



RAPPORT DU COMITÉ DE MISSION 2023

SOMMAIRE

- 1 Éditos croisés
p. 4-5
- 2 La Panière, Société à Mission
p. 6-9
- 3 Notre feuille de route
p. 10-23
- 4 Notre Comité de Mission
p. 24-27
- 5 Témoignages de collaborateurs engagés
p. 28-29
- 6 Conclusion
p. 30
- 7 Annexe : Avis de l'Organisme Tiers Indépendant
p. 31-35

1 ÉDITOS

Nous sommes devenus Société à Mission au printemps 2022. Nous avons identifié les premiers axes de travail pour 2023-2024 et avons constitué des groupes par engagement. Tout ceci a permis de rendre plus concret cette initiative et ainsi de susciter de l'intérêt auprès des collaborateurs.

À partir du printemps 2023 nos équipes ont dû relever un défi de taille dans le cadre de la reprise d'une société avec 3 gros magasins à Chamonix. Un élan de solidarité exceptionnel s'est manifesté entre nos collaborateurs pour permettre de maintenir l'activité de cette entreprise pendant la saison d'été car les anciennes équipes avaient démissionné à notre arrivée.

Je souhaite saluer tous nos salariés pour l'agilité dont ils ont fait preuve et les valeurs d'entraide et de coopération chères à la Panière, qu'ils ont si bien incarné pendant cette période.

Malgré ces urgences opérationnelles qui ont pris le dessus pendant près de 6 mois, nos ambitions de Société à Mission restent au cœur de nos préoccupations, et c'est avec un enthousiasme renouvelé que 30 de nos collaborateurs ont choisi de remonter à bord des groupes engagements dès janvier 2024.

Leur mission : veiller à la bonne réalisation des engagements pris et donner un nouveau souffle à l'élan initié. Leur travail permet à chacun d'entre nous de garder le cap des objectifs de notre feuille de route 2023-2024 et d'avancer tous ensemble dans ce cadre de progrès. C'est donc avec confiance que nous abordons les prochains mois et vous partageons ici nos premiers avancements.



Pascal Canterot,
Fondateur de la Panière

La Panière est devenue Société à Mission en juin 2022, les premières étapes furent la définition claire de la raison d'être de la société, puis des 5 engagements tournés vers les clients, les recettes, les collaborateurs, la planète, et les partenaires. Dès sa création, le Comité de Mission a œuvré pour s'approprier ces engagements. Nos réunions ont été de véritables occasions d'échanges, de partages de bonnes pratiques, de retours d'expériences dans des domaines, certes différents, mais avec l'objectif commun de veiller à la bonne évolution de La Panière vers ses engagements.

L'année 2023 a été celle de la mise en route, de la structuration de la démarche, et s'accélère progressivement par la création des « groupes engagements », avec des animateurs et coordinateurs. Le Comité de Mission a proposé le parrainage de ces groupes par un ou plusieurs membres. Les feuilles de route et les indicateurs de suivi se précisent et indiquent clairement que la Société à Mission est sur la bonne voie. Le Comité de Mission est mobilisé en ce sens.



Jean-Pierre Vuillermet

Président du Comité de Mission La Panière

2

SOCIÉTÉ À MISSION ENGAGÉE POUR LE BON !

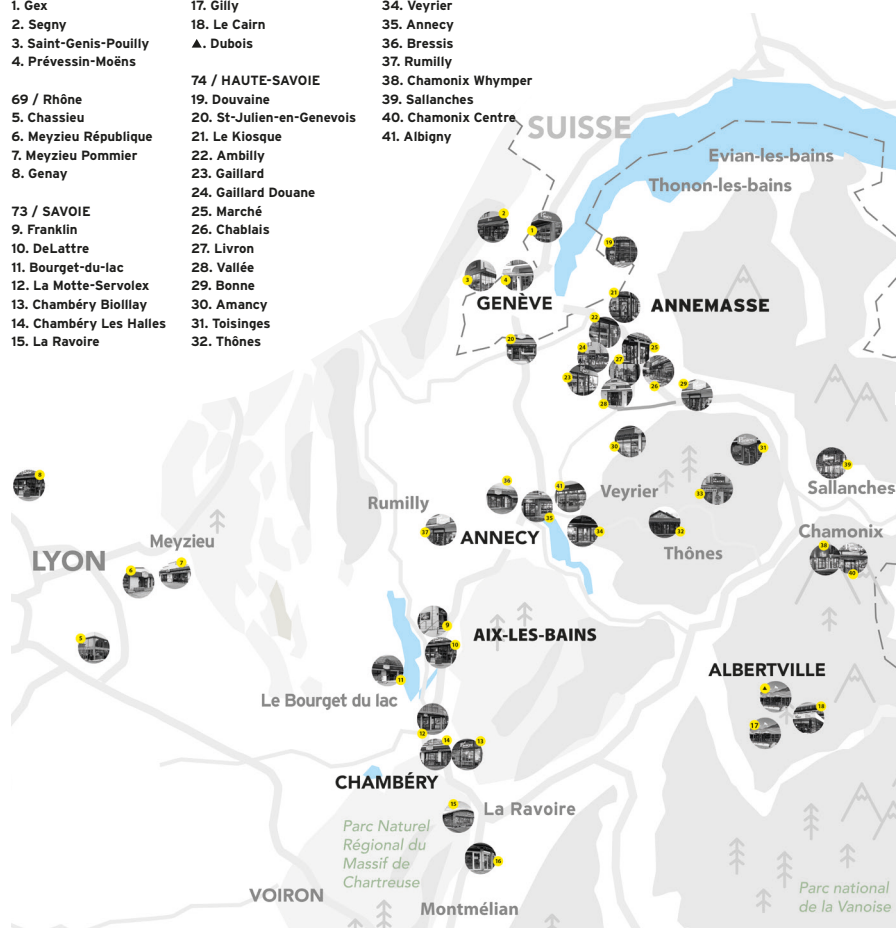
Plus de 30 ans après l'ouverture de la première boulangerie, par Gérard Cantenot et son fils Pascal, La Panière est reconnue sur tout son territoire comme le leader incontesté dans les pays de Savoie et l'arc lémanique. La fraîcheur, le soin apporté à la qualité de ses produits de boulangerie, pâtisserie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

