œufs, produits laitiers, poissons d'élevage), privilégier les légumes secs riches en protéines comme les lentilles, les pois ou le soja (celui destiné à l'alimentation humaine est souvent bio et produit en Europe). ”

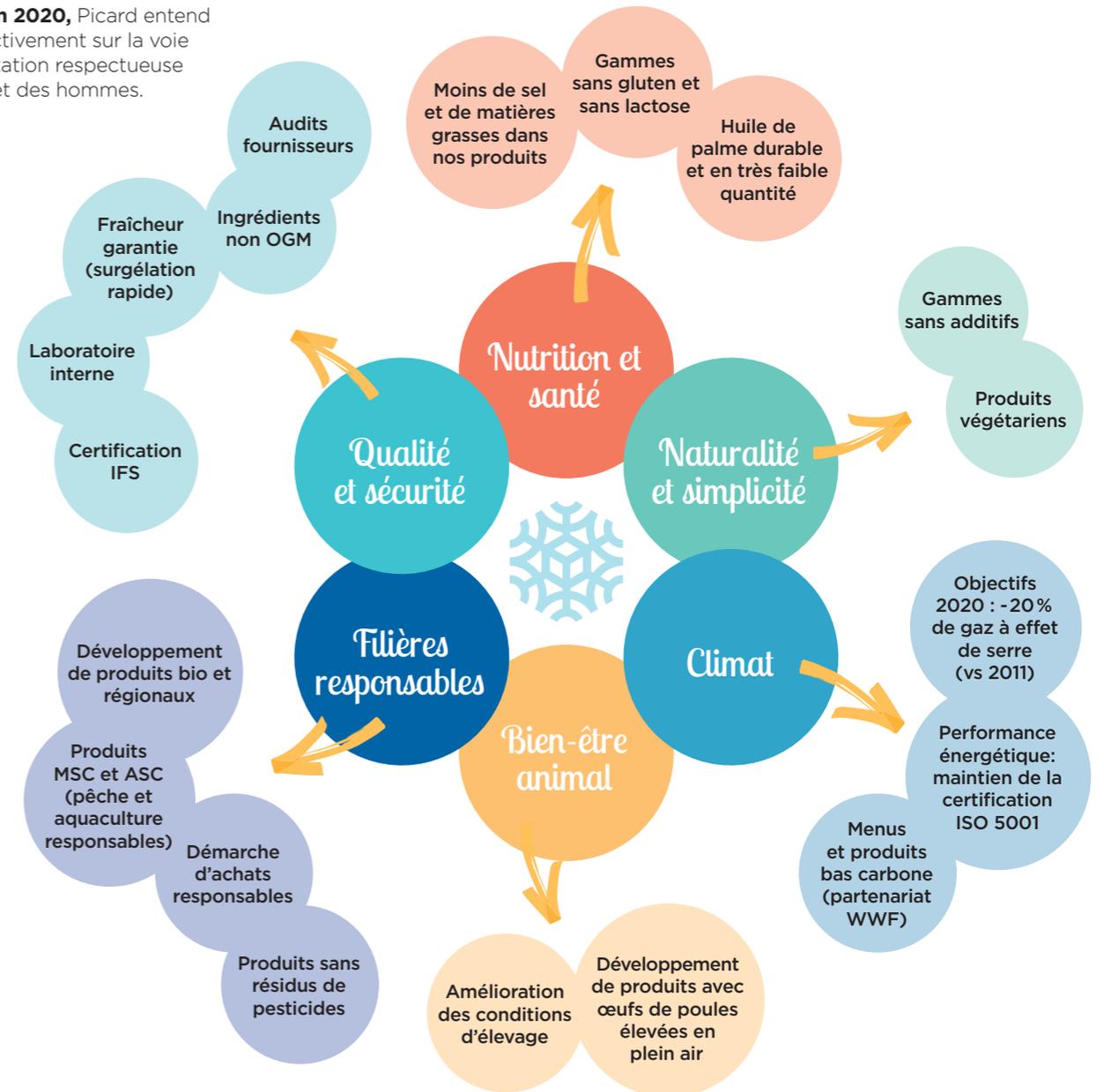
**Arnaud BRULAIRE**  
Responsable Développement Durable de Picard



