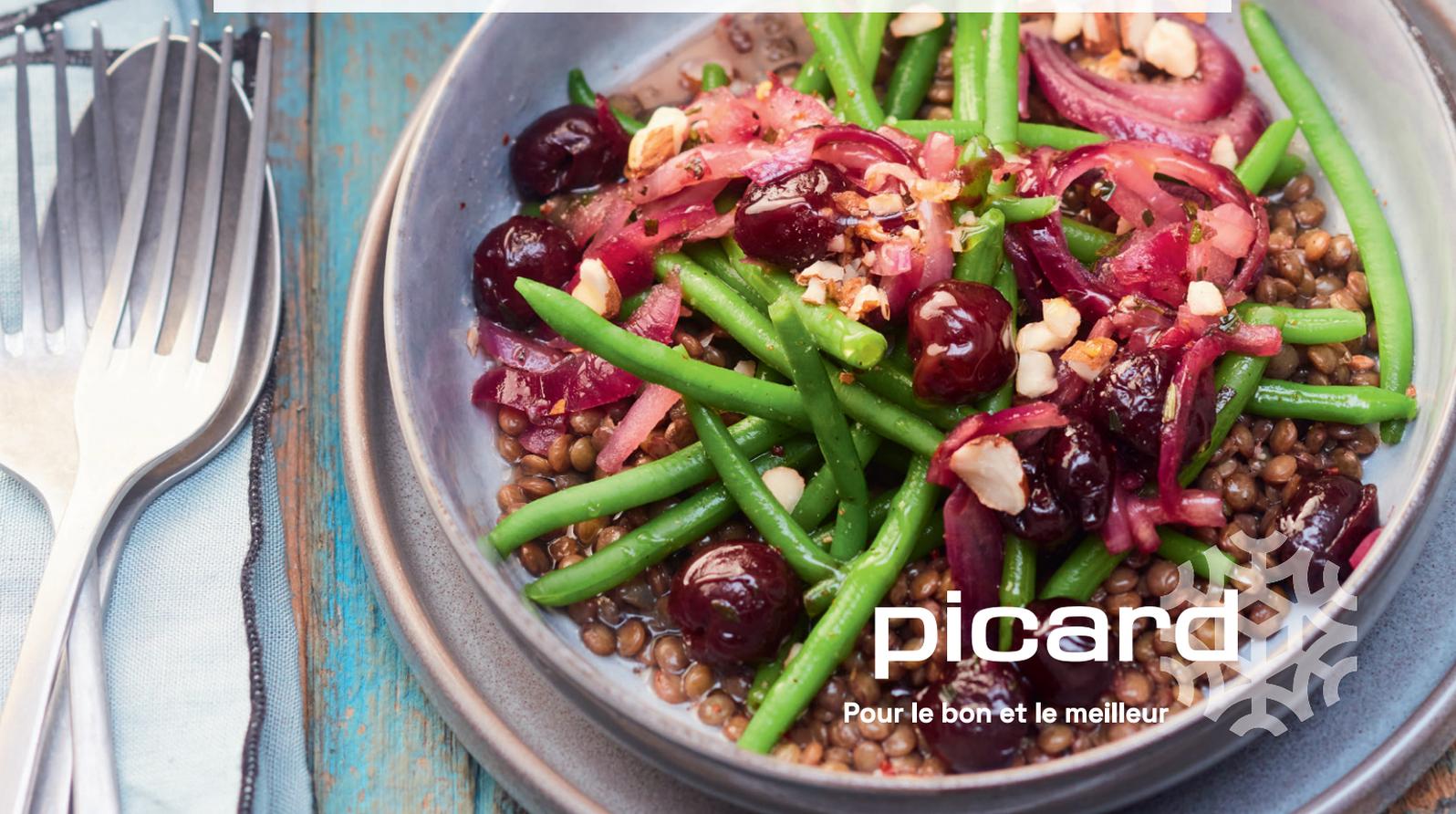




Pour une croissance durable et responsable

Rapport de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise
2022-2023



picard

Pour le bon et le meilleur





Entretien avec
Cécile Guillou
Présidente



04
La politique RSE

- 06
Participer à la transition
écologique de la société
Concevoir des produits durables
- La gestion des emballages
- La Supply Chain de demain
- Réduire notre consommation
d'énergie

14
Être une marque toujours
plus humaine

- Œuvrer pour et avec nos
collaborateurs
- Travailler main dans la main
avec nos partenaires

18
Jouer un rôle en tant
qu'entreprise citoyenne

- Promouvoir la solidarité
de nos clients
- S'engager en notre nom

22
Les indicateurs RSE

Aujourd'hui, la réussite d'une entreprise ne peut se mesurer à la seule lecture de ses performances économiques, mais bien également à la hauteur de ses engagements en faveur de pratiques durables. Aussi, je suis très fière que chez Picard cette vision trouve écho auprès de nos collaborateurs, nos partenaires, et dans les attentes de nos clients.

En témoignent les labellisations « Enseigne Responsable » et « Fret21 » obtenues ces derniers mois grâce aux efforts de nos équipes, que je tiens à féliciter chaleureusement. Ces récompenses sont le fruit d'une démarche d'amélioration continue pour que Picard demeure une marque toujours plus durable, humaine et citoyenne. Par notre implantation territoriale, notre position particulière entre les producteurs et les consommateurs, nous avons un rôle à jouer, et il est de notre devoir d'y allouer les ressources humaines et financières nécessaires.

Afin de limiter notre empreinte sur l'environnement, et dans un contexte de crise énergétique et inflationniste, nous poursuivons plus activement encore notre politique de gestion de l'énergie, et améliorons notre chaîne logistique. Lucides quant au défi que représente l'amont agricole dans notre activité, nous cherchons à développer l'usage de pratiques agroécologiques avec nos partenaires, et sommes le premier distributeur à avoir réalisé notre empreinte biodiversité.

Notre place est aussi auprès de L'Économie Sociale et Solidaire. Le don de produits aux Banques Alimentaires notamment, nous permet, avec nos clients, d'agir contre la précarité alimentaire. Nos engagements doivent également s'appuyer sur une politique de ressources humaines innovante, enrichie par la diversité de nos collaborateurs, la mixité générationnelle ou l'accueil et l'accompagnement des personnes en situation de handicap.

Notre stratégie RSE irrigue nos actes et notre activité dans une optique de croissance durable. Les premiers résultats de cette stratégie, que vous découvrirez au sein de ce rapport, sont encourageants dans tous les domaines mais nous devons continuer à progresser en ce sens. Dans un contexte d'accélération des crises sociales, économiques et climatiques, et d'une prise de conscience accrue des enjeux de notre développement, il est indispensable de continuer à nous mobiliser et à innover pour construire le commerce et l'alimentation de demain.

Acter nos engagements pour agir efficacement

Leader de la distribution de produits surgelés en France, Picard fait grandir, depuis 50 ans, l'amour du bon, avec des objectifs d'amélioration continue sur tous les sujets de la RSE à l'horizon 2026. Nous nous sommes aussi dotés d'une politique RSE, véritable colonne vertébrale de notre action.

Afin d'accompagner et de guider l'ensemble de nos collaborateurs dans nos décisions et actions, nous nous sommes également dotés d'un Code Éthique. Grâce à tous nos engagements, nous nous sommes ainsi vus décerner, pour la 4^e fois, le label « Enseigne Responsable ».



NOTRE POLITIQUE RSE

Du fait de notre implantation territoriale, notre position charnière entre les producteurs et les consommateurs, nous souhaitons faire de Picard une enseigne alimentaire de proximité incontournable sur toutes les dimensions ; qu'il s'agisse de la marque enseigne à travers nos produits et instants de consommation, de marque employeur ou encore d'engagement citoyen.

