



# Rapport du Comité de mission

- 2024 -







# Sommaire

---

**1** Éditos  
*p. 6-7*

**2** La Panière, Société à Mission  
*p. 8-10*

**3** L'histoire de la Société à Mission  
*p. 11*

**4** Notre raison d'être & nos engagements  
*p. 12-33*

**5** Notre Comité de Mission  
*p. 34-36*

**6** Le fonctionnement du Comité de Mission  
*p. 37*

# 1. Editos

**Pascal Cantenot**, Président et Fondateur de La Paniere

**Catherine Tholliez**, Directrice Générale de La Paniere

## Comment l'année 2024 s'est-elle déroulée pour La Panière ?

### **Catherine Tholliez :**

Dans un monde de plus en plus fragmenté et instable, nous poursuivons le succès de notre entreprise avec la même énergie, en restant fidèles à nos valeurs. Grâce à la coopération, à la solidarité et à l'exigence qui nous animent depuis de nombreuses années, nous avons su relever les défis.

Cette année encore, notre solidité économique s'est confirmée, avec 58 millions d'euros de chiffre d'affaires\* pour le groupe et l'ouverture réussie d'un nouveau magasin à Annecy. Ces résultats sont aussi le fruit d'un engagement collectif fort, porté par des équipes investies et passionnées. Nous avons eu la joie d'accompagner plusieurs collaborateurs très fidèles dans leur départ à la retraite. Leur contribution à l'histoire et à l'identité de notre entreprise est précieuse, et nous les remercions chaleureusement pour leur engagement durable.

Face à l'urgence climatique et dans un contexte économique tendu, nous avons engagé une transformation pour assurer la pérennité de notre mission : premier bilan carbone, apprentissages liés à notre premier audit de Société à mission, et lancement d'une



démarche pour renforcer notre robustesse avec, notamment, de premières formations mobilisantes qui se poursuivront en 2025. Je suis fière du chemin parcouru collectivement : une dynamique porteuse est en marche, et nous avons à cœur de l'amplifier.

## Qu'apporte le cadre de l'entreprise à mission depuis l'adoption de cette qualité par La Panière en 2022 ?

### **Pascal Cantenot :**

C'est de toute évidence un guide pour les équipes, et cela concrétise la mission réelle de notre entreprise. Je suis convaincu que cela donne du sens au travail de chacun.

\*Chiffre d'affaires 2024 TTC cumulé de toutes les sociétés du groupe, partenaires compris.

# "Agir ensemble aujourd'hui, pour demain."

Que souhaitez-vous partager à vos parties prenantes pour encourager leur engagement social et environnemental face aux défis qui ont marqué le monde en 2024 (troubles géopolitiques, records de température sur Terre et dans les océans...)?

## **Pascal Cantenot :**

Face aux différents défis auxquels nous faisons face de plus en plus régulièrement,

les premières réactions qui nous viennent sont souvent le découragement et le sentiment d'impuissance.

L'entreprise est en fait un lieu formidable pour contribuer, agir à plusieurs, et ainsi se sentir utile. C'est en reprenant confiance en nous que nous relèverons ces nouveaux challenges.

## **Jean-Pierre Vuillermet**

Président du Comité de Mission La Panière



"La Panière voit avec la fin de l'année 2024, le terme de son premier cycle dans sa vie de « Société à Mission ». Devenue Société à Mission début 2022, elle a défini ses premiers axes de travail pour 2022/2024.

Le Comité de Mission a, dès sa création, œuvré pour s'appropriier ces engagements et accompagner La Panière dans ses réflexions, que ce soit celles de la Direction ou des groupes engagements. Après les années 2022 et 2023 axées sur la mise en route et la structuration de la démarche, l'année 2024 a permis aux groupes d'avancer clairement sur tous les engagements en essayant de déterminer des objectifs

atteignables et quantifiables, ce qui s'est avéré un exercice complexe.

2024 a vu aussi le premier audit externe prévu par la loi et réalisé par l'Organisme Tiers Indépendant (OTI) sur le respect de la mission. Cet audit a permis de définir les axes d'amélioration à apporter et conforté La Panière dans le choix de ses engagements.

Le Comité de Mission reste mobilisé dans son rôle de suivi de l'exécution de la mission tel que défini par la loi, et pour challenger et pousser La Panière vers la réalisation des objectifs ambitieux qu'elle s'est fixés.

Merci à toute l'équipe du Comité de Mission pour sa disponibilité, à tous les collaborateurs pour leur engagement et à Estelle pour l'animation de la vie du Comité."

## 2. Société à mission

### ENGAGÉE POUR LE BON !

Plus de 30 ans après l'ouverture de la première boulangerie, par Gérard Cantenot et son fils Pascal, La Panière est reconnue sur tout son territoire comme le leader incontesté dans les pays de Savoie et l'arc lémanique.

**La fraîcheur, le soin apporté à la qualité de ses produits de boulangerie, pâtisserie et snacking ont permis de fidéliser des consommateurs attachés aux mêmes valeurs que la famille Cantenot et ses collaborateurs : la culture du beau, du bon, du sain et du local.**

Profondément ancrée sur son territoire, La Panière fait volontairement le choix de limiter le déploiement de ses magasins à 150 km maximum de son unique centre de production situé à Aix-les-Bains.

### LES CHIFFRES 2024

**1993**

création de La Panière

**43**

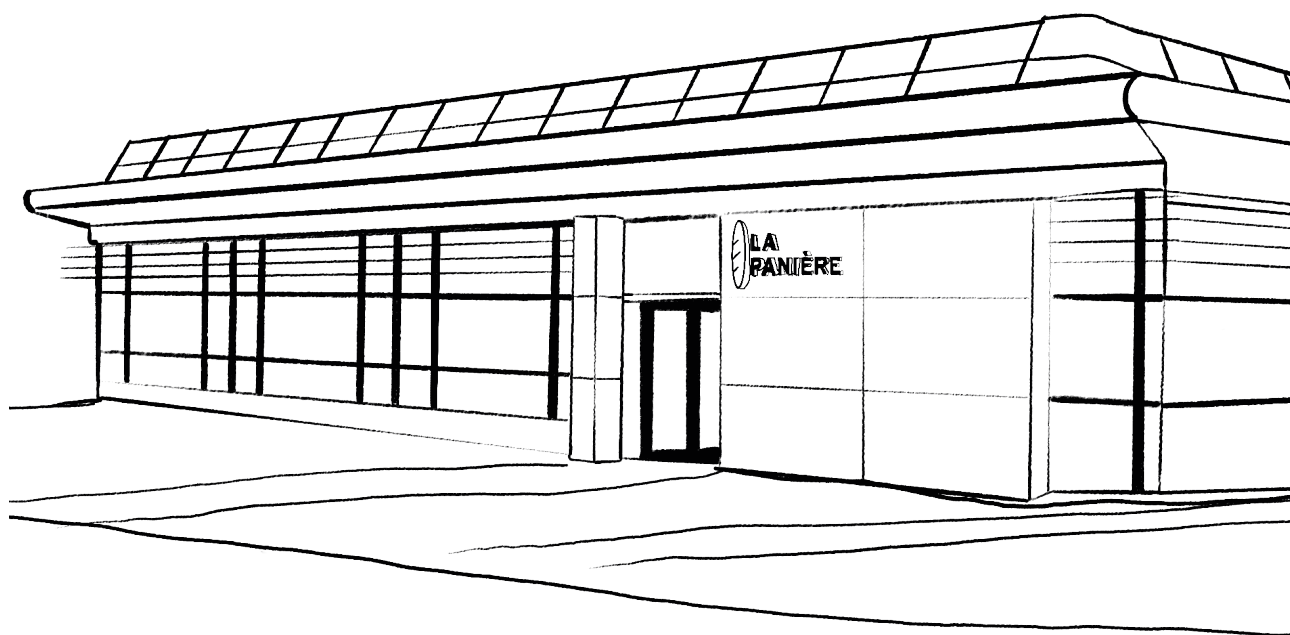
magasins La Panière  
(franchisés inclus)

