

NATURE ET ALIMENTS

CULTIVER CURIOSITÉ ET CRÉATIVITÉ POUR TOUJOURS DÉFENDRE UNE CONSOMMATION BIOLOGIQUE
PORTEUSE D'ENGAGEMENTS HUMANISTES ET ÉCOLOGIQUES, SOURCE D'ÉPANOUISSEMENT

1^{ER} RAPPORT DU COMITÉ DE MISSION

2021-2022

LE MOT DE LA DIRECTION



Pour la société centenaire qu'est NATURE ET ALIMENTS, obtenir la qualité de société à mission c'est à la fois réaffirmer des valeurs cultivées au travers des générations et donner un nouveau cap pour inscrire l'entreprise dans le prochain siècle et ses défis. La définition de la mission - raison d'être et objectifs - a été un travail collectif du conseil d'administration en tenant compte des retours des collaborateurs mais aussi de nos différentes parties prenantes (clients, fournisseurs, consommateurs, associations,...). Des échanges, des débats, le choix des mots, de la ponctuation, des temps de maturation,... un long travail pour être alignés sur la mission de NATURE ET ALIMENTS a été nécessaire.

Une fois la mission inscrite dans les statuts, il a fallu entamer le partage avec nos collaborateurs. trices ainsi que nos parties prenantes et se doter de 4 outils pour avancer : un plan d'actions, un budget, un outil de pilotage et bien entendu un comité de mission pour nous challenger. On peut dire que 2022 a été l'année de mise en place de ces outils et le démarrage de certaines actions. Une année de calage n'est pas trop si l'on veut bien faire les choses ! Dans cette société du « tout, tout de suite » prendre le temps est un gage de réussite à notre avis.

Sybille CHAPRON et Magalie JOST, co-dirigeantes

SOMMAIRE

1

QUI EST NATURE
ET ALIMENTS ?

PAGES 4-5

2

POURQUOI DEVENIR
SOCIÉTÉ À MISSION ?

PAGE 6

PRÉSENTATION
DU COMITÉ DE
MISSION ET DE
SON RÔLE

3

PAGE 7

4

PRÉSENTATION
DE LA RAISON
D'ÊTRE, DES
OBJECTIFS ET DES
PRINCIPALES
ACTIONS MENÉES

PAGES 8-14

5

ÉVALUATION DE
L'ATTEINTE DES
OBJECTIFS À CE
JOUR ET
RECOMMANDATIONS

LE MOT DE LA
CONCLUSION

6

QUI EST NATURE ET ALIMENTS ?

UNE LONGUE HISTOIRE EN QUELQUES MOTS

NATURE ET ALIMENTS est une entreprise familiale originellement établie à la Ville en bois à Nantes en 1913, qui conçoit et produit des préparations alimentaires en poudre.

Grâce à Eugène JOST la première marque de l'entreprise à voir le jour est Plaisance avec des préparations pour entremets sans sucres ajoutés et gélifiés à l'aide d'une algue marine, l'agar-agar.

La marque Nat-Ali a été créée en 1978 à l'heure où l'entreprise prenait le tournant de l'agriculture biologique avec quelques pionniers en France, répondant ainsi à de profondes convictions sociales et environnementales.



Depuis 2012 NATURE ET ALIMENTS est installé à Rezé en périphérie nantaise dans une usine éco-conçue. L'entreprise rassemble une vingtaine de salariés et deux codirigeantes au service d'une production biologique exigeante, spécialisée et toujours aussi engagée pour le plus grand plaisir de plusieurs générations de consommateurs.



QUI EST NATURE ET ALIMENTS ?

NOTRE ACTIVITÉ

Formuler, mélanger et conditionner des préparations alimentaires en poudre issues de l'agriculture biologique sont les domaines d'expertise de NATURE ET ALIMENTS, mis au service de ses marques Nat-Ali, Plaisance et Nat-Ali Pro, ainsi que de ses clients en sous-traitance.

Il existe un vaste choix de produits à marque Nat-Ali disponibles en réseau spécialisé, principalement des magasins bio, et à marque Plaisance que l'on retrouve dans les grandes et moyennes surfaces alimentaires mais aussi en épicerie fine. Quant aux produits Nat-Ali Pro en grands conditionnements, ils sont vendus à la RHD et à quelques transformateurs. Les produits sont ainsi regroupés en trois grandes familles : les préparations pour dessert avec ou sans sucres ajoutés (entremets, crèmes...), les aides culinaires (sucre vanillé, agar-agar, ferments lyophilisés...) et les préparations instantanées salées (potages, purées, repas rapides...). Depuis 2020, une courte gamme d'aides culinaires est également disponible en grand format pour la vente en vrac.

