

RAPPORT DU COMITÉ DE MISSION



2022

SOMMAIRE

1 |

Edito : Regards croisés

| 2

La Panière, 30 ans d'engagement

3 |

Le chemin vers la Société à Mission

| 4

Le Comité de Mission

5 |

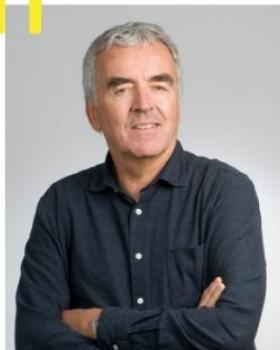
Faire vivre la Mission

| 6

Cap sur 2023

1 | ÉDITO

REGARDS CROISÉS



Il y a quelques années, mon plus ancien chauffeur m'interpelle dans la cour en me disant : "On fait plein de choses bien dans l'entreprise, mais personne ne le sait. Pourquoi ne dites vous rien ?" Je n'ai pas su quoi lui répondre... Je dois reconnaître qu'à la Panière, nous avons toujours été dans la culture du « faire » et non du « dire ».

Devenir entreprise à mission s'est tout de suite imposé comme la réponse la plus crédible à la question de ce chauffeur. L'entreprise à mission répondait aussi à la deuxième question que je me posais :

Comment impliquer et associer les équipes dans nos diverses démarches sociétales et environnementales sans que ce soit uniquement l'initiative de la direction ?

Voilà pour l'idée de départ. Ensuite, en travaillant sur les engagements de l'entreprise à mission et parallèlement sur la feuille de route opérationnelle de l'entreprise, je me suis rendu compte qu'en associant les deux démarches, nous gagnerions en lisibilité et en efficacité. C'est donc ce que nous avons lancé cette année et j'en suis très fier!

Pascal CANTENOT
Fondateur et PDG de La Panière

Quelle magnifique ambition que de donner à l'entreprise comme finalité de concilier la recherche de la performance économique avec la contribution à l'intérêt général !

C'est le challenge que Pascal CANTENOT et ses équipes ont voulu relever en étant « engagés pour le bon » et à la recherche permanente de la satisfaction des clients et des collaborateurs.

2022 a été l'année de la mise en place du Comité de Mission.

Pour 2023, il lui revient d'analyser les choix des dirigeants au regard des termes de la mission définie par les dirigeants de La Panière.



Jean-Pierre VUILLERMET
Président du Comité de Mission de La Panière

2 | LA PANIÈRE

30 ANS D'ENGAGEMENT POUR LE BON

Créée en 1993 par Gérard Cantenot et son fils Pascal, La Panière est une entreprise qui fabrique et vend des produits de **boulangerie, pâtisserie et snacking** en région Rhône-Alpes. Son offre de produits fraîchement préparés, l'accessibilité et les horaires larges de ses magasins lui assure un succès rapide.

En 2023, fort de 42 points de ventes détenus majoritairement en direct, La Panière est le leader incontesté dans les pays de Savoie et l'arc lémanique. L'entreprise a su fidéliser et développer sa clientèle en inscrivant son offre dans le **beau, le bon, le sain et le local**.



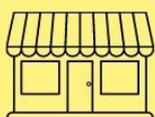
42 MAGASINS
SAVOIE, HAUTE-SAVOIE, AIN,
RHÔNE ET SUISSE

NOS ATELIERS DE PRODUCTION

L'atelier de production, situé à Aix les Bains, regroupe les ateliers de fabrication des pains, des pâtisseries, les espaces de recherche et développement ainsi que les zones de stockage et de distribution. Cet atelier travaille exclusivement pour le réseau de magasins. Cette exclusivité a permis de se doter d'équipements en parfaite cohérence avec la stratégie qualitative de La Panière et suffisamment flexible pour s'adapter rapidement aux nouvelles demandes des clients. Trois camions assurent en direct la distribution des produits à partir d'unités de stockage en sec, frais et surgelé.



1 atelier de production situé à Aix les-Bains



41 magasins La Panière
(Savoie, Haute-Savoie, Ain, Rhône)



1 ouverture à Genève



Un CA de 45 millions €



Plus de 450 collaborateurs

LA PANIÈRE EN CHIFFRES

2022

LE RÉSEAU DE MAGASINS



Le réseau des magasins La Panière est le résultat de trente années d'implantation territoriale, d'innovations constantes et d'investissements importants en création et en rénovation.

La Panière a su faire évoluer son concept en intégrant en permanence les tendances nouvelles de consommation, les évolutions des besoins de la clientèle et les nouvelles technologies de fidélisation et de communication.