**58M€**

de Chiffre d'Affaires  
pour le groupe

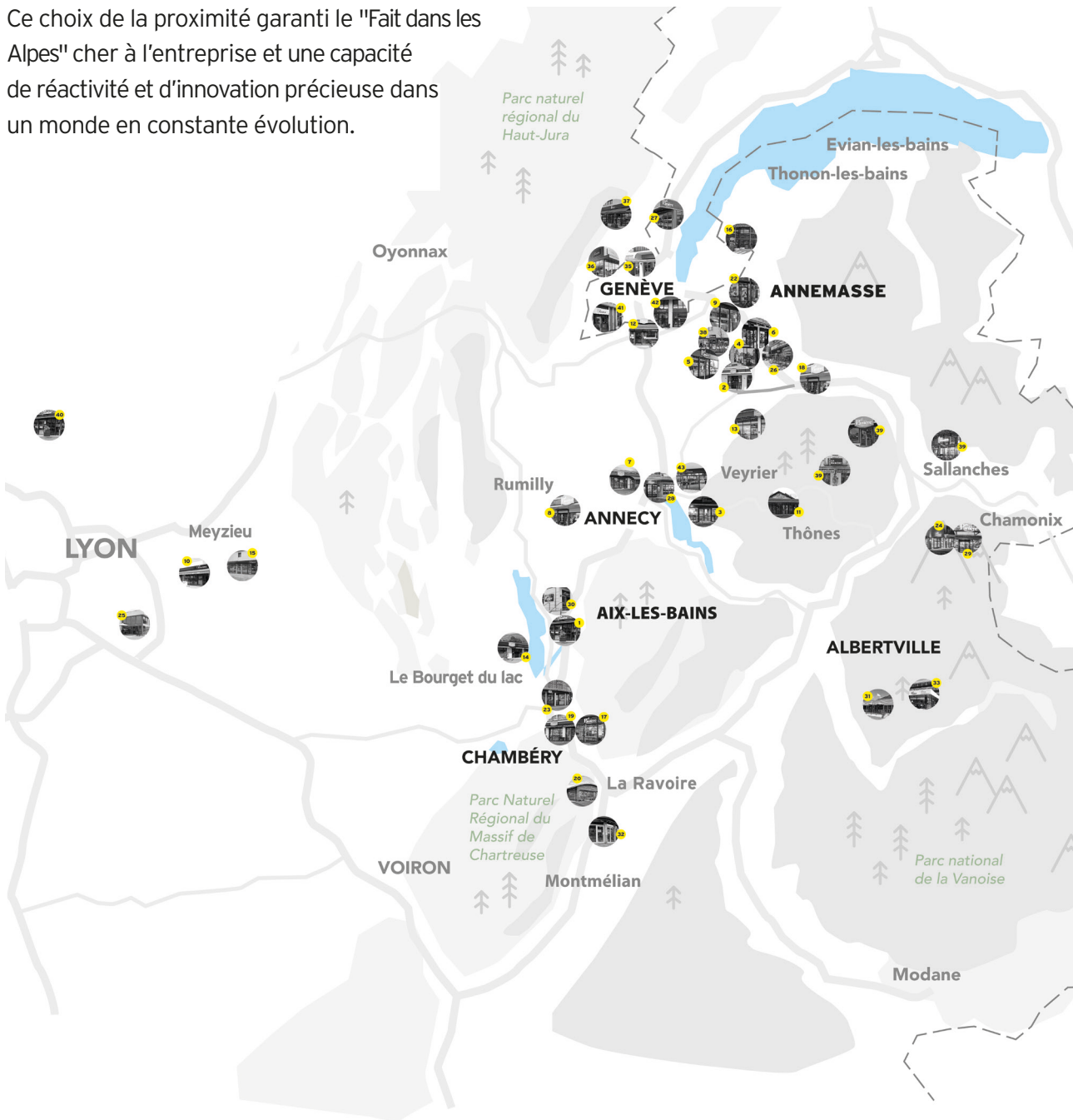
**500**

collaborateurs



## IMPLANTATION DES MAGASINS EN 2024

Ce choix de la proximité garanti le "Fait dans les Alpes" cher à l'entreprise et une capacité de réactivité et d'innovation précieuse dans un monde en constante évolution.



### 01 / AIN

- 27. Gex
- 37. Segny
- 36. Saint-Genis-Pouilly
- 35. Prévessin-Moëns

### 69 / RHÔNE

- 25. Chassieu
- 10. Meyzieu République
- 15. Meyzieu Pommier
- 40. Genay

### SUISSE

- 41. Genève L'étang
- 42. Genève Les Charmilles

### 73 / SAVOIE

- 30. Aix-les-Bains Franklin
- 1. Aix-les-Bains DeLatte
- 14. Bourget-du-lac
- 23. La Motte-Servolex
- 17. Chambéry Biollay
- 19. Chambéry Les Halles
- 20. La Ravoire
- 32. Montmélian
- 31. Albertville Gilly
- 18. Albertville Le Cairn

### 74 / HAUTE-SAVOIE

- 16. Douvaine
- 12. St-Julien-en-Genevois
- 22. Ville-la-Grand Le Kiosque
- 9. Ambilly
- 5. Gaillard
- 38. Gaillard Douane
- 6. Annemasse Marché
- 26. Annemasse Chablais
- 27. Annemasse Livron
- 2. Annemasse Vallée
- 18. Bonne

- 13. Amancy
- 21. Toisinges
- 11. Thônes
- 3. Veyrier
- 28. Annecy Centre
- 7. Annecy Bressis
- 8. Rumilly
- 24. Chamonix Whymper
- 34. Sallanches
- 29. Chamonix Centre
- 43. Annecy Albigny

## COMPRENDRE LA SOCIÉTÉ À MISSION

Publiée en 2019, la loi PACTE fixe les obligations à respecter par toute entreprise désireuse d'obtenir et conserver la qualité de Société à Mission :



### AVOIR UNE RAISON D'ÊTRE

ainsi qu'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux qu'elle inscrit dans ses statuts



### SE DOTER D'UN COMITÉ DE MISSION

(composé d'au moins 1 collaborateur) qui vérifiera les démarches entreprises et publiera un rapport de mission annuel



### DÉPOSER SES OBJECTIFS

auprès du greffe du tribunal de commerce



### RÉALISER UNE VÉRIFICATION

par un Organisme Tiers Indépendant tous les 2 ans, accrédité par la COFRAC pour auditer des Sociétés à Mission

## SOCIÉTÉ À MISSION, TOUT SIMPLEMENT

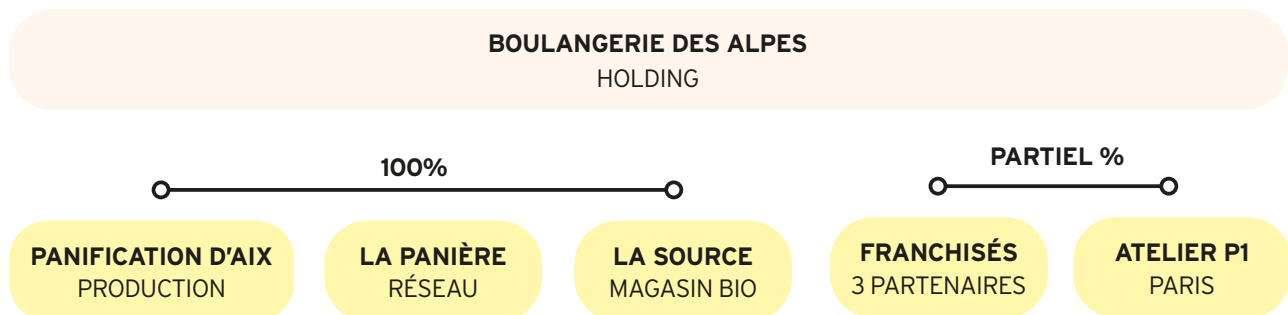
**Depuis sa création le sens de l'engagement est au cœur de la philosophie développée par les équipes de La Panière.**

Comme une évidence et une suite « logique » aux nombreux engagements environnementaux, sociaux et sociétaux déjà pris, l'adoption de la

qualité de Société à Mission au printemps 2022 s'impose. L'opportunité de structurer sa démarche, d'embarquer ses parties prenantes ou d'essaimer sur son territoire les valeurs qui l'animent : autant de bonnes raisons pour se lancer dans cette aventure encore très expérimentale en France.

