

Délifrance lance sa stratégie RSE : “Baking Good BETTER” et définit son ambition

Changement climatique, préservation de la biodiversité, sécurité alimentaire mondiale, transition énergétique, transformation des modèles agricoles et de production... Face à ces défis mondiaux majeurs, Délifrance est pleinement convaincue du rôle clé qu'elle a à jouer en tant qu'entreprise de l'industrie agroalimentaire.

L'année dernière, nous avons défini notre mission d'entreprise :

Nos racines sont ancrées dans *grain et notre savoir - faire boulanger à la française .*
Ensemble nous cultivons cet héritage et partageons chaque jour notre amour de la boulangerie.
De manière responsable, créative et délicieusement gourmande.

À travers cette mission, nous avons réaffirmé deux notions qui nous ont été essentielles au moment de la définition de notre stratégie RSE : la **responsabilité** et notre **fierté d'appartenance à VIVESCIA**.

VIVESCIA a lancé sa démarche Développement Durable, LINK, au mois de juin 2022. Chez Délifrance, nous avons structuré une **stratégie RSE ambitieuse**, nourrie par le cadre posé par le Groupe mais qui nous est propre, en lien direct avec les impacts de notre activité, **notre ADN, nos valeurs et nos ambitions**.

Nous avons décidé de nommer notre démarche Baking Good BETTER. 'Better' nous engage à **agir maintenant, tous ensemble**, pour s'assurer que la **durabilité est au cœur** de tout ce que nous faisons afin de **protéger ce qui est le plus précieux** : notre **planète** mais aussi **nos hommes et nos femmes**.

“La Responsabilité Sociétale des Entreprises fait partie de nos piliers stratégiques et nous souhaitons aller plus loin et construire une culture RSE forte auprès de nos collaboratrices et collaborateurs. La RSE n'est pas un sujet nouveau chez Délifrance : les équipes travaillent depuis des années sur des sujets en lien avec les enjeux RSE mais Baking Good BETTER vient clarifier notre raison d'être. Elle définit un cadre pour atteindre notre ambition et être plus ambitieux encore sur nos objectifs futurs. Nous avons défini des priorités sur lesquelles nous allons nous concentrer au cours des prochains mois, comme l'efficacité énergétique et la réduction de nos consommations, un sourcing plus responsable, la santé et la sécurité de nos collaborateurs, etc. Notre objectif est d'être une entreprise à l'impact positif. » Robert O'Boyle, PDG de Délifrance

BAKING GOOD BETTER se structure autour de 3 piliers :



DéliFrance est déjà en action – de nouveaux projets et initiatives verront le jour, et certains sont déjà en cours depuis plusieurs années et seront renforcés dans le cadre de Baking Good BETTER : des initiatives comme le programme **CARE**, lancé en 2016 pour renforcer la santé et sécurité de nos collaborateurs, le programme **Go Clean**, lancé en 2019 pour simplifier nos recettes, développer un sourcing plus durable et travailler sur le profil nutritionnel de nos produits, la feuille de route **Emballage Durable** définie en 2020 et nos actions pour lutter contre le **gaspillage alimentaire** qui ont également vu le jour en 2020 (partenariat avec Too Good To Go et recettes pour aider nos clients à upcycler nos produits).

Voici quelques engagements clés sur chacun de nos piliers :

PLANÈTE :

- **Réduction de nos émissions de GES sur les scopes 1 et 2 de -20%** en intensité d'ici 2025 vs 2015
- **Le déploiement d'une Charte de Management Environnementale** qui s'appliquera à tous nos sites de production dans le monde et notre siège en France **d'ici 2024**. Elle établit des principes et engagements communs qui ont pour objectif de prévenir et contrôler les risques environnementaux et de réduire l'impact de nos activités
- Atteindre **100% de cartons certifiés FSC** (forêts gérées durables) et **100% de nos emballages recyclables ou réutilisables** d'ici 2025

FEMMES & HOMMES :

- Nous visons **zéro accident grave** et **100% des collaborateurs sensibilisés aux risques psychosociaux (RPS)** ; des plans d'actions sont en cours de construction dans toutes nos entités
- Sur les questions **d'égalité femmes / hommes**, nous avons fixé comme **première étape l'objectif de 40% de femmes à des postes de cadres supérieurs d'ici 2025**

- **Délifrance, 1^{er} employeur de choix dans les classements, partout où nous sommes d'ici 2025.**

PRODUIT ET SAVOIR-FAIRE :

- **100% de farine durable d'ici 2027 : du blé issu de pratiques d'agriculture régénératrice, tout d'abord en France avec les agriculteurs VIVESCIA afin de préserver les sols, la biodiversité, stocker du carbone et réduire nos émissions de GES**
- **Définir une politique achats responsables pour tous nos ingrédients**
- **Sécurité alimentaire : tous nos sites certifiés FSSC 22000 d'ici 2026**

“Baking Good BETTER pose un cadre pour les années à venir. La démarche sera très probablement enrichie et remise en question au fil des années pour tenir compte de l'évolution des besoins de nos différentes parties prenantes, et l'objectif restera le même : toujours chercher à faire MIEUX. La réduction de nos émissions de gaz à effet de serre est cruciale dans la lutte contre le changement climatique. Nous travaillons actuellement à la définition de notre stratégie climat pour contribuer à la neutralité carbone d'ici 2050. Nous avons procédé à une évaluation solide de nos émissions de scope 3 en début d'année et nous travaillons maintenant à la définition d'une stratégie climat qui englobe nos scopes directs et indirects jusqu'à 2050, avec des objectifs intermédiaires à atteindre d'ici 2030. Nous serons en mesure de partager nos objectifs et plans d'actions dès le premier semestre 2023.” Nathalie Genebes, Directrice RSE

A propos de Délifrance

Depuis sa création en France en 1978, Délifrance développe des produits de boulangerie, viennoiserie, pâtisserie et traiteur pour les professionnels de la restauration, les artisans boulangers et la grande distribution dans 100 pays à travers le monde.

Nous sommes fiers d'appartenir au groupe coopératif céréalier français VIVESCIA.

Nous tirons parti de cette spécificité et nous travaillons en étroite collaboration afin de fournir les meilleurs produits.

Inspirés de notre passion pour la boulangerie et forts de notre patrimoine, de nos techniques artisanales, de nos traditions boulangères et de notre exigence pour le goût et la qualité, nous permettons à nos clients du monde entier d'attirer, de satisfaire et de régaler leurs consommateurs à chaque moment de la journée.