3

Marques



4 MILLIONS

de sachets
produits par an

4,7 MILLIONS D'EUROS
de chiffre d'affaires

2

co-dirigeantes

7

groupes de travail

20

collaborateurs

1

site éco-conçu



POURQUOI DEVENIR SOCIÉTÉ À MISSION ?

LA GÉNÈSE ET LA DÉFINITION

Il convient de rappeler brièvement comment est né ce statut d'entreprise en France et ce qu'il entend.

C'est la loi PACTE issue du projet de loi du même nom (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises) et votée en 2019 qui a posé un nouveau cadre juridique pour les entreprises françaises et a introduit un nouveau modèle d'entreprise, la société à mission, pour notamment les inciter à s'engager sur les enjeux sociaux et environnementaux tout en mobilisant leurs parties prenantes. En effet le but principal de l'entreprise ne doit pas être limité aux seuls profits que génère son activité.

Ainsi la loi prévoit que les entreprises les plus engagées, au-delà d'inscrire leur raison d'être dans leurs statuts, apportent une obligation de résultat sous forme d'objectifs opérationnels. Les objectifs que la société à mission se donne de poursuivre dans le cadre de son activité doivent répondre à des buts sociaux et environnementaux.

C'est l'engagement qu'a pris NATURE ET ALIMENTS à partir de Juillet 2021 en changeant ses statuts pour y intégrer sa raison d'être et ainsi devenir Société à mission.

LA TRANSFORMATION DE NATURE ET ALIMENTS

Depuis ses débuts, l'activité de NATURE ET ALIMENTS est nourrie par des valeurs et des engagements tels que la solidarité, le respect de l'environnement ou encore la qualité nutritionnelle des produits à travers une politique RSE forte et des labels exigeants (BioED, Biopartenaire).

Le bouleversement de l'épidémie de Covid-19 en 2020 a fait émerger la réflexion puis le processus de transformation statutaire initiés par le conseil d'administration de NATURE ET ALIMENTS. Déjà forte de ses engagements de longue date, ces nouveaux statuts permettraient à l'entreprise de renforcer sa contribution sociale et environnementale et de lui donner une plus grande visibilité auprès de ses parties prenantes. La vision et le cap fixé par la direction s'en verraient aussi pérennisés.

Ainsi la direction a choisi le cabinet de conseil Prophil pour l'accompagner dans cette transformation. Le cabinet a réalisé plusieurs entretiens avec les salariés, la direction mais aussi avec des parties prenantes externes pour recueillir des informations et faire émerger la raison d'être et les objectifs de NATURE ET ALIMENTS tout en tenant compte de sa singularité et de son histoire. Après plusieurs mois de concertation, c'est en Mai 2021 que le conseil d'administration a validé la raison d'être puis les cinq objectifs statutaires de NATURE ET ALIMENTS.

PRÉSENTATION DU COMITÉ DE MISSION ET DE SON RÔLE

Le comité de mission est composé de trois personnes, une salariée et deux membres extérieurs à l'entreprise choisis à la fois pour leur bonne connaissance de NATURE ET ALIMENTS, leurs expériences professionnelles complémentaires et leur regard critique permettant d'éclairer et de challenger les décisions prises par l'entreprise pour l'atteinte de ses objectifs.

En tant que consultant, Eirik Steen a accompagné au plus près NATURE ET ALIMENTS ainsi que d'autres sociétés sur le chemin menant à l'Entreprise à mission dont il connaît bien les rouages, et Antoine Lemaire apporte sa fine et riche connaissance du secteur agroalimentaire bio. Géraldine Marchand, salariée de NATURE ET ALIMENTS sur la partie commerciale ayant un intérêt marqué pour les enjeux sociétaux et environnementaux, vient compléter le trio et établit le lien entre le comité et la direction.

En quelques mots, ils nous disent pourquoi ils ont accepté de rejoindre ce comité et quelle importance cela a pour eux :



Géraldine MARCHAND, chargée de clientèle chez NATURE ET ALIMENTS depuis 2018.