Cette ambition fait écho à notre mission : nourrir sans cesse l'amour du bon ; du bon produit et du bon goût, du bon pour tous les jours, du bon pour nos clients, tout en limitant notre empreinte sur l'environnement.

Notre développement s'articule autour d'une politique de progrès perpétuels, reposant sur des valeurs respectueuses de l'homme et de son environnement.

Picard a la volonté de participer à la transition écologique de la société :

- de la **conception de ses produits** ;
- en passant par leur **transport** ;
- à leur **distribution** en magasin.

Picard aspire à devenir une marque toujours plus humaine en veillant à garantir :

- la **diversité** ;
- ... l'**inclusivité** ;
- ... et le **partage des savoirs**.

Picard est conscient de son rôle à jouer dans le développement de sa chaîne de valeur :

- à commencer par ses **fournisseurs** ;
- ...mais au-delà, dans tous les **territoires** ;
- ...et en particulier ceux autour de l'**Économie Sociale et Solidaire (ESS)**.

Nous œuvrons donc, humblement mais collectivement, à une meilleure intégration des enjeux environnementaux, sociaux, et sociétaux dans notre modèle d'organisation.

Nous nous engageons à mettre à disposition des ressources humaines et financières afin d'atteindre ces objectifs.

Nous faisons progresser notre structure afin de contribuer davantage au développement responsable de tous les territoires que nous explorons.

NOTRE CODE ÉTHIQUE

Véritable guide pour tous les collaborateurs et partenaires souhaitant entrer ou étant en relation avec Picard, ce Code Éthique fait partie intégrante du corpus contractuel de toute relation existante et à créer avec Picard.

Il repose sur les principes suivants :

- assurer **la meilleure qualité possible pour nos produits**
- **adopter et favoriser des pratiques responsables** à travers :
 - des engagements environnementaux ;
 - des engagements sociaux ;
 - des engagements sociétaux.
- **assurer la confidentialité et la protection des données**, en particulier sur :
 - le respect du secret des affaires ;
 - la protection des données à caractère personnel.
- **une éthique des affaires** basée sur :
 - la lutte contre la corruption ;
 - le respect de la concurrence.



PICARD, LABELLISÉE « ENSEIGNE RESPONSABLE »

Cette récompense matérialise notre engagement quotidien pour faire de Picard **une marque toujours plus durable, plus humaine et plus citoyenne**.

En 2022, Picard l'a obtenue pour la 4^e année consécutive. Dans une démarche apprenante, et d'amélioration continue, nous avons formalisé les grands axes de nos engagements, tels que la réduction de notre empreinte environnementale, le bien-être de nos collaborateurs, l'inclusivité, ou encore le soutien aux plus démunis et à la jeunesse pour contribuer à une société plus solidaire.

Nous nous approchons maintenant de la note A (supérieure à 4/5).

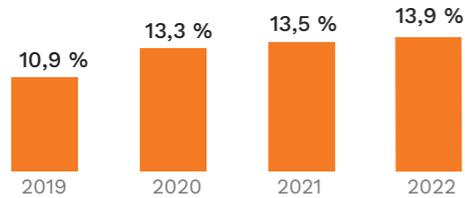


Concevoir des produits durables

Des méthodes de production à nos emballages, des pratiques agricoles à la réduction continue de notre empreinte carbone, en passant par le respect du bien-être animal, tout concourt à offrir à nos clients le meilleur. Parce qu'un bon produit ne l'est pas seulement dans l'assiette, nous nous engageons à tous les niveaux et inscrivons notre stratégie RSE au cœur de notre activité.

Aujourd'hui en France, l'empreinte carbone moyenne d'une assiette s'élève à 2,5 kg CO₂ éq. Pour contribuer efficacement à lutter contre le changement climatique, il faudrait diviser ce chiffre par 5 !

Évolution de notre offre durable (Bio, MSC/ASC, SRP) entre 2019 et 2022 (en volumes)



APILEG : DES SYSTÈMES DE CULTURE INNOVANTS

Initié par Picard en 2015, le projet APILeg réunit, autour de notre fournisseur de légumes Ardo, l'Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement (INRAE), la Chambre Régionale d'Agriculture de Bretagne, et nos équipes Produits & RSE Picard. L'objectif est de construire des systèmes de cultures innovants, en y multipliant des pratiques agroécologiques qui conduisent directement ou indirectement à limiter l'emploi des engrais et des produits phytosanitaires (fongicides, herbicides, insecticides).

En multipliant les bonnes pratiques comme la rotation longue et diversifiée des parcelles, la réduction des labours, le désherbage mécanique ou le biocontrôle, le programme APILeg a permis en 2022 de réduire, en moyenne, de 19 % l'indice de fréquence des traitements phytosanitaires légumes (IFT légumes). En 2023, nous avons lancé, avec nos partenaires, APILeg 3, une nouvelle étape du projet qui s'étendra jusqu'en 2025 et devrait permettre l'équilibre économique de la démarche pour une majorité des légumes distribués.



UN BILAN CARBONE DE NOS PRODUITS QUI N'AUGMENTE PAS



Depuis 2019, nous mesurons l'impact carbone de nos produits par gammes. Bien que cela ne soit pas si simple, nous continuons de maintenir nos objectifs et nos ambitions de réduction en travaillant sur la mise en place de pratiques agricoles plus vertueuses et l'augmentation de l'offre de produits plus durables. Depuis 2019, l'impact carbone moyen de nos produits (kg CO₂ éq/unité de produit vendue) n'a pas augmenté. Pour s'assurer que cela continue, voire que cet indicateur s'améliore, des groupes de travail ont été initiés cette année 2023 pour sensibiliser et accompagner les équipes Produits à l'éco-conception.

RÉSULTATS APILEG 2022

27

producteurs bretons

14

pratiques mises en place par exploitation en moyenne

592

hectares de légumes

-19%

d'IFT Légumes (Indice de Fréquence des Traitements Légumes)

97

traitements phytosanitaires qui ont pu être évités en 2022 (équ. 1277 L)



PÊCHE ET AQUACULTURE DURABLES

La politique de Picard en matière de pêche et d'aquaculture responsables se décline à plusieurs niveaux. Tout d'abord, nous nous sommes fixés l'objectif d'atteindre 70 % du volume de produits de la mer labellisés MSC (Marine Stewardship Council), ASC (Aquaculture Stewardship Council) ou ASC et/ou BIO en 2026. En 2022, nous avons déjà atteint le taux de 65 % de nos ventes de produits de la mer (bruts et cuisinés de la mer, panés, fumés, marinés) qui respectent ces engagements.

Pour atteindre cet objectif, nous analysons les risques environnementaux de nos approvisionnements de produits de la mer bruts, labellisés ou non, grâce au référentiel Fishsource géré par Sustainable Fisheries Partnership®, qui est une source d'information scientifique, indépendante et vérifiée. Ce travail nous permet de pouvoir construire un plan d'action en fonction des risques identifiés sur ces produits de la mer bruts.

Toutes les espèces n'étant pas actuellement labellissables (manque de données scientifiques, de consensus international, pêcheries multi-pays, pêcherie artisanale...), nous avons fait le choix d'élargir notre démarche avec notamment :

- un travail avec nos fournisseurs pour les encourager à adopter de bonnes pratiques en termes de durabilité : tendre vers la certification ou des projets d'amélioration des pêcheries, diminuer le plus possible l'utilisation d'antibiotiques ;
- la diversification de nos approvisionnements, en espèces et en zones de pêche, afin d'éviter la surpêche et de diminuer notre pression sur les stocks de poissons ;



- le choix de favoriser, quand cela est possible, l'origine France.

