

### **EDITO**

#### RETOUR SUR NOTRE MISSION



Après deux années sous le signe du Covid, 2022 a été marqué par la guerre en Ukraine, l'inflation des matières premières, une réglementation Egalim arrivée 1 mois avant l'envoi des tarifs 2022, une année trouble mais qui n'a pas mis de côté notre volonté d'améliorer nos pratiques pour limiter nos impacts.

Sur rapport RSE 2021, évoquions nos perspectives pour 2022: finaliser le chantier QVT « Séance d'échange sur le travail », mettre en place le mécénat de compétences avec nos collaborateurs.trices. identifier les MUT2 de nos recettes et remplacer, candidater à deux trophées de reconnaissance des pratiques RSE, passer 20% de nos références emballage 100% sous recyclable, mettre place en parcours Biodiversité sur le site de production, lancer le comité mission....

Εt bien d'autres actions nous permettant d'améliorer nos indicateurs RSE donc notre performance écologique, sociale et économique.

Au travers de notre rapport 2022, vous constaterez que nous avons réussi à avancer sur nos perspectives.

Nature et Aliments, à travers les générations a toujours fait des choix et sincères sobres en 1978. transformer des produits biologiques sans utilisation d'engrais et pesticides de synthèse, très énergivores et forts pourvoyeurs de gaz à effets de serre. En 2009, garder une indépendance familiale sur la gouvernance et les choix de la société. En 2011 en construisant notre nouvelle usine éco-conçue. Enfin 2021. c'est l'obtention de la qualité de Société à labellisation Mission et la entreprise durable aui illustre la poursuite de nos engagements.

Et pourtant il faut attendre 2022, la crise énergétique, pour entendre SOBRIÉTÉ dans toutes les bouches et voir pleuvoir des aides de l'État pour changer et amorcer des changements collectifs.

Magalie & Sybile co-dirigeantes

NATURE ET ALIMENTS page 2

# SOMMAIRE

ÉDITO	page 2
SOMMAIRE	page 3
ON PARLE UN PEU DE NOUS  • QUI SOMMES-NOUS ?  • QUELQUES CHIFFRES	page 4-5
COUVERNANCE  LES COMITÉS  LE COMITÉ MISSION	page 6-7
CONDITIONS DE TRAVAIL	page 8-10
<ul><li>SENSIBILISATION</li><li>QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL</li></ul>	
ENVIRONNEMENT	page 11
ACHATS RESPONSABLES  • VERS L'AVENIR  • AGIR ÉQUITABLE BIO  • INTERVIEW SYBILE CHAPRON	page 12-14
SANTÉ, NATURALITÉ DES PRODUITS	page 15
ANCRAGE TERRITORIAL  • SENSIBILISER  • LE MÉCÉNAT	page 16-17
NOS INDICATEURS DE PILOTAGE	page 18-21

### ON PARLE UN PEU DE NOUS

#### **QUI SOMMES-NOUS?**



Centenaire et familiale, implantée à Rezé dans la périphérie nantaise, l'entreprise Nature et Aliments fabrique des produits Bio depuis 1978, totalisant ainsi plus de 40 ans d'expérience et de spécialisation dans la fabrication de préparations en poudre Bio, qu'il s'agisse de desserts, d'aides culinaires ou de potages instantanés.

Plusieurs générations de consommateurs ont déjà été séduites par « Plaisance », sa marque historique (1919), ainsi que Nat'ali (1978).

Pour Nature et Aliments, le virage du Bio répond à de profondes convictions. Soucieuse de son impact sur l'environnement et la santé, Nature et Aliments fait le choix de l'Agriculture biologique et donc la transformation bio.