Implantation des magasins en 2023

- 01 / AIN
- 1. Gex
- 2. Segny
- 3. Saint-Genis-Pouilly
- 4. Prévessin-Moëns
- 69 / Rhône
- 5. Chassieu
- 6. Meyzieu République
- 7. Meyzieu Pommier
- 8. Genay
- 73 / SAVOIE
- 9. Franklin
- 10. DeLattre
- 11. Bourget-du-lac
- 12. La Motte-Servolex
- 13. Chambéry Biolllay
- 14. Chambéry Les Halles
- 15. La Ravoire

- 16. Montmélian
- 17. Gilly
- 18. Le Cairn
- ▲. Dubois
- 74 / HAUTE-SAVOIE
- 19. Douvaine
- 20. St-Julien-en-Genevois
- 21. Le Kiosque
- 22. Ambilly
- 23. Gaillard
- 24. Gaillard Douane
- 25. Marché
- 26. Chablais
- 27. Livron
- 28. Vallée
- 29. Bonne
- 30. Amancy
- 31. Toisinges
- 32. Thônes

- 33. St-Jean-de-Sixt
- 34. Veyrier
- 35. Annecy
- 36. Bressis
- 37. Rumilly
- 38. Chamonix Whymper
- 39. Sallanches
- 40. Chamonix Centre
- 41. Albinay



Profondément ancrée sur son territoire, La Panière fait volontairement le choix de limiter le déploiement de ses magasins à 200 km maximum de son unique centre de production situé à Aix-les-Bains.

LESCHIFFRES 2023

1993

création de La Panière

51M€

de Chiffre d'Affaires

500

collaborateurs

43

magasins La Panière
(franchisés inclus)

2^{ème}

ouverture à Genève

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.

La Société à Mission : de quoi parle-t-on ?

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 un 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

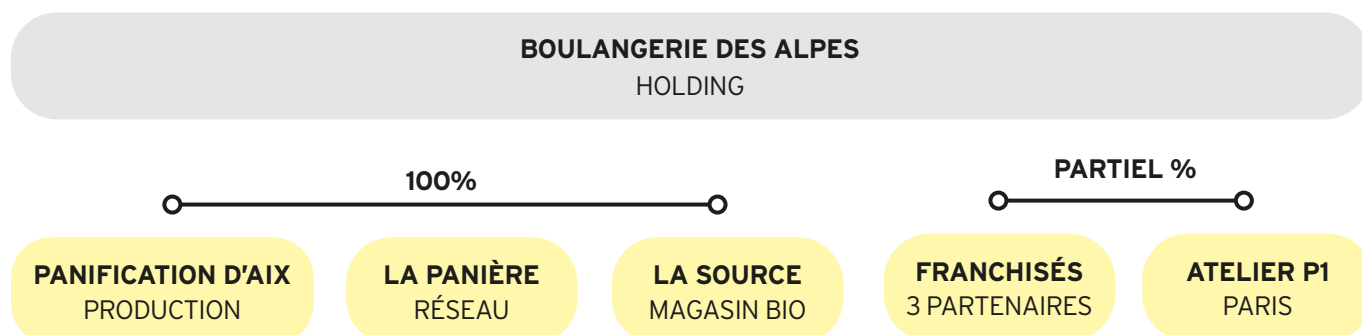
par un Organisme Tiers Indépendant tous les deux ans, accrédité par la COFRAC pour auditer des Sociétés à Mission

La société à mission : une évidence

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.

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.

L'HISTOIRE

DE LA SOCIÉTÉ À MISSION

MAI - JUIN 2021

S'informer et se former pour appréhender les démarches, bonnes pratiques et enjeux de la Société à Mission



JUILLET - NOVEMBRE 2021

Élaborer sa mission avec ses parties prenantes (clients, collaborateurs issus de différents métiers, fournisseurs et partenaires locaux) et constituer son Comité de Mission



JUIN 2022

Dépôt au greffe du tribunal de commerce : la Panière devient officiellement Société à Mission

JUIN - DÉCEMBRE 2022

Informier et communiquer auprès des salariés

DÉCEMBRE 2023

Ouverture des candidatures pour la constitution des groupes engagements 2024 afin d'assurer le suivi des projets initiés



MAI 2023

Le Comité de Mission publie son premier rapport

AVRIL 2023

Le Comité de Mission sélectionne, en raison de sa grande expérience, le Cabinet de St Front comme Organisme Tiers Indépendant. Il devra assurer la première vérification des engagements et du chemin parcouru

JANVIER 2023

Constitution des « groupes engagements » mandatés pour 1 an, garants de l'animation et la réalisation des engagements pris pour 2023-2024

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.

3

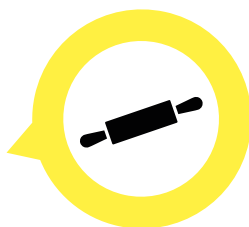
NOTRE FEUILLE DE ROUTE

NOS 5 ENGAGEMENTS



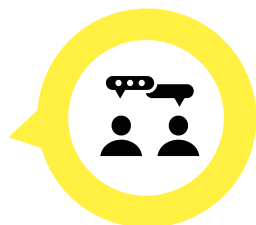
CLIENTS

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



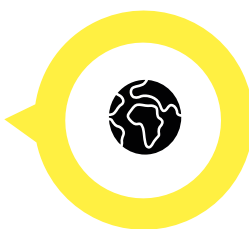
RECETTES

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.



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.

Clients



NOTRE ENGAGEMENT

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, alimentation rime avec échanges et convivialité. Notre engagement Clients c'est donc imposé comme une évidence. Et pourtant, pour nous qui avons toujours été dans le "faire" et non dans le "dire", c'est un véritable exercice que de changer nos habitudes et renforcer notre communication pour permettre aux clients d'être mieux informés sur nos produits et échanger sur nos 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

Nous avons donc fait le choix de renforcer le parcours de formation déjà existant pour nos équipes de ventes afin de l'ouvrir à un plus grand nombre de collaborateurs. La répartition de nos magasins sur le territoire et la saisonnalité de certains postes représentant un défi, nous réservions jusqu'ici à une sélection de postes la visite de nos ateliers de production à Aix-les-Bains.