Les équipes Produits et Qualité/RSE de Picard œuvrent en partenariat avec les fournisseurs afin de garantir la qualité des produits proposés à leurs clients. En plus d'une attention particulière portée sur la fraîcheur du poisson, nous réalisons des audits afin de veiller à ce que nos exigences de qualité et de traçabilité de la pêche ou de l'élevage du produit fini surgelé soient respectées.

NOUVELLES LABELLISATIONS 2023

Noix de St Jacques de la Baie de Saint-Brieuc MSC

.....

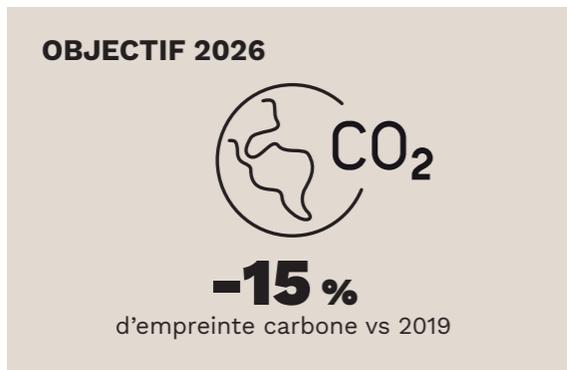
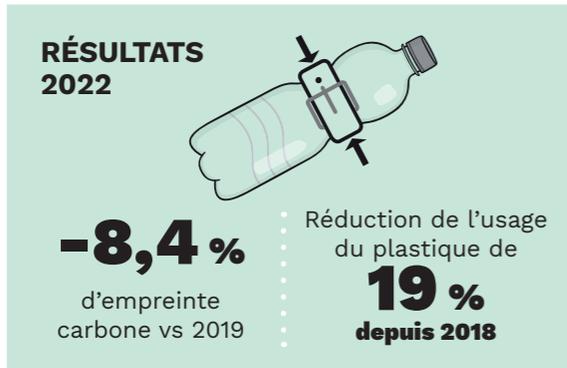
Crevettes panées ASC

.....

Cabillaud MSC issu de la pêche côtière effectuée dans les eaux territoriales norvégiennes (réintroduction de la référence)



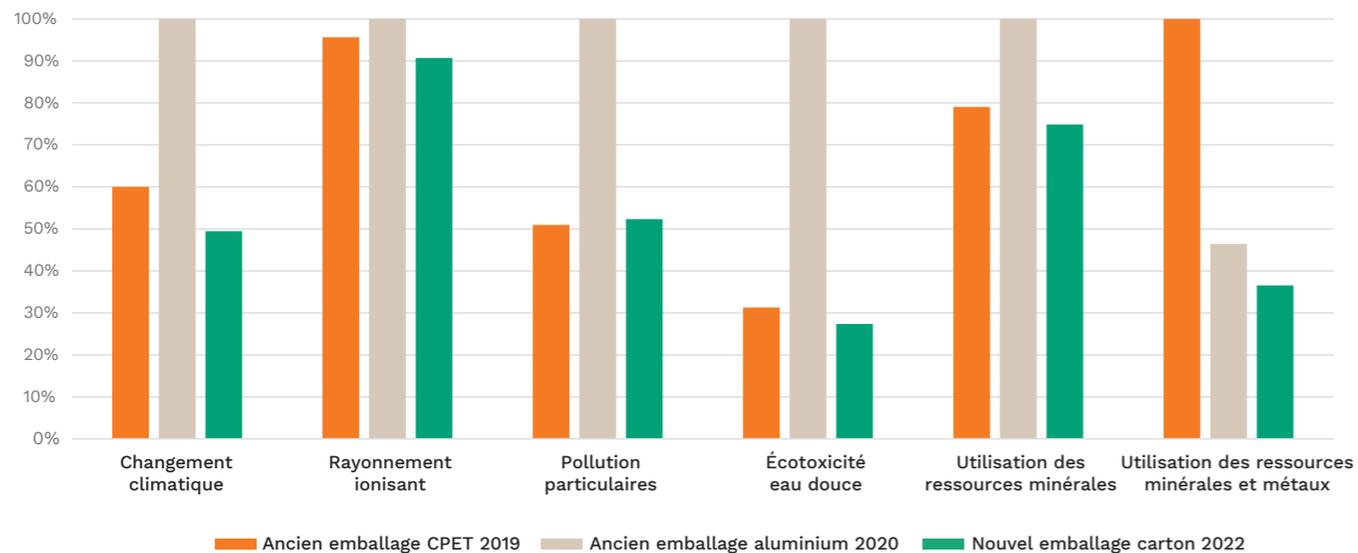
La gestion des emballages



Afin de réduire la consommation de plastique, nous avons établi une politique emballages dès 2018 visant à supprimer les emballages superflus, à réduire les formats au maximum et à développer des alternatives utilisant des matériaux d'origine renouvelable. Grâce à ces évolutions apportées à une trentaine de références en 2022, nous avons notamment économisé 112 t de carton et 40 t de plastique.

Par exemple, l'emballage de l'ensemble des références « escargots » a été optimisé : l'assiette en plastique (CPET) et l'assiette en aluminium ont été remplacées par une assiette en carton-film PET. Le nouvel emballage a permis d'éviter 18 t d'éq. CO₂ sur une année (vs CPET) et 90 t d'éq. CO₂ sur une année (vs aluminium). Soit l'équivalent de 55 aller-retours en voiture (CPET) et 269 aller-retours en voiture (Aluminium) Paris-Marseille.

Comparaison des 3 systèmes d'emballage des références « escargots » en fonction de chaque indicateur d'impact sur une base 100



Source : base Ecoinvent 3.6 cut-off - étude réalisée en interne



UN PROJET DE RECHERCHE FONDAMENTALE AVEC TECNALIA

Afin d'accélérer la réduction du plastique dans nos emballages, nous avons lancé, depuis 2021, un projet de recherche fondamentale en collaboration avec Tecnalia, un laboratoire espagnol disposant d'une antenne à Bordeaux.

S'appuyant sur la filière agricole, on pourrait accéder à une biomasse importante. Le projet s'est plus précisément concentré sur les déchets de carottes pour les valoriser en PHB, un polymère biodégradable pouvant être ensuite formulé et transformé en emballage alimentaire.

En avril 2023, le projet a démontré la faisabilité technique de transformer des sous-produits de carottes en PHB. On espère désormais le rendre viable à une échelle industrielle.



S'engager en faveur du bien-être animal

Depuis 2021, nous avons formalisé notre Engagement Bien-Être Animal, construit avec nos partenaires et applicable aux produits à marque Picard, contenant des ingrédients d'origine animale terrestre. Toutes les actions mises en place s'articulent autour de trois grands principes :

- le respect des cadres réglementaires et législatifs applicables ;
- la prise en compte des définitions du bien-être animal données par l'ANSES (l'agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail), l'OIE (Organisation mondiale de la santé animale) ainsi que le principe des 5 libertés fondamentales des animaux définies par le Farm Animal Welfare Council en 1992 ;
- encourager un travail coopératif avec nos partenaires pour veiller à développer des politiques ambitieuses, cohérentes et pérennes d'amélioration continue des méthodes mais également d'information des consommateurs.

CHIFFRES 2023

94% des produits contenant des œufs, sont élaborés avec des œufs hors cage
dont 86% avec des œufs plein air.