Depuis 2021, l'entreprise a obtenu la qualité de Société à Mission et dans son statut, nous pouvons lire sa raison d'être "Cultiver curiosité et créativité pour toujours défendre une consommation biologique porteuse d'engagements humanistes et écologiques, source d'épanouissement." Les 5 objectifs qui répondent à cette raison d'être sont :

- Développer avec ses partenaires des produits innovants, pratiques et biologiques, en étant attentifs à leurs impacts.
- Accompagner avec bienveillance chaque collaborateur pour l'aider à se réaliser et à faire grandir le collectif.
- Toujours contribuer à la construction d'une filière biologique respectueuse de l'Homme et de la Planète.
- Partager nos ressources afin de soutenir des actions sociales, culturelles et environnementales, participant au mieux-vivre ensemble.
- Générer du plaisir par nos produits, nos actions, nos modes de fonctionnement.

#### 2 marques et 3 familles de produits

Nature et Aliments commercialise 2 marques:

- · Natali, pour les magasins Bio ;
- Plaisance Bio, pour les grandes et moyennes surfaces.

et propose 3 grandes familles de produits :

- · Les préparations pour desserts, avec ou sans sucres ajoutés ;
- · Les préparations salées ;
- · Les aides culinaires.

Cette dernière famille comprend notamment les grands classiques poudre à lever, ferments pour yaourts et kéfir de lait, sucre vanillé, arômes... mais aussi de l'agar-agar d'origine française que Nature et Aliments est la première à avoir introduit en magasin biologique, dès les années 80. L'agar-agar est un ingrédient utilisé dès le démarrage de l'entreprise pour la fabrication des entremets, soit depuis 1919.

# **ON PARLE UN PEU DE NOUS**

#### QUELQUES CHIFFRES





Une production de 3 367 847 sachets







Mission







Une équipe de **22 collaborateurs** 



#### GOUVERNANCE

## LES COMITÉS



Le Comité RSE de Nature et Aliments est aujourd'hui composé de 8 membres, représentant divers métiers de la société. Ce dernier a pour rôle d'approfondir et de recommander des actions d'amélioration pour dépasser la note de 84% obtenue lors du dernier audit BioED insitu. Le comité RSE se réunit 3 à 4 fois dans l'année.

Le comité est composé de :

Sybile CHAPRON (Co-dirigeante) / Magalie JOST (Co-dirigeante) / Typhanie CORLOBÉ (Resp. Qualité) / Cyril TRINQUIER (Resp. Production) / Marie MORICE (Service commercial et communication) / Barbara HOMMAIS (Assistante administrative RH) / Géraldine MARCHAND (Chargée de clientèle) / Ewen LE GOFF (Assistant RSE)

Nature et Aliments a mis en place en 2021 un mode de gouvernance partagée, appelé sociocratie. Différents groupes de travail, sur des thématiques précises, ont été créés. Aujourd'hui, ils sont au nombre de 7.

De plus, Nature et Aliments s'appuie sur deux comités :

Le Comité Mission qui suit la mise en œuvre de la mission de l'entreprise à un niveau stratégique.

Il se compose 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.

#### Témoignage Cyril responsable production

Cyril, tu es membre du comité RSE, peux-tu nous dire pourquoi tu as rejoint ce comité ?

J'ai rejoint ce comité RSE tout d'abord par attrait environnemental, mais aussi pour réfléchir et mettre en place des actions visant à l'amélioration des conditions de travail.

Quel est le rôle du comité RSE? Le comité RSE a plusieurs rôles. Il est tout d'abord en place afin de piloter la démarche RSE dans son ensemble, mais aussi pour valider les projets comme par exemple le projet « Culture en entreprise ».

Aujourd'hui, peux-tu nous dire comment la RSE est intégrée dans ton travail de tous les iours ?

Au quotidien, nous nous efforçons d'intégrer la RSE dans le travail de tous les jours. On peut le constater notamment par le réemploi des cartons en production par exemple, mais aussi d'optimiser les achats (moins de volumes, besoins plus ciblés, etc.).

# GOUVERNANCE

#### LE COMITÉ MISSION

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 connait 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 reconnaitre 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.»



« 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 Prophil, 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 l'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 MISSION

Le rôle du comité de mission est d'assurer le suivi de l'exécution de la raison d'être que s'est donné 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 oeuvre des actions qui permettent de les atteindre.