Chaque magasin dispose d'espaces de ventes, de préparation, de cuisson, de consommation intérieure ou en terrasse et de parkings. Une attention particulière a été apportée au design sobre et moderne, au choix de matériaux de qualité, et aux espaces fonctionnels et confortables. Les clients ont une vue directe sur le four à pain et le labo traiteur et peuvent ainsi suivre la production tout au long de la journée.

ENGAGÉS POUR LE BON

Le sens de l'engagement a toujours guidé les fondateurs de La Panière. Cet engagement se traduit dans toute l'entreprise à travers la recherche constante de la satisfaction du client et des collaborateurs.

La transparence dans les recettes, le choix d'ingrédients de qualité, la passion du beau et du bon, l'ancrage local guident au quotidien les décisions et les actions. L'entreprise met la qualité et la fraîcheur au premier rang de son offre. La gamme traiteur propose des solutions repas équilibrées, salades avec une base graines, plats chauds, tartelettes salées, sandwichs végétariens. L'offre prend en compte des attentes consommateurs de plus en plus élevées: origine des produits, composition et allergènes, gamme végétarienne, conditions d'élevages etc.

La Panière lutte contre le gaspillage alimentaire en proposant des paniers à prix réduits sur la plateforme Too Good To Go, et soutient des associations d'aide alimentaire locales telles que les Restos du Cœur.





FORMALISER ET PÉRENNISER LA DÉMARCHE

L'été 2020, Pascal Cantenot partage avec la direction son souhait de formaliser les engagements environnementaux et sociaux via l'un des nombreux labels ou certifications accessibles sur le marché. Après quelques recherches, la lecture de la loi Pacte et de nombreux échanges, c'est la **qualité de société à mission** qui s'impose comme une évidence.

Inscrire la mission de La Panière dans ses statuts juridiques a pour but de structurer la démarche, d'embarquer et de sensibiliser les équipes et enfin d'ancrer la mission de l'entreprise sur le long terme.

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 | EN CHEMIN VERS LA SOCIÉTÉ À MISSION

S'informer et se former

Mai à Juin 2021

Au printemps 2021, Pauline Poydenot, responsable RSE, rejoint la formation collective Leaders à mission, conçue et animée par un consortium de trois acteurs : la Communauté des entreprises à mission, Makesense et Corporate for Change. Plusieurs interventions avec des entreprises pionnières étalées sur 8 semaines permettent de mieux appréhender les étapes de la démarche, les bonnes pratiques et les enjeux de cette transformation en société à mission.

LA LOI PACTE

La loi PACTE relative à la croissance et à la transformation des entreprises pose un nouveau cadre juridique pour l'entreprise dans le droit français. Elle introduit notamment la notion de « société à mission », modèle qui oriente le pouvoir de transformation des entreprises pour résoudre les enjeux sociaux et environnementaux du XXIe siècle.

La loi PACTE s'articule en trois niveaux : le troisième niveau s'adresse aux entreprises les plus engagées, qui non seulement inscrivent leur raison d'être dans leurs statuts mais y apportent une obligation de résultat en y associant des objectifs opérationnels.

Se questionner

Juillet à Novembre 2021

Pour élaborer sa mission, l'entreprise fait appel à l'intelligence collective : pendant plusieurs mois, des tables rondes sont organisées avec les collaborateurs issus des différents métiers, les clients fidèles, les fournisseurs et les partenaires locaux. Toutes et tous sont invités à s'exprimer sur ce qu'est la Panière, ce que l'entreprise apporte aujourd'hui à tout son écosystème, et ce à quoi elle pourrait contribuer demain.

Ces rencontres sont riches et inspirantes, et permettent de commencer à embarquer toutes les parties prenantes dans l'aventure.



QU'EST CE QUE LA MISSION ?



Une Raison d'être

Deuxième étage de la loi PACTE, elle est définie dans l'article 1835 du Code Civil comme étant « constituée des principes dont la société se dote et pour le respect desquels elle entend affecter des moyens dans la réalisation de son activité. Elle explicite l'identité et la vocation de l'entreprise et éclaire son passé et son futur ».

Des engagements associés

Définis par l'article L210-10 du Code du Commerce, ce sont « *un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux que la société se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité* ». En d'autres termes, ce sont les engagements de l'entreprise envers elle-même, son écosystème et la Société. Ces objectifs doivent eux aussi doivent être inscrits dans les statuts de l'entreprise à mission.

Assembler les mots

Novembre 2021 à Avril 2022

Inspiré par tous ces échanges, le Comité de Direction prend de la hauteur dans le massif des Bauges pour élaborer la raison d'être de La Panière. Deux phrases sont ainsi formulées pour résumer la volonté de l'entreprise de prendre soin de ses clients, de ses collaborateurs, et de ses partenaires tout en réaffirmant son ancrage au territoire. D'autres séances de brainstorming sont ensuite nécessaires pour définir les engagements statutaires : cinq engagements ambitieux mais réalisables, qui pourront être poursuivis sur le long terme.

