

NATURE ET ALIMENTS

# RAPPORT MISSION

- 2024 -



# MOT DE LA DIRECTION

Magalie JOST  
&  
Sybille CHAPRON

## Notre mission

**“Cultiver curiosité et créativité pour toujours défendre une consommation biologique porteuse d’engagements humanistes et écologiques, source d’épanouissement.”**



La mission de l’entreprise poursuit son déploiement dans les actions du quotidien et permet de mettre en place des méthodes de travail qui assurent la pérennité des objectifs statutaires.

L’année 2024 a aussi été une année d’évolution du comité de Mission. Le départ de Géraldine, l’arrivée de Laure et Magalie pour représenter l’Entreprise et la rentrée d’un nouveau membre : Philippe responsable du programme Refuges de la LPO 44, ont permis une continuité d’actions.

---

NATURE ET ALIMENTS



Le comité s'est aussi repositionné sur les indicateurs à suivre.

Encore une année de réflexions et d'avancées pour porter la raison d'être et les objectifs de la mission de l'Entreprise.

## 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 4

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

## OBJECTIF 5

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

## INDICATEURS

Taux de co-construction d'une nouveauté

Indicateurs d'impacts produits

Nombre d'actions citoyennes réalisées pour favoriser l'engagement de nos collaborateurs ( 3 actions : 2 collectes restos du cœur ; désherbage forêt )

Taux d'engagement des collaborateurs dans la société

Taux de participation aux groupes de travail et projets de l'entreprise

Temps des dirigeantes dans les instances de la bio

Indicateurs de performance environnementale et sociale de l'entreprise

Budget alloué aux projets

Nombre de projets multi-acteurs

Temps de mécénat de compétences réalisé par les collaborateurs

Taux de plaisir salariés

Taux de plaisir clients Clients directs magasins

Taux de plaisir produits ( 2 trophées Meilleur produit Bio : questionnaire consommateurs )

Légende : Indicateur en place ; Indicateur en cours ; Indicateur pas travaillé

NATURE ET ALIMENTS



Le comité s'est aussi repositionné sur les indicateurs à suivre.

Encore une année de réflexions et d'avancées pour porter la raison d'être et les objectifs de la mission de l'Entreprise.

## 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 4

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

## OBJECTIF 5

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

## INDICATEURS

Taux de co-construction d'une nouveauté

Nombre d'actions citoyennes réalisées pour favoriser l'engagement de nos collaborateurs ( 3 actions : 2 collectes restos du cœur ; désherbage forêt )

Temps des dirigeantes dans les instances de la bio

Budget alloué aux projets

Indicateurs à définir par le groupe de travail Plaisir

Indicateurs d'impacts produits

Indicateurs de performance environnementale et sociale de l'entreprise

Nombre de projets multi-acteurs

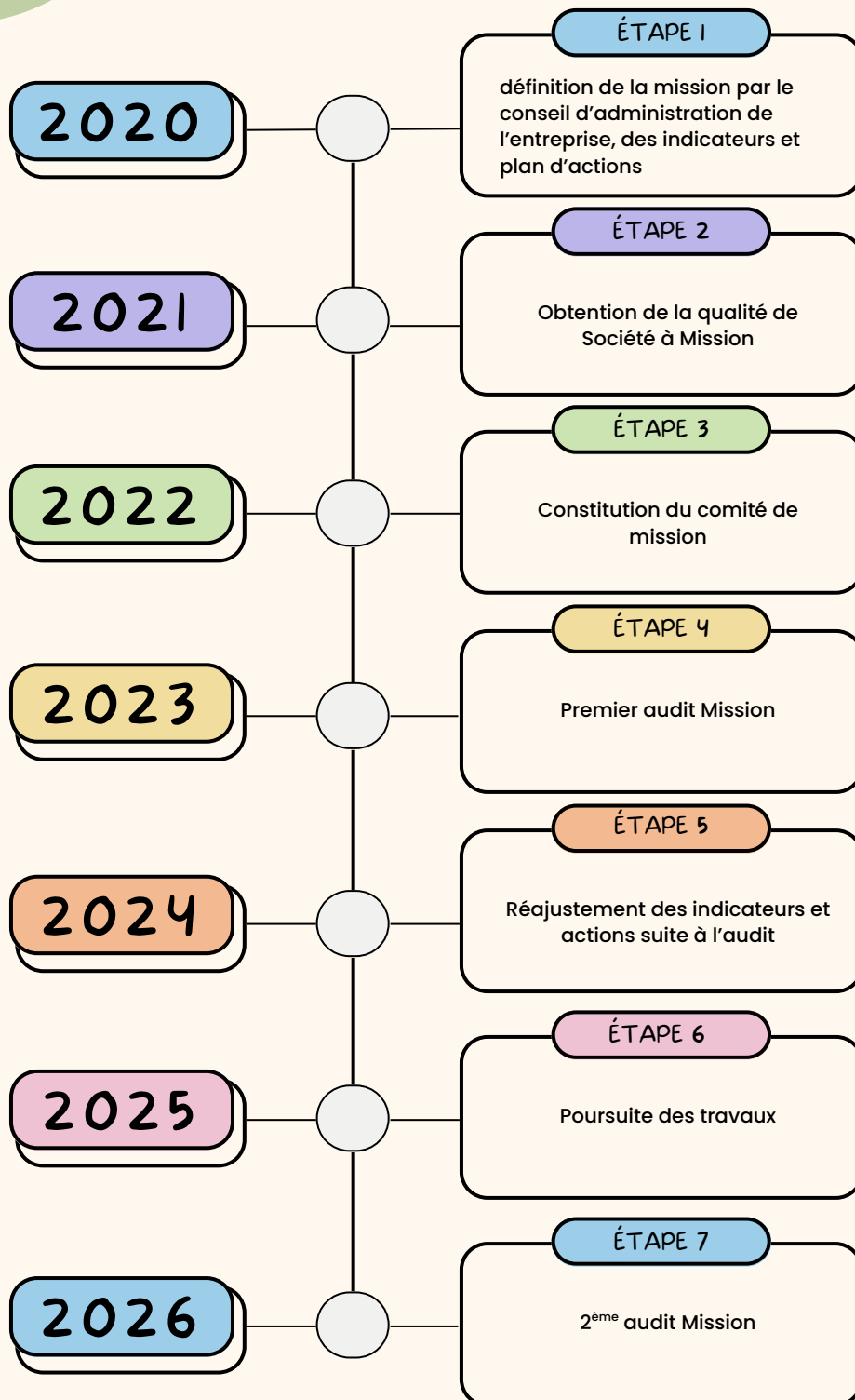
Indicateur sur la réalisation individuelle du salarié