## **CONDITIONS DE TRAVAIL**

#### **SENSIBILISATION**

En 2022, l'ensemble des collaborateurs de Nature et Aliments ont participé à plusieurs sensibilisation aux enjeux actions environnementaux comme la fresque du climat. L'objectif est de sensibiliser les collaborateurs aux changements climatiques.

Sur la partie biodiversité, nous avons réalisé un atelier de sensibilisation sur la création d'hôtels à insectes en partenariat avec la LPO (Lique de Protection des Oiseaux). Les hôtels à insectes ont pour but de protéger les espèces déjà présentes, mais aussi d'inciter les espèces de passage à s'installer.

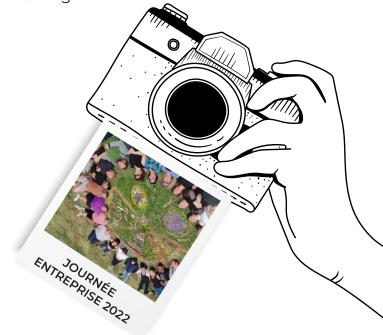
Enfin, lors de notre journée d'entreprise 2022, les salariés de Nature et Aliments ont réalisé une œuvre représentant les 5 objectifs de notre mission avec l'association Terre et Vie à travers le Land'Art.

En parallèle, notre service communication a participé à la formation «Communication responsable» animée par Mathieu JAHNICH.

Les objectifs de la formation étaient :

- Mieux comprendre les enieux qui transforment société la communication.
- Connaître les principaux impacts de la sur la communication société l'environnement.
- Définir les contours d'une approche plus responsable de notre communication afin d'éviter le greenwashing.

Cette formation nous a permis d'éviter de tomber dans une communication green washina.







#### Témoignage Olivier, agent de production

Bonjour Olivier, as-tu apprécié l'atelier fresque du climat? Oui, j'ai beaucoup apprécié l'atelier fresque du climat, j'ai trouvé que c'était un bel échange entre collègues ainsi qu'un bon travail d'équipe qui a permis de mettre en lumière les points clés de la préservation de notre planète ainsi que la sensibilité de chacun sur le sujet.

Quel est ton ressenti suite à cela?

Oui, effectivement, cette fresque met le doigt sur les enjeux prioritaires à la préservation de notre planète, je né suis pas insensible à la cause, qui est pour moi essentielle.

Cette action de sensibilisation aux évolutions climatiques te parait elle importante? L'entreprise me permet d'être sensibilisé au changement climatique de par ses actions quotidiennes sur la maîtrise de ses consommations d'énergie (eau, électricité), la mise en place d'achats responsables. L'entreprise prend aussi soin de réduire et valoriser ses déchets (réemploie des cartons, compost), tout cela me pousse à réfléchir sur ma façon d'agir au quotidien, pour chaque jour faire des petites choses pour préserver notre planète.

### **CONDITIONS DE TRAVAIL**

#### SENSIBILISATION

Chaque lundi, Ewen (animateur RSE) propose un quizz «écologie» par équipe à l'ensemble des collaborateurs lors de notre pause-café.

En parallèle, Nature et Aliments s'est portée volontaire pour participer à l'expérimentation PACE (Parcours d'accompagnement de la culture en entreprise) avec une autre entreprise de la métropole. Cette expérimentation est initiée par le service culture de Nantes métropole et vise à redonner une place et un accès à la culture en entreprise.

Étape 1 : Enquête sur les pratiques culturelles des collaborateurs de l'entreprise.

Étape 2 : Entretien individuel pour approfondir les pratiques culturelles.

Étape 3 : Proposition des parcours à la suite de cette analyse, et proposition au comité RSE, validation des budgets et choix d'étaler la mise en place sur deux ans.

Étape 4 : Mise en place des parcours.

L'objectif de ces parcours est de valoriser les ressources en internes et externes pour développer et faire grandir le collectif dans une entreprise.

Les parcours culturels retenus et qui seront mis en place pour les années à venir sont :

- Un parcours Photo
- Un parcours couleurs
- Un parcours Littéraire
- Un parcours Sonore
- Un parcours sciences naturelles

2022 a été l'année de la construction des parcours cultures spécifiques pour Nature et Aliments. La mise en place des 5 parcours proposés et acceptés se fera sur 2023 et 2024.