“ Nous partageons l'ambition du WWF de réduire l'impact environnemental de notre alimentation. La gamme de produits Picard offre d'ores et déjà des alternatives intéressantes : légumes variés, produits végétariens, produits bio... Pour aller plus loin, nous travaillons à l'élaboration de menus types, à faible impact environnemental, et souhaitons guider nos clients vers une consommation responsable, un travail que nous conduirons avec le WWF dès 2017. ”

# Nos engagements pour demain

D'ici l'horizon 2020, Picard entend poursuivre activement sur la voie d'une alimentation respectueuse de la nature et des hommes.



# Les indicateurs RSE

AU 31 DÉCEMBRE 2015

## ACTIVITÉ GLOBALE

| INDICATEURS PICARD             | 2013  | 2014  | 2015  |
|--------------------------------|-------|-------|-------|
| Chiffre d'affaires (en M€ TTC) | 1 323 | 1 358 | 1 369 |
| Nombre de magasins (au 31/12)  | 914   | 926   | 945   |
| Nombre de salariés (au 31/12)  | 4475  | 4519  | 4534  |

## SOCIAL

| INDICATEURS GRENELLE*  | INDICATEURS PICARD   | 2013         | 2014         | 2015   |
|--|--|--------------|--------------|--------|
| L'effectif total et la répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique | part des hommes  | 29,8 %       | 29,9 %       | 30,7 % |
|  | part des femmes  | 70,2 %       | 70,1 %       | 69,3 % |
|  | part des CDD au 31/12  | 6,3 %        | 7,5 %        | 7,1 %  |
|  | part des 16 à 25 ans   | 23,6 %       | 22,8 %       | 20,2 % |
|  | part des 25 à 35 ans   | 40,6 %       | 39,1 %       | 39,9 % |
|  | part des 35 à 55 ans   | 33,6 %       | 35,1 %       | 36,6 % |
|  | part des 56 ans et plus  | 2,2 %        | 3,0 %        | 3,3 %  |
| Les embauches et les licenciements   | total des embauches en CDI   | 556          | 524          | 495    |
|  | transformation de CDD en CDI   | 212          | 204          | 207    |
|  | total des licenciements  | 235          | 227          | 254    |
| Les rémunérations et leur évolution  | nombres de promotions internes   | 165          | 189          | 259    |
|  | saire annuel moyen (masse salariale €/ effectif mensuel moyen équivalent temps plein)                    | 25 212       | 25 797       | 26 028 |
| L'organisation du temps de travail   | nombre de salariés à temps partiel (population CDI)  | 1 338        | 1 110        | 1 098  |
| L'organisation du dialogue social  | participation aux élections des représentants du personnel   | non concerné | non concerné | 38 %   |
|  | nombre de réunions avec les représentants du personnel   | 186          | 165          | 161    |
| Le bilan des accords collectifs  | accords signés dans l'entreprise durant l'année  | 6            | 2            | 2      |
|  | taux de fréquence des accidents de travail (nombre d'accidents/ nombre d'heures travaillées x 1 000 000) | 45           | 40           | 49     |
| Les conditions de santé et de sécurité au travail  | effectif formé à la sécurité dans l'année  | 1 354        | 1 309        | 1 393  |
|  | dépenses de sécurité effectuées dans l'entreprise (en k€)  | 5 976        | 4 451        | 4 485  |
| Les politiques mises en œuvre en matière de formation                                      | masse salariale consacrée à la formation   | 3,31 %       | 3,38 %       | 3,0 %  |
|  | nombre total d'heures de formation   | 37 748       | 36 548       | 31 430 |
| Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes                   | pourcentage de femmes parmi le comité de direction   | 36 %         | 36 %         | 45 %   |
|  | pourcentage de femmes parmi les collaborateurs   | 70,5 %       | 70,1 %       | 69,3 % |
| 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   | 5,70 %       | 6,80 %       | 5,60 % |
| La politique de lutte contre les discriminations   | nombre de cadres managers formés au management de la diversité   | 21           | 40           | 31     |