Temps de mécénat de compétences réalisé par les collaborateurs

Taux de participation aux groupes de travail et projets de l'entreprise



# Mise en place de la qualité de Société à Mission



# Le comité de mission 2024

Le comité de mission est composé de cinq personnes, une co-dirigeante, une salariée et trois 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.



Magalie JOST  
co-dirigeante  
NATURE & ALIMENTS



Eirik STEEN  
chargé de projets  
européens à Pôlénergie



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



Philippe BRISEMEUR  
Coordinateur des  
REFUGES LPO



Laure RAVAUD  
chargée de clientèle  
chez NATURE ET ALIMENTS

Quand Magalie Jost m'a proposé de rejoindre le comité de mission, j'ai tout de suite été enchanté de cette proposition et j'ai naturellement répondu positivement. J'ai connu cette entreprise et ses dirigeantes au travers de leur adhésion au programme Refuge LPO où j'ai pu découvrir leurs valeurs en termes de prise en compte de l'environnement, du respect de la nature et du bien-être des personnes. De plus étant un ancien salarié de l'agroalimentaire, je suis enchanté, au sein de ce comité, d'apporter un regard différent prôné par l'industrie de la transformation à outrance.

NATURE ET ALIMENTS



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

La trajectoire de cet objectif pour nous vise l'intégration de différentes parties prenantes pour la création de nouveaux produits, ou la reformulation de produits existants. Pour nous, il est important d'impliquer les consommateurs, les clients et nos équipes.

Pour cela nous avons identifié les différentes étapes, ou nous pouvons solliciter ces parties prenantes.

TÂCHES	PARTIES PRENANTES	COMMENT
Recentrage sur les projets R&D	Clients Consommateurs Équipe	Lors des RDV de négos Question lors des trophées Meilleur Produit Bio Réunion R&D pour prioriser
Test recettes nouveautés	Équipe Visiteurs	Dégustation en interne avec questionnaire Dégustations lors des visites de l'entreprise
Test recettes reformulées	Équipe Consommateurs	Dégustation en interne Envoi échantillons + questionnaire à un panel de consommateurs
Identité visuelle, nom de marque	Équipe Consommateurs	Vote sur des propositions Focus groupe