## Témoignage Typhanie responsable qualité

Bonjour Typhanie, tu as rejoint le projet récemment, comment vois-tu le projet de culture RSE en entreprise initiée par Nantes Métropole?

Le projet permet de s'initier à d'autres loisirs qui de prime abord ne m'attirent pas plus que ça. Cela permet d'avoir une ouverture culturelle autre.

Pour toi, salariée, en quoi est-ce important que Nature et Aliments que la culture soit intégrée en entreprise?

Pour l'ouverture d'esprit, cela permet de voir qu'en dehors du travail où nous passons beaucoup de temps on peut s'ouvrir à la culture. Si on peut allier travail et culture c'est un engagement RSE fort que véhicule la société.

# Quel parcours as-tu choisi et pourquoi?

J'ai choisi le parcours photo pour avoir une autre vision au travers des photos et acquérir de nouvelles compétences. Peut-être qu'après cela va me permettre d'utiliser ce parcours pour l'appliquer à titre personnel.







## **CONDITIONS DE TRAVAIL**

## QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Les maux de dos représentaient 5% des accidents de travail dans les années passées. Nous avons donc, suite à une étude ergonomique, revue l'organisation de postes de travail et terster des solutions individuelles :

- Test d'exosquelettes sur le poste mélange et expédition -> Problématique de confort et d'adéquation avec les différentes tâches des postes.
- En 2022, nous avons équipé nos agents de production de t-shirt PERCKO, permettant de soulager leur dos en réalignant naturellement la colonne vertébrale et en réduisant les pressions sur les vertèbres, pour renforcer les muscles à chaque mouvement en adoptant

une posture active lors des activités au travail et en stimulant ainsi les muscles du dos tout en réalisant des activités en toute sérénité et en évitant les gestes risqués pour le dos et les faux mouvements lors des sessions de travail. -> Après quelques mois d'utilisation force est de constater que l'investissement a été vain. Praticité, tenue, les chaleurs n'ont pas facilité le port du tee-shirt pour les salariés.

Stimulation du dos pour une posture active et dynamique

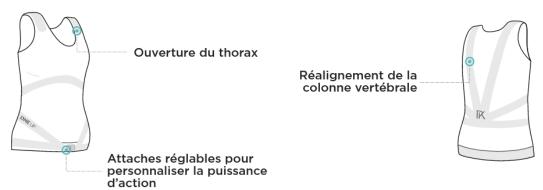
Renforcement de la musculature profonde

Diminution de l'avachissement

Réduction du mal

#### Comment ça marche?

Des tenseurs brevetés exercent une pression sur les épaules et sur le bas du dos pour vous inciter à vous redresser naturellement



de dos

Amélioration de la santé du dos à long terme

### **ENVIRONNEMENT**

#### LA BIODIVERSITÉ

Le projet de forêt urbaine participative nous a été proposé par l'association MiniBigForest® dans le but de reforestation sur le Pôle Agropolia où se situe Nature et Aliments.

La plantation des essences se fait selon la méthode « Miyawaki », cette méthode se déroule sur plusieurs étapes :

- Étape 1 : Dresser le potentiel naturel de végétation de la future forêt.
- Étape 2 : Créer les conditions optimales d'enracinement et développement.
- Étape 3 : Planter de façon dense, soit 3 essences par mètre carré.
- Étape 4 : L'autonomie, à partir de la troisième année, l'homme n'a plus à intervenir pour le développement des forêts.

De son côté, Nature et Aliments a participé financièrement avec 7 entreprises de la zone au financement de cette Mini forêt urbaine.

De plus des temps de désherbage ont été proposés aux différentes équipes des entreprises partenaires.

Cette forêt urbaine s'insère dans un parcours biodiversité de la zone d'activité et est une étape dans notre propre parcours proposé au grand public.