« J'ai tout de suite été enthousiaste à l'idée de faire reconnaître et d'ancrer les engagements forts pris par Nature et Aliments grâce à son nouveau statut. Pouvoir suivre de près l'évolution et la réalisation des objectifs que l'entreprise s'est fixés, tout en prenant le recul nécessaire grâce aux autres membres du comité est une expérience stimulante qui vient enrichir mon travail du quotidien. »

Eirik STEEN, chargé de projets européens à Pôlénergie.

« J'ai eu la chance d'accompagner Nature & Aliments dans son chemin vers l'entreprise à mission, dès 2020. En tant que consultant au sein du cabinet Prophyl, j'ai pu percevoir la sincérité et le militantisme de la famille Jost, l'histoire riche et inspirante de l'entreprise, leur volonté commune d'écrire la suite de l'histoire de la marque, qui se voudra éminemment engagée. J'espère pouvoir, en mon humble rôle de membre du comité de mission, y contribuer. »



Antoine LEMAIRE, co-fondateur et directeur de la rédaction de Bio Linéaires.

« J'ai accepté avec honneur de participer au comité car je connais depuis toujours l'engagement de la Sté Nature et Aliments dans de nombreux domaines, qu'ils soient sur agriculture biologique, sur le respect de l'humain et la préservation de la planète. Il était important pour moi d'apporter ma modeste contribution pour que cette entreprise puisse affirmer concrètement sa raison d'être et qu'elle puisse mettre en œuvre les 5 objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixée. »



Le rôle du comité de mission est d'assurer le suivi de l'exécution de la raison d'être que s'est donnée NATURE ET ALIMENTS. Plus précisément, il évalue la pertinence de la stratégie choisie par l'entreprise pour réaliser sa mission, il soumet des recommandations pour que les activités de NATURE ET ALIMENTS évoluent dans le droit chemin de sa mission, il juge les objectifs retenus et s'assure qu'ils sont bien respectés en vérifiant la mise en œuvre des actions qui permettent de les atteindre.

LES OBJECTIFS

En 2021, après un long travail collectif de réflexion impliquant la direction de NATURE ET ALIMENTS, les actionnaires, le cabinet Prophil, les salariés et d'autres parties prenantes (client, fournisseur, consommateur...) pour choisir les mots les plus justes et représentatifs, la raison d'être a été définie comme suit :

« **Cultiver curiosité et créativité pour toujours défendre une consommation biologique porteuse d'engagements humanistes et écologiques, source d'épanouissement.** »

Elle est déclinée en 5 objectifs :

Objectif 1

Développer avec nos partenaires des produits innovants, pratiques et biologiques, en étant attentifs à leurs impacts

Objectif 2

Accompagner avec bienveillance chaque collaborateur pour l'aider à se réaliser et à faire grandir le collectif

Objectif 3

Toujours contribuer à la construction d'une filière biologique respectueuse de l'homme et de la planète

Objectif 5

Générer du plaisir par nos produits, nos actions, nos modes de fonctionnement.

Objectif 4

Partager nos ressources afin de soutenir des actions sociales, culturelles et environnementales, participant au mieux-vivre ensemble


LES ACTIONS

Voici les principales actions réalisées en vue de l'atteinte des 5 objectifs sur la période concernée par ce premier rapport :

Objectif 1


 Action 1 : Sensibiliser nos clients et embarquer nos partenaires dans notre démarche d'entreprise à mission.


- Portes ouvertes : accueil des particuliers sur notre site avec visite, dégustation, vente sur place, ateliers culinaires... (événement annuel).
- Portes ouvertes pour les professionnels de la bio en Juin 2023 sur 2 matinées .
- Accueil de vendeurs en magasin bio dans le cadre de leur formation CQP (Avril 2019, Mai 2021) pour leur présenter les produits, les engagements et la démarche de l'entreprise.
- Réalisation d'une analyse de matérialité incluant la participation des parties prenantes.
- Présentation de notre démarche d'entreprise à mission auprès de nos clients les plus importants lors des RDV de négociation annuelle en 2021 et 2022 ainsi qu'auprès des commerciaux externalisés en 2022.
- Diffusion de notre rapport RSE 2021 auprès de nos clients professionnels et particuliers (emails, réseaux sociaux).

 Action 2 : Interroger nos clients et nos consommateurs et impliquer nos collaborateurs dans le processus de développement de nos offres de produits en tenant compte de leurs idées.