Forts du succès de ces formations, nous avons pris la décision :

- **DE DÉVELOPPER UN FORMAT VIDÉO DE LA VISITE DE NOS ATELIERS**, permettant au plus grand nombre de nos collaborateurs de bien saisir notre volonté de préserver un savoir-faire artisanal dans la réalisation des produits. Cette vidéo sera intégrée dans le parcours de tout nouvel arrivant en magasin d'ici fin 2024

- **D'ÉLARGIR NOS FORMATIONS « ENGAGÉS POUR LE BON » AUX PROFILS « TRAITEURS »**, qui sont en charge de la confection de nos offres de snacking en magasin, ces formations sont axées sur le soin apporté à l'origine de nos produits et à leur fraîcheur. D'ici fin d'année 2024, à partir du moment où une mise à jour de la formation aura été réalisée, au moins 25% des profils traiteurs devront avoir eu accès à cette formation à partir de son adaptation

1.2 Renforcer notre communication aux clients sur nos valeurs et engagements

Afin de mieux valoriser l'esprit qui nous anime, nous avons mis en place en 2023 la signature 'Fait dans les Alpes', illustrant notre ancrage territorial. Notre communication a donc été revue dans tous nos magasins pour le mettre en avant (vitrophanie, emballages).

Fait dans les Alpes
— DEPUIS 1993 —

Depuis peu, nos sachets de pain et viennoiseries invitent également nos consommateurs à venir visiter nos ateliers de production à des dates définies, via un QR Code. Ces nouvelles visites sont une opportunité d'échanges privilégiés avec nos clients. Elles permettront également de sensibiliser à l'importance du choix et de la qualité des produits.

« *Enfin grâce à nos équipes de passionnés, nos métiers et efforts de préservation des gestes et pratiques artisanales seront mieux partagés.* »

L'organisation de ces rencontres en 2023 a été un défi : conjuguer les disponibilités des équipes et des clients, prendre en compte le planning de production des ateliers et préserver les conditions de sécurité sans faire aucun compromis sur les règles d'hygiène... Autant d'éléments qui font que l'identification du bon format a pris du temps et que le déploiement par des « visites » tests est en cours depuis début 2024. La première expérience menée en février dernier a été très encourageante : nous souhaitons poursuivre en ce sens.



En parallèle, nous avons mis en place certains outils en magasin et/ou sur nos réseaux sociaux :

INSTALLATION DE 5 CADRES INSTITUTIONNELS PAR MAGASIN

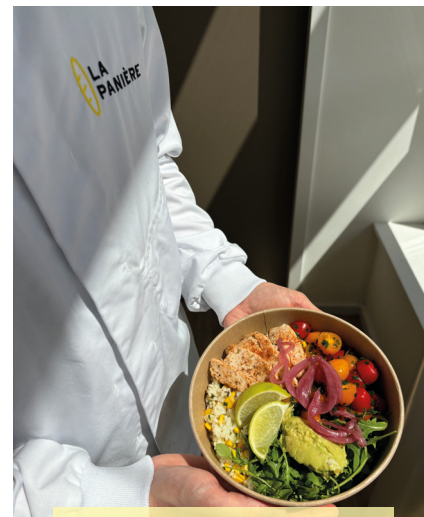
● **ILLUSTRANT AVEC SOBRIÉTÉ LES VALEURS** de solidarité, l'attention portée au bio, l'histoire familiale et l'ancrage territorial qui sont dans notre ADN, et enfin la provenance locale de nos farines

DIFFUSION D'UN TOTAL DE 33 VIDÉOS mettant en avant nos

● partenaires, nos métiers et collaborateurs, les « gestes métiers » et des « recettes anti-gaspi »

MISE EN AVANT DE PRODUITS CHOISIS POUR LES ENGAGEMENTS

● **QU'ILS INCARNENT** (provenance locale des matières premières, bio, sans gluten...)



Conscients qu'il nous reste encore beaucoup à faire sur ce chemin, nous avons à cœur pour 2024 de mettre en place une amélioration continue de notre communication. Avec l'aide des équipes de vente et de notre clientèle, nous souhaitons mieux identifier les valeurs reconnues comme incarnées par La Panière, comme celles qui restent encore trop dans l'ombre pour permettre au client de choisir en conscience.

● Nos supports et messages feront donc l'objet d'une évaluation dans les mois à venir, afin d'identifier, avec le soutien de nos équipes magasin, comment mieux s'adapter aux attentes et besoin de nos consommateurs. Un échantillon de 25% de nos magasins devra être impliqué dans ce travail.

● Une action de sensibilisation de nos clients aux valeurs qui nous animent sera testée d'ici fin d'année au sein de 8 magasins 'Pilotes' avant déploiement en cas de succès en 2025.

I L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION



« FAIRE SAVOIR SON SAVOIR-FAIRE », c'est en effet un vrai défi pour cette organisation familiale qui a toujours fait preuve d'humilité. A l'heure où les consommateurs attendent toujours plus des enseignes, où la sur-communication brouille les messages et où les enjeux alimentaires sont au cœur des préoccupations, la nécessité de communiquer avec justesse s'impose.

Cela passe pour La Panière par le besoin de renforcer la collaboration entre les équipes de formation, les équipes en magasin et l'équipe marketing/communication. La feuille de route établie est une véritable opportunité pour aller davantage dans ce sens et mieux servir les clients. L'attention portée à la qualité chez La Panière est sincère, elle n'en sera que mieux représentée. Les ressources affectées ont évolué et sont encore à renforcer pour donner les moyens aux équipes et répondre aux attentes des clients.

La direction initiée est encourageante : il sera nécessaire dans l'avenir de définir les outils de mesure de l'impact de ces objectifs et actions sur les échanges avec les clients".

Recettes



NOTRE ENGAGEMENT

Chercher sans cesse des ingrédients nobles dans le but de 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 31 années d'existence, La Panière a toujours été particulièrement attentive à la qualité des produits. Tout comme notre fondateur Pascal Cantenot l'a appris de ses parents :

« *L'alimentation doit conjuguer plaisir et produits de qualité.
La qualité, c'est autant prendre soin de la provenance du
produit que de son impact sur le vivant.* »

C'est pourquoi, il nous a semblé juste de sélectionner certains produits clé de notre offre pour en améliorer les conditions de production et essayer de les sourcer et les préparer plus proches de nos ateliers.