Zone de 270 m<sup>2</sup>

#### **VERS L'AVENIR**

Déployer un sourcing responsable implique de revisiter ses propres besoins, d'intégrer des critères environnementaux et sociaux et la logique de cycle de vie et de coût global dans son processus d'achat. Selon l'ADEME, le poids des achats représente en moyenne 50% du chiffre d'affaires d'une entreprise. De plus les achats représentent 60% des émissions de gaz à effet de serre lors de la réalisation du bilan carbone de l'activité de l'entreprise en 2022.

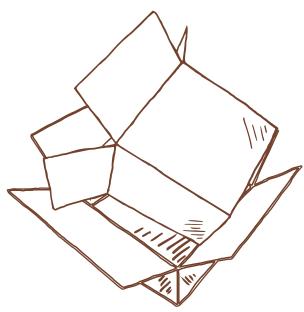
Pour piloter les achats responsables chez Nature et Aliments, un groupe de travail a vu le jour. Ce groupe est composé des différents acheteurs de l'entreprise, on y retrouve Sybile CHAPRON (co-dirigeante) et référente des achats responsables, Magalie JOST (co-dirigeante), Typhanie CORLOBÉ (resp. Qualité), Barbara HOMMAIS (assistante administrative RH), Marie MORICE (service commercial et communication), Cyril TRINQUIER (resp. Production), Edouard COCHIN (resp. Maintenance).

Ses 7 membres ont pour objectif de mettre en œuvre la politique d'achats responsables établie en 2021 et que nous diffusons à l'ensemble de nos fournisseurs.

La politique achat responsable de Nature et Aliments repose sur 5 fondamentaux :

- Acheter avec efficience : contribuer à la performance économique de l'entreprise en s'assurant de la conformité, la disponibilité, le prix juste des produits achetés.
- Acheter pour favoriser l'essort des territoires : valoriser la proximité avec nos fournisseurs à tous niveaux : distance, transparence, dialogue, synergie,...
- Acheter en étant attentif à l'impact écologique : prendre en compte les facteurs environnementaux pour chacun de nos achats et travailler à limiter nos impacts.
- Acheter en favorisant les démarches éthiques : développer et favoriser avec et via nos fournisseurs et prestataires toutes les démarches éthiques et engagées : agriculture biologique, RSE, équitable, inclusion des personnes handicapées...
- Acheter de façon économe : acheter en juste quantité, limiter les pertes et favoriser le réemploi. Pour mesurer et améliorer nos pratiques, nous mettons en place des indicateurs d'achats responsables qui sont tenus à jour annuellement.

En 2021, 60% des GES provenaient des achats. Pour diminuer l'impact GES des achats, il a été décidé de favoriser le réemploi sur les consommables. Ainsi sur 6 mois de 2022, 1464 cartons ont été réemployés. Les prochaines étapes sont d'accroître ce chiffre et d'élargir le réemploi à d'autres consommables.



Avec ce réemploi de carton 131 kg CO2eq ont été évités en 2022. 336.72 kg X 0.390 = 131kg CO2eq

Poids moyen d'un carton NATALI 0.230 kg. Facteur d'émission d'un carton neuf en France selon la base ADEME 390 kg équi.CO2/tonne.

NATURE ET ALIMENTS - page 12

## AGIR ÉQUITABLE ET BIO

Dans le monde comme en France, tous les acteurs (producteurs, transformateurs, marques) engagés pour le produit doivent recevoir une juste rémunération et de meilleures conditions de vie. Agir Équitable et Bio s'y engage!

Sans commerce équitable, les producteurs font face à une instabilité croissante dans la vente de leurs produits.

- Liée aux cours de la bourse, de manière opportuniste selon les seuls besoins de l'entreprise.
- au prix le moins cher ou via des négociations contractuelles à court terme.
- Soumis à de nombreux intermédiaires multipliant les coûts.

Nous devons agir équitablement pour équilibrer la communication. Derrière le produit labellisé, chaque participant est lié à son partenaire par un contrat qui définit et garantit un prix de rémunération et un volume d'achat prévisionnel sur plusieurs années.

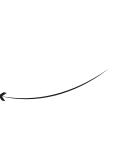
C'est une vraie valeur ajoutée.