Fin 2021 une première version de la mission est écrite. Toutes les personnes qui ont participé à la phase de questionnement sont invitées à donner leur avis et à apporter des modifications. Chacun peut aussi proposer sa candidature pour devenir membre du Comité de Mission.

Suite à ce sondage le Comité de Direction affine quelques termes et finalise, après 8 mois d'efforts collectifs, la mission de la Panière.

Communiquer

Mai à Décembre 2022

EN INTERNE

La Panière devient officiellement une Société à Mission en juin 2022. Cette étape est célébrée et communiquée auprès de toutes les équipes.

Afin que chaque collaborateur soit informé plusieurs canaux de communication internes sont mobilisés: lettre du PDG adressée à chaque salarié, affiches dans les bureaux et les magasins, célébration lors de la convention annuelle de l'entreprise, note d'informations dans le livret d'accueil des nouveaux arrivants ainsi que dans les offres d'emploi.



Juillet 2022

LE MOT DU MOIS



C'est avec une grande fierté que je vous annonce que nous sommes officiellement devenus société à mission, une étape importante dans la vie de l'entreprise ! Nous sommes la première entreprise de boulangerie à obtenir cette qualité juridique, et rejoignons ainsi les 675 sociétés à mission françaises. Notre point commun : nous sommes toutes des entreprises soucieuses d'avoir un impact positif sur les gens et la planète au travers de notre activité.

Cette étape est le fruit d'une démarche collective qui a démarré il y a un an. Merci à tous ceux qui ont participé aux ateliers d'intelligence collective qui nous ont permis d'élaborer notre mission : une raison d'être et cinq engagements ambitieux que vous découvrirez au dos de ce mot du mois.

Une nouvelle aventure qui démarre et qui va nous aider à structurer et renforcer nos actions pour relever ensemble les défis sociaux et climatiques. Nous serons accompagnés d'un comité de mission, une équipe motivée et bienveillante composée de 8 partenaires externes et de 2 collaborateurs - Christian Barthe et Christine Borcard.

Passez un bel été.



Pascal CANTENOT
Président



Se former

La Panière bouleverse les traditions et devient entreprise à mission

makesense · 12 juillet 2022

Célébrer, inspirer, témoigner... en tant que première chaîne de boulangerie française à devenir Société à Mission, La Panière a un rôle à jouer auprès de ses parties prenantes externes. Rapidement, les collaborateurs sont invités à informer et sensibiliser les fournisseurs et partenaires avec qui ils travaillent. Les membres de la direction interviennent lors de différents événements organisés par des réseaux d'entrepreneurs

locaux, par des écoles d'études supérieures (INSEEC, ENSAM, IAE), ou par des médias spécialisés. Par ailleurs l'entreprise adhère rapidement à la Communauté des Entreprises à Mission, persuadée de la nécessité d'échanger et de réfléchir avec d'autres entreprises engagées. Enfin, La Panière édite une fiche afin d'être enregistrée dans l'annuaire tenu par l'Observatoire des Sociétés à Mission.



Agroalimentaire / commerce alimentaire | Auvergne-Rhône-Alpes

Société : La Panière
 Créée en 1993 sous forme de SAS/SASU
 Société à mission depuis le 18/05/2022
 400 salariés en 2022
<https://www.lapaniere.com/>
 Mise à jour : 30 août 2022

Rbis vérifié *
* L'entreprise est enregistrée au registre du commerce et des sociétés en tant que société à mission et la donnée est vérifiée par l'Observatoire.

ACTIVITÉ

Créée en 1993 par Gérard Cantenet et son fils Pascal, La Panière est une entreprise qui élabore et propose des produits de boulangerie, pâtisserie et petite restauration en région Rhône-Alpes. En 2022 le groupe emploie plus de 400 collaborateurs à la fois sur son site de production à Aix-les-Bains et à travers ses 41 magasins. Depuis sa création La Panière tend vers l'approvisionnement durable de produits de qualité, une production et une logistique optimisées, des équipes sensibilisées et des espaces de restauration accueillants et éco-responsables.

NOTRE MISSION

Le 18 mai 2022 l'Assemblée Générale de la société mère, Boulangerie des Alpes, décide à l'unanimité de faire adopter par la société la qualité de société à mission au sens des dispositions de l'article L 210-10 du Code de Commerce. Le 1er juillet 2022, le greffe du tribunal de commerce de Chambéry délivre l'extrait Kbis à jour de la société, qui stipule sa nouvelle qualité de société à mission.