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

Nos tartes et tartelettes fines pommes, produits phares de notre gamme, sont à présent composées de compote de pommes de Savoie, fournie par un partenaire régional.

Fort de ce succès, nous allons poursuivre sur cette voie en ciblant dès à présent pour l'année à venir :



UNE PRODUCTION ET UNE PRÉPARATION À MINIMA EN FRANCE

(idéalement en Rhône-Alpes) pour les poires et abricots de nos pâtisseries



LE RAPPROCHEMENT DE LA FABRICATION DE L'EMMENTAL

utilisé dans nos quiches, produit également très plébiscité par nos clients



UNE PRODUCTION SUR NOTRE TERRITOIRE RÉGIONAL DU LAIT LIQUIDE

utilisé pour nos recettes

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

En 2023, grâce à l'engagement de nos équipes et partenaires, 100% des œufs achetés par les magasins pour les salades, les sandwiches et dorures des viennoiseries en magasins sont issus de filière plein air. En parallèle, nous avons basculé vers une référence de filet de poulet qui répondra d'ici fin 2024 à 100% des critères de l'European Chicken Commitment, engageant à des conditions plus respectueuses du mieux-être animal.

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION



«LES AVANCEMENTS ALLANT AU-DELÀ DES OBJECTIFS INITIAUX FIXÉS POUR 2023-2024, le groupe en charge de l'engagement Recettes a décidé d'étendre dès début 2024 la gamme ciblée pour la localisation et saisonnalité des produits.»

Au cours de l'année écoulée, les équipes recettes, marketing produit et direction de la production ont bien intégré le plan d'action dans leurs propres activités respectives. Au cœur de l'offre de La Panière, ces services démontrent par ce parfait exemple d'infusion de la mission dans leurs activités que la Société à Mission est un véritable cadre de progrès qui peut améliorer la collaboration, l'engagement et les résultats des collaborateurs.»

«Si les clients réclament la prise en compte de la saisonnalité, du local, du bio... ils ne sont pour autant pas toujours en capacité de contribuer financièrement à la hausse que génère un tel cahier des charges ou à modifier leurs habitudes alimentaires. C'est à ce défi que devra répondre La Panière.»

Collaborateurs



NOTRE ENGAGEMENT

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, marquent un attachement particulier à La Panière.

« *Bienveillance, confiance, sécurité sont au cœur de notre philosophie : chacun doit pouvoir trouver chez nous un environnement à cette image.* »

Un parcours de deux ans a été réalisé dans le passé pour accompagner nos chefs d'équipe vers l'entreprise libérée, inspirée des travaux d'Isaac Getz. Ce cheminement prend du temps et requiert, entre autres, d'insuffler des habitudes de travail, de communication et des opportunités de mieux comprendre ce que vit 'l'autre' pour savoir s'ajuster et avancer collectivement de manière constructive dans ce changement organisationnel.

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

Afin que l'autonomie et la possibilité d'évoluer soit une réalité pour tous, nous avons en 2023 souhaité améliorer les flux de communication en interne et systématiser davantage les rituels d'équipe.

Les services supports et équipes de production ont donc pour une large majorité adopté cette pratique et l'enjeu pour 2024 est de l'étendre à 100% d'entre eux, tout en l'adaptant, à une sélection de 10 équipes magasins « tests » dont les défis diffèrent fortement. La création et mise à disposition d'outils s'impose à l'avenir pour pérenniser l'animation des réunions collective.



D'autre part, le développement et renforcement de la célébration des anniversaires d'ancienneté à la Panière a donné lieu à des efforts spécifiques pour encourager les temps de célébration, de partage et de reconnaissance : des éléments clé aux yeux de La Panière pour consolider le cadre de confiance.

Plus de 31 anniversaires d'ancienneté ont été fêtés sur l'année écoulée et malgré, les défis organisationnels à relever, les équipes souhaitent renforcer les efforts pour pérenniser cette action en 2024.

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 libérée n'est pas évident et se pratique. C'est pourquoi, nous concentrerons nos efforts de l'année 2024 autour de la formation pour que 100% des managers demandeurs bénéficient a minima de l'une des formations demandées.

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

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

- **MÉTIERES DE VENTE EN MAGASIN**
directement liées au terrain et en agilité permanente pour répondre aux attentes de nos clients
- **MÉTIERES DE LA PRODUCTION**
garants passionnés d'un savoir-faire unique et de la qualité
- **MÉTIERES 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.

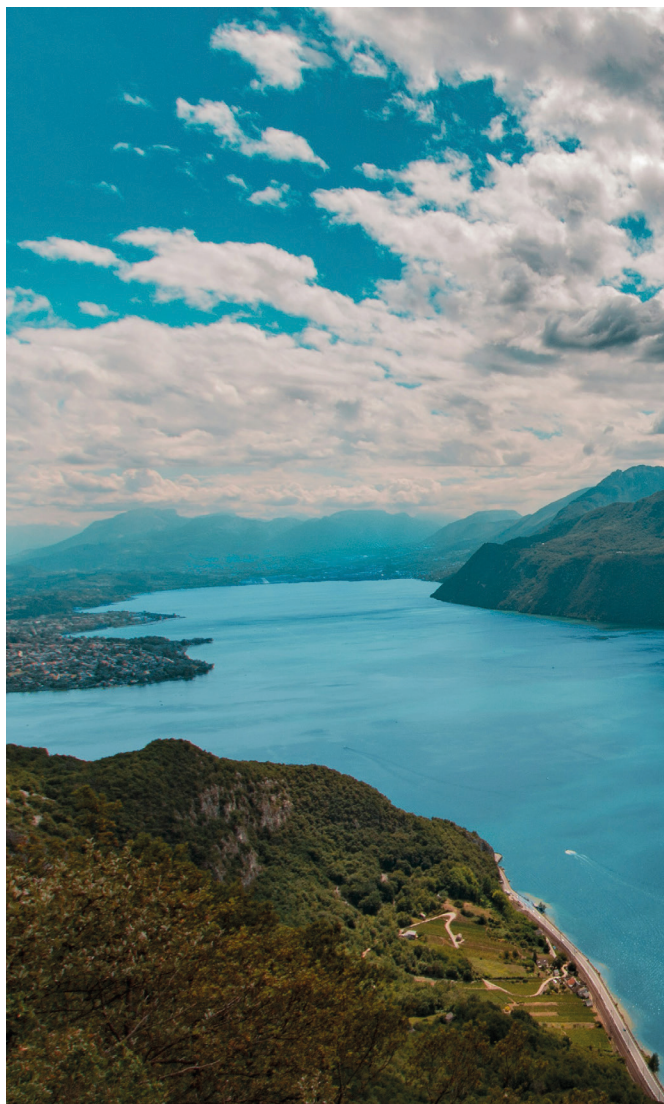
C'est dans ce contexte que l'organisation de « Vis ma vie » prend tout son sens. Les premières expériences vécues en 2023 ont montré l'intérêt de prendre régulièrement, pour certains corps de métier, une journée pour aller s'imprégner du quotidien de l'autre et en saisir les réalités pour mieux travailler 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. Aujourd'hui, le cadrage de la démarche en formalisant les critères d'éligibilité et en renforçant la communication interne autour de cette opportunité est la prochaine étape.