- Questionnaire de satisfaction pour les clients professionnels en Avril 2023 : une question est posée sur l'évaluation des produits Nat-Ali (qualité, prix, nouveautés/innovations, packaging, rotation des ventes). Résultat : rotations des ventes à améliorer sinon le reste est majoritairement satisfaisant ou très satisfaisant.
- Former les salariés à la créativité : pas d'avancement notable à date.
- Co-création d'une gamme de crèmes dessert végétales en Octobre 2022 avec plus de 17 000 utilisateurs de l'application ScanUp.
- Diffusion d'un questionnaire pour le développement d'une nouvelle gamme de produits auprès de randonneurs pour recueillir leurs avis, habitudes et préférences.


 Objectif atteint sur la période

 Objectif partiellement atteint sur la période

 Objectif non atteint sur la période

 Action qui répond à l'objectif

 Action qui répond partiellement à l'objectif

 Action qui ne répond pas à l'objectif

LES ACTIONS

Action 3 : Garantir la naturalité des produits en limitant le nombre de marqueurs d'ultra transformation.

- Réduire les marqueurs d'ultra-transformation dans nos produits et notamment les MUT 2 (revue recette Fix'bio en 2022, travail sur carraghénanes dans les flans et les crèmes sur 2022-2023).
- Participation à l'étude CIFRE sur la perception de l'ultra-transformation avec l'agar-agar Nat-Ali.

Action 4 : Rester en veille et se laisser le droit d'expérimenter de nouveaux produits et substances, pour continuer de développer une offre inédite, originale, différenciante.

- Projet « Rebond » initié en 2022 en partenariat avec la BPI pour identifier puis lancer de nouvelles pistes de développement pour les années à venir. Travail en cours sur 2 projets : gamme de plats lyophilisés pour les activités « outdoor » et gamme de préparations « festives ».
- Salon Biofach, Février 2022, Nuremberg, Allemagne. Visite du salon pour identifier des produits innovants et la concurrence sur nos produits.
- Achat de ferments de marques étrangères, plats lyophilisés etc.


Action 5 : Rester en veille et se laisser le droit d'expérimenter de nouveaux produits et substances, pour continuer de développer une offre inédite, originale, différenciante.

- Bilan carbone réalisé en 2021, plan d'action à construire sur 2023 et reconduction d'un bilan carbone en 2024 pour mesurer les évolutions.
- Planet Score affiché sur les packs des produits au fur et à mesure des renouvellements de bobines depuis 2022. Chaque nouveau produit lancé est évalué d'après cette méthodologie.

Action 6 : Travailler à rendre notre site de production exemplaire d'un point de vue social (qualité de vie au travail) et environnemental (consommations énergétiques, préservation de la biodiversité, optimisation de nos procédés de fabrication...).


- Groupe de travail QVT créé et 3 chantiers réalisés ou en cours de réalisation.
- Groupe de travail sur la biodiversité instauré en 2022.
- Inventaire de la faune et de la flore réalisé par la LPO en 2021.
- Visites de site extérieur en partenariat avec la LPO notamment via un parcours créé à destination du grand public (2022, 2023).
- Installation d'un récupérateur d'eau en Mai 2023.
- Tendre vers l'autonomie énergétique : projet d'ombrière abandonné, réflexion sur l'installation d'une petite centrale photovoltaïque.


 Objectif atteint sur la période

 Objectif partiellement atteint sur la période

 Objectif non atteint sur la période


 Action qui répond à l'objectif


 Action qui répond partiellement à l'objectif


 Action qui ne répond pas à l'objectif


LES ACTIONS

Objectif 2


-  Action 1 : Sensibiliser et embarquer nos collaborateurs dans notre démarche RSE.
 - Une rubrique est désormais consacrée à la RSE dans le journal interne.
 - Lors de la journée d'entreprise du 1er juillet 2022, activité de « land art » organisée pour les collaborateurs autour des 5 objectifs de la mission.
 - Organiser des actions à portée sociale et/ou environnementale avec les équipes : plantation d'une forêt urbaine sur la ZAC de la Brosse avec les salariés volontaires en 2022.
 - Fresque du climat collective en Décembre 2022 et Atelier « 2tonnes » réalisé en Mai 2023 pour l'ensemble des salariés.


-  Action 2 : Faciliter l'intégration de tous les salariés et s'adapter à leurs spécificités tout au long de leur vie dans l'entreprise.
 - Accueil d'un stagiaire en situation de handicap (2022).
 - Agir pour les collaborateurs en situation de fragilité (prêt, acompte, adaptation des horaires etc) : pas de demandes particulières.