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



## SUR 2023 : GAMME NAON

### ÉTAPES

Test recettes

Identité visuelle,  
nom de marque

Recentrage projet R&D :  
points importantes des  
produits

### PARTIES PRENANTES

Randonneurs

Consommateurs,  
Équipe

Consommateurs,  
Distributeurs

## SUR 2024 : REFORMULATION BIOFLAN

### ÉTAPES

Reformulation recettes

### PARTIES PRENANTES

11 consommateurs réguliers  
Équipe



## SUR 2024 : NOUVEAUTÉS 2025

### ÉTAPES

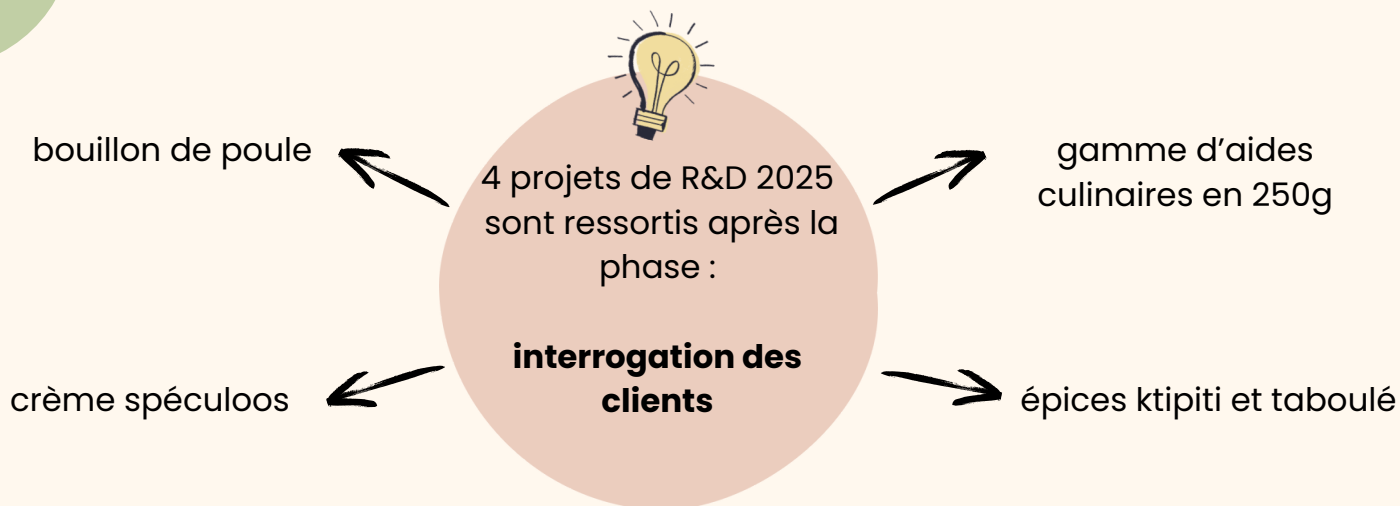
Recentrage projet R&D

### PARTIES PRENANTES

Distributeurs : lors des rendez vous de négociations, les clients sont sollicités pour donner leur avis sur les projets de nouveautés à travailler sur 2025

Les consommateurs de meilleur produit bio ont aussi été consultés pour avoir des idées de mélange d'épices à développer.





## SYNTHÈSE ÉVOLUTIONS PRODUITS 2024

### NOUVEAUTÉS 2024

### ÉTAPES

### PARTIES PRENANTES

Gamme épices

Test recettes  
Identité visuelle

Équipe

Ferments skyr

0

0

Reformulation flans

Test nouvelles  
recettes

11 consommateurs

Projets R&D

Avis sur les  
propositions de  
projets 2025

Clients professionnels  
Équipe

Le taux de co-construction sur 2024 est de 75%.

NATURE ET ALIMENTS



# SE DOTER D'UNE MESURE D'IMPACT SUR NOS PRODUITS

Pour mesurer l'**impact environnemental**, nous avons choisi le **Planet Score** dans l'attente d'une méthodologie développée par le Ministère de la Transition pour un affichage environnemental. Pour mesurer l'**impact nutritionnel**, nous calculons le **NUTRISCORE** de nos produits et suivons un indicateur sur le taux de recettes ayant des MUT2\*. Enfin l'impact social de nos produits reste à définir.

En 2023, nous avons scoré via le **Planet Score** les **80%** de nos produits qui représentent **20%** de notre chiffre d'affaires. Sur 2024, nous nous sommes concentrés à améliorer les notes C obtenues sur ces produits scorés.



2022



2024

En effet, la noix de coco est une culture déforestante, ayant un impact climat négatif fort. Bien qu'en agriculture biologique, le risque déforestation n'étant pas garanti, nous avons changé de fournisseur pour une coco issue du commerce équitable excluant la déforestation dans les pratiques culturales.

Ce choix a permis de passer d'une note C sur le climat à une note A et un score général qui passe de B à A.

\*Un marqueur d'ultra-transformation est une matière issue de procédés industriels complexes, indiquant qu'un aliment a subi une transformation poussée qui modifie profondément la matière première d'origine.

NATURE ET ALIMENTS



# SE DOTER D'UNE MESURE D'IMPACT SUR NOS PRODUITS

Sur 2024, nous avons aussi changé de fournisseur de **poudre de lait** pour un fournisseur ayant une charte de **bonnes pratiques**, excluant le recours à du soja biologique importé et ayant le projet de passer la poudre de lait d'origine France sous le label **BIOPARTENAIRE®** garantissant un **commerce équitable**.

## LA QUALITÉ BIOLAIT



Au-delà du cahier des charges bio, les éleveurs s'engagent dans la Démarche Qualité Biolait. Du lait **100% bio**, **100% français**, et :



Pâturage privilégié : vaches dans les prairies, nourries à l'herbe



Autonomie : environ 90% des aliments viennent de la ferme



Santé : prévention et méthodes alternatives



13 spécialistes accompagnent les éleveurs sur les fermes



Traçabilité : Origine France garantie des aliments achetés



Respect : des animaux, des ressources, de la biodiversité



Qualité : lait plus riche en Oméga 3

Les changements effectués, nous allons repasser en scoring auprès de Planet score sur 2025, 3 produits classés C aujourd'hui.