I L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION

2023 A ÉTÉ MARQUÉ POUR LA PANIÈRE PAR UNE SUCCESSION DE DÉFIS DONT LES ÉQUIPES ONT SU FAIRE DES OPPORTUNITÉS : *une vraie force dans un monde toujours plus mouvant et incertain. Les actions de cet engagement avancent : du test, il faut maintenant passer à la consolidation et au déploiement tout en gardant en tête le suivi des indicateurs identifiés. L'un des enjeux clé sera de s'assurer dès 2024 , que les équipes auront un temps spécifique accordé pour la mise en œuvre les engagements pris.*

Planète



NOTRE ENGAGEMENT

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

L'alimentation est un besoin fondamental de l'Homme et profondément dépendante de notre écosystème planétaire. C'est pour cela que la baisse des impacts négatifs de La Pâtière est le devoir de chacun d'entre nous au quotidien.

« Mieux mesurer, informer, responsabiliser, inspirer :
voici comment pourrait se résumer la philosophie qui
a conduit nos équipes à sélectionner les actions de
l'engagement Planète pour la feuille de route 2023-2024. »

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

Conscients du chemin d'exigence entamé et que tout ne peut être changé du jour au lendemain, nous avons ressenti face à la multiplicité des sujets, la nécessité de mieux mesurer nos consommations et impacts pour pouvoir mieux prioriser à l'avenir.

 Ainsi un process constant d'amélioration de captation des données de manière plus systématique est en cours : une collaboration étroite s'est nouée entre le service RSE et le contrôle de gestion. 

Ce rapprochement facilite la remontée comme le suivi et le partage des données sur des sujets comme la consommation énergétique, les déchets par typologie, l'eau...

Le travail est conséquent et le suivi des ateliers de production a à présent bien avancé : en 2024, l'équipe en place concentrera donc ses efforts plus spécifiquement sur la captation de ces données pour l'ensemble du réseau magasin, en intégrant progressivement la mesure d'impact CO2e.

Les premières données analysées jusqu'ici ont permis de :

RÉALISER DES INVESTISSEMENTS POUR REMPLACER PROGRESSIVEMENT CERTAINS ÉQUIPEMENTS

- **ÉNERGIVORES** par des modèles moins gourmands. En sus, une campagne de sensibilisation sur une bonne gestion du temps d'allumage des fours a été menée dans tous les magasins. Une baisse de 6% de la consommation énergétique en magasin a ainsi été réalisée entre les années calendaires 2022 et 2023 grâce aux éco-gestes individuels.
- **REMONTER LA CONSIGNE DE TEMPÉRATURE DE LA CHAMBRE NÉGATIVE DANS LES ATELIERS ET SYSTÉMATISER LA COUPURE DES SURGÉLATEURS DE PÂTISSERIE LA NUIT.** Ces efforts ont permis de stabiliser la consommation énergétique en 2023 versus 2022 dans un contexte de hausse de production.

Les bonnes pratiques énergétiques étant bien initiées, les efforts vont se poursuivre au sein des ateliers pour identifier les prochains postes de progrès.

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

Conscients que le sujet du gaspillage des matières premières et produits finis doit être adressé dès nos premières étapes de production, nous avons décidé d'engager pour 2024 un travail d'état des lieux afin de mieux quantifier et qualifier les résidus générés par la fabrication de nos pâtisseries et pains.

À l'issue de cette analyse en cours, un plan d'action et des cibles seront définis et communiqués en interne : des engagements qui se voudront inspirants pour embarquer à l'avenir toujours plus de collaborateurs à faire 'leur part' qu'ils soient en ateliers ou en magasins.

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

En 2023, plusieurs actions ont été mises en place pour réduire nos impacts :

- **MISE EN PLACE DES POUBELLES DE TRI SÉLECTIF DANS TOUS LES MAGASINS ÉLIGIBLES**
- **AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ DU REJET DES EAUX USÉES DE NOTRE CENTRE DE PRODUCTION** par l'installation d'équipements spécifiques et la sensibilisation des équipes de nettoyage
- **GÉNÉRALISATION DE LA COLLECTE DU FERMENTESCIBLE POUR REVALORISATION** (soit en méthanisation, soit en exploitation agricole) bien avant l'obligation légale du 1er janvier 2024 dans tous nos magasins et sur notre site de production
- **RÉDUCTION D'EMBALLAGES POUR LE TRANSPORT DES QUICHES SALÉES GARNIES ENTRE LES ATELIERS ET LES MAGASINS**, générant ainsi une baisse de plus d'une tonne de déchets

Pour 2024 : comme une suite logique à l'action 4.2, et malgré un tri sélectif déjà en place sur ses différents sites, les collaborateurs de La Panière sont conscients que des efforts restent à mener pour toujours progresser. Cela passera par :