Le périmètre de la mission inclue la Panification d'Aix (les ateliers de production), le réseau de magasins La Panière, les fonctions supports de la Boulangerie des Alpes. Les trois partenaires franchisés ont tout naturellement adhéré à la démarche et participent concrètement au déploiement de la mission dans leurs magasins respectifs.

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

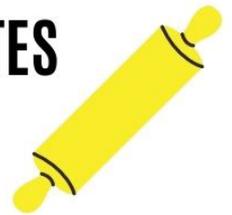


CLIENTS

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

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.

RECETTES



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.



4 | LE COMITÉ DE MISSION

SES MEMBRES

Le comité de mission de La Panière est composé de 10 membres, deux collaborateurs et huit personnes externes : partenaires directs, amis de longue date, toutes et tous clients et sensibles à un ou plusieurs des enjeux de l'entreprise.

Les membres du comité ont un mandat de deux ans renouvelables. Le Comité de Mission agit collégalement et est représenté par son président, Jean-Pierre Vuillermet. Les réunions sont organisées et animées par la responsable RSE et manager de mission.

Un nouvel organe de gouvernance

Le comité de mission, distinct des organes existants et devant comporter au moins un salarié, est chargé exclusivement du suivi de la mission. Il présente annuellement un rapport joint au rapport de gestion à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la société. Ce comité procède à toute vérification qu'il juge opportune et se fait communiquer tout document nécessaire au suivi de l'exécution de la mission.

Jean-Pierre VUILLERMET

Consultant indépendant chez JPV Conseil

Arrivé en 1982 en qualité d'expert-comptable stagiaire, puis diplômé en 1989, Jean-Pierre est devenu associé du cabinet SR CONSEIL en 1990. Il en prend la présidence en 2007. Son activité de commissaire aux comptes l'a plus particulièrement mené vers les secteurs des concessions automobiles, des remontées mécaniques et de l'industrie alimentaire. A la retraite depuis l'été 2022, Jean-Pierre met maintenant son expérience au service du monde de l'entreprise.



Cécile ALBRIEUX
Dirigeante de QUANTITUDE

Business analyste et entrepreneuse dans l'âme, Cécile a créé la société d'étude marketing et consommateurs Quantitude en 2005. Agile autant avec les traitements de données quantitatives que dans l'animation de focus groups, ses domaines de prédilection sont l'univers de l'enfance, des jeux et jouets, de la grande consommation et du tourisme.



Christine BORCARD

Formatrice des équipes de vente chez LA PANIÈRE

Depuis 18 ans Christine accompagne nos équipes de vente au sein des magasins dans le développement de leurs compétences en terme d'accueil, de vente et de service client. En 2021 elle développe la formation "Engagés pour le bon" qui permet aux vendeurs de visiter les ateliers de fabrication et de mieux connaître nos produits.



Laurent CAVAILLÉ

Dirigeant de la MAISON CAVAILLÉ

Après des études d'œnologie à Beaune, Laurent Cavallé a rejoint la société familiale en 1990. En une trentaine d'années, la Maison Cavallé a grandi et évolué pour devenir ce qu'elle est aujourd'hui ; un des fleurons du négoce de vin en France. Laurent est depuis 3 ans Président du Comité Interprofessionnel des Vins de Savoie et prouve par cet engagement son amour du terroir Savoyard.



Yann RAPHOZ

Chargé de clientèle chez EXCOFFIER RECYCLAGE

Fort d'un parcours académique et professionnel diversifié en agriculture, commerce et industrie, Yann a trouvé l'adéquation entre ces différents centres d'intérêts dans l'industrie du recyclage. Il accompagne depuis 7 ans le développement commercial de la société EXCOFFIER RECYCLAGE, leader de la collecte, du tri et de la valorisation des déchets sur les deux Savoie.



Pascal BRICE

Chief Technical Officer chez TEOXANE SA

Ingénieur de formation et passionné de management, Pascal évolue depuis 25 ans dans l'industrie d'abord agronomique puis pharmaceutique. Membre du comité de direction d'Allergan Pringy puis Directeur Général pendant 6 ans, il en a fait un site de référence pour son agilité, sa performance et son climat social. Depuis octobre 2021 il est leader chez Teoxane SA à Genève.



Christian BARTHE

Responsable maintenance chez LA PANIÈRE

Electricien de métier, Christian participe en 1998 à la réalisation de la première unité de production de La Panière à Aix-les Bains. Il devient salarié de l'entreprise en 2002 et prend la responsabilité de l'équipe maintenance. Christian et son équipe assure l'entretien et le bon fonctionnement des équipements de production ainsi que ceux des magasins du réseau.