\*article R. 225-105

## ENVIRONNEMENT

| INDICATEURS GRENELLE*  | INDICATEURS PICARD  | 2013    | 2014   | 2015   |
|--|---|---------|--|--|
| 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 %   | 98 %   |
|  | taux de recyclage des cartons utilisés en magasins  | 100 %   | 100 %  | 100 %  |
|  | taux de gaspillage alimentaire Picard (entrepôts + magasins)  | 0,48 %  | 0,39 %   | 0,39 %   |
|  | 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)   | 52      | ND   | 30 m³<br>(550 mag hors charges locatives)          |
|  | pourcentage de papier certifié PEFC dans les publications commerciales  | 100 %   | 100 %  | 99,8 %   |
| La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation                  | taux d'emballage (g. d'emballage par kg de produit vendu)   | 88,1    | 89   | 88,7   |
|  | pourcentage de papier certifié PEFC dans les publications commerciales  | 100 %   | 100 %  | 99,8 %   |
|  | taux d'emballage évité par la démarche d'éco-conception (Tonne)   | 1,5     | 0  | 0  |
| 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)  | 169 849 | 172 439  | 173 073  |
|  | consommation énergétique par magasin (en Mwh)   | 186     | 186  | 183  |
|  | pourcentage d'énergie renouvelable utilisée   | 0       | 0  | 100 %<br>(garantie d'origine) depuis novembre 2015 |
| Les rejets de gaz à effet de serre   | Bilan carbone de Picard (hors produits) en Tonne équivalent CO <sub>2</sub> (T.eq CO <sub>2</sub> )           | 224 000 | 221 230<br>Teq. CO <sub>2</sub><br>(année 2014)  | prochain<br>Bilan<br>carbone<br>en 2016            |
|  | Bilan carbone par magasin (T.eq CO <sub>2</sub> /magasin, hors déplacements clients)                          | 137     | 129<br>Teq. CO <sub>2</sub> /mag<br>(année 2014) |  |
|  | Bilan carbone par € de CA (g.eq CO <sub>2</sub> /€ HT)  | 99      | 93<br>(année 2014)                               |  |
| Les mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité  | Nombre de références de produits bio  | 34      | 37   | 37   |
|  | Nombre de produits MSC  | 23      | 24   | 43   |