Dans la perspective de ce partenariat équitable, les producteurs bénéficient également de fonds de développement, des aides financières qui permettent la réalisation de projets collectifs menés directement sur le territoire.

Les produits Plaisance Bio sont certifiés Agir Équitable Bio selon le référentiel FiABLE sur les filières sucre et cacao.









#### INTERVIEW

# Bonjour, Sybile, en tant que pilote de la partie achats responsable, pouvez-vous nous dire en quoi consiste les achats responsables chez Nature et Aliments?

Chez Nature et Aliments, nos pratiques d'achats sont « responsables » depuis bon nombres d'années. Précurseur dans les démarches bios ainsi que dans l'intégration d'ingrédients équitables comme le sucre, le cacao, bases de nos préparations pour dessert.

Fort de ces engagements, nous avons menés un travail participatif de formalisation, avec nos équipes, de notre vision commune.

Notre politique et nos pratiques d'achats responsables s'appuient donc sur la prise en compte de 5 piliers :

Acheter avec efficience

Acheter pour favoriser l'essort des territoires Acheter en étant attentif à l'impact écologique Acheter en favorisant les démarches éthiques Acheter en étant économe pour limiter tout gaspillage.



Cette démarche a été initiée en interne de manière collaborative et a été diffusée à l'ensemble de nos fournisseurs par l'intermédiaire d'une charte.

Aujourd'hui chacun des collaborateurs acheteurs de Nature et Aliments, formé et sensibilisé à notre démarche, s'interroge à chaque fois qu'un achat doit être réalisé sur le vendeur, l'origine, le mode de production, les impacts engendrés...

Nous suivons également plusieurs indicateurs pour mesurer nos progressions d'année en

Par exemple en 2022, nous pouvons affirmer que nos partenariats achats s'inscrivent dans la durée avec une moyenne de collaboration avec nos fournisseurs de plus de 11 ans. Aujourd'hui 32% de nos achats en volume sont d'origine équitable.

# L'année dernière, nous présentions dans le rapport RSE, le bilan carbone de l'année 2021, les achats représentaient 60% des émissions de GES de l'entreprise. Comment les achats responsables peuvent faire diminuer les émissions ?

Pour répondre à cette question, il est vrai que 60% des émissions proviennent de nos achats ce qui en adéquation avec les chiffres de notre secteurs d'activité ; En effet, pour fabriquer nos produits, il faut en premier lieu produire des matières premières et des emballages bien évidemment source d'émissions de CO2.

Nous savons tous que la production agricole est aujourd'hui la deuxième cause d'émission de CO2 en France.

Toujours est-il qu'étant industriel de l'agro-alimentaire nous avons aussi notre rôle à jouer pour limiter nos impacts et tenter de diminuer les émissions pour nos achats.

Ainsi les actions suivantes peuvent être étudiées et favorisées :

Favoriser les cultures respectueuses comme la bio

Favoriser les petits producteurs plutôt que les grandes exploitations sur mécanisées. Favoriser les approvisionnements les plus proches possibles

Choisir des modes de transport plus écologiques comme le bateau.

# SANTÉ, NATURALITÉ DES PRODUITS

## LE PILIER MÉTIER DE NOTRE DÉMARCHE RSE

Les consommateurs sont de plus en plus vigilants et demandent davantage d'informations sur ce qu'ils mangent. Les préoccupations concernant l'alimentation ont augmenté au fil des années.

La quête de la naturalité n'est pas nouvelle et répond au besoin de transparence des consommateurs.

Pour cela, Nature et Aliments retire les MUT (marqueurs d'ultra transformation) de ses recettes.

Dans un premier temps, un axe de travail sur les MUT2 a été effectué. En 2021, **50.39%** de nos recettes contenaient des MUT2. En 2022, **43.59%** de nos recettes contiennent des MUT2, soit une diminution de **6.8%**. Nous avons enlevé par exemple le dextrose ainsi que la maltodextrine de certaines recettes.

L'objectif défini était d'avoir 53% de nos recettes d'ici 2025 sans MUT2, l'objectif est donc atteint en 2022 avec 56.41%. Nous continuons tout de même à améliorer nos recettes.



