

Fleury Michon

Maison Familiale & Vendéenne depuis 1905



RAPPORT INTÉGRÉ 2021

AVRIL 2022

SOMMAIRE



Fleury Michon

Maison Familiale & Vendéenne depuis 1905

BIENVENUE DANS NOTRE RAPPORT INTÉGRÉ

MESSAGE DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

LE MANGER MIEUX, UNE AFFAIRE DE FAMILLE

Les dates clés 7

Une gouvernance « familiale » 8



CONCILIER DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE : UN CERCLE VERTUEUX

- 10 Une organisation par activités
- 12 Notre modèle de création de valeur
- 15 Nos réalisations en 2021

AIDER LES HOMMES À MANGER MIEUX CHAQUE JOUR, UN PROJET D'ENTREPRISE AUTOUR DE 5 PILIERS

- Notre démarche pour aller 17
"dans le bon sens"
- Nos consommateurs 18
- Nos filières 20
- Notre environnement 24
- Nos collaborateurs 26
- Nos territoires 28





BIENVENUE DANS NOTRE RAPPORT INTÉGRÉ



« *Les choses doivent être faites comme il faut* » disaient Felix Fleury et Lucien Michon lors de la création de l'entreprise en 1905. Les deux beaux-frères vendéens ont fondé Fleury Michon sur une conviction que nous perpétuons cette année plus que jamais ; celle de proposer aux Français des produits accessibles, novateurs, sans jamais transiger sur la qualité.

Cette quête de qualité est indissociable de notre obsession du goût et du plaisir, si chers aux Français, mais aussi à notre culture d'entreprise vendéenne. Car chez Fleury Michon, ce qui est certain, c'est que **l'on aime les bonnes choses**. Nous sommes toujours à la recherche du « meilleur produit », celui qui éveille les sens, mais également celui qui a du sens. **Face aux nouveaux défis sociétaux et climatiques** et à un contexte économique toujours plus incertain, notre responsabilité est plus que jamais de faire preuve du "bon sens" qui nous caractérise.

Aujourd'hui, notre mouvement vers le "mieux" doit se poursuivre vers la diversité des nouveaux modes alimentaires, la montée des préoccupations citoyennes mais aussi la question fondamentale d'accessibilité au plus grand nombre. Créer le « bon produit » pour Fleury Michon sera non seulement fondé sur des critères de goût, de santé et de qualité, mais il sera aussi évalué au regard de son **impact social et économique**. Un « bon produit » qui place la diminution de l'impact environnemental au cœur de sa fabrication, de la filière jusqu'à la production. Ce rapport présente notre projet d'entreprise et les grandes lignes de notre contribution à la société pour **Aider les Hommes à Manger Mieux Chaque Jour**.

Un projet guidé par des **valeurs fondatrices** qui nous rassemblent et orientent toutes nos actions :



L'excellence du service client et consommateurs



Le respect mutuel



L'adaptation continue



La confiance réciproque



Les intérêts collectifs durables



BILLY SALHA,
DIRECTEUR GÉNÉRAL

GRÉGOIRE GONNORD,
PRÉSIDENT DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION

MESSAGE DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

2021 a été une année charnière pour Fleury Michon. Dans un contexte de volatilité extrême, marqué par la pandémie et la flambée des cours des matières premières, nous avons réussi le défi du retour à la rentabilité. Nous terminons l'année avec un résultat net positif, conformément à nos objectifs.

Nos parts de marché sont à nouveau en progression sur la grande majorité des marchés que nous opérons. Plusieurs gammes de produits ont été lancées ou relancées avec succès. C'est par exemple le cas de nos jambons de porc. L'offre que nous proposons aujourd'hui est le reflet de la marque Fleury Michon : une marque au cœur du quotidien des français et qui répond à leurs attentes multiples : l'accessibilité avec le Simplement Bon, la naturalité avec nos jambons conservation sans nitrites ou bien la responsabilité avec notre jambon Bio et Responsable.

Cette performance est le résultat d'un engagement sans faille de toutes les équipes de Fleury Michon, et nous tenons à les remercier ici de leur très bel engagement.

NOTRE AMBITION FLEURY MICHON, ENTREPRISE FAMILIALE ET INDÉPENDANTE, C'EST DE MONTRER QUE L'ON PEUT CONCILIER DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE.

G. GONNORD

Chez Fleury Michon, nous croyons à la force de notre modèle d'entreprise familial qui allie création de valeur et progrès sociétal. Notre projet d'entreprise Aider les Hommes à Manger Mieux Chaque Jour nous donne, depuis plusieurs années, une direction claire pour affronter tous ensemble les défis multiples de la transition avec bon sens et pragmatisme.