58% de nos produits bruts respectent le critère «enrichissement» : objets à picorer, perchoirs, ...
et 34% de nos produits bruts et élaborés le respectent.



OBJECTIFS 2026

100% des œufs de poules élevées hors cages

Respect du **Better Chicken Commitment** pour tous les produits contenant au moins **30%** de viande de poulet

La Supply Chain de demain

La réduction de notre empreinte environnementale passe nécessairement par l'étape du transport. Afin de limiter notre impact et d'optimiser la performance environnementale de notre chaîne logistique, nous sommes engagés depuis 2019 dans le dispositif Fret 21. Nous sommes fiers d'avoir atteint, et même dépassé, les objectifs fixés, et voyons déjà plus loin pour continuer de réduire continuellement nos émissions de CO₂.



LABEL FRET21 : UNE PREMIÈRE DANS LE SECTEUR DU RETAIL ALIMENTAIRE

Le dispositif Fret 21, soutenu par l'Ademe (Agence de la transition écologique) vise à inciter les entreprises en qualité de « donneurs d'ordres » des transporteurs à mieux intégrer l'impact des transports dans leur stratégie de développement durable. En tant qu'entreprise signataire, nous avons mis en œuvre des actions réparties sur 4 axes :

Taux de chargement :

- **Projet OSCAR** : optimiser le chargement des camions, en provenance de nos fournisseurs vers nos plateformes ;
- **Projet OLIVE** : optimiser le chargement des camions, limiter les kilomètres et lisser les flux durant l'acheminement des produits, au départ de nos plateformes et à destination de nos magasins.

Distance parcourue :

Implémentation de notre TMS (Transport Management System) Aval pour une optimisation des tournées.

Moyens de transport :

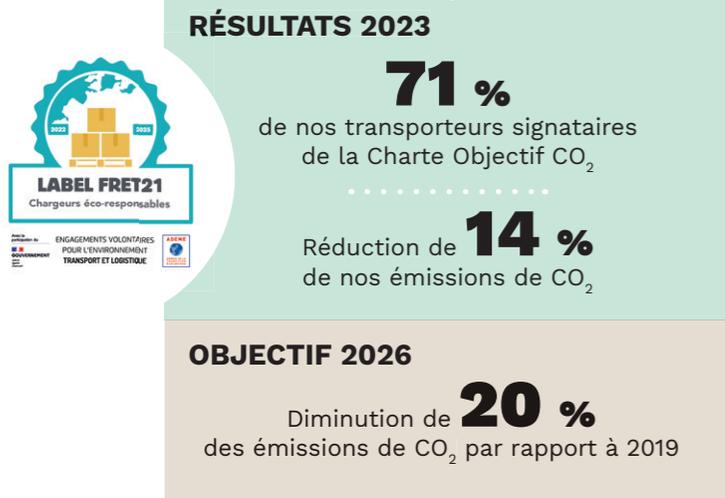
Verdissement de la flotte des véhicules de nos partenaires.

Achats responsables :

Sélection de transporteurs labellisés ou chartés « Objectif CO₂ ».

collaboration avec nos transporteurs, ils nous permettent d'imaginer le transport de demain. Nos efforts continus, nous permettrons d'accroître l'efficacité des livraisons et contribueront à atteindre avec succès nos objectifs RSE fixés pour 2026 ».

Amélie Boudin, Responsable Transport



Conscient des défis RSE majeurs dans notre activité et de notre rôle en tant qu'acteur sur le territoire, le service Transport Picard met quotidiennement tout en œuvre pour réduire les émissions de CO₂. Il s'agit d'un engagement fort de nos équipes puisqu'il demande d'avancer avec agilité, conviction, et innovation sur des projets concrets. En étroite



La décarbonation des livraisons urbaines représente une première étape importante pour la LAD et nos équipes ont à cœur d'atteindre cet objectif. Grâce à notre partenaire Petit Forestier, nous avons eu l'opportunité de réaliser le test de l'e-Jumpy, un

véhicule qui a démontré l'avancée des dernières technologies en termes de froid négatif sur les utilitaires légers, ouvrant ainsi des perspectives concrètes pour réduire nos émissions de CO₂ sur le dernier kilomètre.

Sébastien Lucas,
Responsable Livraison Clients

En 2019, Picard s'était engagé à réduire de 10 % ses émissions (en valeur absolue) liées au transport en 3 ans.

Grâce aux efforts de l'ensemble des collaborateurs et de nos partenaires, nous avons enregistré une réduction de 14 % de nos émissions de CO₂, surpassant nos objectifs.

Par ailleurs, en mai 2023, Picard est officiellement devenue la première entreprise du secteur du retail alimentaire labellisée Fret21. Reconnu par les pouvoirs publics, ce label officiel est uniquement accordé aux donneurs d'ordres qui intègrent la dimension environnementale au cœur de leur stratégie logistique.

AMÉLIORER L'EMPREINTE CARBONE DE LA LIVRAISON À DOMICILE

Dans notre volonté de développer la livraison à domicile (LAD), nous avons fait le choix de l'intégrer au périmètre de la certification ISO 50 001. Cette démarche d'amélioration continue repose avant tout sur la création d'un indice de performance global permettant un suivi précis de la trajectoire.

C'est ainsi que nous avons réalisé une revue énergétique de la LAD – consommation de carburant, émissions de CO₂ – et identifié un plan d'action pour atteindre notre objectif de -10 % sur la consommation énergétique globale en 2026.

Parmi les initiatives mises en place, nous reformons nos chauffeurs à l'éco-conduite et nous étudions la faisabilité de réaliser les tournées LAD en véhicules électriques. Des tests ont été réalisés dans des conditions climatiques différentes – hiver et été 2023 – au départ de la base de Vitry-sur-Seine (94). Les véhicules sont équipés de deux batteries : une pour le moteur (autonomie en km) et une pour alimenter le groupe froid (autonomie en heures). Les résultats encourageant notamment en zone intramuros laissent entrevoir un axe de réduction des émissions de CO₂ important.



OBJECTIF 2026

-10%
sur la consommation énergétique (électricité et carburant) des bases LAD indépendantes par rapport à 2020

Réduire notre consommation d'énergie

En 2023, pour la 9^e année consécutive, nous avons renouvelé notre certification ISO 50 001 saluant notre système de management visant à réduire notre consommation d'énergie. Pour cet exercice, 24 magasins ont été audités. La maîtrise de l'énergie est un enjeu majeur pour Picard dont 85 % de la consommation est liée au respect de la chaîne du froid, donc à la sécurité alimentaire. La crise énergétique s'ajoutant à la crise environnementale, la question est devenue absolument centrale.

INVESTIR POUR RÉDUIRE

La gestion énergétique passe par la maintenance et le renouvellement des équipements. Depuis 2018, nous remplaçons le parc de bacs de congélation et de vitrines pour installer des appareils moins énergivores et plus performants : -20 % de consommation énergétique pour les bacs et -30 % pour les vitrines.

Une attention spécifique a également été portée aux congélateurs, régulièrement ouverts en journée mais qui restent fermés la nuit. Une expérimentation a permis d'économiser 5 % de consommation en augmentant de 2°C la température des bacs la nuit, tout en maintenant le produit à cœur à -18°C. Ce dispositif de pilotage nocturne est déployé depuis juin 2023 sur tous les nouveaux congélateurs installés en magasins (ouvertures et rénovations).

Par ailleurs, après l'expérience réussie à Toulouse en 2021, nous avons installé 3 nouvelles toitures solaires à Marseille, Agen et La Baule. L'énergie ainsi produite devrait permettre de couvrir entre 20 et 30 % des besoins énergétiques des magasins équipés.