## LA BOULANGERIE DES ALPES : UNE STRUCTURE JURIDIQUE SIMPLE

Un capital détenu par les fondateurs :



La holding Boulangerie des Alpes comprend le siège social, l'atelier de production, l'ensemble du réseau (français et suisse) et un magasin bio à Annecy.

Dix points de ventes sont franchisés avec trois partenaires sur la base d'une coopération réussie et ancienne.

Enfin, la Boulangerie des Alpes est actionnaire de L'Atelier P1, magasin créé par le fils de Pascal Cantenot à Paris.

# 3. L'histoire de la Société à mission

## JUIN 2022

La Panière devient officiellement Société à Mission

## JANVIER À DÉCEMBRE 2023

> Expérimentation des groupes "engagements" mandatés pour 1 an, garants de l'animation et la réalisation des engagements pris

> 1<sup>ère</sup> année du Comité de mission

> 1<sup>er</sup> rapport de mission

## MARS À AVRIL 2024

Premier audit par Le Cabinet de Saint Front, Organisme Tiers Indépendant pour vérification des engagements et réalisations 2022-2023

## JANVIER 2024

Journée de lancement des groupes engagements 2024, ajustement des cibles, objectifs, actions et outils de mesure

## JUIN 2024

Validation de la stratégie d'ajustement suite à l'audit et recherche des moyens (humains, financiers...)

## SEPTEMBRE 2024

Intégration d'un poste de Communication interne pour soutenir la Société à Mission

Lancement du Bilan Carbone® de l'année 2023

## NOVEMBRE À DÉCEMBRE 2024

Démarrage d'un parcours de développement des connaissances pour le Comité de direction, le Comité stratégique et le Comité de mission

## 4. Notre raison d'être et nos engagements

### Notre raison d'être

---

Nous élaborons avec soin et audace des recettes gourmandes pour vous nourrir au quotidien dans une ambiance chaleureuse.

Entreprise régionale, nous sommes mobilisés pour accompagner notre entourage et soutenir notre territoire.

# Nos 5 engagements

---



## **CLIENTS**

Garantir au quotidien un accueil enthousiaste par des équipes qui échangent spontanément avec les clients sur nos produits et nos enjeux communs.



## **RECETTE**

Chercher sans cesse des ingrédients nobles pour créer des recettes plaisir en augmentant la part de bio, de local et de durable tout en maintenant des prix justes.



## **COLLABORATEURS**

Toujours encourager nos collaborateurs à progresser dans un environnement de travail solidaire, sécurisant et favorisant l'autonomie.



## **PLANÈTE**

Réduire notre impact sur l'environnement en maîtrisant nos consommations, en diminuant nos déchets et en menant des actions de sensibilisation.



## **PARTENAIRES**

Cultiver dans la durée des relations solides avec nos partenaires et fournisseurs en développant ensemble des solutions innovantes, durables et performantes.

# Engagement clients

Garantir au quotidien un accueil qui soit enthousiaste, par des équipes qui échangent spontanément avec les clients sur nos produits et nos enjeux communs.

## Nos objectifs 2023-2024

---

- 1.1 Organiser une formation de tout le personnel entrant en magasin, incluant une visite de l'usine et des explications sur nos produits et nos enjeux
- 1.2 Renforcer notre communication à destination des clients sur nos valeurs et nos engagements

## ***Chez La Panière, l'alimentation rime avec échanges et convivialité.***

Son engagement envers ses clients s'est donc imposé comme une évidence. Et pourtant, pour une entreprise qui a toujours été dans le « faire » et non dans le « dire », c'est un véritable exercice

de changer ses habitudes et de renforcer sa communication afin de permettre aux clients d'être mieux informés sur ses produits et d'échanger sur ses enjeux communs.

## 1.1 Organiser une formation de tout le personnel entrant en magasin, incluant une visite de nos ateliers et des explications sur nos produits et nos enjeux

Permettre l'accès à la formation « Engagés pour le bon » : en présentiel, dans les ateliers d'Aix-les-Bains, et à 100 % des CDI temps pleins entrants et ayant validés leurs périodes d'essai s'est révélé être un objectif ambitieux et semé de défis.

Entre la saisonnalité de certains postes et l'éloignement géographique, il est rapidement apparu nécessaire de **se concentrer sur la formation des profils « traiteurs »** (également en charge de la vente) **afin qu'ils puissent mieux comprendre et relayer l'attention portée à l'origine et à la fraîcheur des produits.**

D'autre part, pour relever le défi de l'accessibilité à la formation, **les équipes ont créé un format vidéo** permettant à chaque nouvel équipier en magasin de comprendre, dès son premier jour, la volonté de La Pannière de préserver un savoir-faire artisanal dans la fabrication de ses produits. Cette vidéo sera intégrée au parcours d'accueil des nouveaux arrivants dès 2025.

Elle leur permettra également de découvrir les visages des équipes de nos ateliers de production et de mieux comprendre ce que signifie être « société à mission », ainsi que notre raison d'être et nos engagements.

**31%**

des collaborateurs  
magasins éligibles ont  
été formés

**44.8%**

de participants  
occupent un poste  
traiteur

**1**

video d'intégration  
tournée pour diffusion  
dès 2025

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION	
<b>Pertinence des actions par rapport à l'objectif :</b> <i>5/5</i>	<b>Commentaire :</b> Devant les difficultés rencontrées, nous saluons l'agilité des équipes pour s'adapter et remarquons d'autre part que l'objectif initial était sans doute trop ambitieux.
<b>Réalisation des actions :</b> <i>3/5</i>	

## 1.2 Renforcer notre communication aux clients sur nos valeurs et engagements

Depuis 2023, La Paniere a exprimé la volonté de permettre à ses consommateurs de **visiter ses ateliers de production** à certaines dates de l'année. Ces visites représentent une opportunité d'échanges privilégiés avec les clients, tout en sensibilisant à l'importance du choix et de la qualité des produits. Enfin, grâce à ses équipes passionnées, ses métiers et ses efforts pour préserver les gestes et pratiques artisanales sont désormais partagés de manière plus large. L'organisation de ces rencontres représente un challenge : il faut concilier les disponibilités des

équipes et des clients, tout en tenant compte du planning de production des ateliers, sans jamais compromettre les règles d'hygiène et de sécurité. Autant d'éléments qui obligent La Panière à limiter fortement le nombre de visites.

En 2024, trois premières visites ont été réalisées, réunissant 35 clients, avec un niveau de satisfaction « excellent » aux questionnaires de fin de visite.



3

visites consommateurs  
dans les ateliers de  
production

35

clients reçus pour des  
échanges privilégiés

Taux de satisfaction :

*Excellent*

Conscients des limites de cet outil (effort requis versus portée de l'action), la mise en avant de certaines valeurs clés,

auxquelles La Panière est attachée (bio, local, anti-gaspillage), s'est poursuivie par un renforcement de la communication :

**SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DE L'ENSEIGNE :**

<b>8</b> VIDÉOS ANTI-GASPI PUBLIÉES	<b>7</b> VIDÉOS SUR NOS PROCÉDÉS DE FABRICATION	<b>5</b> MISES EN AVANT DE PRODUCTEURS PARTENAIRES	<b>1</b> QUIZZ SUR LES ENGAGEMENTS DE LA PANIÈRE
<b>377 000</b> vues sur Facebook	<b>47 000</b> vues sur Facebook	<b>2 000</b> vues sur Facebook	<b>89%</b> de nos abonnés touchés sur Instagram
<b>125 000</b> vues sur Instagram	<b>46 000</b> vues sur Instagram	<b>27 000</b> vues sur Instagram	

**PAR LE BIAIS DES POINTS DE VENTES :**

<b>7</b> produits "engagés" mis en avant en magasin via l'affiche coup de cœur du moment	<b>62%</b> des étiquettes revues pour mise en avant du local, des appellations fromagères, des origines des farines	Ajout des informations sur la culture du blé et la minoterie de la farine bio sur les sachets des pains spéciaux
---	--	--

Enfin, pour mieux communiquer auprès des clients sur les valeurs et engagements, les équipes de La Panière ont choisi d'évaluer la pertinence des supports et messages en place. Pour cela un questionnaire d'audit destiné aux responsables de magasin (en contact

direct avec les clients) a été préparé avec la nouvelle équipe marketing et le parrainage du cabinet marketing Quantitude. Il sera envoyé en 2025 pour que le réseau de magasins (hors franchisés) puisse s'exprimer sur la pertinence des outils actuels et remonter les besoins.