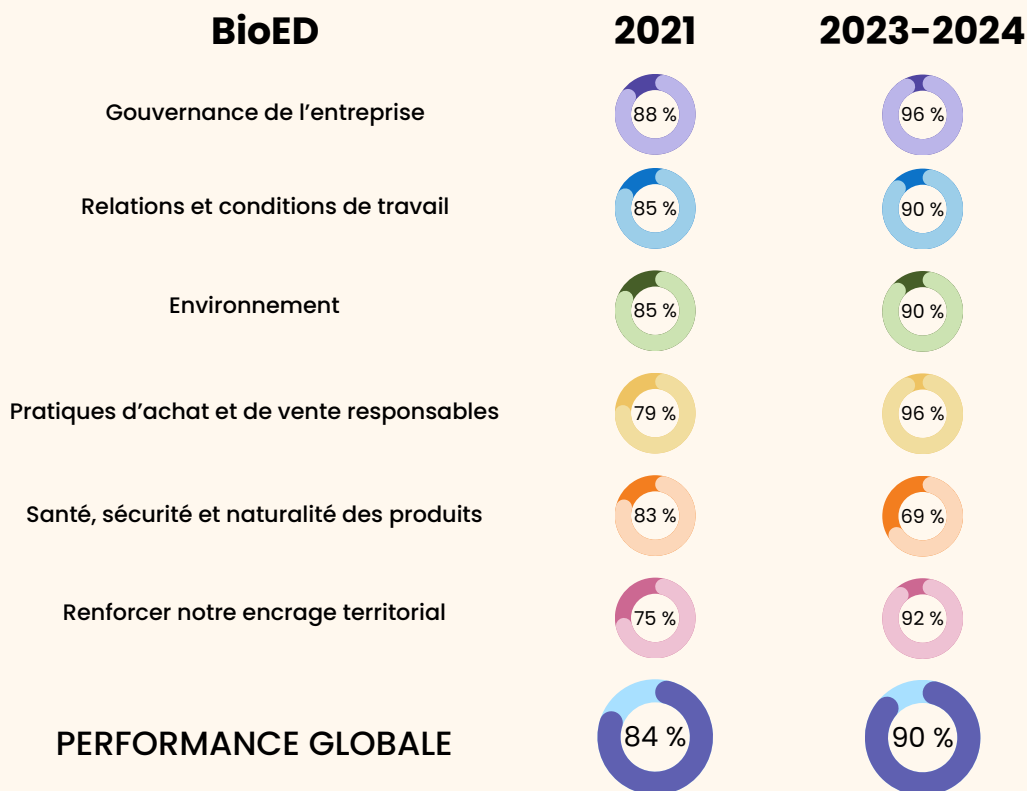


# MISE EN PLACE D'UNE STRATÉGIE RSE

Être attentif aux impacts de notre activité, cela se traduit aussi pour NATURE ET ALIMENTS par la mise en place d'une **stratégie RSE** pour influencer dans les actions du quotidien des équipes. Nous avons choisi le label **BioEntreprise Durable**, qui est un label métier pour déployer notre démarche de **responsabilité sociétale**. Ce label comporte un pilier supplémentaire sur la santé et la naturalité des produits.

En agroalimentaire, le pilier est essentiel pour comprendre et limiter les impacts négatifs des produits fabriqués.

Nous avons fait progresser nos pratiques pour mesurer, suivre nos impacts ce qui nous a permis d'améliorer notre notation globale.



En 2023, lors de notre audit présentiel, nous avons obtenu une note C sur le pilier Santé, sécurité et naturalité des produits, exigence sur le bien-être animal. Les matières animales utilisées (lait en poudre et poudre d'œufs) représentant de faibles volumes et étant d'origine française, il ne nous avait pas paru nécessaire de mettre en place des actions. Cette notation C nous a donc poussé à aller chercher plus d'informations sur les pratiques agricoles pour obtenir ces 2 matières premières. Nous avons interrogé nos fournisseurs sur les origines des aliments utilisés pour nourrir poules et vaches et les pratiques agricoles au-delà du cahier des charges AB mises en place.

Cela a conduit à un changement de fournisseur sur la poudre de lait pour des pratiques agricoles supplémentaires au cahier des charges AB et surtout une labellisation équitable.



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

L'objectif 2 comprend 2 types d'actions :

**favoriser** l'engagement citoyens de nos collaborateurs et **instaurer** la prise de décision collective.

Pour favoriser l'engagement citoyen de nos collaborateurs, nous avons travaillé sur

### 3 axes

relayer des actions de sciences participatives du site

<https://mosaic.mnhn.fr/connect4science/>

sensibiliser les salariés sur les actes du citoyen qui participent à diminuer les impacts négatifs sur l'environnement ou la santé, l'importance de la culture et la solidarité pour favoriser le lien social

pitch d'associations au café du lundi pour favoriser le mécénat de compétences

## SENSIBILISATION DES SALARIÉS

La sensibilisation passe par différentes actions sur l'année.

La question du lundi : Lors de la pause café, sous forme de quizz, est posée une question aux collaborateurs sur un thème (biodiversité, recyclage, consommation ...) puis une explication est donnée.

Lors de la journée d'entreprise de Juin 2024, la sensibilisation a été faite sur des actions du quotidien. Les salariés ont appris à fabriquer eux-même lessive, nettoyant multi usages et détartrant wc avec peu d'ingrédients et des ingrédients qui sont naturels.



Enfin pour la journée de Noël 2024, nous avons été accueilli par la MAISON DES HOMMES ET DES TECHNIQUES pour visiter l'exposition «Nantes, ville industrielle d'hier, aujourd'hui et demain ».

Ce moment a été important pour sensibiliser les équipes sur le patrimoine industriel et aussi montrer la place de NATURE ET ALIMENTS dans l'histoire industrielle de Nantes.