Ce projet se décline en 5 objectifs correspondant à ce que nous considérons comme nos 5 principales parties prenantes : proposer des produits sains, savoureux et accessibles à nos consommateurs ; contribuer avec nos partenaires à des filières agricoles durables ; limiter notre empreinte environnementale ; promouvoir la

qualité de vie au travail de nos collaborateurs et contribuer au développement de nos territoires. En 2021, énormément d'initiatives ont été menées pour aller #Danslebonsens selon chacun de ces 5 axes. Vous en découvrirez quelques-unes, dont nous sommes particulièrement fiers, dans ce rapport.

Parce que l'employabilité est l'une de nos priorités, nous avons renforcé nos programmes de formations internes pour permettre à chacun de monter en compétences.

PARCE QUE L'EMPLOYABILITÉ EST L'UNE DE NOS PRIORITÉS, NOUS AVONS RENFORCÉ NOS PROGRAMMES DE FORMATIONS INTERNES POUR PERMETTRE À CHACUN DE MONTER EN COMPÉTENCES.

B. SALHA

Mais comment évoquer 2021 sans se référer à ce moment historique de crise Covid, auquel nous avons fait face individuellement et collectivement. Pour la santé de tous, Fleury Michon a su se mobiliser et mettre à disposition, en lien avec les autorités, un centre de vaccination pour tous, permettant à près de 5000 vendéens l'accès au vaccin.

Les années à venir sont passionnantes de défis à relever. Fleury Michon a engagé un plan d'investissement de 120 millions d'euros sur 5 ans pour accélérer sa transformation. Au cœur de ces évolutions, la modernisation de nos outils de productions, mais aussi l'innovation, pour continuer à être plus performant, plus proche des besoins des Français et des nécessaires solutions face à l'enjeu de la transition écologique, notamment sur le sujet des emballages.

À tous nos collaborateurs et toutes nos parties-prenantes, nous souhaitons réaffirmer notre reconnaissance de les voir participer chaque jour à la concrétisation de notre projet commun d'aider les hommes à manger mieux chaque jour.

BILLY SALHA, Directeur Général
GRÉGOIRE GONNORD, Président du Conseil
d'Administration

“ LE MANGER MIEUX, UNE AFFAIRE DE FAMILLE ”

Pionnier du manger mieux depuis **5 GÉNÉRATIONS**, Fleury Michon s'engage depuis 1905 à proposer des produits bons, sûrs et sains, à des prix accessibles au plus grand nombre.

1. LES DATES CLÉS



1905 Fondation de *l'entreprise par Félix Fleury et Lucien Michon*

1973 Lancement du *jambon Label Rouge*

1974 Lancement des *plats cuisinés frais*

1987 Partenariat avec *Joël Robuchon*

1990 Lancement du *surimi*

1993 Lancement de la *charcuterie de volaille*

2000 Introduction en bourse - *capital majoritairement familial*

2004 Lancement d'une *gamme bio en charcuterie*



2015 Affirmation du projet *“Aider les Hommes à Manger Mieux Chaque Jour”*



Lancement de la *Filière Française d'Éleveurs Engagés*



2017 Premier industriel à signer le *Nutri-Score*



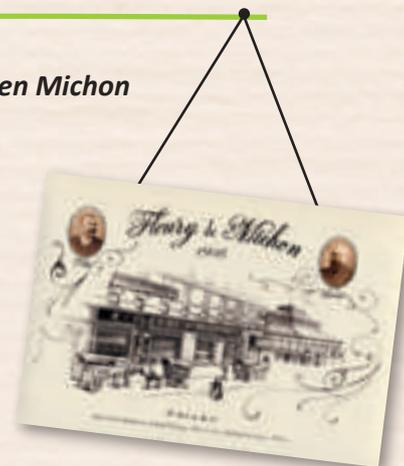
2018 Charte *bien-être animal*



2019 Lancement de plats cuisinés en *Barquettes en bois et du jambon Zéro Nitrite*



2021 Lancement de la gamme de charcuterie *Conservation sans nitrite*



2. UNE GOUVERNANCE « FAMILIALE »

Depuis sa création en 1905 et bien avant que la RSE ne soit définie juridiquement, Fleury Michon se développe de manière responsable. L'entreprise française et indépendante reste fidèle à ses valeurs : celles d'une ETI (Entreprise de taille intermédiaire), familiale et vendéenne, portée par la conviction que nous pouvons allier « développement économique et responsabilité sociétale »

GRÉGOIRE GONNORD – PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration

La volonté de bien faire se traduit dans les modalités et l'éthique de notre gouvernance. Aux côtés des administrateurs familiaux, quatre personnalités indépendantes apportent leur expertise et la stabilité nécessaire à la vision stratégique à long terme de l'entreprise. L'importance accordée au dialogue social se concrétise par la présence de deux administrateurs représentant des salariés.