<b>L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION</b>	<b>Commentaire :</b> Nous constatons un bon démarrage des actions avec des résultats visibles et positifs. Nous soulignons toutefois le besoin de bien fixer des objectifs clairs en début d'année. Concernant les visites consommateurs, nous suggérons de fixer un objectif visant à accroître la visibilité de cette opportunité de visites et invitons à repenser une organisation plus simple pour accueillir plus de visites.
<b>Pertinence des actions par rapport à l'objectif :</b> <i>5/5</i>	
<b>Réalisation des actions :</b> <i>4/5</i>	

# Engagement recettes

Chercher sans cesse des ingrédients nobles pour créer des recettes plaisir en augmentant la part de bio, de local et de durable tout en maintenant des prix justes.

## Nos objectifs 2023-2024

---

- 2.1 Améliorer la part de saisonnalité et de local dans nos recettes
- 2.2 S'approvisionner en œufs plein air pour les magasins et en chair de poulet issus d'élevages mieux-être animal

**Tout au long de ses 32 années d'existence, La Panière a toujours accordé une attention particulière à la qualité de ses produits. Comme l'a appris son fondateur, Pascal Cantenot, de ses parents : « L'alimentation doit conjuguer plaisir et produits de qualité. »**

La qualité, c'est autant veiller à la provenance des produits qu'à leur impact sur le vivant. C'est pourquoi les équipes engagées dans la démarche Recettes ont jugé essentiel de

sélectionner certains produits clés de l'offre afin d'en améliorer les conditions de production et de privilégier un approvisionnement et une préparation plus proches des ateliers.

Il s'agit d'un véritable défi pour les équipes, qui doivent concilier saisonnalité, réduction des distances parcourues, soutien à l'économie française, exigence de qualité et accessibilité des prix. Il est ainsi parfois nécessaire de privilégier un critère au détriment d'un autre.

## 2.1 Améliorer la part de saisonnalité et de local dans nos recettes

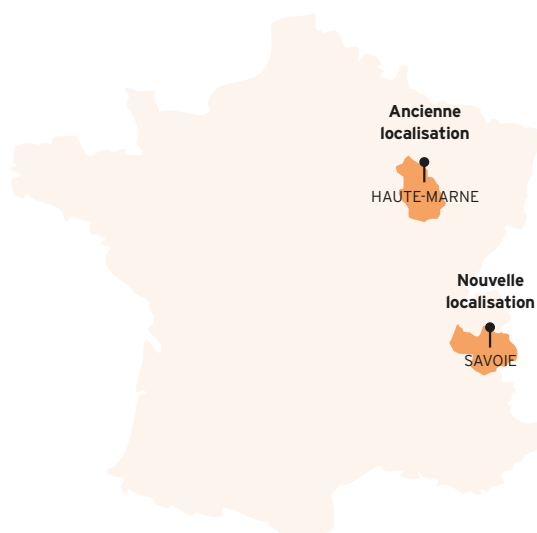
En 2024, La Panière a souhaité rapprocher la production de l'Emmental utilisé dans ses quiches, un produit figurant parmi les 10 meilleures ventes annuelles. Très apprécié des clients, il représente près de 5 tonnes achetées chaque année.

**Grâce à la sélection d'un fournisseur local qui l'affine et le râpe en Savoie (au lieu de la Haute-Marne en 2023), la distance parcourue est passée de 375 km à seulement 35 km, soit une réduction de 3 400 km parcourus chaque année.**

Le développement de l'approvisionnement en pleine saison de fruits de France a représenté de nombreux défis pour La Panière, soulevant des questionnements et offrant de précieuses opportunités d'apprentissage.

Une étude a été réalisée afin que les abricots au sirop destinés aux pâtisseries soient désormais cueillis en pleine saison en France. L'origine France n'étant pas disponible pour des abricots au sirop destinés à l'industrie, les équipes ont ciblé un oreillon français surgelé. Toutefois, le calibre plus gros de ces abricots a constitué un obstacle inattendu. L'équipe R&D continue de travailler sur celui-ci en collaboration avec un partenaire local, avec pour objectif d'essayer de répondre au nouveau cahier des charges en 2025.

Dans cette même logique, un travail de relocalisation a été mené sur les poires. Le nouveau fournisseur sélectionné ne permettant pas d'assurer la totalité des quantités nécessaires, un premier approvisionnement test a été mis en place, couvrant les deux tiers des besoins avec une poire au sirop, cueillie en pleine saison dans les vallées du Rhône. Afin de garantir le suivi de la gamme et sa qualité,



l'approvisionnement a été complété par le précédent fournisseur situé en Italie.

Enfin, La Panière a souhaité travailler sur un approvisionnement au format industrie en lait demi-écrémé UHT local pour les produits réalisés dans ses ateliers d'Aix-les-Bains. Cependant, l'offre disponible en Savoie et Haute-Savoie ne proposant au format industrie qu'un lait entier non UHT, plusieurs essais ont été réalisés sans succès. La date limite de consommation s'est révélée trop courte pour l'utilisation prévue, contraignant les équipes à suspendre ce projet faute d'une offre locale adaptée.



**EMMENTAL :  
DISTANCE FOURNISSEUR-ATELIER**

Objectif atteint :  
35km VS 375km



**RELOCALISATION EN FRANCE  
DES POIRES AU SIROP**

Objectif partiellement atteint :  
Fournisseur français ne pouvant  
livrer la totalité



**ABRICOTS POUR PÂTISSERIE CUEILLIS  
DE SAISON ET EN FRANCE**

Objectif en cours de réalisation :  
Fournisseur ne pouvant répondre  
au cahier des charges



**APPROVISIONNEMENT AU FORMAT  
INDUSTRIE DE LAIT DEMI-ÉCRÉMÉ UHT LOCAL**

Objectif non atteint :  
offre non disponible sur le marché

Face à ces défis, La Panière reste déterminée à poursuivre ses engagements. Ces expériences permettent de mieux définir les critères prioritaires, d'approfondir la collaboration avec les fournisseurs et d'adopter une vision plus large des futures recettes. Un travail est ainsi initié pour les mois à venir autour de :

- La formation à l'Analyse de Cycle de Vie, afin d'orienter les choix stratégiques
- Le développement de la végétalisation de la gamme saisonnière de l'offre "traiteur" (snacking)

**L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION**

**Pertinence des actions  
par rapport à l'objectif :** 5/5

**Réalisation des actions :** 3/5

**Commentaire :**

L'objectif atteint a été d'augmenter le nombre de produits locaux référencés, sans pour autant viser une augmentation de la part de saisonnalité, qui n'est pas quantifiée ici. Nous saluons les efforts faits pour le sourcing et avoir faits divers essais.

Nous encourageons La Panière à conserver les produits locaux déjà utilisés. Si le choix des poires et des abricots n'est pas explicitement justifié, la démarche engagée reste pertinente et mérite d'être étendue à d'autres ingrédients. Quid d'établir une cartographie des produits pouvant être relocalisés, afin d'identifier les axes d'amélioration et de structurer cette transition ?

## 2.2 S'approvisionner en œufs plein air pour les magasins et en chair de poulet issus d'élevages mieux-être animal

Dès 2023, grâce à l'engagement des équipes et des partenaires de La Panière, 100% des œufs achetés par les magasins pour les salades, les sandwiches et la dorure des viennoiseries étaient issus de la filière plein air.

Parallèlement, La Panière a opté pour une référence de filet de poulet plus onéreuse, garantissant un meilleur bien-être animal (densité et conditions d'élevage, réduction de la médication, etc.) et une alimentation labellisée BLEU BLANC CŒUR\*. Cette nouvelle référence visait également à répondre à 100% aux critères de l'European Chicken Commitment d'ici fin 2024.

