



# DES ENTREPRISES RESPONSABLES AU QUOTIDIEN

## UNE FILIÈRE ET DES ENTREPRISES ENGAGÉES DANS LA PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT ET DES RESSOURCES

Conscientes et soucieuses de leur impact sur leur territoire, les entreprises ont mis en place des pratiques de transformation durables et ont instauré des démarches de progrès tout au long de la vie du produit depuis la récolte jusqu'à la consommation et la valorisation des emballages.

Consommation en eau, en énergie, production et valorisation des déchets, transports... les leviers sont multiples pour limiter et réduire l'impact de la filière sur l'environnement.

Au niveau européen (via le syndicat européen des jus de fruits, AIJN), la filière s'est engagée autour d'un code de bonnes pratiques en matière de RSE.



### 6 TÉMOIGNAGES



**PATRICK HARD**

Directeur Général Adjoint

AGRICOMMERCE

Chez Agricommerce, nous sommes soucieux de protéger notre environnement à tout niveau. Nous privilégions l'origine méditerranéenne de nos matières premières afin de réduire l'impact carbone. Étant nous-mêmes producteurs agricoles, nous avons mis en place un modèle visant à préserver la faune et la flore (lutte biologique - limitation de l'usage des pesticides...). Par ailleurs, nous sommes extrêmement mobilisés à l'échelle locale et régionale pour l'optimisation des consommations énergétiques. Un engagement récompensé par le Premier Prix du projet METEOR mis en place dans la région Languedoc-Roussillon en 2012. Nous avons également investi 4,5 millions d'euros pour l'amélioration des performances énergétiques de notre site de Perpignan, et sommes signataires de la charte « Climat Energie Entreprises » de la ville de Perpignan et de la communauté urbaine.



**ARNAUD REDHEUIL**

Président Directeur Général

SOJUFEL PROVENCE

Sur notre site de production, tout est recyclé et valorisé. Nous avons notre propre station d'épuration qui nous permet de limiter la production de déchets (via le compostage des drêches de fruits) et le rejet des eaux usées dans la nature.



**STÉPHANIE BRUHIÈRE**

Responsable Communication France

TETRA PAK FRANCE

L'éco-conception des emballages est au cœur de notre métier. Nous choisissons des matériaux ayant la plus faible empreinte carbone possible. Ainsi, plus de 98 % des emballages Tetra Pak sont certifiés FSC™. Par ailleurs, nous travaillons à toujours améliorer le taux de recyclage de nos emballages : de 10 % en 2000, il atteint aujourd'hui plus de 50 %.

RÉCOLTES/  
PRESSAGE  
DES FRUITS

- Cueillette généralement à proximité des lieux de production
- Pressage des fruits rapidement après leur récolte

TRANSPORT

- Optimisation logistique pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub>

SITE DE  
PRODUCTION/  
CONDITIONNEMENT

- Certification des sites selon différents référentiels (qualité, RSE, environnement)
- Politiques de réduction des consommations d'eau et d'énergie
- Démarches de valorisation des déchets

TRANSPORT

- Partenariats logistiques avec des enseignes de distribution pour éviter les chargements à vide

DISTRIBUTION  
EN MAGASINS ET  
CONSOMMATION

- Lutte contre le gaspillage alimentaire
- Recyclage des emballages

**BRUNO THÉVENIN**

Directeur Général

PEPSICO FRANCE

Entre 2006 et 2014, sur le site Tropicana situé à Hermes en Picardie, nous avons réduit de 6 % la consommation d'énergie et de 16 % la génération d'eaux usées, utilisées pour le nettoyage du site. Aussi, depuis 2007, le site utilise 100 % d'énergie renouvelable.

**MANUEL MACHADO**

Directeur Général

ANTARTIC

Chez Antartic, nous avons une politique forte et engagée sur les questions d'environnement et d'énergie. Notre site est d'ailleurs certifié ISO 14001 et ISO 50001. Nos actions d'optimisation ont abouti à la réduction de la consommation d'eau de 50 % en 10 ans et des consommations d'énergie de 12 % sur les 3 dernières années.

**EMMANUEL VASSENEIX**

Président Directeur Général

LSDH

Le gaspillage alimentaire est de la responsabilité de tous. C'est donc tout naturellement que LSDH s'est engagée aux côtés de l'ANIA dès le lancement de la démarche en 2015. Ce partenariat s'est matérialisé par la signature de la charte d'engagement des industries agroalimentaires dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Les entreprises signataires de cette charte s'engagent à partager les bonnes pratiques qu'elles mettent en œuvre dans leur chaîne de valeur. Elle a notamment pour objectif de mettre en place une véritable dynamique de progrès collectif dans la lutte contre le gaspillage alimentaire au sein des entreprises de l'agroalimentaire.

## UNE FILIERE ET DES ENTREPRISES SOCIALEMENT RESPONSABLES



De par leur ancrage sur le territoire français, les entreprises de la filière ont un rôle à jouer non seulement auprès de leurs salariés et de leurs partenaires mais plus largement auprès des populations locales quelles qu'elles soient. Dans ce sens, de multiples actions riches de sens ont été mises en place individuellement et collectivement.