9 ADMINISTRATEURS

Administrateurs familiaux



GRÉGOIRE GONNORD
Président



HERVÉ GONNORD



CLAIRE GONNORD

1/3

DE FEMMES
ADMINISTRATEUR

Administrateurs indépendants



NADINE DESWASIÈRE
Marketing international,
Responsabilité sociétale



PIERRE JOURDAIN
Finances, Risques,
fusions-acquisitions



CHRISTINE MONDOLLOT
Grande distribution, Stratégie,
Marketing, International



NICOLAS LE CHATELIER
Joint-ventures, Marketing,
Ventes, International

Administrateurs représentant les salariés actionnaires



OLIVIER FUZEAU

6

RÉUNIONS EN 2021

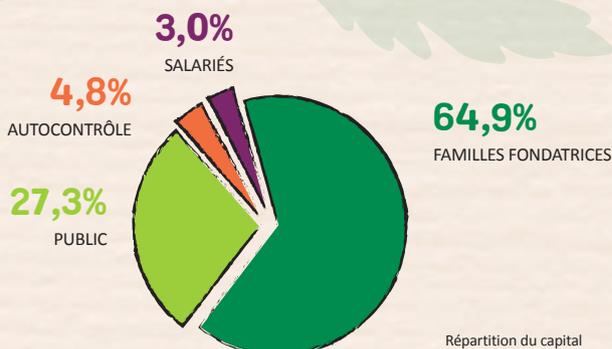
94%

TAUX D'ASSIDUITÉ



VINCENT ROQUEBERT

Un actionnariat solide,
majoritairement familial,
qui garantit indépendance
et vision long-terme



Répartition du capital
au 31 décembre 2021.

Les comités spécialisés

Le Conseil d'Administration s'appuie dans ses prises de décision sur trois comités spécialisés :

Comité Responsabilité Sociétale d'Entreprise :

- 2 réunions
- 100% d'assiduité

Comité de rémunérations et nominations :

- 1 réunion
- 100% d'assiduité

Comité Audit et Risques :

- 4 réunions
- 100% d'assiduité

Le comité exécutif

Le comité exécutif construit et adapte la stratégie de l'entreprise et s'assure de son exécution. Il pilote l'activité et permet de renforcer la cohésion des équipes et le partage d'une vision commune. Il s'appuie sur un comex élargi d'une cinquantaine de personnes, en charge du déploiement de la stratégie à tous les niveaux de l'entreprise.



Dirigé par **Billy SALHA**, il est constitué de **11 PERSONNES** représentant les principales fonctions et Directions de l'entreprise.



Directeur Général



**Directeur Général
GMS France**



**Directrice Générale
Pôle B to B**



**Directeur Général des
Opérations**



**Directeur des
Ressources
Humaines Groupe**



**Directrice RSE &
Communication**



**Directeur
Administratif
et financier**



**Directeur
Juridique**



**Directeur
Systèmes
d'information**



**Directeur
Digital & CRM**



**Project
Management
Officer Groupe**

“CONCILIER DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE : UN CERCLE VERTUEUX”

1. UNE ORGANISATION PAR ACTIVITÉS

Pour nous assurer de rendre le bon *vraiment* accessible à tous, nous proposons nos produits sur 5 canaux de distribution :

En Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) au rayon Libre-service

3 marchés sur lesquels Fleury Michon occupe une place incontournable :

1

Charcuterie (jambon de porc, jambon de volaille, charcuterie cuisinée)

2

Surimi

3

Plats cuisinés individuels



UNE MARQUE AU CŒUR DU QUOTIDIEN DES FRANÇAIS



351 M

DE PRODUITS VENDUS PAR AN



3^e

MARQUE NATIONALE*

*Source : classement Kantar France des marques PGC - FL

En GMS, au rayon Frais emballé

Des solutions repas complémentaires adressées aux consommateurs

- Produits apéritifs et festifs.
- Plats cuisinés frais.

Une offre qui profite de l'agilité de notre structure commerciale Paso et de la puissance industrielle de la marque Fleury Michon.

PASO TRAITEUR
ARRÊTEZ TOUT C'EST L'APÉRO!

Frais Emincés





En B to B

Un service de livraison de plateaux repas et cocktails en entreprises :

- Proposer une offre de repas variée (petit-déjeuner, plateaux-repas, buffets, cocktail, cuisine asiatique, italienne, libanaise, offre végétarienne...).
- Un **développement responsable** au travers de plats sains, bons et responsables, grâce à des emballages écologiques.
- Accompagner les nouveaux enjeux des entreprises en adoptant une **offre digitalisée**.