Clément THIBAUT

Directeur commercial chez PATIS SERVICE

Après des études de commerce, Clément occupe différents postes terrain et back office dans la distribution spécialisée. Arrivé en 2011 chez Patis Service en tant que chef des ventes, il est aujourd'hui directeur commercial et encadre une équipe de 20 personnes.



Philippe LEFEBVRE

Directeur Développement Filières et Développement Durable chez le GROUPE OXYANE

Ingénieur agronome de formation, Philippe a travaillé 20 ans dans différents domaines de l'agroalimentaire avant de revenir à l'agriculture. Depuis 15 ans il travaille à la coopérative Oxyane pour développer les filières de productions agricoles dans le respect de l'environnement, de la juste rémunération des producteurs et de la satisfaction du consommateur.



Cédric VANBASTELAERE
Directeur de travaux chez SEICAR

Titulaire d'un diplôme d'ingénieur en génie climatique et énergétique, Cédric intègre la société annecienne SEICAR en 2002 en tant que chargé d'affaires. 21 ans plus tard et quelques belles réalisations à son actif, il occupe le poste de directeur de travaux de cette entreprise spécialisée dans l'optimisation énergétique des installations de froid commercial et industriel et traitement d'air.



Pauline POYDENOT

Responsable RSE et Manager de Mission chez LA PANIÈRE

Initialement ingénieure en biotechnologies, Pauline a travaillé 13 ans dans la recherche médicale avant de se reconvertir dans le développement durable en 2019. Depuis 3 ans, Pauline impulse et coordonne les projets RSE à La Panière. Manager de mission, elle anime les réunions du Comité de Mission et accompagne les équipes dans la mise en oeuvre de la feuille de route opérationnelle.



SON FONCTIONNEMENT

Le fonctionnement du Comité de Mission a été synthétisé dans un **règlement interne**. Le comité se réunit à minima deux fois par an en réunion plénière en présentiel. Un temps d'échanges avec un ou plusieurs membres du Comité de Direction est prévu lors de chaque réunion. En dehors de ces plénières le comité peut décider de se réunir à tout moment, ensemble ou en sous-groupe, pour échanger sur une thématique précise ou sur un point d'actualité.

Le Comité de Mission présente chaque année à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la Société, un rapport sur le suivi de l'exécution de la Mission par la société (incluant, le cas échéant, toutes recommandations utiles) joint au rapport de gestion.

Le suivi de l'exécution de la Mission par le comité inclut, notamment :

- L'évaluation de la pertinence de la stratégie choisie par l'entreprise pour réaliser sa Mission (notamment au regard du choix des actions, des délais et des moyens adoptés à cet effet ainsi que des évolutions anticipées de l'environnement dans lequel évolue La Panière)
- La soumission de toute recommandation pour mettre en harmonie les activités de la société avec sa Mission et améliorer le fonctionnement de l'entreprise en conséquence
- L'alerte du Conseil d'Administration eu égard à toute défaillance des organes dirigeants de l'entreprise ou de l'un de ses salariés au regard du respect de la Mission
- La vérification du respect ou non des objectifs statutaires, en vérifiant que les actions mises en oeuvre sont suffisantes pour justifier leur atteinte.



LES RENCONTRES 2022

MAI

JUIN

JUILLET

- Faire connaissance •
- Lire, questionner et signer le règlement interne du Comité •
- Réfléchir au sens du Comité et déterminer les modalités de son fonctionnement: rythme et format des réunions, des temps d'échanges, besoins du comité •
- Echanger avec la direction •

1. SE LANCER

OCTOBRE

SEPTEMBRE

AOUT

2. S'INFORMER

- Visiter un magasin La Panière, comprendre son fonctionnement, ses enjeux, et échanger avec le responsable
- Comprendre la Mission
- Pour chaque engagement statutaire, prendre connaissance des démarches et des projets déjà en place ou en cours de déploiement

NOVEMBRE

DÉCEMBRE

2023

3. QUESTIONNER

- Prendre connaissance des objectifs opérationnels listés dans la feuille de route 2023-2024
- Pour chaque objectif, identifier la zone aveugle, c'est à dire les points durs que l'entreprise n'a pas forcément pris en compte
- Valider le modèle de mission proposé par l'entreprise
- Faire un bilan 2022 avec le Comité de Direction
- Planifier 2023