LES BONS GESTES EN MAGASIN

La responsabilité environnementale de Picard est partagée par ses collaborateurs qui, tous, sont conscients que chaque geste compte. Les bonnes pratiques en magasin sont recensées et adressent tous les points de vigilance, de l'éclairage à l'utilisation des appareils informatiques en passant évidemment par les questions de température.

Un contrôle des températures des congélateurs et chambres froides, mais également une régulation de la climatisation d'ambiance sont ainsi réalisés. Les collaborateurs en magasins effectuent quotidiennement des vérifications et des auto-contrôles pour garantir la meilleure efficacité des équipements techniques. Ils disposent en outre d'un module e-learning « les Incontournables du froid » pour compléter le dispositif et leur formation.

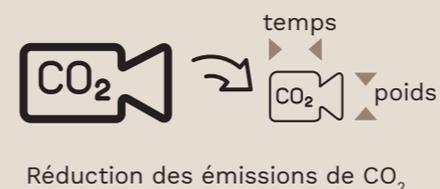
ET NOTRE EMPREINTE CARBONE DIGITALE ?

L'empreinte carbone du numérique est responsable à date, de 4% des émissions mondiales (équivalent aux émissions du trafic aérien civil), avec des prévisions à +60 % d'ici 2040. C'est conscient de cette réalité que Picard a calculé pour une 1^{re} fois en 2022 2023, l'empreinte carbone de sa présence en ligne. Cette étude concerne les émissions générées par la diffusion des campagnes payantes et nos assets créatifs (l'ensemble de nos visuels) sur l'année 2022.

Les résultats ont mis en évidence que les formats vidéo, qui représentent 84 % de notre impact carbone, peuvent être améliorés. Nous avons ensuite défini un plan d'actions global sur tous nos assets (vidéo, bannières, ...) que nous avons d'ores et déjà activé sur nos assets créatifs destinés à nos sites Picard.fr et Application Mobile Picard. Ce plan d'actions initié continuera sur les prochaines années pour optimiser notre impact carbone « Digital ».



PISTE D'AMÉLIORATION



Au vu de la croissance des usages digitaux au sens large par l'ensemble de nos clients (consultation, navigation...), il était important pour moi d'associer la dimension Digitale au sein de nos

enjeux RSE globaux, avec une 1^{ère} étape de mesure de notre empreinte carbone Digitale. A nous maintenant de tous agir sur cet impact digital qui s'accroît et s'accélère... »

Nathalie Jacquot,
Directrice e-commerce & omnicanal

Œuvrer pour et avec nos collaborateurs



Après avoir reçu le titre de meilleur employeur de la distribution alimentaire par le magazine Capital en 2020, Picard a maintenu son cap en faveur d'une politique RH volontariste. Inclusion, mixité générationnelle, diversité, handicap... Picard est, plus que jamais, une entreprise ouverte, soucieuse d'offrir des conditions de travail permettant l'évolution et l'épanouissement de chacun.

ACCORD HANDICAP, ÉPISODE 2

Le premier accord Handicap, portant sur la période 2020-2022, a permis la création d'une Mission Handicap et la nomination de référents internes. En 2023, nous avons signé, avec l'ensemble des partenaires sociaux, un nouvel accord d'entreprise en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap pour la période 2023-2025. Celui-ci renforce les mesures d'accompagnement des travailleurs handicapés qui bénéficient désormais de 2 journées d'absence autorisées rémunérées par an pour les démarches administratives ou rendez-vous médicaux liés à leur handicap. Ils ont également un accompagnement dédié par leur Référent Handicap ou des aides financières (aménagement de poste, formation, prothèses, permis de conduire...).

Notre engagement s'exprime également lors de grands rendez-vous comme la semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées. Au cours de l'édition de 2022, nous avons participé à 2 événements : le DuoDay (voir ci-contre) et l'organisation d'un petit-déjeuner, à Fontainebleau, d'échange de pratiques inspirantes, avec le MEDEF Seine et Marne, Harmonie Mutuelle, première mutuelle handi-accueillante, ainsi que plusieurs entreprises locales. En 2023, nous avons participé à la course de la Diversité dans plusieurs villes de France (de fin septembre à début novembre) en prenant en charge le coût du dossier pour chaque collaborateur inscrit. Une partie de la recette générée par les dossards et les partenaires des courses de la diversité a été distribuée auprès d'associations régionales en faveur du handicap, mais aussi, au niveau national, auprès de l'association « les Restos du Cœur ».

FOCUS SUR LE DUODAY



“ J'étais autonome et quand j'avais besoin d'aide, j'allais voir mes collègues de magasin. Ils m'ont donné plusieurs choses à faire, ils ont été très gentils.”

Olivier, reçu par nos équipes du magasin Avenue Montaigne à Angers.

Le 17 novembre 2022, nous avons accueilli 10 personnes en situation de handicap pour leur faire découvrir nos métiers de commerçant de proximité. À Toulouse, Lyon, Gradignan, Schiltigheim, Saint-Clément-de-Rivière, Redon, Marseille Endoume, Chartres de Bretagne, Paris et Angers, ils ont été toute la journée en « duo », avec un collaborateur volontaire.

OBJECTIF 2026

100%
des managers formés à la diversité

6%
de collaborateurs en situation de handicap

INCLUSION, DIVERSITÉ... LE BON MIX

Picard développe une politique de recrutement et de marque-employeur engagée vers l'accès à l'emploi des jeunes. En effet, nous accompagnons les jeunes tout au long de l'année via une marque employeur inclusive qui valorise la mixité générationnelle. L'enseigne propose ainsi des opportunités de postes adaptés aux jeunes : CDI à temps partiels à mener en parallèle des études, contrats d'alternance, CDD pendant les vacances scolaires, etc.

Depuis 2022, un nouveau dispositif en faveur de l'inclusion a vu le jour. La POEC (Préparation Opérationnelle à l'Emploi Collective) s'adresse à des demandeurs d'emploi inscrits à Pôle Emploi et a pour vocation de permettre le recrutement de candidats motivés par notre métier et nos valeurs, mais n'ayant pas encore eu l'opportunité de travailler dans notre secteur. Après une formation en salle de 4 semaines, et une immersion de 2 semaines en magasin, les candidats avec qui nous souhaitons mutuellement nous engager se voient proposer un CDI.

“ J'ai vraiment apprécié le dispositif de la POEC. Nous avons reçu une formation théorique très enrichissante qui permet de mieux nous connaître nous-même et d'apprendre la relation client. Nous avons été formés dans une ambiance très conviviale et très pédagogique. Les deux semaines en magasin ont ensuite permis de découvrir réellement le métier de vendeur, l'équipe est très présente et m'a très bien accueillie. Je conseille ce format de recrutement aux futurs candidats car la période de formation et de stage se complètent afin de démarrer un emploi dans les meilleures conditions.”



Anthony, recruté POEC

Classement Capital-Satista 2023 des entreprises engagées pour la diversité : Picard se classe à la **5^e place** dans le domaine « Distribution alimentaire » avec une note de **7,98/10**



Lancement de notre campagne d'alternance 2023

La campagne de recrutement destinée aux étudiants à la recherche d'un contrat d'apprentissage pour la rentrée de septembre 2023 a été incarnée par les actuels alternants chez Picard.



RÉSULTATS

33%
des recrutements en CDI temps complets concernaient des jeunes de moins de 25 ans, en 2022.