2020

#### **INGRÉDIENTS / INGREDIËNTEN**

Dextrose de maïs\*, Streptococcus thermophilus.

\* Produit issu de l'agriculture biologique.



#### **INGRÉDIENTS / INGREDIËNTEN**

Fécule de pomme de terre\*, Streptococcus thermophilus. \* Produit issu de l'agriculture biologique.

## ANCRAGE TERRITORIAL

#### **SENSIBILISER**

S'engager sur le territoire permet de favoriser le tissu économique et social. Cela permet une transparence sur nos pratiques et de l'échange.

En 2022, Nature et Aliments a accueilli 8 groupes d'entreprises et d'écoles afin de présenter sa démarche RSE ainsi que les sensibiliser à l'agriculture biologique.

Toujours contribuer à la dynamique territoriale, l'entreprise est intervenue 11 fois auprès dedivers collectifs pour témoigner sur la biodiversité, le statut de société à mission, promouvoir l'agriculture biologique.







### **ANCRAGE TERRITORIAL**

# LE MÉCÉNAT

Le mécénat représente une forte partie de la contribution à l'ancrage territorial pour Nature et Aliments. La politique mécénat est pilotée par le comité mécénat qui rassemble collaborateurs, direction et un administrateur. Ce dernier est composé de Sybile CHAPRON (co-dirigeante), Magalie JOST (co-dirigeante), Barbara HOMMAIS (assistante administrative RH), Marie MORICE (service commercial et communication) et une partie prenante externe. Le comité suit la politique mécénat, récolte les suggestions et idées de mécénat et valide les dons à réaliser. Ce comité gère depuis peu le mécénat de compétences.

#### Le mécénat de compétences, QUÉSAKO?

Le mécénat de compétences peut être réalisé sous deux formes chez Nature et Aliments :

- La prestation de service : l'entreprise s'engage à réaliser une mission déterminée, qu'elle va piloter seule, au profit d'un organisme d'intérêt général.
- Le prêt de main d'œuvre : l'entreprise met à disposition d'un organisme éligible au mécénat un ou plusieurs salariés. C'est l'organisme qui pilote la mission et qui peut faire figure d'autorité fonctionnelle dans ce cadre.

Quel que soit le format retenu, le mécénat de compétences s'articule toujours sur les trois mêmes fondements : l'engagement personnel du salarié, la réponse à un besoin bien identifié de l'organisme et l'accord de l'entreprise.

Pour Nature et Aliments, le mécénat de compétences se fait à hauteur de 2 jours de 7 heures par année. Il se valorisera en prêt de main d'œuvre. (2 jours de 7 heures par année et par salarié.)

Le début du mécénat de compétence aura lieu en début d'année 2023, affaire à suivre...

Sur 2022, 0 jour de mécénat de compétences réalisée. Le budget représente **0.8%** du CA en mécénat financier et nature.



# NOS INDICATEURS DE PILOTAGE

#### GOUVERNANCE

EXIGENCE	INDICATEURS	2022	Obj. 2025
1.3 L'entreprise se donne les moyens de déployer ses engagements RSE dans une démarche d'amélioration continue	Budget alloué (% de résultat N-1)	21	20
1.4 L'entreprise sensibilise et implique ses parties prenantes internes dans la mise en œuvre de sa démarche RSE	% de salariés participants dans les différents groupes de travail	54	50
1.5 L'entreprise partage ses engagements RSE auprès de ses parties prenantes externes	Nombre d'actions de partage de nos engagements	12	15