-  Action 3 : Garantir un cadre de travail agréable et bienveillant à l'ensemble de ses collaborateurs, en favorisant l'écoute, la prise de décision collective et d'adaptabilité.
 - Favoriser le "nous" plutôt que le "je" (management participatif) par l'intermédiaire de groupes de travail : 7 groupes de travail mélangeant salariés des bureaux et de la production ont été mis en place en 2022. Chaque groupe est actif.
 - Formation de la direction sur le Management collaboratif 4C.
 - Organisation d'une journée de cohésion annuelle par 2 salariés volontaires.
 - Recueil de l'ensemble des demandes et idées des collaborateurs pour améliorer le cadre de travail via un cahier mis à disposition des salariés et régulièrement consulté par le groupe de travail DEMAIN.
 - Mise en place début 2023 d'un baromètre trimestriel tenant compte des réponses de chaque salarié pour prendre en compte et évaluer leur bien-être au travail.
 - Rédaction de notre charte employeur : pas encore réalisé.


-  Action 4 : Développer le capital humain de nos collaborateurs à travers la formation, l'accompagnement au service de leur employabilité et leurs engagements dans la société.
 - Plan de formation annuel.
 - Rester à l'écoute des besoins et accompagner à l'évolution de la carrière des collaborateurs le souhaitant : recueil des souhaits lors des entretiens individuels.


 Objectif atteint sur la période

 Objectif partiellement atteint sur la période

 Objectif non atteint sur la période

 Action qui répond à l'objectif

 Action qui répond partiellement à l'objectif

 Action qui ne répond pas à l'objectif

LES ACTIONS

Objectif 3 ✓

● Action 1 : Porter la voix d'une industrie biologique ambitieuse et vertueuse, notamment dans les instances.

- Mise en place d'une comptabilité triple capital : participation de Magalie Jost à une conférence sur le sujet, piste en cours de réflexion.
- Participation à des réseaux de décision et d'influence : Magalie Jost au CA du Synabio, Sybille Chapron au CA de Bio Partenaire, implication dans l'association EBPL.

● Action 2 : Sensibiliser avec pédagogie les acteurs locaux à l'agriculture biologique.

- Accompagner de jeunes entrepreneurs : jeune pousse « Dr Jonquille et Mr Ail » accompagnée par Magalie Jost de 2021 à 2023.
- Réaliser des actions locales : participation à la fête de la nature (Mai 2022 et 2023), ouverture de notre refuge LPO aux citoyens avec animation (2022, 2023), accueil d'écoles et d'associations pour leur présenter notre démarche RSE notamment, témoignages de Magalie Jost sur les engagements de l'entreprise (ex : magazine nantais Les EngagéEs en 2023), prêt d'archives pour une exposition à la Maison des Hommes et des Techniques sur Nantes...

● Action 3 : Promouvoir un modèle biologique plus ambitieux par notre politique d'achats responsables : privilégier systématiquement les matières bio, locales et équitables.

- Développer notre part d'achats locaux (dont spécifiquement les matières premières) : participation à la création d'une micro-sucrerie dans les Hauts de France via l'achat de parts sociales, contribution au projet de développement de la filière Graines de chia en France, participation à un appel à projet régional pour créer une filière d'amidon de maïs locale.
- Développer notre politique d'achat en commerce équitable : recherche d'une filière équitable pour la noix de coco râpée afin d'éviter les risques de déforestation.

✓ Objectif atteint sur la période

◀ Objectif partiellement atteint sur la période

✗ Objectif non atteint sur la période




● Action qui répond à l'objectif

● Action qui répond partiellement à l'objectif

● Action qui ne répond pas à l'objectif


LES ACTIONS


Objectif 4


-  Action 1 : Définir et structurer de façon collective notre politique de mécénat.
 - Collecter les idées des collaborateurs pour notre stratégie philanthropique : création de fiches de demande de dons (demande traitée pour participer à la coupe de France de potagers).
 - Comité de pilotage mécénat mis en place, en charge de définir la politique et le suivi du mécénat. Fiches projet créées.
-  Action 2 : Renforcer notre politique de dons financiers et en nature.
 - Accueil d'associations dans nos locaux pour l'organisation de leurs propres événements (Ruptur, Comité 21, MFQM, refuges LPO 44... sur 2022 et 2023).
 - Dons financiers à des associations : Halte du cœur, INTI, Terre de liens, Générations Futures, Resto du cœur 44, Handiclap, MiniBig Forest...
-  Action 3 : Impliquer nos collaborateurs via une politique de mécénat de compétences ambitieuse.
 - Etablir un cadre permettant le mécénat de compétences pour les salariés : les salariés ont été informés de fiches de demande de mécénat de compétence mises à leur disposition. Des associations ont été présentées avec des propositions.
 - Participer à des événements locaux sur l'agriculture biologique / l'alimentation / la santé / l'environnement : participation 3 années consécutives (2021-2023) à l'évènement « Les 48h de l'agriculture urbaine » à Nantes via l'aide au financement, l'organisation et la contribution aux conférences.