Près de **100** jeunes en contrat d'apprentissage ou d'alternance en magasin et sur les fonctions supports en 2023.

11 CDI, sur les 20 participants à la POEC en 2022

LE CERCLE VERTUEUX DE LA SOLIDARITÉ

Grâce à des opérations microDON et à la générosité de nos clients, nous avons pu récolter et reverser plus de **300 000 € en faveur de l'ESS pour l'insertion des jeunes**. Nous avons notamment soutenu les Apprentis d'Auteuil, ainsi que l'École de la 2^e Chance. Nous avons aussi noué un partenariat solide avec cette dernière afin de développer un programme spécialisé dans les métiers de la distribution alimentaire. **Nous avons déjà accueilli une cinquantaine de stagiaires dans nos magasins.**



Travailler main dans la main avec nos partenaires

En accord avec notre politique RSE, nos engagements et notre code éthique (cf p.04), nous accompagnons nos partenaires dans l'adoption de pratiques responsables et respectueuses au sein de leurs organisations. L'objectif est de nous assurer que nos fournisseurs directs mais aussi indirects répondent à nos critères RSE. À terme, ce sont des partenariats solides, des entreprises qui partagent les mêmes valeurs humaines et le développement de tout un secteur vers des pratiques respectueuses de l'Homme et de l'environnement.

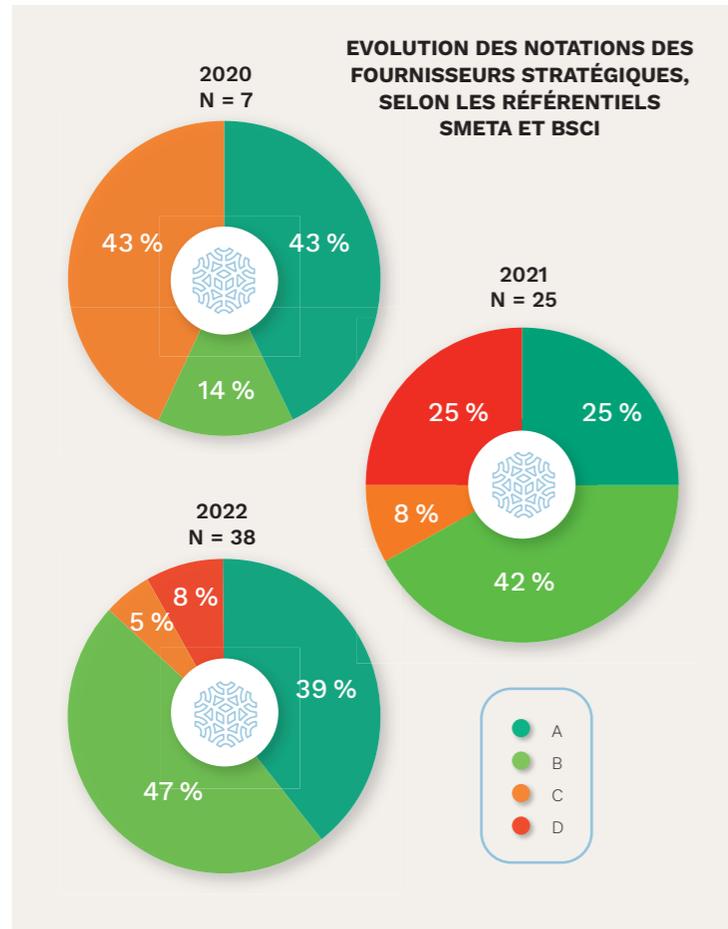


LES RÉFÉRENTIELS SMETA ET BSCI

SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit), l'audit des bonnes pratiques pour un commerce responsable, traite des thématiques :

- la réglementation du travail dans le pays concerné ;
- la santé et la sécurité du personnel ;
- la gestion environnementale ;
- et l'intégrité dans la pratique des affaires.

L'objectif final de la BSCI (Business Social Compliance Initiative) est de protéger les droits des travailleurs et d'améliorer leurs conditions de travail.



ACHATS DIRECTS : DE BONS RÉSULTATS AVEC NOS FOURNISSEURS STRATÉGIQUES

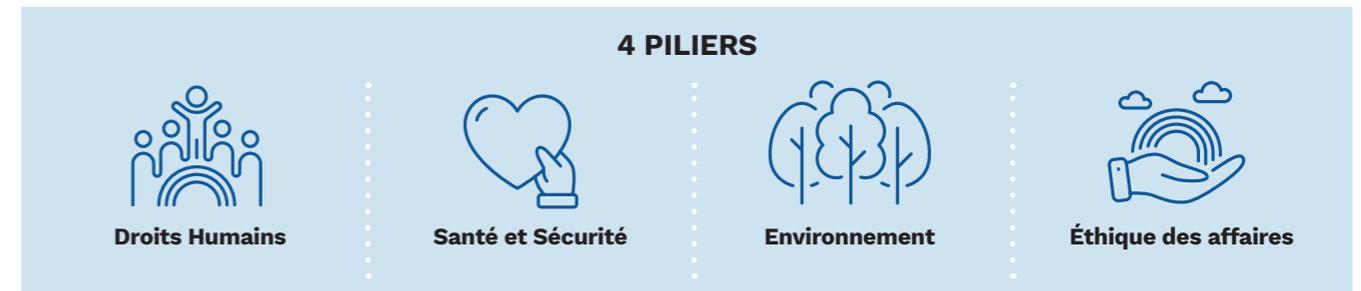
Nous avons tout d'abord identifié nos fournisseurs stratégiques selon les critères suivants :

- 3 ans minimum de collaboration ;
- une collaboration qui dure encore au moins 3 ans ;
- le CA (valeur absolue) et le CA relatif (poids de Picard dans le chiffre d'affaires global du partenaire).

Sur cette base, un travail d'audit selon les référentiels SMETA et BSCI a commencé, suivi d'un accompagnement et de plans d'action co-construits. Chacun est évalué selon 4 piliers : droits humains et sociaux, santé et sécurité, environnement, éthique des affaires. L'objectif RSE 2026 est d'atteindre 100 % de fournisseurs notés A ou B. En 2022, 86 % ont déjà atteint ces bons résultats.

“ 86 % de nos fournisseurs stratégiques notés A ou B sur l'objectif de 100 % est un bon résultat, mais qui ne veut pas dire que nous pouvons relâcher nos efforts. Car certains plans d'action peuvent mettre du temps à être soldés. Il est de notre responsabilité d'accompagner dans le temps nos partenaires, même les moins matures, sur ces enjeux.”

Gérald Townsend,
Responsable RSE



ACHATS INDIRECTS : AVANCER SUR LE TRANSPORT

Avec pour objectif de disposer d'un socle commun en matière de RSE chez l'ensemble des transporteurs et d'encourager l'amélioration continue des pratiques dans le temps, nous avons entamé une démarche d'évaluation des critères sociaux et environnementaux chez nos partenaires transporteurs. Déjà 7 transporteurs ont répondu au questionnaire d'évaluation et accepté d'intégrer ce programme qui adresse tous les sujets de la RSE : environnement, social, et sociétal.

En créant des groupes de travail avec les transporteurs, la démarche crée l'émulation et nous permet d'atteindre plus rapidement nos objectifs.



Encourager la solidarité de nos clients



La solidarité est une valeur que nous partageons avec nos clients. Grâce à des opérations ponctuelles ou à des programmes plus long terme, nous permettons à nos clients de faire de leurs achats chez Picard des actes de solidarité. Les initiatives sont toujours bien reçues et sont pour nous une autre expression de la puissance des cercles vertueux.