L'idée est que chaque année des temps soient organisés sur deux journées afin de rassembler tous les collaborateurs ainsi que d'instaurer la question du lundi sous forme ludique.

NATURE ET ALIMENTS



# PITCHS D'ASSOCIATIONS

**MINIBIGFOREST** conçoit des forêts urbaines participatives (de 300m<sup>2</sup> à 3000m<sup>2</sup>) à haut potentiel de biodiversité, de végétalisation et de lien social selon la méthode Miyawaki. Les plantations et entretiens des mini forêts sont réalisées avec des **équipes bénévoles** sur tous types de sites, urbains ou péri-urbains. La mission de l'association est de stimuler et d'engager le processus de **reforestation** en tous lieux : chaque micro espace libre ou inutilisé peut devenir, demain, une micro-forêt urbaine.



**2 salariés ont participé à des chantiers d'entretien de forêt**

<https://www.minibigforest.com/>

**L'Association Départementale des Restos du Cœur de Loire-Atlantique (44)** accueille et accompagne plus de 32 000 personnes en difficulté grâce à ses 2 283 bénévoles et 19 salariés permanents. Elle porte une quarantaine de dispositifs pour venir en aide aux plus fragiles...Tous ces bénévoles donnent de leur générosité, de leur esprit de convivialité, de leur sens de l'écoute, du contact et de la tolérance dans l'esprit de la Charte des Bénévoles.

2 campagnes de collecte de nourriture ont été proposées aux équipes :

- la campagne nationale de mars
- la campagne locale pour le Centre de St Philbert de Grand Lieu en octobre

**13 salariés se sont mobilisés sur ces 2 collectes.**

<https://www.restosducoeur44.org/>



- Protéger et préserver les milieux aquatiques en lien avec l'Erdre ;
- Participer à l'amélioration de la qualité de l'eau, avec notamment comme objectif le classement de l'eau de l'Erdre en « eau de baignade » ;
- Connaître et protéger la faune et la flore de l'Erdre et de son bassin versant ;
- Sensibiliser les citoyen.nes à la nature et aux problématiques environnementales, dans une démarche d'éducation populaire, de non-discrimination et d'accessibilité à toutes et tous ;
- Créer des espaces de questionnement sur les problématiques environnementales ;
- Favoriser la participation des citoyen.nes à des actions concrètes de protection de la nature ;
- Accompagner le développement de loisirs compatibles avec les droits au calme et à la sécurité des usagers de l'Erdre tout en préservant la rivière et en assurant l'accès aux rives au plus grand nombre.



**Aucun salarié n'a participé au chantier proposé par l'association**

<https://www.federation-des-amis-de-l-erdre.org>

NATURE ET ALIMENTS



# RELAIS MISSIONS PARTICIPATIVE

Sur 2024, nous avons relayé auprès de collaborateurs deux missions participatives :

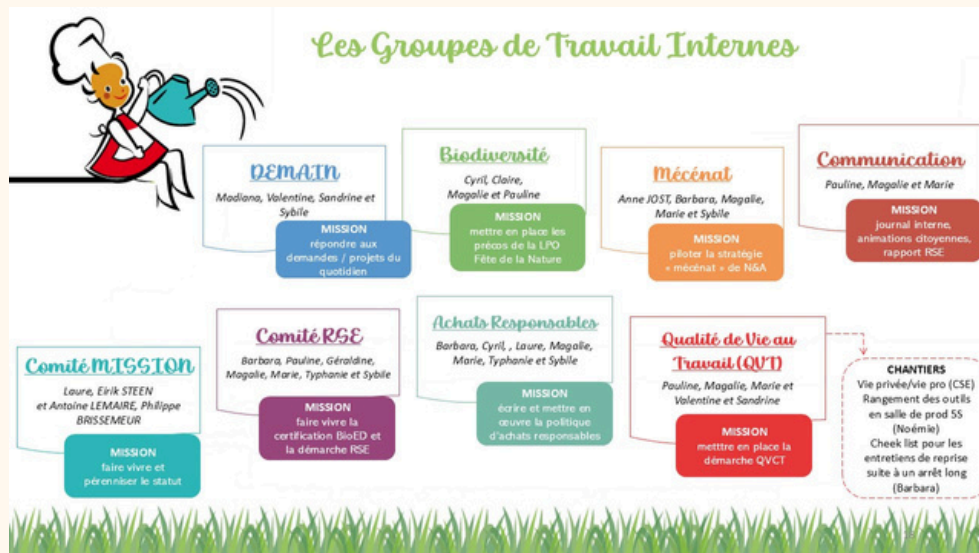
L'entreprise s'est dotée de **3 tunnels** pour faire le suivi des populations de hérissons. Il est réalisé sur le site de l'entreprise, et l'idée est de le proposer aux salariés pour expérimenter chez eux. Cela avait été proposé en **2022** mais pas renouvelé ni systématisé. **Chaque année** les tunnels sont disposés sur le site de l'entreprise pour mesurer la présence ou pas des hérissons. Deux tunnels sont positionnés entre avril et mai.