Toutefois, en raison des difficultés liées à la grippe aviaire, le fournisseur Galliance a signalé des obstacles pour atteindre pleinement ces critères et a ajusté son objectif et ses références / gammes à fin 2026. Malgré ce report, La Panière a choisi de rester solidaire de cette démarche de progrès menée par cet acteur clé de la filière volaille et de poursuivre cette collaboration dans la mesure des évolutions proposées par notre partenaire.

\*Label garantissant la qualité de l'alimentation et / ou la limitation de certains traitements.  
<https://www.lanouvelleagriculture.coop/content/nutrition>  
<https://bleu-blanc-coeur.org/>



### RÉFÉRENCE DE FILET DE POULET GARANTISSANT UN MEILLEUR BIEN-ÊTRE ANIMAL

(densité et conditions d'élevage, réduction de la médication, etc.) et une alimentation labellisée BLEU BLANC CŒUR\*



### 100% DES ŒUFS ACHETÉS PAR LES MAGASINS ISSUS DE LA FILIÈRE PLEIN AIR

pour les salades, les sandwiches et la dorure des viennoiseries

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION	
Pertinence des actions par rapport à l'objectif :	5/5
Réalisation des actions :	5/5
<p><b>Commentaire :</b>                      L'objectif sur les œufs est atteint depuis 2023 et malgré les défis rencontrés autour du mieux-être animal sur le poulet, l'objectif est atteint. La volonté de dépassement de l'objectif en passant sur une référence labellisée ECC est bien notée et le Comité attend de pouvoir constater les éléments de progression sur 2025-2026.</p>	

# Engagement collaborateurs

Toujours encourager nos collaborateurs à progresser dans un environnement de travail solidaire, sécurisant et favorisant l'autonomie.

## Nos objectifs 2023-2024

---

- 3.1 S'assurer que tous les collaborateurs ont des moments d'échanges en équipes pour favoriser un cadre de confiance et faciliter les échanges
- 3.2 Proposer un accompagnement aux managers qui le souhaitent
- 3.3 Comprendre le métier de l'autre et ses enjeux pour un fonctionnement commun et respectueux et/ou pour faire naître des vocations, des envies d'évolution

---

**Animé par des valeurs humaines fortes, Pascal Cantenot a toujours eu à cœur de prendre soin de ses collaborateurs, qui, en retour, témoignent d'un attachement particulier à La Panière.**

**Bienveillance, confiance et sécurité sont au cœur de la philosophie de l'entreprise : chacun doit pouvoir y trouver un environnement à cette image.**

Par le passé, un parcours de deux ans a été mis en place afin d'accompagner les chefs d'équipe vers une organisation inspirée du modèle de l'entreprise libérée, basé sur les travaux d'Isaac Getz.

Ce processus, qui demande du temps, repose notamment sur l'instauration d'habitudes de travail et de communication, ainsi que sur des opportunités permettant de mieux comprendre les réalités des uns et des autres. **L'objectif est d'apprendre à s'ajuster et à avancer collectivement de manière constructive dans ce changement organisationnel.**

Afin de faire de l'autonomie et des perspectives d'évolution une réalité pour tous, La Panière a inscrit dans sa feuille de route 2023-2024 l'amélioration des flux de communication en interne et la systématisation des rituels d'équipe.

### 3.1 S'assurer que tous les collaborateurs ont des moments d'échanges en équipes pour favoriser un cadre de confiance et faciliter les échanges

Les services supports et équipes de production ont à fin 2024 adopté, pour 100% d'entre eux, une réunion régulière (hebdomadaire ou mensuelle).

**Une rencontre avec 14 managers de magasins « tests » s'est déroulée et a permis d'identifier les freins et les facteurs de succès au déploiement des réunions d'équipe en magasin.**

Les magasins reconnaissent l'importance des réunions collectives et individuelles, bien que celles-ci restent souvent informelles ou trop peu fréquentes. Les principaux freins sont la difficulté à réunir tout l'effectif et le manque de temps des managers pour organiser ces moments. Un test a été lancé en novembre sur un magasin « pilote » avec des réunions hebdomadaires et une rotation des équipes, mais il a été perturbé par l'absentéisme et les fêtes. Une réflexion est en cours pour la suite à donner en 2025.

**100%**

des services supports et équipes de production ont un rituel d'échange régulier

**14**

managers de magasin audités sur les réunions d'équipe

**1**

test de déploiement de réunion d'équipe en magasin, non concluant

**100%**

des anniversaires d'ancienneté des collaborateurs célébrés

Par ailleurs, le développement et le renforcement de la célébration des anniversaires d'ancienneté à La Panière ont conduit à des initiatives spécifiques visant à encourager les moments de célébration, de partage et de reconnaissance. Ces éléments sont essentiels aux yeux de La Panière pour renforcer un climat de confiance. Ainsi, en fin d'année 2024, 38 anniversaires ont été célébrés et/ou donné lieu à une remise de médaille, représentant 100 % des collaborateurs fêtant leurs 5e, 10e, 15e, 20e et 25e anniversaires encore en poste au moment des remises.

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION	
<b>Pertinence des actions par rapport à l'objectif :</b>	<i>4/5</i>
<b>Réalisation des actions :</b>	<i>3/5</i>
<b>Commentaire :</b> La mise en place de ces rituels est une réussite pour les services supports et la production. Elle se révèle plus difficile pour les magasins qui représentent la plus grande part des effectifs. C'est un axe de réflexion à travailler en 2025.	

### 3.2 Proposer un accompagnement aux managers qui le souhaitent

Faire évoluer sa posture pour faciliter les échanges, savoir s'ajuster en fonction de la situation... l'exercice du passage à l'entreprise responsabilisante n'est pas évident et se pratique. C'est pourquoi, en 2024 l'équipe en charge de l'engagement « collaborateurs » a collecté les besoins des managers et 6 formations / accompagnements ont été retenues et une nouvelle formation a été ajoutée suite à divers retours de collaborateurs, ultérieurs à l'enquête menée. Quatre formations ont déjà vues le jour, voir le tableau ci-contre :

FORMATION ACCOMPAGNEMENT	RÉALISATION 2024	TAUX VS DEMANDES FORMULÉES
Formation Administration du personnel	OUI	100%
Formation Excel	OUI	100%
Formation Sage BI	OUI	83% (5 <sup>e</sup> personne en CP)
Compréhension et analyse des comptes d'exploitation magasin	OUI	93% (2 magasins sans responsable à date de la formation)

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION	
<b>Pertinence des actions par rapport à l'objectif :</b>	<i>5/5</i>
<b>Réalisation des actions :</b>	<i>3/5</i>
<b>Commentaire :</b> Le recueil des besoins est un premier palier franchi. Le comité attend le déploiement des formations restants à mettre en place en 2025.	

## 3.2 Comprendre le métier de l'autre et ses enjeux pour un fonctionnement commun et respectueux et/ou pour faire naître des vocations, des envies d'évolution

L'une des singularités de notre entreprise réside dans la diversité des équipes qui la compose :



### MÉTIERS DE VENTE EN MAGASIN,

directement liés au terrain et en agilité permanente pour répondre aux attentes de nos clients



### MÉTIERS DE LA PRODUCTION, garants passionnés d'un savoir-faire unique et de la qualité



**MÉTIERS SUPPORT DU SIÈGE** au service des différentes équipes, des compétences précieuses, responsables du bon fonctionnement de l'organisation dans son ensemble

Autant de profils très divers à faire travailler ensemble : un défi accru par l'éloignement géographique entre les magasins et les ateliers de production regroupés au siège. C'est dans ce contexte que l'organisation de « Vis ma vie » prend tout son sens. Les premières expériences vécues en 2023 ont montré l'intérêt de prendre régulièrement, pour certains corps de métier, une journée pour aller s'imprégner du quotidien de l'autre et en saisir les réalités pour mieux travailler ensemble. C'est aussi l'opportunité de faire naître des vocations, des envies d'évolution, d'ouvrir ses horizons au-delà de sa zone de confort. 2024 a été l'année de la formalisation et du cadrage de la démarche : mise en place d'une charte avec critères d'éligibilité, renforcement de la communication interne autour

de cette opportunité, suivi après l'immersion via un questionnaire... Après création et mise en place des outils, un objectif de 8 Vis Ma Vie était fixé pour le 2e semestre 2024 (le temps de créer les outils au 1er semestre). Lancé au 1er juin, le projet a donné lieu à 18 demandes reçues, auxquelles 100 % ont reçues une réponse.