- **METTRE EN PLACE DES ACTIONS POUR CONTINUER À AMÉLIORER LA REVALORISATION DES DÉCHETS** en priorité cette année au sein de nos ateliers de production
- **RÉALISER UNE ANALYSE PLUS POUSSÉE D'INDICATEURS RELATIFS AUX PRATIQUES DES MAGASINS** comme l'usage de vaisselle jetable, les invendus, les pertes de fluides frigorigènes pour pouvoir identifier d'ici fin d'année 2024 les magasins prioritaires requérant en 2025 des moyens supplémentaires afin de réduire leurs impacts négatifs
- **CRÉER UN GUIDE DE BONNES PRATIQUES ENVIRONNEMENTALES EN MAGASIN D'ICI LA FIN D'ANNÉE** pour faciliter la généralisation de certains éco-gestes à impact

I L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION

"Nous sommes conscients de la volonté d'amélioration continue au service de l'engagement. Des résultats positifs ont déjà pu être enregistrés. L'effort doit être poursuivi en mettant en place l'ensemble des indicateurs identifiés qui permettront de définir les objectifs à atteindre"

Partenaires



NOTRE ENGAGEMENT

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

Co-construire des contrats de progrès spécifiques pour développer ensemble des solutions adaptées

5.2

Créer un rituel d'échange pour informer et inspirer nos partenaires et fournisseurs sur nos engagements de Société à Mission

C'est pour nous une évidence : travailler main dans la main avec nos partenaires et fournisseurs est une clé de voûte de la transformation de notre entreprise et du monde auquel nous souhaitons contribuer.

Fortes de nos expériences de collaborations fournisseurs, pour certaines, initiées il y a plus de 30 ans lors de notre création, nous souhaitons étendre à davantage de nos partenaires la volonté d'amélioration continue qui nous anime.

C'est pour cela que nous nous engageons à, progressivement, développer avec eux des solutions visant une amélioration de nos impacts sociétaux et environnementaux.

5.1 Co-construire des contrats de progrès spécifiques pour développer ensemble des solutions adaptées

2023 a donc été l'année de la recherche du cadre, ce qui a impliqué de :



CONSTRUIRE LA MÉTHODE



pour mettre en œuvre un cadre de progrès avec l'appui d'un expert externe : une grille de critères pour pouvoir évaluer et identifier les axes de progrès est à présent établie



CARTOGRAPHIER LES PARTENAIRES

pour pouvoir identifier les thèmes et interlocuteurs à prioriser pour les prochaines années

5.2 Créer un rituel d'échange pour informer et inspirer nos partenaires et fournisseurs sur nos engagements de Société à Mission

Ces étapes clés et structurantes permettent à présent de se lancer vers la mise en œuvre de contrats de progrès sur des thèmes identifiés comme sources potentielles d'impacts environnementaux élevés : par exemple, la gestion de nos groupes froids en magasin.

Afin de privilégier la qualité à la quantité, le choix a été fait de cibler un très petit nombre de partenaires sur l'année à venir : un travail s'initie pour mieux se connaître, partager autour des modes opératoires et pouvoir définir ensemble des pistes d'amélioration et des rituels pour co-construire.

I L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION

«CET ENGAGEMENT PLACE FIDÉLITÉ, FIABILITÉ, EXIGENCE ET PROXIMITÉ AVEC LES ACTEURS LOCAUX au cœur de ce qui l'anime. Les bases méthodologiques sont formalisées, il faut maintenant poursuivre, ritualiser les moments d'échange pour prendre le temps de co-construire, de monter ensemble en compétence.»

Peut-être faudra-t-il parfois prendre des décisions courageuses, accepter certains renoncements : mais c'est la force d'une telle relation partenariale que de permettre de cheminer ensemble vers une amélioration au service d'enjeux sociétaux et environnementaux».

4

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 2023, le Comité de Mission de La Panière était composé de 10 membres, un collaborateur et neuf personnes externe.

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.

Nos membres au 31 décembre 2023



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 ».



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. »



Christian BARTHE

Responsable maintenance chez La Panière

«En tant que seul représentant de l'entreprise au sein du Comité de Mission, je suis heureux de contribuer à cette démarche qui a mon sens a beaucoup d'intérêt et va faire changer nos habitudes de travail dans un esprit de bienveillance et de protection de la planète».



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 ! »



Christine BORCARD

Ancienne formatrice des équipes de vente La Panière

«Être membre du Comité de Mission de la Panière, c'est partager des moments d'échanges et de réflexion avec des personnes d'horizon et d'expertise différents et qui ont une volonté commune : co-construire avec les différents acteurs (direction, collaborateurs, fournisseurs, clients...) la réalisation de sa raison d'être et de ses engagements pour le présent et le futur, en harmonie avec les valeurs qui ont toujours animé la Panière».



Laurent CAVAILLÉ

Dirigeant de la Maison Cavaillé

«Il est très enrichissant pour une Maison comme la nôtre de contribuer aux missions, avancements et innovations de la Panière depuis les premières réflexions jusqu'à leurs aboutissements. Nos échanges nous apportent une vision sur le monde entrepreneurial de demain et sur les enjeux qui le caractérise : le développement durable, le bien-être et l'innovation. Le Comité de Mission est une vraie source d'inspiration afin de faire grandir nos sociétés».

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.»

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 ».

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. »

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».

LE FONCTIONNEMENT

DU COMITÉ DE MISSION

Les rencontres du Comité

Trois rencontres ont été planifiées en 2023 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.



Appropriation des enjeux de La Panière

Partenaires directs, amis de longue date, toutes et tous clients et sensibles à un ou plusieurs des enjeux de l'entreprise, leur connaissance de la Panière, et/ou du marché leur a permis de comprendre et de rentrer rapidement dans leurs rôles.

Chaque Comité de Mission débute par une présentation des actualités et de la santé de l'entreprise par Pascal Cantenot (fondateur) ou Catherine Tholliez (Directrice générale) avant de quitter le Comité pour que celui-ci puisse débattre et évaluer le travail réalisé en toute indépendance.

Parrainage

Fin 2023, les membres du Comité de Mission se sont proposés en tant que parrains/marraine des groupes engagements pour l'année 2024. Ce rôle de mentor leur permettra de se mettre à disposition au juste besoin des équipes lorsqu'elles auront besoin d'aide pour structurer leurs activités.