5 | FAIRE VIVRE LA MISSION



ÉLABORER LA FEUILLE DE ROUTE

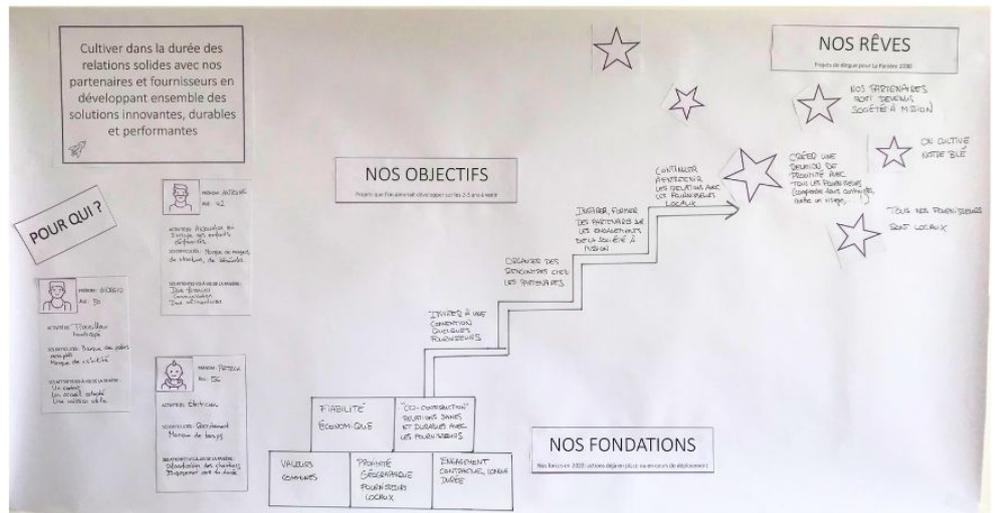
Une fois l'entreprise devenue officiellement Société à Mission en juin 2022, une réflexion est menée pour déterminer les objectifs opérationnels qui mettront en mouvement les engagements statutaires. Pour cela une journée d'intelligence collective est organisée avec des collaborateurs issus de tous les métiers de l'entreprise (ateliers de production, fonctions supports, équipes de vente) pour faire émerger les projets qui font vibrer.

Les actions listées sont ensuite présentées au Comité de Direction qui sélectionne les deux ou trois objectifs prioritaires 2023-2024, validant ainsi officiellement la feuille de route stratégique de l'entreprise.

Fin 2022, c'est ensuite au tour du Comité de Mission de prendre connaissance de la feuille de route et d'éclairer les équipes sur les "zones aveugles", c'est à dire les points de vigilance à prendre en compte lors de la mise en œuvre des projets.

Pour qui s'engage-t-on?
 D'où démarre-t-on?
 Quelles sont les marches à gravir, les actions à réaliser pour progresser à court terme? Quels sont nos rêves les plus fous, le futur idéal de notre entreprise sur le long terme?

Voilà les questions qui ont rythmées les réflexions collectives pour élaborer la feuille de route 2023-2024.



MOBILISER LES FORCES EN INTERNE

Une fois la feuille de route validée fin 2022, le Comité de Direction propose aux collaborateurs de créer cinq équipes transverses, une équipe par engagement. Les volontaires qui décident de rejoindre une équipe mettent à disposition leurs compétences, leur motivation et du temps au service de la réalisation des objectifs opérationnel de leur engagement.

Chaque équipe est libre de s'organiser comme elle le souhaite. Elle définit et met en œuvre un plan d'actions et des indicateurs de suivi.

Des points trimestriels réunissant un ambassadeur par équipe et le manager de mission permettront d'échanger sur les avancées et les freins de chaque groupe. Au moins deux interfaces par an avec le Comité de Direction permettront aux équipes de valider leur plan d'action.

Des interactions entre les équipes et le Comité de Mission seront à construire, potentiellement sous forme de parrainage.

ENGAGEMENT CLIENT

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

Visites "Client Mystère"

Chaque mois les magasins sont audités par un client mystère qui évalue la propreté de l'environnement, la qualité des produits, le savoir être et le savoir faire des équipes

Formations

"Engagés pour le bon"

Une matinée de formation au siège pour toutes les équipes de vente: visite des ateliers de fabrication, informations sur l'approvisionnement, les recettes, le savoir faire

NOS BASES

Éco-gestes

Les éco-gestes des clients sont encouragés et récompensés: remise si le client vient avec sa propre tasse ou ses couverts, vente de sacs en tissu et de kit couverts éco-responsables

Transparence

Communication renforcée en magasin pour informer les clients sur la composition des recettes, la qualité et l'origine des matières premières.
Zoom sur un produit emblématique chaque mois



NOS OBJECTIFS 2023 - 2024



Organiser une formation de tout le personnel, incluant une visite de l'usine et des explications sur nos produits et nos enjeux



Renforcer notre communication aux clients avec des supports issus de l'expertise de nos équipes et métiers

L'avis du Comité de Mission



"Le personnel de la Panière est le meilleur ambassadeur de la marque, il doit se sentir impliqué et écouté. Il serait bon d'interroger les salariés et de mesurer avec des indicateurs: l'état de leurs connaissances et de compréhension de la mission, leur appréciation, et leur opinion. Par ailleurs il est important d'organiser au mieux l'accueil des nouveaux arrivants, à travers un kit ou un parcours d'intégration."