Lors de cette journée, un comptage est réalisé sur le site de NATURE ET ALIMENTS et les données alimentent le refuge l'**Oasis de Nat'Ali** sur le site <https://www.oiseauxdesjardins.fr>

**À ce jour, nous n'avons pas mesuré la participation des salariés à ces deux évènements.**

Pour l'action « Instituer la prise de décision collective, les groupes de travail poursuivent leurs chantiers.

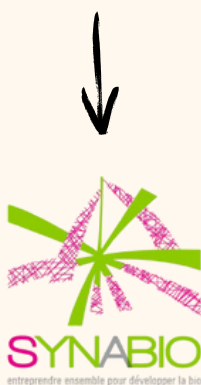
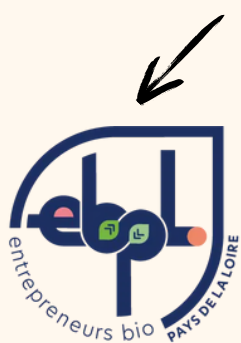


Sur 2024, le **taux de participation** des salariés aux différents groupes de travail est de **63%**. L'objectif est de **75%**, mais sur 2024 il y a eu plusieurs mouvements de personnel. Malgré cela ce taux a évolué en passant de **58% à 63%**.



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

La première action, consiste à porter la voix d'une industrie biologique ambitieuse et vertueuse. Sybille et Magalie ont dédié 125h sur leur temps de travail pour remplir cet objectif en participant aux différents groupes de travail du SYNABO, EBPL et BIOPARTENAIRE.



La seconde action est en phase de démarrage. En 2024, NATURE ET ALIMENTS a échangé avec GOOD WILL MANAGEMENT sur la **triple comptabilité**.

Goodwill-management et Baker Tilly proposent une méthodologie de mesure de l'empreinte étendue de l'entreprise et de sa chaîne de fournisseurs. Une présentation a été faite et a mesuré l'ampleur du chantier. Pas encore mûre pour mener ce chantier, nous allons poursuivre à nous acculturer sur la triple comptabilité sur 2025 : rencontre avec des entreprises qui ont mis la triple comptabilité en place : TIBCO sur Pont Saint Martin et BIOBLEUD en Bretagne qui va s'y confronter.



NATURE ET ALIMENTS



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

Le comité mécénat a décidé d'orienter ses actions de mécénat sur le thème de la précarité sur l'exercice 2025-2028. C'est donc sur ce thème que la mission de l'entreprise s'inscrit en choisissant des projets territoriaux et multi acteurs pour lutter contre la précarité sur le territoire.

L'année 2024 a donc été consacrée à identifier des projets où Nature et Aliments peut jouer un rôle pour réduire la précarité sur son territoire et favoriser le vivre ensemble. Nous avons choisi de nous investir en temps et finances sur 3 projets :



Partager nos locaux



**Bureaux  
du cœur**



Partager notre foncier



**Nantes  
Ville  
Comestible**



Partager notre expertise  
d'entreprise



**TERRITOIRES  
ZÉRO CHÔMEUR  
DE LONGUE  
DURÉE**

**NATURE ET ALIMENTS**



# PARTAGER NOS LOCAUX

**Bureaux du Cœur** est une association du territoire Nantais créée par un chef d'entreprise Nantaise, Pierre-Yves LOAËC, dirigeant de l'agence de communication Nobilito, qui vise à partager les locaux d'entreprises, notamment lorsqu'ils ne sont pas occupés.

**La mission de l'association est de développer l'usage des locaux d'entreprises en accueil individuel d'urgence, le soir et le week-end, lorsqu'ils sont inoccupés.**

Ainsi un **accueil individuel** d'urgence est proposé sur une durée relativement longue (de 3 à 6 mois maximum) **à des personnes en situation de précarité** : étudiants en situation de pauvreté, femmes ayant subi des violences conjugales, personnes en insertion professionnelle...

Les Bureaux du Cœur s'appuient sur des associations dont la mission est orientée vers l'insertion. Ces associations « partenaires » présentent aux entreprises hôtes, **un·e invité·e qui est sur le chemin d'un parcours d'insertion, respectant les critères d'accueil suivants** : une personne seule, majeure, sans problème d'addiction, ni d'hygiène et ne nécessitant pas de suivi médical spécifique.

Ces personnes sont souvent proches de l'insertion. Les Bureaux du Cœur leur offrent **un cadre de stabilité, de sécurité et d'intimité**, au sein de locaux d'entreprises favorisant ainsi la coopération et l'activation de réseaux de la part des dirigeants et de leurs collaborateurs.

Les contacts privilégiés et informels avec les équipes des entreprises **favorisent et accélèrent l'insertion** encadrée par l'association partenaire.

Sur l'année 2024, nous avons réaménagé la salle repos, équipé la salle repas pour pouvoir sur 2025 recevoir notre premier.e invité.e.