PICARD, SES CLIENTS ET LES BANQUES ALIMENTAIRES EN 2022

100 376
clients ont réalisé un don avec leurs points de fidélité

.....

l'équivalent de
190 000 produits distribués aux Banques Alimentaires

.....

Picard a donné **184** congélateurs et **254,5** tonnes de produits Picard

.....

14 associations bénéficiaires dont

PICARD&NOUS : UN PROGRAMME DE FIDÉLITÉ GÉNÉREUX

Lancé en mai 2022, le nouveau programme de fidélité Picard&Nous a été pensé comme un compagnon des Français, pour répondre, entre autres, à leurs fortes attentes en termes de pouvoir d'achat. Ce programme est multiple.

Tout d'abord, il propose à tous les clients porteurs de carte, des remises immédiates, notamment sur une sélection de 50 produits du quotidien. Le système de points permet d'accéder à des récompenses que chaque client peut choisir en fonction de ses attentes :

- **des produits** : une sélection de 3 produits par palier chaque mois, composée de 2 produits du quotidien, et d'un produit « petit plaisir », ou une box de vin de notre partenaire Petit Ballon ;
- **une expérience** : nous proposons des services personnalisés comme un cours de cuisine avec l'Atelier des chefs, ou une consultation individuelle avec une diététicienne proposant des menus personnalisés et un suivi ;
- **un don** : les clients peuvent décider d'utiliser leurs points pour effectuer un don de produit Picard aux Banques Alimentaires.



OBJECTIF 2026

Supérieur à **2 M€** collectés en faveur de l'économie sociale et solidaire en 6 ans



ACHETER RESPONSABLE, C'EST AUSSI ÊTRE SOLIDAIRE

Depuis 2016, nous sommes associés à la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) afin de proposer des gammes de produits bio, locaux et équitables, s'inscrivant dans la dynamique du « mieux produire » et « mieux consommer ». Ce partenariat se traduit par la relocalisation de certains approvisionnements bio de l'enseigne en France et par le renforcement des liens avec les producteurs locaux.

Nous avons ainsi lancé la première gamme « Bio, Local et Equitable », et labellisée par la FNAB, dans le Sud-Ouest en 2020, puis une seconde un an plus tard dans le Sud-Est. En 2023, nous proposons deux nouveaux produits bio, locaux et équitables dans l'Ouest. Construite avec la SCIC bretonne Douar Den et Gelpass group avec son usine de transformation Délivert (56), cette gamme est composée d'émincés de poireaux et de bâtonnets de carottes. Ces références sont stockées sur la plateforme logistique de Bédée (35), avant d'être commercialisées localement, dans près de 120 magasins de Bretagne,



ARRONDI SOLIDAIRE, MICRODON, ... UNE SOLIDARITÉ DÉCOUPLÉE

Partenaire de l'entreprise solidaire MicroDon, nous organisons régulièrement des campagnes au cours desquelles nos clients peuvent décider d'arrondir le montant de leur ticket de caisse au profit d'une cause. En 2022, deux campagnes, menées en mars et septembre, ont ainsi permis de reverser 245 k€ à E2C, l'École de la 2^e chance. Avec cet argent, Picard et E2C ont concrètement aidé des jeunes à la recherche d'un emploi ou d'une formation qualifiante en finançant un parcours spécialisé « distribution alimentaire », créant un module de formation digitale « distribution alimentaire » et en accueillant des jeunes en stage en magasins.

En septembre 2023, c'est la Fondation des Apprentis d'Auteuil qui a été bénéficiaire d'une nouvelle campagne d'arrondi solidaire. Sur la période, nous avons récolté environ 65 k€. Cette somme, entièrement reversée à Apprentis d'Auteuil, vient soutenir leur dispositif « Pro'Pulse prépa-apprentissage ». Ce programme offre aux jeunes âgés de 15 à 30 ans, peu ou pas qualifiés, la possibilité de définir et bien préparer leur apprentissage pour être certains de le mener à son terme.



Basse-Normandie, et des Pays de la Loire. Nous travaillons aujourd'hui au lancement d'une nouvelle gamme Nord, prévue pour 2024. Afin de construire un dispositif durable et responsable, bénéfique à l'ensemble des parties prenantes, ces gammes sont également basées sur des conventions tripartites - producteur, industriel, distributeur - par lesquelles nous nous engageons à garantir un prix juste, et à verser 1% du montant des ventes pour alimenter un fonds de développement géré par les organisations de producteurs partenaires. Les produits « Bio, Local, Equitable » répondent à une volonté des consommateurs de permettre le développement économique et social de leurs territoires.



S'engager en notre nom

En tant qu'enseigne engagée, Picard se mobilise pour de nombreuses causes et s'investit auprès de projets et d'associations. À ce titre, la Fondation Picard, créée en 2014 sous l'égide de la Fondation de France, opère une sélection annuelle d'associations à qui elle accorde un soutien financier. En plus de nos actions, nous réagissons aux événements exceptionnels et internationaux que nous connaissons depuis quelques années – pandémie Covid, guerre en Ukraine, crise environnementale.

VENIR EN AIDE AUX VICTIMES DE LA GUERRE EN UKRAINE

En mars 2022, Picard s'est mobilisée aux côtés du Mouvement international de la Croix-Rouge en invitant ses collaborateurs à faire des dons et en s'engageant à tripler chaque somme versée. L'élan de solidarité collective a permis de reverser 100 000 euros à la Croix Rouge française engagée en Ukraine et dans les pays voisins pour soutenir, en priorité, les actions visant à répondre aux besoins humanitaires de toutes les personnes touchées par le conflit (eau, produits de première nécessité, matériel médical, premiers secours, soutien psychosocial, etc.).

LA FONDATION PICARD : 5 PROJETS SÉLECTIONNÉS POUR 2023

L'action de la Fondation Picard témoigne de notre volonté à incarner pleinement notre ambition de marque citoyenne, solidaire, à l'écoute de la société. La démarche de mécénat de la Fondation Picard s'articule autour de deux axes majeurs : promouvoir une alimentation plus respectueuse de l'environnement et de l'homme, en soutenant notamment des projets agroécologiques et éducatifs ; agir pour une meilleure insertion sociale et professionnelle des personnes fragiles (handicap, jeunesse, étudiants...).

Pour l'année 2023, le comité exécutif a sélectionné les 5 associations pour les projets suivants :

- **l'association ETRE** (Écoles de la Transition Écologique) : création d'une école de la transition écologique autour des métiers du maraichage biologique ;
- **la SCOP AGROOF** : concevoir, à l'échelle des fermes, des aménagements forestiers permettant la production de ressources fourragères arborées ;
- **l'association HECTAR** : parcours biodiversité en forêt de Rambouillet ;
- **l'association I.D.Alim** : création d'un répertoire alimentaire individuel pour mieux manger ;
- **l'École Française d'Agroforesterie** : création d'un podcast de 12 agricultrices et agriculteurs pour partager mensuellement leur expérience sur l'année 2023.

OBJECTIF 2026 : 10 nouvelles associations soutenues



©Association Française d'Agroforesterie

FOCUS SUR L'ÉCOLE FRANÇAISE D'AGROFORESTERIE

Notre engagement aux côtés de cette association a permis de voir la concrétisation de ce projet ambitieux.

En 2021, la Fondation Picard a souhaité être leur mécène afin de financer la formation de techniciens agroforestiers. L'École Française d'Agroforesterie veut former les futures générations d'accompagnateurs de la transition agroforestière. Ainsi, depuis le mois d'octobre 2023, 12 techniciens agroforestiers écrivent les premières lignes de l'histoire de l'École.