#### CONDITIONS DE TRAVAIL

EXIGENCE	INDICATEURS	2022	Obj. 2025
2.1 L'entreprise identifie ses enjeux sociaux et défini une politique responsable des ressources humaines	Taux de CDI	85	80
2.2 L'entreprise développe le capital humain de ses collaborateurs au service de leur employabilité	% de salariés formés	78	50
2.2 L'entreprise développe le capital humain de ses collaborateurs au service de leur employabilité	Ratio hommes / femmes (% d'effectif féminin par rapport à l'effectif masculin)	65	50
2.3 L'entreprise favorise le dialogue social et les modes de management participatifs avec l'ensemble de ses collaborateurs	% de salariés participants dans les différents groupes de travail	54	50
2.4 L'entreprise offre une rémunération et des avantages salariaux valorisants et attractifs pour ses salariés	% de rémunération variable	38	25
2.5 L'entreprise offre une rémunération et des avantages salariaux valorisants et attractifs pour ses salariés	Ratio de salaire	<sup>1.6</sup> page 18 -	1 à 4 NATURE ET ALIMENTS

#### ENVIRONNEMENT

EXIGENCE	INDICATEURS	2022	Obj. 2025
3.1 L'entreprise identifie ses impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie de ses produits	% des produits scorés Planet Score	29.11	60
3.2 L'entreprise contribue au développement d'une production agricole bio respectueuse de l'environnement et de la biodiversité	% achats équitables	63.95	70
3.3 L'entreprise améliore son empreinte environnementale dans l'exercice de son activité de transformation	Empreinte carbone	NA	0.5
	Consommation électrique pour produire 1000 sachets	77.6	< 65 kwH
	Consommation d'eau pour produire 1000 sachets	109.3	< 100L
	Kg de déchets produits pour 1000 sachets fabriqués	2.89	2.3
	Kg déchets recyclés pour 1000 sachets fabriqués	2	2.5
3.4 L'entreprise contribue à une distribution et une consommation durable de ses produits	Kg CO² rejetés / Kg transportés	Attente des résultats	0.05
	Nombre de références sous emballage recyclable	30	30

EXIGENCE	INDICATEURS	2022	Obj. 2025
4.1 L'entreprise identifie les risques RSE de ses catégories d'achats et définie une politique en matière d'achats responsables AMONT		60	100
4.2 L'entreprise met en œuvre sa stratégie Achats Responsables et accompagne ses fournisseurs dans une démarche de progrès AMONT	Taux de questionnaire RSE sur catégorie «Risque modéré»	85	100
	Taux de diffusion charte Achats responsables	NA	100
4.3 L'entreprise entretient et développe des relations équitables et durables avec ses fournisseurs AMONT	Ancienneté Fournisseurs	12.11 ans	NA
	Pourcentage du tonnage MP issues d'achats équitables.	35.28	50
	Nombre de contrats d'achats matières premières	12	15
4.4 L'entreprise contribue au développement des filières bio AMONT	% achats France	24	11
4.5 L'entreprise prévient les risques liés à la corruption et à l'éthique AVAL	Communications et/ou actions auprès des clients pro et commerciaux	3	1 tous les 2 ans
4.6 L'entreprise entretient des relations pérennes et équilibrées avec ses clients AVAL	Taux de satisfaction clients	NA	80

# SANTÉ, NATURALITÉ DES PRODUITS

EXIGENCE	INDICATEURS	2022	Obj. 2025
5.1 L'entreprise dispose de bonnes pratiques concernant la gestion des risques qualité en Agriculture Biologique	Taux de réclamations clients	3.6	3.5
5.2 L'entreprise garantit la naturalité de ses produits à travers ses recettes et ses procédés	% de recettes améliorées (sans MUT2)	85	100
5.3 L'entreprise implique ses parties prenantes dans son système qualité	Nombre audits fournisseurs, clients et OC	3	10

#### ANCRAGE TERRITORIAL

EXIGENCE	INDICATEURS	2022	Obj. 2025
6.1 L'entreprise sensibilise son territoire à l'alimentation biologique	Nombre d'actions de sensibilisation à l'alimentation Biologique	4	10/an
6.2 L'entreprise participe au rayonnement et au dynamisme économique de ses territoires d'ancrage	Nombre d'actions de dynamique territoriale	12	10/an
6.3 L'entreprise s'engage dans des actions de solidarité au service du développement durable	Budget mécénat (Pourcentage du CA consacré)	0.8	0.8
	Temps mécénat de compétences	NA	35





02.40.73.65.97

www.nature-aliments.com



# NATURE ET ALIMENTS