"La communication sur les réseaux sociaux est importante mais pas suffisante. Il est nécessaire de multiplier les supports et les moyens de communication pour faire de la pédagogie auprès des clients: journées portes ouvertes, stands sur les foires et les événements locaux, sponsoring, mécénat, visite et atelier éducatif sur la fabrication du pain et des pâtisseries pour les scolaires..."



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

Commerce équitable

Depuis 2014, La Panière s'est engagée avec la coopérative Oxyane et les Moulins du Bion à mettre en place un contrat de commerce équitable sur sa filière d'approvisionnement en blé conventionnel

Qualité et Proximité

Priorité aux matières premières de qualité et aux producteurs ou transformateurs locaux: farines, œufs, charcuteries, fromages, saumon fumé, café, salades, pommes...

NOS BASES

Pains Bio

Depuis 2009 toute la gamme de pains spéciaux est Bio. Le blé est cultivé dans le sud-est de la France et au nord de l'Italie puis transformé au Moulin Pichard dans la Drôme

Fraîcheur

Le pain est cuit dans les magasins tout au long de la journée. Tous les points de vente possèdent leur propre labo traiteur où sont préparés chaque jour salades et sandwiches



NOS OBJECTIFS 2023 - 2024

- ➔ Améliorer la part de saisonnalité dans nos recettes
- ➔ S'approvisionner en œufs et en chair de poulet issus d'élevages plein air

L'avis du Comité de Mission



" Les clients sont-ils familiers avec la notion de saisonnalité? Faut-il les y éduquer? Sont-ils prêts à manger certains produits de saison?"

Autant de question à se poser pour bien mesurer le risque commercial avant de se lancer, et pour communiquer de la façon la plus claire et transparente auprès du client."

"Il va être important de bien étudier les impacts environnementaux des différentes solutions avant d'arbitrer. Plusieurs critères sont à prendre en compte comme le mode de production (conventionnel, bio...), la saisonnalité, les étapes de transformation, le transports et la logistique."



ENGAGEMENT COLLABORATEURS

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

Des valeurs fortes

Quatre valeurs socles: engagés pour le beau et le bon, bienveillants entre nous et avec les clients, innovation et performance, impliqués pour l'environnement

Management responsabilisant

Un parcours conduit par des coaches et inspiré du travail d'Isaac Getz sur l'entreprise libérée a permis de former et d'accompagner les chefs d'équipe pendant deux ans

NOS BASES

Formations CQP

Chaque année, plusieurs collaborateurs ont l'opportunité de valider un Certificat de Qualification Professionnelle, un bon moyen de formaliser et valoriser leurs compétences

Temps forts de convivialité

Deux fois par an sont organisées des conventions qui réunissent les équipes entre lac et montagne pour un moment de détente et des tables rondes pour travailler sur des enjeux collectifs



NOS OBJECTIFS 2023 - 2024

- S'assurer que tous les collaborateurs ont des moments d'échanges en équipes (rituels) et un moment individuel pour qu'ils puissent s'exprimer sur leurs difficultés, leurs attentes
- Proposer un accompagnement aux managers qui le souhaitent pour les aider à préparer ces moments d'échanges
- Organiser des « Vis ma vie » entre collaborateurs pour que chacun appréhende mieux les difficultés et attentes de ses collègues

L'avis du Comité de Mission



" Il faut prendre garde à ne pas tomber dans une standardisation des pratiques: chaque équipe doit pouvoir développer un rituel qui lui convient, qui lui ressemble. Un simple petit point météo hebdomadaire en équipe comme indicateur du bien être pro/perso de chacun peut permettre aux collaborateurs de se sentir écouté et de créer une cohésion et de la solidarité entre les personnes"

"Comment mesure-t-on l'atteinte de cet engagement Collaborateurs: quels indicateurs, quels feedbacks, quelle enquête mettre en place? Une question intéressante qui pourra donner lieu à la création d'indicateurs innovants, propres à l'entreprise"

ENGAGEMENT PLANÈTE

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

Tri des déchets

Tous les déchets sont triés à la source, que ce soit dans les ateliers de fabrication ou dans les magasins. Les déchets organiques sont valorisés en énergie par des unités de méthanisation

Valorisation des invendus

Depuis janvier 2021 La Panière est partenaire de la plateforme Too Good To Go pour proposer des paniers à prix réduit. Une autre partie des invendus est donnée aux associations d'aide alimentaire