8

Vis ma vie ont pu être concrétisés

4

ont fait l'objet de refus par le manager ou car le profil ne répondait pas aux critères d'éligibilité (ex : ancienneté).

6

n'ont pas vu le jour face à une absence de positionnement final des demandeurs

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION	
Pertinence des actions par rapport à l'objectif :	5/5
Réalisation des actions :	5/5

**Commentaire :**  
 Nous engageons à continuer dans cette dynamique et rester vigilants sur le fait que l'action perdure et puisse bien toucher tous les profils.

# Engagement planète

Réduire notre impact sur l'environnement en maîtrisant nos consommations, en diminuant nos déchets et en menant des actions de sensibilisation.

## Nos objectifs 2023-2024

---

- 4.1 Exploiter davantage les indicateurs environnementaux au sein de chaque équipe afin de prendre des décisions appropriées en autonomie
- 4.2 Réduire les déchets (matières premières et produits finis) des deux ateliers de production (boulangerie et pâtisserie)
- 4.3 Développer une culture de bonnes pratiques environnementales au sein des ateliers de production, du siège et des magasins

## 4.1 Exploiter davantage les indicateurs environnementaux au sein de chaque équipe afin de prendre des décisions appropriées en autonomie

Consciente du chemin d'exigence entamé et du fait que tout ne peut être changé du jour au lendemain, les équipes de La Pannière ont ressenti, en 2023, la nécessité de mieux mesurer leurs consommations et impacts afin de pouvoir ajuster leurs priorités futures. La collaboration étroite initiée entre le service RSE et le contrôle de gestion a permis d'améliorer la captation de données de manière plus systématique et plus qualitative, au-delà du périmètre de son centre de production. **La consommation électrique, la vaisselle jetable, les invendus et les pertes de fluides frigorigènes sont désormais tracés sur une année complète pour chaque magasin**, ce qui permettra, en 2025, de mieux suivre les impacts environnementaux des magasins

### CAPTATION DES DONNÉES SUR TOUTE L'ANNÉE POUR LE RÉSEAU :

- Consommation électrique
  - Vaiselle jetable
  - Invendus
  - Pertes de fluides frigorigènes
- Réalisé : à « exploiter » à partir de 2025
- Bilan Carbone®
- Réalisé : à « exploiter » à partir de 2025

sur divers critères et de déclencher, au besoin, des actions d'accompagnement.

**D'autre part, La Pannière a réalisé en 2024 son premier Bilan Carbone® en prenant pour référence l'année 2023.**

Accompagnée d'une agence experte en la matière, l'entreprise a ainsi pu identifier que les trois postes les plus émissifs en CO<sub>2</sub>e sont les matières premières, l'énergie et les achats de services. Une analyse fine des résultats a été produite et début 2025 sera marqué par des ateliers de définition de sa **trajectoire de décarbonation** à 5 et 10 ans, avec une volonté de se rapprocher autant que possible des objectifs de la Stratégie Nationale Bas Carbone.

### L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION

**Pertinence des actions par rapport à l'objectif :** 5/5

**Réalisation des actions :** 3/5

#### Commentaire :

Nous constatons de gros efforts et un vrai travail pour trouver des indicateurs. Il sera nécessaire de les approfondir et les tester pour vérifier qu'ils sont bien opérationnels et pouvoir se les approprier avant de pouvoir les diffuser et permettre des prises de décisions appropriées en autonomie.

## 4.2 Réduire les déchets (matières premières et produits finis) des deux ateliers de production (boulangerie et pâtisserie)

Consciente que le gaspillage des matières premières et des produits finis doit être pris en compte dès les premières étapes de production, La Panière a entrepris, en 2024, une analyse afin de mieux quantifier et qualifier les résidus générés lors de la fabrication de ses pâtisseries et pains.

**EN PÂTISSERIE** : deux produits particulièrement générateurs de déchets (à la tonne produite) ont été identifiés : la tartelette fine pomme, en raison de la qualité variable des pommes reçues, et les éclairs, en raison de la fragilité de la pâte à choux. L'ingénieur procédé de l'équipe a **quantifié les pertes à environ 2 à 3%, un taux jugé bon par les équipes, et qu'il est difficile de le réduire davantage.**

**L'objectif est de maintenir une moyenne inférieure à 3%, avec un suivi trimestriel de l'évolution des pertes qui est désormais mis en place et communiqué à l'ensemble des équipes.**

**EN BOULANGERIE** : l'étude a porté sur la perte de farine, principalement due au processus de fleurage. Une fois perdue, cette farine devient impropre à la consommation et est donc envoyée vers les bacs de fermentescibles, destinés à la méthanisation. La revue du processus de fabrication a révélé qu'une vigilance particulière était déjà en place, et que toute modification nécessiterait de garantir une réduction des déchets. Or, les échanges avec l'ingénieur méthode révèlent que changer le procédé risque de générer des impacts négatifs sur la qualité du pain, ce qui entraînerait des non-validations de séries et des retours magasins plus importants que la perte de farine elle-même.

La Panière a donc décidé de maintenir le processus actuel, considérant qu'il serait plus avantageux à ce stade d'accepter la perte de farine plutôt que d'introduire des effets secondaires nuisibles (CO2 lié au transport des produits retournés, augmentation des déchets fermentescibles). **Cette farine impropre à la consommation reste revalorisée en méthanisation.**

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION	
<b>Pertinence des actions par rapport à la feuille de route :</b> 5/5	<b>Commentaire :</b> Le travail a été fait, les indicateurs sont suivis et communiqués aux équipes. Il serait opportun de pérenniser l'action de mesure en 2025 pour suivre l'évolution des indicateurs et s'assurer que les taux restent dans le même intervalle.
<b>Réalisation des actions :</b> 4/5	

## 4.3 Développer une culture de bonnes pratiques environnementales au sein des ateliers de production, du siège et des magasins

Dans la continuité de l'action 4.2, et malgré un tri sélectif déjà en place sur ses différents sites, La Panière reste consciente que des efforts constants sont nécessaires pour progresser sur le gaspillage alimentaire. Au premier semestre 2024, une analyse des déchets générés au sein de ses ateliers de production a révélé **une qualité inconstante du tri des matières organiques dans l'atelier "Pâtisserie"**.

Composés essentiellement de rognures et de farines impropres à la consommation, les biodéchets représentent 50% des ordures de l'entreprise et sont envoyés en méthanisation, où ils alimentent en énergie un village proche du site.

Bien que cette filière soit considérée comme bien revalorisée, les équipes ont jugé nécessaire de réaliser un effort additionnel pour garantir la qualité de la matière envoyée au méthaniseur, afin d'éviter les risques de pollution associés (ex : épandage de microplastiques dans les champs).

**Ainsi, une sensibilisation de l'équipe concernée, accompagnée d'une amélioration des affichages et de la mise en place d'un indicateur de réussite publié chaque trimestre, a permis de faire progresser le score du niveau « moyen » à « satisfaisant », voire « excellent », au cours des deux derniers trimestres de 2024.**

En parallèle, et dans le cadre de la mise en place d'indicateurs sur les impacts environnementaux des magasins (cf. 4.1), un audit de 6 magasins a été réalisé pour identifier les pratiques et éco-gestes mis en place.

L'objectif initial était de créer un guide des bonnes pratiques accessible à tous les magasins. Cependant, la diversité des contextes opérationnels propres à chaque magasin a conduit La Panière à repenser ce livrable pour l'intégrer au livret destiné aux responsables de magasin sous forme de fiche pratique à partir de 2025.