En 2022, nous avons renouvelé notre soutien auprès de l'Association Française d'Agroforesterie pour la création d'un podcast nommé « Cambium : le podcast de l'agroforesterie », afin de devenir l'espace de parole par et pour les agriculteurs en transition.

POUR ALLER PLUS LOIN L'EMPREINTE BIODIVERSITÉ DE PICARD

Le secteur agro-alimentaire est, par le changement d'usage des sols, l'un des principaux responsables de l'érosion de la biodiversité. À ce titre, nous avons initié une démarche inédite puisque nous sommes le premier distributeur à avoir réalisé notre empreinte biodiversité en 2021, par le biais de la méthodologie Global Biodiversity Score®.

Cette première étape nous a permis d'avoir une meilleure visibilité sur les actions à mettre en œuvre, pour réduire nos empreintes dynamique et statique :

- s'approvisionner auprès de systèmes agricoles plus vertueux (Bio, produits/ingrédients non issus de zones déforestées, productions agroécologiques, etc.) ;
- limiter les viandes issues de filières intensives ;
- diminuer l'usage d'emballages plastiques ;
- enfin, se lancer dans la restauration d'écosystèmes dégradés pour « réparer » notre empreinte.

Picard s'engage dans la préservation de la biodiversité notamment en soutenant l'association « Un toit pour les abeilles » depuis près de 10 ans. En 2023, nous avons inauguré l'installation de trois ruches à proximité du magasin de Chambry (02). C'est le troisième magasin du réseau, après Rueil-Malmaison (92) et Plaisir (78).



Les indicateurs RSE

ACTIVITÉ GLOBALE

INDICATEURS PICARD	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires (en M€ TTC)	1 708	1 696	1 641
Chiffre d'affaires (en M€ HT)	1 616	1 605	1 552
Nombre de magasins (au 31/12)	1 007	1 025	1 042
Nombre de salariés (au 31/12)	5 023	4 453	4 434

SOCIAL

INDICATEURS GRENELLE	INDICATEURS PICARD	2020	2021	2022
L'effectif total et la répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique	Part des hommes	32,5 %	33,6 %	33,8 %
	Part des femmes	67,5 %	66,4 %	66,2 %
	Part des CDD (au 31/12)	8,2 %	6,8 %	5,7 %
	Part des 16 à 25 ans	20,8 %	15,2 %	14,6 %
	Part des 25 à 35 ans	31,9 %	31,9 %	31,0 %
	Part des 35 à 55 ans	42,5 %	47,2 %	47,9 %
	Part des 56 ans et plus	4,8 %	5,8 %	6,4 %
Les embauches et licenciements	Total des embauches en CDI	816	1 019	1 253
	Transformation de CDD en CDI	113	100	95
	Total des licenciements	238	251	354
Les rémunérations et leur évolution	Nombre de promotions internes	213	245	347
	Salaire annuel moyen (masse salariale €/ effectif mensuel moyen équivalent temps plein)	28 412	29 276	30 104
L'organisation du temps de travail	Nombre de salariés à temps partiel (population CDI)	1 112	1 229	1 237
L'organisation du dialogue social	Taux de participation aux élections des représentants du personnel	NC	NC	NC
	Nombre de réunions avec les représentants du personnel	119	131	160
Le bilan des accords collectifs	Accords signés dans l'entreprise durant l'année	5	5	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)	34	38	44
	Effectif formé à la sécurité dans l'année	263*	1148	715
	Dépenses de sécurité effectuées dans l'entreprise (en k€)	6 206	5 665	5 193
Les politiques mises en œuvre en matière de formation	Masse salariale consacrée à la formation	1,84 % *	3,1 %	2,7 %
	Nombre total d'heures de formation	7 104 *	26 820	27 951
Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes	Pourcentage de femmes parmi le Comité de direction	53,8 %	45,4 %	60,0 %
	Pourcentage de femmes parmi les collaborateurs	67,4 %	66,20 %	65,70 %
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	2,31 % **	2,36 %	2,68 %
La politique de lutte contre les discriminations	Nombre total de cadres managers formés au management de la diversité / Nombre total de managers	0,08 % *	12,9 %*	15,3 %
La politique de mixité générationnelle (taux de tutorat)	Nombre d'encadrants (cumulé) formés au tutorat / Nombre de managers total	0	9,9%	10,8 %

ENVIRONNEMENT

INDICATEURS GRENELLE	INDICATEURS PICARD	2020	2021	2022
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)	94 %	88 %	85 %
	Taux de recyclage des cartons utilisés en magasins	100 %	100 %	100 %
	Taux de gaspillage alimentaire Picard (entrepôts + magasins) [= destructions, non valorisé en dons alimentaires]	0,39 %	0,48 %	0,55 %
	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)	85,46	99,09	83,77
	Poids annuel des publications commerciales (tonnes)	3 645	3 809	3 089
	Pourcentage de papier certifié PEFC dans les publications commerciales	99,6 %	97,9 %	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)	71,1	72	68,7
	Poids d'emballage évité par la démarche d'éco-conception (tonnes)	24	94	124,7
	Consommation énergétique des magasins (100 % électricité) (en Mwh)	168 341	163 928	167 457
La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	Consommation énergétique par magasin (en Mwh)	167	160	161
	Pourcentage d'énergie renouvelable utilisée	100 % (Garantie d'origine)	100 % (Garantie d'origine)	100 % (Garantie d'origine)
	Bilan Carbone Sites*** (T.eq CO ₂)	233 177	221 315	203 326
Les rejets de Gaz à Effet de Serre	Bilan Carbone Sites*** par magasin (T.eq CO ₂ /magasin)	103	100	91
	Bilan Carbone par € de CA (g.eq CO ₂ /€ HT)	64	66	61
	Transports (g CO₂e / t.km)	140,57	132,35	129
	Bilan Carbone Produits - Matières premières (g CO₂e / UVC)	943	950	927
Les mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité	Nombre de références de produits bio	131	149	178
	Nombre de produits MSC + ASC (à partir de 2018)	75	84	90
	Nombre de références de produits « Sans Résidu de Pesticides »	7	13	14

ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

INDICATEURS GRENELLE	INDICATEURS PICARD	2020	2021	2022
Accompagnement au progrès RSE de nos fournisseurs de produits	Pourcentage de fournisseurs stratégiques notés A ou B vs référentiels SMETA ou BSCI	50 %	64 %	81 %
Soutiens de l'économie sociale et solidaire par la Fondation Picard	Nombre annuel de mécénats en faveur de l'E.S.S.	3	4	5
Soutiens de l'économie sociale et solidaire par les dispositifs de l'ARRONDI	Somme d'argent annuelle reversée au profit de l'économie sociale et solidaire (en €)	163 100	489 452	245 664
En matière d'emploi et de développement régional	Pourcentage de CA réalisé avec des fournisseurs du pays local	70 %	70 %	71 %
Les actions de partenariat ou de mécénat	Dons alimentaires aux associations caritatives (Restos du Cœur, réseau des banques alimentaires...) (Tonne)	130,77	124,28	255,22

● KPI stratégiques

* Le contexte sanitaire a grandement limité les sessions de formations.
 ** Nouveau mode de calcul du fait de l'évolution de la législation, qui prend en compte l'emploi direct sur l'ensemble de notre population.
 *** Sites : correspond aux magasins, hors produits



Retrouvez-nous sur
picard.fr



Direction Développement Durable
19 Place de la Résistance
92130 Issy-les-Moulineaux
www.picard.fr

picard 
Pour le bon et le meilleur