NOS BASES

Optimisation de la logistique

Chaque semaine trois camions livrent les 41 magasins La Panière à l'aide de caisses plastiques. Les chauffeurs de l'équipe logistique ont été formés à l'éco-conduite

Suivi énergétique

Des indicateurs environnementaux sont suivis dans les ateliers de production et dans les magasins pour mesurer les consommations énergétiques et la quantité de déchets



NOS OBJECTIFS 2023 - 2024

- ➔ Réduire nos pertes, accepter et faire accepter (collaborateurs et clients) certaines ruptures en rayon selon les horaires, ne plus jeter de produits ni de matières premières
- ➔ Exploiter davantage les indicateurs environnementaux au sein de chaque équipe afin de prendre les décisions appropriées en autonomie
- ➔ Développer une culture de partage des bonnes pratiques environnementales

L'avis du Comité de Mission



"Le choix des indicateurs est délicat: il faut s'assurer qu'ils parlent à tout le monde, clients et collaborateurs, et qu'ils sont suffisamment pertinents et sensibles pour devenir des indicateurs de performance d'entreprise."

" Il pourrait être intéressant de créer des « réseaux apprenants », c'est-à-dire des groupes de personnes qui ont une affinité pour un sujet ou un projet environnementale. Ces groupes seraient soutenus par la direction qui leur allouerait un peu de temps, de support, de reconnaissance et de visibilité afin qu'ils puissent développer leurs connaissances et leurs compétences, et qu'ils puissent ensuite tester, piloter, communiquer sur ce sujet ou ce projet."



ENGAGEMENT PARTENAIRES

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

Fidélité et longévité

La Panière s'est entourée de fournisseurs, artisans et prestataires historiques. Toutes ces parties prenantes apprécient la qualité des relations humaines des équipes avec qui elles travaillent

Fiabilité économique

La notoriété de l'enseigne, le charisme des dirigeants ainsi que la fiabilité économique de l'entreprise en font un partenaire solide dans un contexte économique difficile

NOS BASES

Proche des acteurs locaux

La Panière soutient activement l'économie, l'emploi, et les associations locales. Les dirigeants s'impliquent dans les réseaux d'entrepreneurs locaux pour partager les bonnes pratiques

Niveau d'exigence élevé

La recherche d'innovation permanente et de performance participent au développement d'une culture de l'exigence qui est très appréciée des partenaires que l'entreprise challenge



NOS OBJECTIFS 2023 - 2024



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



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

L'avis du Comité de Mission



"La Panière doit pouvoir mesurer la performance de ses partenaires à l'aide de différents indicateurs plus ou moins classiques: business, qualité, relations humaines, environnement, RSE. Cette démarche de contrat de progrès va participer d'une part à redynamiser des partenariats historiques et d'autre à évaluer de futurs partenaires."

"Il faut poursuivre les matinées visites et tables rondes comme celles menées lors de la démarche pour devenir Société à Mission. Il est important d'échanger non seulement avec les acteurs locaux qui sont déjà engagés mais aussi avec ceux qui sont moins sensibilisés"



6 | CAP SUR 2023

Ce premier rapport de Mission 2022 retrace le chemin parcouru par La Panière pour devenir Société à Mission. Pas de transformation majeure, mais l'envie de structurer et d'ancrer les engagements des fondateurs dans une stratégie long terme. La démarche se veut collective, chaque personne a l'opportunité de participer à la mise en œuvre des actions concrètes qui viendront nourrir les cinq engagements pris par La Panière. Le Comité de Mission est mobilisé pour accompagner les équipes et challenger les décisions stratégiques prises par la direction. En 2023 place à l'action!

Tester et consolider notre modèle de mission

Rituels d'échanges, prises de décision, indicateurs de suivi, outils de communication interne et externe, tout est à construire, expérimenter, questionner et améliorer! Avant de lancer tête baissé dans les projets il faudra prendre le temps de définir les indicateurs les plus sensibles et pertinents pour mesurer les progrès de l'entreprise.

Avancer concrètement pas à pas

Le chemin est jalonné de petites victoires et de projets plus long terme. Le juste dosage entre ces deux vitesses permettra à la fois de motiver les équipes en mesurant des progrès concrets, et de se lancer dans des actions plus ambitieuses qui nécessiteront des moyens et des ajustements.

Garder le cap

Ouverture et reprise de magasins, hausse des prix des matières premières et de l'énergie, turn-over des équipes de vente, changement des habitudes de consommation... autant de défis à relever sans perdre de vue notre Raison d'Être.

ÈRE
ur le bon



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

lapaniere.com