**TRI ET COLLECTE  
DES BIODÉCHETS**



**PROCESSUS DE  
MÉTHANISATION**



**ALIMENTATION  
EN ÉNERGIE  
DE PLUSIEURS  
MAISONS DU  
TERRITOIRE**

Enfin, au-delà des bonnes pratiques purement 'environnementales', un parcours de sensibilisation et de formation a été lancé au dernier trimestre 2024, à destination du Comité de direction et du Comité stratégique de l'entreprise. Composé d'une fresque du climat, accompagnée d'ateliers ciblés sur le secteur de l'entreprise et d'une journée complète consacrée à l'identification des enjeux sociaux et environnementaux à venir, ce parcours a pour objectif de créer un socle commun de connaissances sur ces thématiques.

Ce programme se poursuivra en 2025 pour renforcer la robustesse de l'entreprise face aux défis futurs et élaborer une feuille de route ambitieuse à mettre en œuvre dès 2026. Ces étapes seront également proposées à une sélection de collaborateurs en 2025, afin qu'ils participent à l'écriture de ce projet.



L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION	
<p><b>Pertinence des actions par rapport à la feuille de route :</b> <i>5/5</i></p>	<p><b>Commentaire :</b></p> <p>Nous saluons un réel effort de pédagogie globale. La sensibilisation est allée au-delà des équipes de production et magasins en impliquant les fonctions de direction du siège. Les indicateurs sont disponibles et utilisés.</p> <p>Quelques pistes de réflexion pour 2025 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- comment challenger les équipes et valoriser leurs réussites ?</li> <li>- la réalisation de la fiche de bonnes pratiques pour les magasins reste à formaliser et sera attendue en 2025. L'enjeu : comment s'assurer que l'information proposée dans ces fiches est bien intégrée par les collaborateurs, notamment pour les nouveaux entrants ? Bien s'assurer de vérifier que ce soit vu, compris, mémorisé et acquis.</li> </ul>
<p><b>Réalisation des actions :</b> <i>4/5</i></p>	

# Engagement partenaires

Cultiver dans la durée des relations solides avec nos partenaires et fournisseurs en développant ensemble des solutions innovantes, durables et performantes.

## Nos objectifs 2023-2024

---



5.1 Mieux connaître nos partenaires



5.2 Progresser ensemble sur des engagements communs

## *La collaboration avec les partenaires, un levier clé pour La Panière*

Pour La Panière, travailler main dans la main avec ses partenaires et fournisseurs constitue un pilier fondamental de sa transformation et de son engagement envers un monde plus responsable.

C'est dans cette optique que l'entreprise s'efforce de développer, en collaboration avec ses partenaires, des solutions visant à améliorer son impact sociétal et environnemental.

## 5.1 Mieux connaître les partenaires

En 2023, un important travail de cartographie des partenaires a été réalisé. Afin d'adopter une approche pertinente, La Panière a choisi de **concentrer ses efforts en 2024 sur un thème « test » cher à ses équipes : la gestion du froid**. Consciente du fort potentiel de réchauffement climatique des fluides frigorigènes utilisés dans ses installations,

l'entreprise a décidé d'agir sans attendre la finalisation de son Bilan Carbone®.

**Désormais, La Panière rencontre ses prestataires du froid au moins une fois par an afin d'échanger sur divers sujets, avec pour objectif de réduire les fuites et d'anticiper les évolutions technologiques pour ses futurs magasins.**

## 5.2 Progresser ensemble vers des engagements communs

Afin de privilégier la qualité à la quantité, La Panière a fait le choix de se concentrer en 2024 sur un unique partenaire clé du secteur du froid. L'objectif est de **mieux se connaître, d'échanger sur les méthodes de travail et de définir ensemble des axes d'amélioration et des rituels de co-construction**.

**SEICAR, frigoriste couvrant 50% des installations des magasins ainsi que l'usine de production, est apparu comme le partenaire idéal pour déployer un suivi plus rigoureux et une réflexion autour d'axes de progression.**

Lors de la rencontre annuelle, plusieurs thématiques sont désormais abordées :



### L'ÉVOLUTION DES TECHNOLOGIES

afin de mettre en place des solutions plus innovantes et respectueuses de l'environnement



### L'ÉTUDE DE NOUVELLES TECHNOLOGIES

et la réflexion sur la conception des installations pour limiter et anticiper les fuites



### UN ÉCHANGE SUR LES AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS

des différents systèmes de production de froid



### DES RECOMMANDATIONS DU PARTENAIRE

sur les bonnes pratiques d'utilisation et de maintenance



### UN POINT SUR LES FUITES DE FLUIDES

en magasin, avec analyse de leur origine et validation des travaux nécessaires



### UN TRAVAIL SUR LA SÉLECTION DE FOURNISSEURS

de matériels frigorifiques plus locaux



### L'IDENTIFICATION DE LA VALEUR SOCIÉTALE

pouvant être apportée lors d'un remplacement de matériel (dons à des associations, recyclage, etc.).



### IDENTIFIER UN NOUVEAU FOURNISSEUR

de banque du froid afin de réduire les fuites, cette recherche a été initiée fin 2024

Forts de cette expérience, une étape a semblé nécessaire à mettre en place pour 2025, avant tout déploiement plus large de cette démarche. Celle de mieux structurer les outils internes permettant de mieux expliquer qui est La Paniere, ses engagements et ses attentes à l'égard de ses fournisseurs et mieux saisir

comment ceux-ci travaillent sur les sujets de la RSE. Ainsi, un "kit outils" sera créé en 2025 et une première identification des pratiques sur une sélection de fournisseurs clé sera initiée, ce, afin de pouvoir, dès 2026 déployer plus largement cette démarche.

<b>L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION</b>	<p><b>Commentaire :</b></p> <p>La cartographie des partenaires était pertinente mais ne semble pas avoir fait l'objet d'une capitalisation. La volonté de rencontrer les partenaires au moins une fois par an pour identifier comment progresser est appropriée. La sélection de SEICAR est également un bon choix au regard des impacts. La sélection d'autres partenaires avec qui nouer le même type de relation semble être la démarche à suivre avec une sélection à faire sur la base de la cartographie réalisées en 2023. Ces rencontres doivent permettre de se fixer des objectifs à partir d'une mesure initiale, un planning de réalisations, et s'assurer d'une mesure de suivi des actions / réalisations.</p>
<p><b>Pertinence des actions par rapport à la feuille de route :</b> 4/5</p>	
<p><b>Réalisation des actions :</b> 2/5</p>	

# 5. Notre comité de mission

## SON RÔLE ET SES MEMBRES

Organe de gouvernance distinct des organes existants, il est requis par la loi pour toute entreprise souhaitant devenir Société à Mission. Composé de parties prenantes externes et d'un salarié, il procède à toute vérification qu'il juge opportune et se fait communiquer tout document nécessaire au suivi de l'exécution de la mission.

Il assure ainsi la vérification, le conseil et la rédaction du rapport de mission annuel. Il doit ainsi être composé d'au moins un salarié. En 2024, le Comité de Mission de La Panière était composé de 10 membres, un collaborateur et neuf personnes externes.

**Chacun d'entre eux y a apporté une expertise pertinente pour fournir le conseil et le niveau de vigilance requis sur la réalisation de la mission. Une deuxième salariée se joint aux réunions du Comité de Mission car elle est chargée de l'animation et du suivi de la mission au quotidien ainsi que de l'animation du Comité aux côtés de son Président.**

Le Comité de Mission présente annuellement un rapport joint au rapport de gestion lors de l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la société.



**Jean-Pierre VUILLERMET,**  
**Président du comité - Consultant indépendant chez JPV Conseil**

"Les réunions du Comité de Mission sont l'occasion d'échanges qui nous permettent de nourrir nos approches respectives et d'essayer d'être une source d'inspiration supplémentaire pour la gouvernance de l'entreprise dans sa volonté d'être innovante en associant performance et impact sociétal. Les réunions sont également des moments d'enrichissement personnel qui me sont chers."



**Laurent PETRUS, Nicot Meunerie**

"Dans un environnement très concurrentiel, le souhait de La Panière de devenir une société à mission est une preuve de convictions profondes de son dirigeant et de ses collaborateurs. Les engagements pris, tant au niveau sociétal, environnemental que sur les produits fabriqués sont remarquables. Ils répondent à l'attente des consommateurs et au besoin de faire évoluer nos pratiques de consommation pour les générations futures. J'ai rejoint le Comité de mission pour partager mon expérience de la filière blé / farine / pain. Cette véritable envie de découvrir le Comité de Mission de La Panière est une vraie source d'enrichissement, d'échanges et de partager sur des sujets qui sont au cœur des préoccupations de nos entreprises."