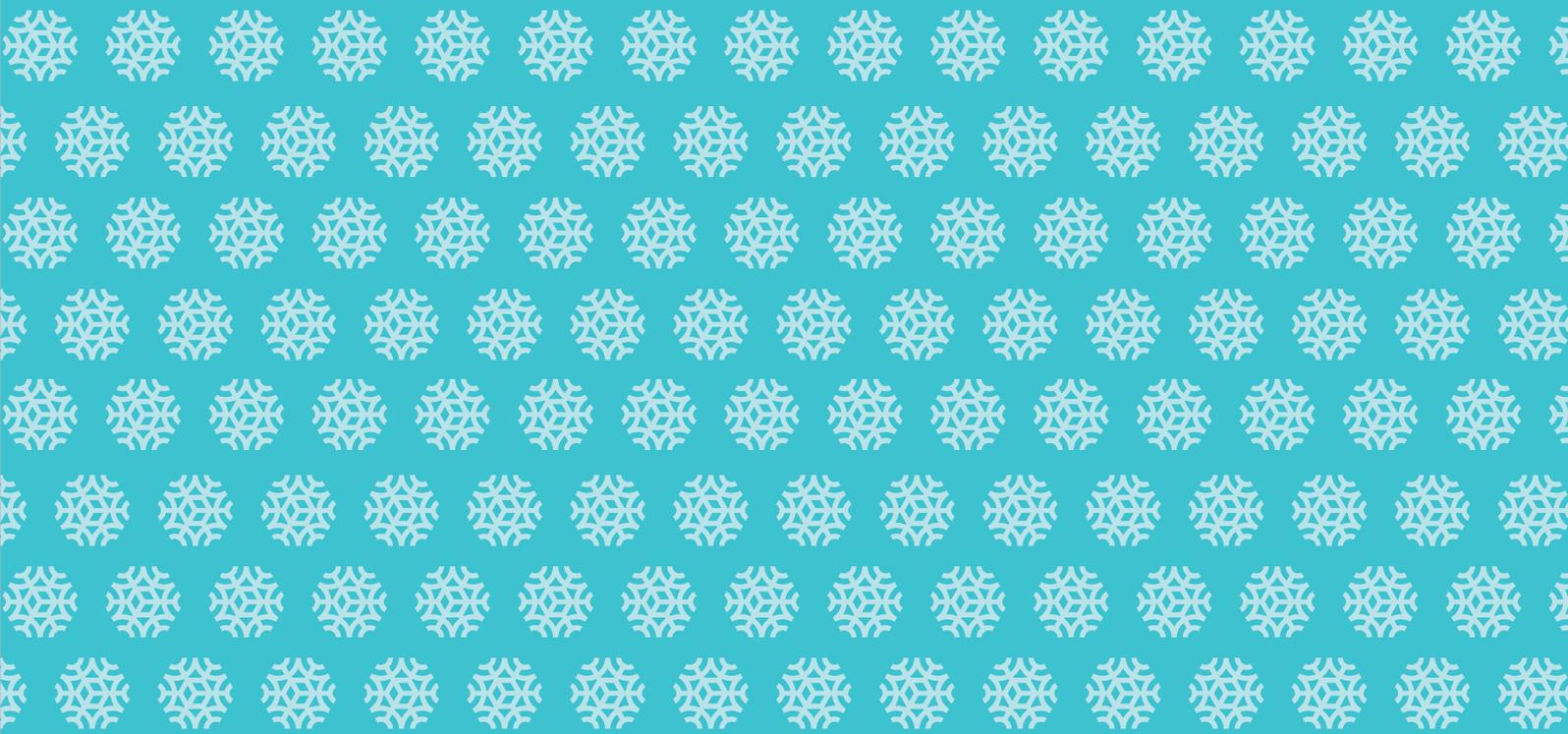
## ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

| INDICATEURS GRENELLE*                            | INDICATEURS PICARD  | 2013                        | 2014                       | 2015                       |
|--|---|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| En matière d'emploi et de développement régional | pourcentage de CA réalisé avec des fournisseurs du pays local | 69 %                        | 70 %                       | 70 %                       |
|  | dons aux Restos du cœur et à la Banque alimentaire (Tonne)    | 194<br>(soit 386 000 repas) | 63<br>(soit 126 000 repas) | 85<br>(soit 170 000 repas) |
| Les actions de partenariat ou de mécénat         | mobilisation en faveur du Téléthon (€)                        | 85 001                      | 81 286                     | 64 274                     |

\*article R. 225-105

Conception et réalisation : INCREA -

Crédits photos : Jean-Claude Amiel, Martin Balme, Philippe Deas, Jean-François Mallet, Michael Roulier, Shutterstock



Direction Développement Durable  
19 PLACE DE LA RÉSISTANCE, 92446 ISSY-LES-MOULINEAUX  
[www.picard.fr](http://www.picard.fr) #PicardFood

**picard**  
*Chaque jour a un goût nouveau*