 Objectif atteint sur la période

 Objectif partiellement atteint sur la période

 Objectif non atteint sur la période

 Action qui répond à l'objectif

 Action qui répond partiellement à l'objectif

 Action qui ne répond pas à l'objectif

RAISON D'ÊTRE, OBJECTIFS ET ACTIONS

LES ACTIONS

Objectif 5 <

Action 1 : Elaborer une grille d'évaluation pour mesurer le plaisir généré pour nos parties prenantes grâce à la qualité de nos relations et de nos produits.

- Elaborer la grille d'évaluation du plaisir : action non initiée à date.
- Réaliser l'étude, sur la base de la grille d'évaluation, auprès des clients /consommateurs / fournisseurs : action non initiée à date. A noter que dans l'enquête de satisfaction client de 2023, la question a été posée à nos clients de savoir s'ils avaient plaisir à travailler avec NATURE ET ALIMENTS (réponses 100% positives).
- Sensibiliser les collaborateurs au « plaisir à tous les niveaux » : action non initiée à date.

Action 2 : Développer une écoute active, œuvrer à satisfaire nos parties prenantes et trouver des solutions dès lors qu'on décèle une insatisfaction justifiée.

- Participer à des concours (reconnaissance de nos produits) : Meilleur produit bio (MPB) 2022 pour le Kit de grains de kéfir et la Panna cotta, MPB 2023 pour le Mix 3 en 1 wrap/pita/naan, grand prix Cuisine Actuelle pour le sucre vanillé en 2022, MPB GMS pour le Mix falafels en 2023.
- Traiter toutes les insatisfactions remontées de l'étude menée auprès de nos clients : étude de satisfaction menée en Avril-Mai 2023 auprès de nos clients principaux. Compte-rendu avec actions à mener à rédiger courant Juin.



✓ Objectif atteint sur la période

< Objectif partiellement atteint sur la période

✗ Objectif non atteint sur la période

● Action qui répond à l'objectif

○ Action qui répond partiellement à l'objectif

● Action qui ne répond pas à l'objectif

ÉVALUATION DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS À CE JOUR ET RECOMMANDATIONS

NATURE ET ALIMENTS s'est donné 5 objectifs et de nombreuses actions à accomplir pour les atteindre. Nous proposons d'y revenir afin d'évaluer plus en détail les actions menées, les avancées et les progrès à faire.

OBJECTIF 1 : Développer avec nos partenaires des produits innovants, pratiques et biologiques, en étant attentifs à leurs impacts.

Cet objectif est le plus dense avec 6 actions identifiées et de nombreuses initiatives développées sur la période concernée.

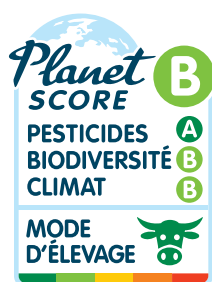
Le nouveau statut d'entreprise à mission de NATURE ET ALIMENTS étant récent, les collaborateurs et la direction ont eu plusieurs occasions de le présenter aux différentes parties prenantes, non sans fierté, ce qui est bien normal. Toutefois il va falloir être vigilant à continuer à informer et à sensibiliser les parties prenantes sur la poursuite des actions mises en place et maintenir leur intérêt pour cette démarche.

NATURE ET ALIMENTS a cherché à développer les relations avec ses parties prenantes pour développer son offre de produits en tenant compte de leurs avis (questionnaires, application de co-création de produits, focus groupe consommateurs). Une des actions concernant la formation des salariés à la créativité n'a pas encore été clairement initiée bien que la création de nouveaux groupes de travail impliquant plus de salariés qu'avant soit déjà une forme de créativité (recherche et partage d'idées, travail collectif sur les projets menés...), il faut aller plus loin et toucher plus de salariés. Il est aussi nécessaire de programmer les actions envers les parties prenantes sur l'année.