Afin de ne pas être « juge et parti », les parrains marraines ne seront donc ni dans le consulting, ni dans l'opérationnel. Le mentor offrira son soutien aux mentorés si ces derniers le requièrent, pour leur faire profiter de son expérience, ou prodiguer des conseils autour de la méthodologie : gain en efficacité ou compétences, aboutissement d'un projet...

Les rapports de mission

Ce document est le deuxième rapport de mission, le premier portant sur l'année 2022, année du cheminement jusqu'au dépôt des statuts.

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.



5

NOS COLLABORATEURS ENGAGÉS TÉMOIGNAGES

Travailler à la Pannière m'a fait prendre conscience des enjeux environnementaux. Pour moi au début la Société à Mission c'était un peu flou : c'est quoi ? Pour quoi faire ? Est-ce si important ? Et je me suis dit que si mon entreprise s'engageait, c'était qu'il y avait forcément de bonnes raisons.

Alors oui, c'est important et c'est l'affaire de tous ! Maintenant j'agis différemment pour la planète, notre planète ! Transmettre les informations aux magasins et permettre ainsi à nos collaborateurs de devenir des acteurs principaux des gestes écoresponsables et aussi étendre ces informations à nos familles, à notre entourage, pour que tous ensemble nous faisons ce qui est bon pour demain : adoptons les bons gestes. Alors si j'y arrive, pourquoi pas vous ?

Stéphanie PHILIPPE, Animatrice de réseau

Je suis fière que nous soyons Société à Mission car cela donne du sens à mon poste de travail.

Dans mes fonctions, je suis témoin de l'impact de nos activités de production :

- pouvoir aider à faire en sorte que nous revalorisons nos déchets pour les transformer en ressources
- veiller au bon usage de l'eau et à la qualité de nos eaux usées...

C'est concret et je suis heureuse de contribuer activement aux progrès dans ce domaine.

Samantha PERRELLE, équipe Hygiène / Entretien Panification

En tant qu'acheteur pour La Pannière, mon engagement au quotidien se traduit par la volonté de référencer plus de matières premières locales et de fournisseurs aux pratiques durables. Cet engagement s'inscrit dans notre mission de développer l'économie locale et de garantir des produits de qualité, en accord avec notre devise «Engagé pour le bon».

Clément POUPON, Responsable R&D et achats des matières premières

|| Au sein des ateliers de production, nous sommes vigilants à réduire notre impact environnemental. Nous avons, par exemple, mis en place des actions pour réduire les emballages et diminuer les conditionnements jetables au profit de conditionnements réutilisables. De même, nous sommes devenus beaucoup plus rigoureux sur la qualité de notre tri et sur la gestion de l'énergie (temps d'allumage des fours et surgélateurs). Chaque membre de l'équipe s'investit personnellement sur ces sujets et cela fait sens pour nous. ||

Auréli SCISCIO, Cheffe d'équipe Pâtisserie

|| Cela fait sens pour moi d'aider mon entreprise à avancer dans ses valeurs et à les construire avec elle. Porter nos actions ainsi est enrichissant et surtout valorisant. On se sent utile et motivé d'y contribuer tous ensemble, dans la bonne humeur. ||

Emilie BOZONNAT, Cheffe de produit Marketing

|| En tant que responsable de magasin, je suis en première ligne pour interagir avec nos clients.

Mon engagement a pour but de leur apporter de bonnes informations sur les principes de notre entreprise, à accorder une priorité sur le choix de la qualité de nos matières premières et de leurs valeurs environnementales en se souciant aussi de l'économie de chacun. Il est crucial pour moi de faire savoir à mes collègues, à nos partenaires et aussi à nos clients que notre approche est responsable, écologique et économique. Réussir à les entraîner dans cette dynamique est notre objectif ultime. Bien que notre entreprise évolue dans un cadre industriel, nous conservons notre identité de boulangerie familiale. Par exemple, dans notre magasin nous entretenons des liens très solides avec de nombreux clients et cela nous donne de la valeur pour la vie sociale de notre quartier. ||

Khadija MERCIER, responsable de magasin

6

CONCLUSION

Ce rapport s'efforce de retracer le chemin parcouru depuis l'adoption de la qualité de la Société à Mission, une évidence au regard de son ADN, jusqu'à ce jour.

Le travail de structuration d'une démarche aussi collective est un challenge permanent qui pousse La Panière à grandir et apprendre avec humilité.

Le Comité de Mission, par son expertise, veille avec exigence et bienveillance sur le respect de la mission et des engagements pris.

Entretenir l'élan, communiquer, consolider et ne pas se laisser détourner par les défis du quotidien : autant d'éléments auxquels il faudra rester attentifs pour réaliser la feuille de route 2023-2024 et les prochaines.

Ces premières années sont clé, les collaborateurs en sont conscients et la fierté d'appartenir à une telle aventure se révèle être une véritable source d'énergie au service de l'entreprise et ses parties-prenantes comme de la société et la planète.

La voie est ouverte.



7 ANNEXES



Avis de vérification - REV07 05-10-2023
RV_00136_v1
31/12/2023

Avis de l'organisme tiers indépendant, sur la vérification de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

BOULANGERIES DES ALPES

360 Boulevard du Docteur Jean Jules Herbert

73100 AIX-LES-BAINS

Exercice clos le 31 décembre 2023

Aux actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (tierce partie), accrédité Cofrac Vérification, n°3-1860 (liste des implantations et portée disponibles sous www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que votre entité s'est fixée sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et relative à la période correspondant à l'exercice cité ci-dessus et joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce et de notre programme disponible sur demande.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

- le fait que l'entité ait mis en œuvre des moyens adéquats pour chaque objectif social et environnemental retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts, à l'exception de l'objectif social « Cultiver dans la durée des relations solides avec nos partenaires et fournisseurs en développant ensemble des solutions innovantes, durables et performantes » pour lequel les moyens n'étaient pas adéquats

SAS CABINET DE SAINT FRONT
3, rue Brindejont des Moulinails - 31500 Toulouse
Tél. : 05 61 24 74 40 - www.cabinetdesaintfront.fr - e-mail : secretariat@cabinetdesaintfront.fr