**Bureaux  
du cœur**



**NATURE ET ALIMENTS**



# PARTAGER NOTRE FONCIER

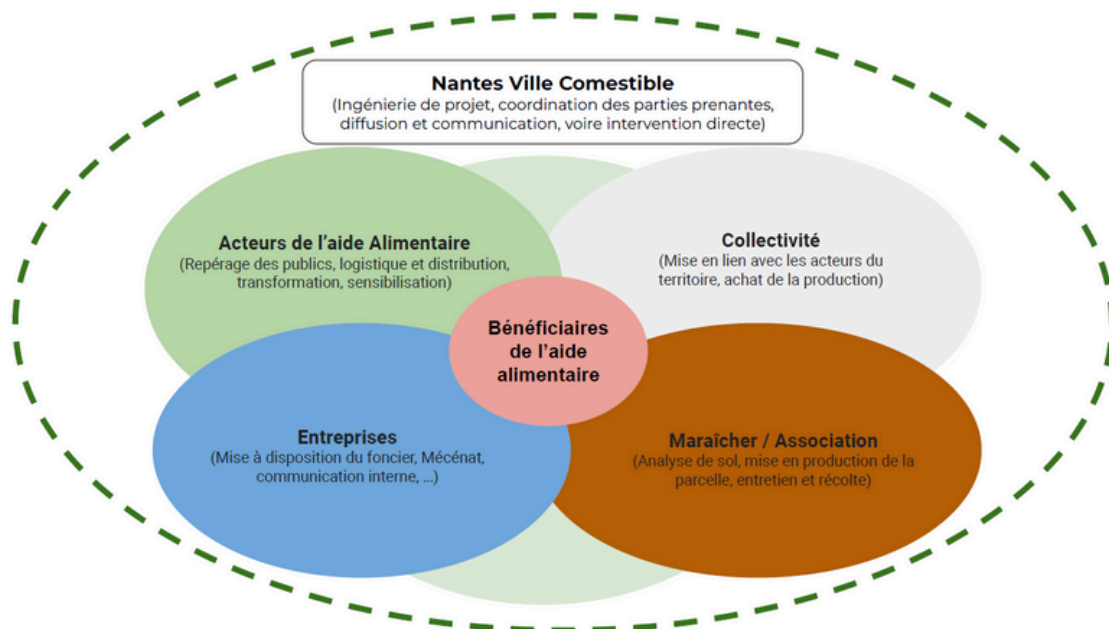
La précarité alimentaire touche 12% de la population de Nantes Métropole, c'est moins que le taux sur la métropole qui est de 37%. Toutefois pour métropole comme Nantes, c'est déjà trop. Par ailleurs la qualité de l'aide alimentaire sur les produits frais (fruits et légumes) n'est pas toujours au rendez-vous.

Nous avons entamé des échanges avec l'association NANTES VILLE COMESTIBLE. Cette association au rayonnement métropolitain, travaille sur l'agriculture urbaine ancrée dans son territoire depuis 2016.

Elle fédère de nombreux acteurs du territoire (collectifs citoyens, collectivités, associations, entreprises...) à travers de très nombreuses actions: Création et animation de potagers solidaires, coordination de la Maison des Agricultures et de l'Alimentation Durable avec pour temps fort le festival des 48h de l'agriculture urbaine...pour savoir comment une entreprise pourrait mettre à disposition une partie de son foncier pour cultiver des légumes à destination des personnes précaires. Nous avons apporté un soutien financier pour travailler sur l'ingénierie du projet « Entreprise Nourricière ».

Nous avons ainsi sollicité NANTES VILLE COMESTIBLE pour savoir comment partager notre foncier pour produire des légumes à destination des populations précaires de notre territoire. C'est ainsi qu'est né le projet Entreprise Nourricière.

## “Entreprises Nourricières” : un projet de territoire multi-partenarial vertueux





# PARTAGER NOTRE EXPERTISE D'ENTREPRISE

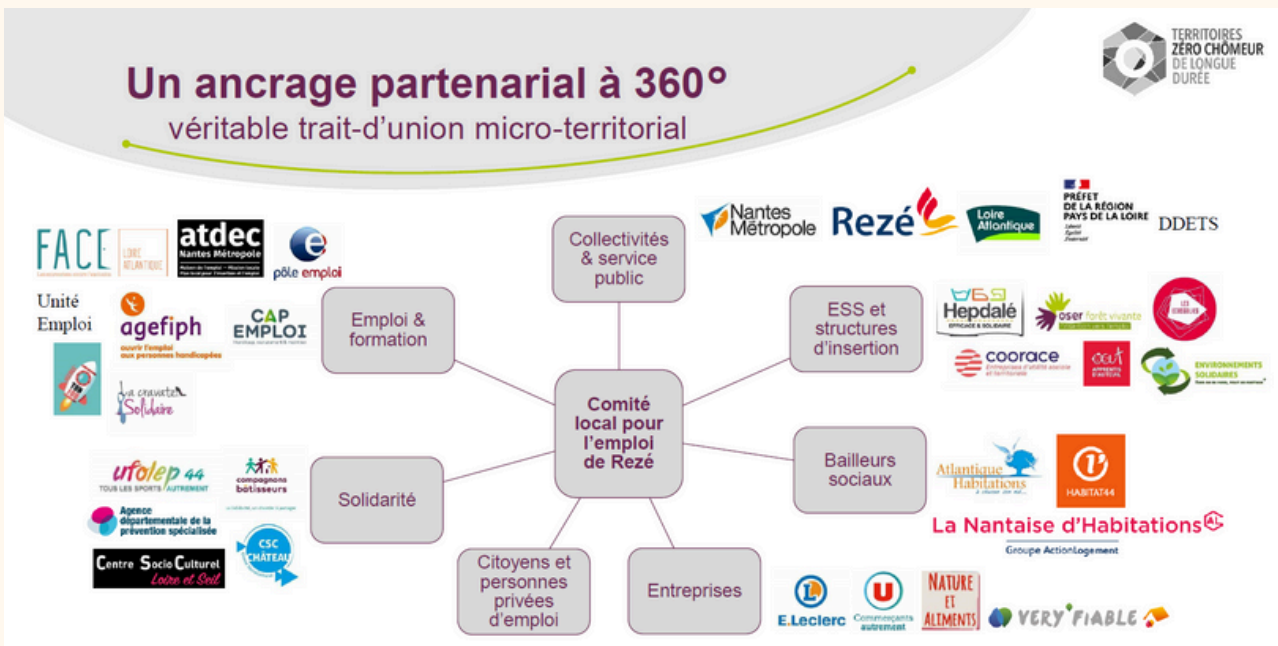
Le dernier projet s'inscrit dans le programme national des Territoires Zéro Chômeurs de longue durée.