Dans la droite ligne de son développement et de ses engagements, NATURE ET ALIMENTS a continué à se donner les moyens de répondre à cet objectif en poursuivant le travail d'amélioration de ses recettes et en se faisant accompagner pour développer collectivement de nouvelles gammes de produits en vue de conquérir de nouveaux marchés et pérenniser son activité. Ces actions répondent tout à fait à l'objectif et sont donc à suivre sur un plus long terme.

Enfin, la seconde partie de l'objectif concernant l'attention portée aux impacts de son activité a bien été prise en compte avec la réalisation d'un premier bilan carbone ou encore d'un affichage du Planet Score sur ses produits. NATURE ET ALIMENTS s'est mobilisé financièrement sur le Planet Score et a intégré un objectif d'affichage environnemental sur son 20/80. En parallèle, l'entreprise a su capitaliser sur ses démarches existantes et en initier de nouvelles en vue de rendre son site de production exemplaire, tout en impliquant ses parties prenantes (clients, salariés, associations). Il faut continuer dans ce sens, notamment sur le volet environnemental où des avancées sont possibles (les idées sont là !).

Globalement, cet objectif est à ce jour bel et bien atteint pour NATURE ET ALIMENTS qui a réussi à aller au-delà de ses démarches déjà bien installées pour en initier de nouvelles et ainsi progresser, tout en impliquant encore davantage certaines de ses parties prenantes.



ÉVALUATION DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS À CE JOUR ET RECOMMANDATIONS

OBJECTIF 2 : Accompagner avec bienveillance chaque collaborateur pour l'aider à se réaliser et à faire grandir le collectif.

Ce second objectif d'envergure humaniste et sociale, centré sur les salariés et la direction de NATURE ET ALIMENTS, a été décliné en 4 actions principales qui sont à ce jour à des stades d'avancement différents.

La sensibilisation et l'implication des salariés aux engagements sociaux et environnementaux de leur entreprise se poursuivent avec plusieurs événements mis en place ces 2 dernières années ; les ateliers réalisés autour de la question environnementale, fruits d'un nouveau mode de participation des salariés chez NATURE ET ALIMENTS, sont une bonne réponse à cet objectif.

Quant à l'intégration et à l'adaptation aux salariés, les nouvelles mesures et initiatives prises sont plutôt timides à ce stade. Bien que des dispositions générales existent déjà, il est possible d'aller plus loin pour répondre plus précisément aux demandes des salariés (déjà formulées ou non).

Un cadre de travail agréable et bienveillant a toujours été une priorité pour NATURE ET ALIMENTS et pour le maintenir les moyens mis en place sont au rendez-vous, notamment via la création de nouveaux groupes de travail et d'un baromètre trimestriel (bien-être au travail). Par contre il reste encore du chemin à parcourir pour avancer sur la 4ème action et notamment sortir du classique plan de formation annuel.

En quelques mots, NATURE ET ALIMENTS a bien avancé sur cet objectif en renforçant ses pratiques existantes mais les actions demandant de sortir du sentier battu restent un peu à la traîne.

OBJECTIF 3 : Toujours contribuer à la construction d'une filière biologique respectueuse de l'homme et de la planète.

Cet objectif est véritablement au cœur de l'activité de NATURE ET ALIMENTS et ce depuis plusieurs décennies. Il a donc été nourri bien avant le changement de statut de l'entreprise et se doit d'être maintenu dans la durée.

Les deux co-dirigeantes sont impliquées dans différentes instances tant locales que nationales à des positions importantes, leur permettant d'agir avec une grande portée et d'être entendues.

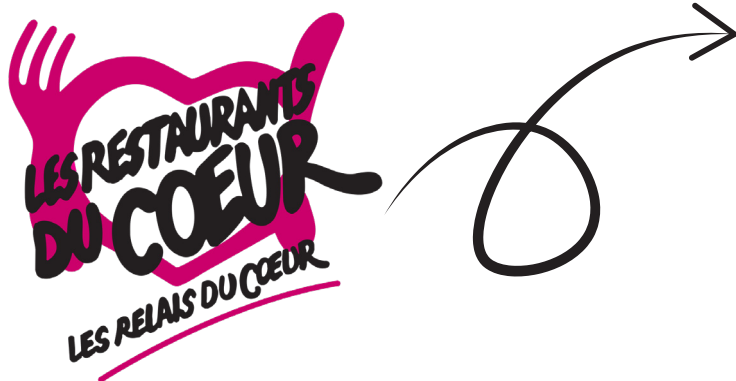
Pour sensibiliser les acteurs locaux, NATURE ET ALIMENTS a su valoriser son site et le mettre à disposition en organisant de nombreux événements auprès de différents publics et en témoignant de ses pratiques et aménagements mis en place.