**PLACER LE CAPITAL HUMAIN AU CENTRE DE SON DÉVELOPPEMENT PAR LA CONSTRUCTION DE LIENS FORTS AVEC LES AGRICULTEURS/PRODUCTEURS DE FRUITS, LA FORMATION DU PERSONNEL DES ENTREPRISES...**

**MARC HILLENWECK**

**CCLF** - Directeur commercial France

Chez CCLF, nous sommes convaincus de l'importance de travailler en toute confiance avec nos partenaires et de s'inscrire sur du long terme. Aussi nous avons pris le pari de construire des contrats sur des périodes longues (+ de 18 ans) avec les producteurs de pomme : une sécurité pour eux et pour nous.

**ANNE MESSNER**

**LSDH** - Directrice des Ressources Humaines

La formation technique est un enjeu majeur en termes de compétence du personnel et de compétitivité de l'entreprise. Nous y consacrons chaque année 2,5 % de notre masse salariale. Nous apportons également beaucoup d'importance à la sécurité : en 2016, les heures de formation liées à la sécurité représentaient 46 % des heures de formation totales.

**JÉRÔME MORNET**

**ECKES GRANINI FRANCE** - Directeur Qualité et Développement durable

Chez Eckes Granini France, nous sommes engagés dans une démarche de développement durable appelée EQUILIBRE. Basée sur les principes de l'Iso 26000, cette démarche ainsi que ses axes de progrès sont issus de la réflexion d'une équipe pluridisciplinaire composée de salariés, volontaires, de l'entreprise. C'est ce qui fait sa particularité et sa force.

Aujourd'hui, grâce à EQUILIBRE, chacun est investi au quotidien pour répondre au mieux aux enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux identifiés pour notre entreprise.

**SOUTENIR L'ÉDUCATION À L'ALIMENTATION VIA DES ACTIONS DE SENSIBILISATION, DES VISITES DE SITE PÉDAGOGIQUES, EN INTERPELANT LES POUVOIRS PUBLICS...**

**ANNE-SOPHIE ROYANT**

**Collectif du Petit-déjeuner à la Française** - Secrétaire générale d'UNIUS

Le Collectif a été créé en 2014 sur l'observation du déclin de la prise du petit-déjeuner, notamment chez les enfants et les populations défavorisées. Il réunit aujourd'hui 3 filières : les jus de fruits (UNIUS), le pain (Syndicat des Boulangers-Pâtisseries du Grand Paris, Chambre Syndicale Française de la Levure), les produits laitiers (Syndicat, CNIEL). Au sein du Collectif, nous voulons contribuer à revaloriser le petit-déjeuner, enjeu de santé publique, économique, social et culturel, par des actions de sensibilisation mutualisées. Après un premier cycle d'actions de trois ans (don de produits en 2015 et partenariat avec la Semaine du Goût en 2016, réalisation d'outils pédagogiques), nous souhaitons concentrer nos initiatives vers la cible des enfants/adolescents, particulièrement touchés par le déclin du petit-déjeuner.

**OLIVIER BOURASSEAU**

**Les Jardins de l'Orbrie** - Responsable Communication & Marketing

Pour nous, il est primordial de faire découvrir la réalité de notre travail et de nos produits. Nous souhaitons rapprocher les consommateurs et les acteurs de l'alimentation. Ainsi, notre site de production étant à proximité des vergers, nous rendons accessible la découverte de notre métier : l'entreprise est par exemple partie prenante dans un programme de tourisme économique. Nous ouvrons régulièrement nos portes à des publics variés (élèves, étudiants, personnes âgées, ...) curieux de découvrir nos techniques de fabrication. Un rapport humain s'installe alors entre les visiteurs et le personnel de l'entreprise pour davantage expliquer nos métiers, échanger autour du savoir-faire des équipes et sensibiliser aux techniques de fabrication. De l'atelier de pressage des fruits à l'unité de conditionnement, ces visites démontrent que l'on peut conjuguer process industriel et naturalité : la preuve par le goût.

**SE MOBILISER POUR L'ACCOMPAGNEMENT DES POPULATIONS DÉFAVORISÉES À TRAVERS DES PARTENARIATS AVEC DES ASSOCIATIONS...**

**BRUNO THÉVENIN**

**PEPSICO FRANCE** - Directeur Général

Depuis 2013, PepsiCo France est engagé dans un partenariat avec l'ANDES (réseau d'épicerie solidaires). Au-delà du don de produits, c'est une mobilisation des collaborateurs qui s'est développée pour soutenir les personnes en situation précaire : transfert de moyens et de compétences via un programme de parrainage, participation à l'insertion dans le domaine de l'agroalimentaire via des actions de coaching... Ce n'est donc pas seulement un engagement logistique et financier de la part du groupe mais bien un partenariat humain.

**ANNE-SOPHIE ROYANT**

**Collectif du Petit-déjeuner à la Française** - Secrétaire générale d'UNIUS

Avec l'opération « 1 million de petits-déjeuners » en 2015, le Collectif s'est mobilisé aux côtés de 4 associations caritatives pour offrir le petit-déjeuner aux plus démunis. 25 entreprises françaises se sont ainsi mobilisées pour le don de produits. Plus largement, livret pédagogique, mis à disposition des associations et distribué via un réseau de plus de 300 boulangeries, a été développé pour sensibiliser les Français à l'importance du petit-déjeuner.