Le projet TZCLD a pour but de rendre effectif le droit d'obtenir un emploi énoncé par la Constitution française : « Chacun a le devoir de travailler et le droit d'obtenir un emploi » en préambule de la Constitution de 1946. C'est donc un projet de société qui vise à supprimer, par l'action locale, la privation durable d'emploi notamment en créant des activités utiles au territoire.

C'est donc une méthodologie de projet qui se met en place avec les acteurs territoriaux. Sur notre territoire, l'objectif est d'**adapter l'emploi aux personnes**, pour éradiquer le chômage de longue durée sur le territoire d'expérimentation, en 5 ans. Le projet s'appuie sur la création d'une entreprise à but d'emploi qui correspondant aux compétences et contraintes des personnes privées d'emploi, aux besoins du territoire et complémentaires à l'offre existante

**Cibles** : personnes privées d'emploi depuis plus d'un an et habitant sur le territoire expérimental depuis plus de 6 mois

**Portage à Rezé** : Ville de Rezé avec ingénierie projet confiée à l'association Oser Forêt Vivante. Soutiens de Nantes Métropole et du CD44 et repose sur un maillage d'acteurs publics, associatifs et privés.



Sur le territoire identifié de Rezé château, **38% de taux de pauvreté** pour 12% à Rezé **54% familles monoparentales** pour 32% à Rezé et **23% de travailleurs pauvres** pour 8% à Rezé.

2024 a été l'année de création de L'entreprise à But d'Emploi (EBE) l'Amarretz pour 101 emplois à créer sur une période de 5 ans.

Nous avons rejoint ce projet car il est sur notre territoire et il nous a semblé méthodologiquement solide pour répondre aux objectifs d'emploi. NATURE ET ALIMENTS participe à la commission travaux utiles pour identifier les besoins non comblés à ce jour par les structures existantes.

NATURE ET ALIMENTS



## Objectif 4 : Générer du plaisir par nos produits, nos actions, nos modes de fonctionnement

### LE PLAISIR

Depuis 2023, la notion de plaisir est mesurée uniquement sur le plaisir à manger les produits et le plaisir de travailler avec NATURE ET ALIMENTS pour les clients.

En 2024, la notion de plaisir a été rajoutée sur le baromètre social trimestriel de façon simple : avec une échelle colorée et une justification du plaisir pour comprendre à quoi cette notion était reliée pour chaque collaborateur.

1) Avez-vous eu plaisir à travailler chez N&A d'Octobre à Décembre 2024 ?  OUI  NON

Pourquoi ? Ajoutez ici votre commentaire

2) Sur une échelle de 1 à 10, où positionneriez-vous ce plaisir ?



Pour 2025, nous aimerions aller plus loin pour prendre en compte les différentes composantes de la notion de plaisir comme le montre ces différentes définitions « **Le plaisir c'est une sensation ou émotion agréable, liée à la satisfaction d'un désir, d'un besoin matériel ou mental.** » ; « Le plaisir est un état affectif agréable, durable, que procure la satisfaction d'un besoin, d'un désir ou l'accomplissement d'une activité gratifiante. » ; « Le plaisir alimentaire c'est du réconfort pour soi mais aussi pour les autres à travers le plaisir de cuisiner et du partage »...

Un groupe de travail pour réfléchir ensemble et définir notre **référentiel plaisir** va se mettre en place. Ainsi quelles sont les composantes de cette notion de plaisir associée à NATURE ET ALIMENTS : plaisir véhiculé par la marque ? par les produits ? par nos actions ? par notre engagement ?... autant de pistes à explorer avec plaisir. L'objectif étant à la suite de ce travail et de celui entamé depuis 2 ans auprès de nos clients (questionnaires distributeurs et consommateurs) d'aller plus loin aujourd'hui ; de définir les nouvelles actions et questionnaires associés pour mesurer la notion de plaisir à tout niveau de notre écosystème. Un challenge plaisant pour 2025 à 2030.



# NATURE ET ALIMENTS

3 RUE NICOLAS APPERT  
PÔLE AGROPOLIA  
44400 REZÉ

02.40.73.65.97  
WWW.NATURE-ALIMENTS.COM

**PLAISANCE**

depuis  1913

Bio depuis 1978  
**Nat  
ali**

**NAON**  
FAIM DE BRETAGNE !