Au niveau des achats, des pistes de développement sont amorcées pour les matières premières issues de l'agriculture biologique et du commerce équitable mais quelques difficultés propres aux filières ont été rencontrées (disponibilité des matières par exemple). On constate que la dynamique est lancée et qu'il s'agit de suivre ces projets sur le temps long. NATURE ET ALIMENTS a très bien investi cet objectif. Le comité de mission s'attachera en particulier à suivre les avancées concernant les achats responsables.

ÉVALUATION DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS À CE JOUR ET RECOMMANDATIONS

OBJECTIF 4 : Partager nos ressources afin de soutenir des actions sociales, culturelles et environnementales, participant au mieux-vivre ensemble.

Les actions liées à cet objectif s'inscrivent dans une politique de mécénat et plus particulièrement dans une politique de dons qui devaient dans un premier temps être (re)structurées. NATURE ET ALIMENTS finance en effet depuis longtemps des associations sans en faire grand état auprès de ses différentes parties prenantes. Fixer un objectif relatif au mécénat a permis de faire progresser ce volet et d'y accorder une plus grande attention. La création d'un groupe de travail dédié au mécénat incluant un administrateur est un des principaux éléments d'avancement et de structuration de la politique de mécénat de l'entreprise. Des projets ont été proposés par les salariés eux-mêmes mais il s'est avéré plus difficile que prévu de les intéresser au mécénat de compétence nouvellement mis en place chez NATURE ET ALIMENTS. Soulignons que la 3ème action proposée mentionne une politique de mécénat de compétences « ambitieuse » donc il faudra investir davantage ce terrain avec de nouvelles propositions et/ou manières d'impliquer les salariés.



OBJECTIF 5 : Générer du plaisir par nos produits, nos actions, nos modes de fonctionnement.

Quelle belle ambition pour ce dernier objectif peu commun ! Toutefois le comité de mission a bien identifié le retard de son avancement en comparaison avec les quatre précédents et les difficultés à identifier de manière claire et précise ce qui est entendu par le terme « plaisir ». En effet, il est aisé d'identifier comment les produits de NATURE ET ALIMENTS peuvent procurer du plaisir de leur conception à leur utilisation à travers les cinq sens notamment, mais il reste encore à lier cette notion aux actions et aux modes de fonctionnement.

Bien que la grille du plaisir n'ait pas encore été construite, la récente enquête de satisfaction menée auprès des clients de NATURE ET ALIMENTS pourrait servir de base. De plus, le comité de mission avait suggéré l'intervention d'une personne externe à l'entreprise pour aider à avancer sur cet objectif et les actions qu'il comprend.

La 2ème action incluant la participation des produits à des concours et une enquête de satisfaction client a été menée avec beaucoup plus de succès. Il reste à présent à traiter les points négatifs remontés lors de l'enquête pour aller jusqu'au bout de la démarche.

Lors du prochain rapport du comité de mission, c'est en priorité sur cet objectif que sera attendu une avancée.

LE MOT DE CONCLUSION

Un grand nombre d'initiatives et d'actions a été mis en place par NATURE ET ALIMENTS pour accomplir sa mission, preuve s'il en est de la bonne appropriation de cette nouvelle identité d'entreprise et de la volonté de la direction et des salariés. Le comité de mission conseille toutefois de recentrer les prochaines actions et de mieux les répartir entre les différents objectifs pour tous les faire avancer, notamment ceux qui ont été moins investis jusqu'ici (objectif 5). En effet, NATURE ET ALIMENTS a bien su capitaliser sur ses initiatives à buts social et environnemental de longue date tout en lançant de nouveaux projets pour atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés mais elle doit penser à maintenir sa dynamique dans le temps.

Sur le plan organisationnel, il convient d'apprécier la démarche de NATURE ET ALIMENTS consistant à s'équiper d'un nouvel outil de pilotage collaboratif, Tembo Tool, qui permet à la direction et au comité de mission de suivre les étapes d'avancement des différentes actions et les indicateurs. Ces derniers ont d'ailleurs bien été identifiés mais ils ne sont pas encore tous bien suivis au point d'être efficacement exploitables dans le présent rapport. Ce sera donc un axe de progression pour les prochains mois.

Pour finir, nous adressons un grand merci à celles et ceux qui, de près ou de loin, font vivre la mission de NATURE ET ALIMENTS !



MERCI !