**Pascal BRICE, Chief Technical Officer  
chez Teoxane SA**

"J'éprouve beaucoup d'admiration pour la démarche de la Panière et sa mission. C'est un réel plaisir de se connecter à ses initiatives pour un développement éthique et durable, d'en partager les avancées, les challenges aussi et de tenter d'y contribuer par un point de vue externe et des encouragements à cette démarche d'excellence. Bref, merci pour cette chance et cet honneur d'être associé à la mission : «Engagés pour le bon !"



**Clément THIBAUT  
Directeur commercial chez Patis Service**

"Je partage la vision de la Panière dans sa démarche de Société à Mission. C'est un honneur d'accompagner ce « partenaire du quotidien » dans la réalisation de son projet et tout particulièrement dans la recherche de produits locaux et gourmands."



**Lorie-Lou GONTHIER,  
Éclaireuse de gestion chez La Panière**

"En tant que membre de l'entreprise et du Comité de mission, je vois dans cette démarche une occasion privilégiée de contribuer à une réflexion collective visant à faire progresser La Panière dans ses engagements sociétaux et environnementaux. Ces échanges sont non seulement un levier de réflexion, mais également une source d'enrichissement personnel et professionnel, me rappelant l'importance de conjuguer performance et impact positif sur le monde."



**Cédric VANBASTELAERE  
Directeur du département travaux chez Seicar**

"L'optimisation énergétique et l'impact environnemental de nos activités chez SEICAR sont des prérogatives importantes de mon travail quotidien. Il est très gratifiant de pouvoir partager avec La Panière, via son engagement envers la planète et par le biais du Comité de Mission, le fruit de mes réflexions en la matière."



**Yann RAPHOZ**  
**Ingénieur Commercial chez Sarpi Veolia**

"Accompagner La Panière dans cette nouvelle aventure de la Société à Mission est une exigence de chaque instant. Cet engagement de La Panière est un dépassement de soi, une vision, un horizon pour dessiner un nouveau monde. En réalité, un retour aux sources de la place de l'entreprise dans son rôle sociétal. L'action nécessaire pour aborder les nouvelles conditions de la raréfaction des ressources et des crises climatiques. Un pas indispensable et courageux pour toutes les entreprises devenues Sociétés à Mission. Au sein du Comité de Mission, j'espère apporter ma sensibilité environnementale et mes compétences en gestion de déchets pour contribuer à cet élan."



**Cécile ALBRIEUX, Dirigeante de l'institut d'études marketing**  
**Quantitude**

"Je suis heureuse de contribuer à l'aventure dans laquelle La Panière s'est engagée en devenant Société à Mission. Les valeurs véhiculées sont vertueuses et on ne peut qu'être admiratifs des entreprises qui ont des ambitions sociétales et environnementales et qui se fixent des objectifs et des lignes de conduites précises, inscrites dans les statuts. En tant que membre du Comité de Mission, j'apporte mon expertise dans les domaines liés à la satisfaction de la clientèle et au bien-être des collaborateurs. C'est une expérience enrichissante qui m'a également permis de rencontrer d'autres professionnels engagés et inspirants."

## Notre manager de la mission

---



**Estelle JANUEL**  
**Responsable RSE | Société à Mission depuis Novembre 2023**

"La Panière s'est engagée avec l'authenticité qui la caractérise dans le chemin de la Société à Mission. En tant que Manager de la Mission, je contribue à la mise en œuvre de notre feuille de route avec nos parties prenantes. Nos valeurs et engagements sont à l'image du monde dans lequel nous souhaitons vivre demain : solidaire, agile et où le 'prendre soin' a toute sa place. Progresser toujours : c'est dans notre ADN et c'est aussi pour cela que la Société à Mission est une évidence pour nous."

## 6. Le fonctionnement du Comité de mission

### LES RENCONTRES DU COMITÉ

---

#### 2

rencontres ont été planifiées en 2024 afin de suivre l'exécution de la mission, alerter sur des risques éventuels et réfléchir aux défis rencontrés.

Le taux de participation au cours de l'année a été excellent tout au long des rencontres. En outre, plusieurs des membres du Comité ont participé au parcours de sensibilisation et de formation lancé au dernier trimestre 2024, à destination du Comité de direction et du Comité stratégique de l'entreprise. Composé d'une fresque du climat, accompagnée d'ateliers ciblés sur le secteur de l'entreprise et d'une journée complète consacrée à l'identification des enjeux sociaux et environnementaux à venir, ce parcours a pour objectif de créer un socle commun de connaissances sur ces thématiques.

### RENOUVELLEMENT DU COMITÉ ET APPROPRIATION DES ENJEUX DE LA PANIÈRE

---

En juin 2024, après deux ans de mandat, un renouvellement du Comité a été proposé, conformément au règlement en vigueur. À cette occasion, le président a été réélu à l'unanimité.

Six experts externes ont souhaité renouveler leur mandat, exprimant leur volonté commune de « voir le projet grandir, alors qu'il était encore tout juste en éclosion ». Deux autres ont préféré laisser leur place, soit par manque de disponibilité, soit par volonté de « faire

entrer du sang neuf ». Un nouveau membre a rejoint le comité : Laurent Pétrus, dirigeant des Moulins du Bion, partenaire depuis la création de La Panière. Il a ainsi apporté une expertise sectorielle solide, une grande sensibilité aux enjeux environnementaux et une excellente connaissance de l'entreprise. Une rotation a également eu lieu pour le poste de salarié représentant des collaborateurs. Lorie-Lou Gonthier, responsable du contrôle de gestion, a été choisie pour son expertise en matière d'indicateurs et son regard neuf, ayant rejoint la société huit mois auparavant.

Partenaires directs, amis de longue date, toutes et tous clients et sensibles à un ou plusieurs des enjeux de l'entreprise, la connaissance de la Panière, et/ou du marché leur permet de comprendre les défis et apporter un éclairage extérieur précieux.

### LES RAPPORTS DE MISSION

---

Ce document est le troisième rapport de mission. À chaque fois, la rédaction du rapport est pilotée par le Président du Comité de mission et la Manager de mission pour définir le fil rouge. Les membres contribuent à l'évaluation via l'émission des avis sur les réalisations par engagement, les témoignages présentés et la validation du rapport final.

## EN ROUTE VERS 2025

En 2024, une étape a été franchie : la Pannière progresse dans l'exercice de structuration de cette démarche collective. Le travail s'organise désormais autour d'une méthode plus structurée, permettant un meilleur suivi des engagements.

L'année a permis de mieux comprendre les défis liés à la fixation d'objectifs à la fois ambitieux et réalistes, en tenant compte des contraintes opérationnelles et des offres disponibles sur le marché. Ces apprentissages incitent les équipes à ajuster leurs ambitions de manière pragmatique, tout en restant fidèles aux engagements pris. Ils ont également mis en évidence l'importance de l'agilité et de l'adaptabilité, permettant d'aborder les défis avec une approche constructive et dynamique, sans jamais perdre de vue la trajectoire engagée.

En 2025, l'entreprise devra poursuivre ce cheminement en consolidant ses indicateurs de suivi et en intégrant plus naturellement les objectifs d'entreprise à mission à la stratégie globale de l'entreprise. Ce sera ainsi l'occasion de mettre fin aux groupes 'engagements' pour que les engagements soient à présent intégrés aux objectifs stratégiques des différents départements.

2025 sera aussi l'année du renforcement des compétences et connaissances sur les enjeux à adresser d'ici 2030, ce, afin de co-constituer une feuille de route 2026-2030 claire, partagée et à la hauteur des enjeux.

Le Comité de mission accompagnera ces évolutions pour garantir une trajectoire cohérente et porteuse de sens.





**Siège social :**  
**360 Boulevard du Docteur**  
**Jean Jules Herbert**  
**73100 Aix-les-Bains**

**[lapaniere.com](http://lapaniere.com)**



Ne pas jeter sur la voie publique.