Cabinet de Saint Front, Cabinet spécialisé en Développement durable
N° SIRET : 494 642 978 00014 - CODE NAF / 7022Z
Société anonyme par actions simplifiée – Capital de 8 800,00€

- le fait que l'entité ait atteint les résultats qu'elle a définis pour chacun des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrits dans ses statuts, à l'exception de l'objectif social « Toujours encourager nos collaborateurs à progresser dans un environnement de travail solidaire, sécurisant et favorisant l'autonomie » pour lequel les résultats de l'objectif opérationnel « S'assurer que tous les collaborateurs ont des moments d'échanges en équipes pour favoriser un cadre de confiance et faciliter les échanges » sont atteints mais les résultats des objectifs opérationnels « Proposer un accompagnement aux managers qui le souhaitent avec un objectif de 100% des managers demandeurs ont reçu au moins une formation parmi celles demandées » et « 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 avec un objectif de 15 à 20 vie ma vie vécus/an » ne sont pas atteints.
- par conséquent, la société BOULANGERIE DES ALPES respecte les objectifs sociaux et environnementaux « Garantir au quotidien un accueil enthousiaste par des équipes qui échangent spontanément avec les clients sur nos produits et nos enjeux communs », « 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 » et « Réduire notre impact sur l'environnement en maîtrisant nos consommations, en diminuant nos déchets et en menant des actions de sensibilisation » qu'elle s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.
- par conséquent, la société BOULANGERIE DES ALPES ne respecte pas l'objectifs social « Cultiver dans la durée des relations solides avec nos partenaires et fournisseurs en développant ensemble des solutions innovantes, durables et performantes » qu'elle s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.

Concernant l'objectif social « Cultiver dans la durée des relations solides avec nos partenaires et fournisseurs en développant ensemble des solutions innovantes, durables et performantes », nous n'avons pas été en mesure d'émettre une conclusion car aucun résultat vérifiable n'a été défini et aucune action n'a été menée pour l'objectif opérationnel « Créer un rituel d'échange pour informer et inspirer nos partenaires et fournisseurs sur nos engagements de Société à Mission ».

Préparation de l'information liée à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lequel s'appuyer pour évaluer et mesurer les informations portant sur les objectifs sociaux et environnementaux permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux doivent être lues et comprises en se référant au rapport de mission.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à l'entité de désigner un comité de mission ou un référent de mission chargé d'établir annuellement un rapport en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce. Ce rapport est joint au rapport de gestion.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

En application des dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

N'ayant pas été impliqués dans la préparation de l'information liée à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous sommes en mesure de formuler une conclusion indépendante d'assurance modérée sur ladite information.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce et de la norme ISO 17029.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables. Nous appliquons un programme disponible sur demande.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives.

Les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

Nous avons pris connaissance des activités de l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission, de la formulation de sa raison d'être ainsi que ses enjeux sociaux et environnementaux.

Nos travaux ont porté sur :

- l'analyse du modèle de mission (contenant la raison d'être de l'entité précisée dans ses statuts, les objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrits dans ses statuts, la déclinaison de ces objectifs en résultats et le cas échéant, les objectifs opérationnels et indicateurs clés de suivi)
- la revue de l'adéquation des moyens
- la revue de l'atteinte des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrits dans ses statuts.

Concernant l'analyse du modèle de mission :

- Nous avons vérifié la présence dans les statuts de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux, la présence de la mention de la qualité de société à mission sur le kbis ;
- Nous avons vérifié la présence d'un salarié dans le comité de mission ou d'un salarié référent de mission ;
- Nous avons fait une relecture critique du rapport de mission et collecté différents documents relatifs à la

mission ;

- Nous avons revu la cohérence du modèle de mission (cohérence entre la raison d'être, les objectifs sociaux et environnementaux, les résultats et le cas échéant les objectifs opérationnels et indicateurs clés de suivi) ;
- Nous avons apprécié la cohérence entre le modèle de mission et l'activité de la société au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux ;
- Nous avons interrogé l'organe en charge de la gestion de la société sur la mise en place de la qualité de société à mission et la manière dont la société exécute son ou ses objectifs sociaux et environnementaux.

Concernant l'adéquation des moyens :

- Nous nous sommes enquis de l'existence d'actions menées et de moyens affectés à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux ;
- Nous avons identifié des preuves à collecter sur une partie de ces moyens et actions puis réalisé, le cas échéant des tests sur la cohérence des évolutions et des tests de détail consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des preuves ;
- Nous avons interrogé des parties prenantes sur les actions menées et les moyens affectés au regard de l'évolution des affaires sur la période.

Concernant l'atteinte des objectifs :

- Nous nous sommes enquis de l'existence de mesures des résultats (données historiques qualitatives ou quantitatives sous forme d'objectifs opérationnels et/ou d'indicateurs clés de suivi) atteints par la société à la fin de la période couverte par la vérification pour chaque objectif social et environnemental ;
- Nous avons revu les procédures de mesure de ces résultats (procédures de collecte, de compilation, d'élaboration, de traitement et de contrôle) et le périmètre de ces résultats ;
- Nous avons identifié des preuves à collecter sur une partie des résultats (qualitatifs et quantitatifs). Pour les résultats quantitatifs, nous avons réalisé des tests sur la cohérence des évolutions et, le cas échéant, des tests de détail consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des preuves.
- Nous nous sommes enquis de l'appréciation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux auprès du comité de mission ou du référent de mission. Nous nous sommes enquis de l'analyse dans le rapport de mission, des résultats atteints par la société à la fin de la période couverte par la vérification au regard de leurs trajectoires attendues.
- Nous avons corroboré ces informations collectées avec la perception qu'ont les parties prenantes des effets et impacts sur l'entité.
- Nous avons vérifié la bonne atteinte des résultats à la fin de la période couverte par la vérification pour chaque objectif social et environnemental et le cas échéant, l'existence de circonstances extérieures à la société ayant affecté le respect de ces objectifs.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Fait à Toulouse, le 23/05/2024

L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT

SAS CABINET DE SAINT FRONT



Pauline de Saint Front

Présidente



Siège social :
360 Boulevard du Docteur
Jean Jules Herbert
73100 Aix-les-Bains
lapaniere.com