Fleury Michon Santé

- Développée en 2009.
- 3,7 millions de plats cuisinés livrés auprès de 103 établissements de santé en 2021.

En catering aérien à l'international

Distribution de plateaux repas dans les avions au départ de l'Amérique du nord et de l'Europe

- Fleury Michon Amérique, localisé au Canada (Québec - acquisition 2006).
- Marfo, localisé aux Pays-Bas (acquisition 2019).
- Diversification des offres vers le marché de la RHF pour Marfo, avec le développement de ses offres à destination des établissements de santé (cliniques allemandes, hollandaises, etc...) et autres administrations publiques (prisons, armées, etc...).
- Diversification des offres vers la grande distribution pour Fleury Michon Amérique (Costco, Métro, etc...).



En Espagne

Partenariat avec la société espagnole Platos Tradicionales depuis 2006

- Joint venture.
- Développer le marché des plats cuisinés en Europe en s'associant à des spécialistes locaux.
- Fournisseur de la chaîne de distribution Mercadona de plats préparés (poulets rôtis, barquettes bois, gratins, etc...).



Une production principalement basée en Vendée, un rayonnement national et à l'international



3 451

SALARIÉS*

*Hors joint venture



11 391

EMPLOIS DIRECTS ET INDIRECTS



751 M€

DE PIB GÉNÉRÉ



2. NOTRE MODÈLE DE CRÉATION DE VALEUR : CONCILIER

NOS RESSOURCES

Un actionnariat stable et familial depuis **1905**
Centre de décision de proximité



3 451

COLLABORATEURS
ENGAGÉS



14

SITES INDUSTRIELS DONT
11 EN FRANCE ET 8 EN VENDÉE

- Un savoir-faire porté par des charcutiers-traiteurs de métier **depuis 1905**
- Une politique nutrition **depuis 1999**
- Des filières de qualité **depuis 1974**



45

COLLABORATEURS R&D,
QUI TRAVAILLENT AU SERVICE
DE L'INNOVATION

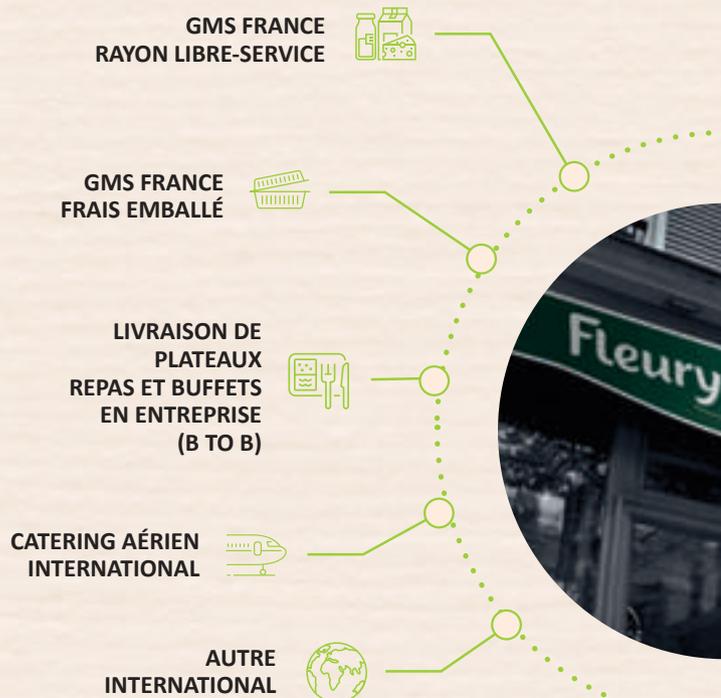


5

BÉNÉFICES
POUR NOS
CONSOUMATEURS

NOS ACTIVITÉS

Des offres adaptées à nos marchés et aux attentes de chacun de nos archipels de consommateurs pour assurer la pérennité et l'indépendance financière de l'entreprise.



NOS PARTIES

- * Interne : collaborateurs, futurs collaborateurs, partenaires sociaux, conseil d'administration
- * Fournisseurs
- * Clients distributeurs

Nos valeurs

- Excellence du service clients et consommateurs
- Respect mutuel
- Confiance réciproque
- Adaptation continue
- Intérêt collectif durable
- Exigence et Bienveillance

PERFORMANCE ÉCONOMIQUE ET RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

NOTRE PROJET

Aider les Hommes à Manger Mieux Chaque Jour : un projet d'entreprise écrit en 2015, ancré dans une démarche de dialogue et de responsabilité, structuré autour de 5 piliers.



NOS CONSOMMATEURS

Proposer des produits toujours plus savoureux et sains, pratiques, à des prix accessibles à tous



NOS FILIÈRES

Contribuer à des pratiques agricoles, d'élevage et de pêche plus durables et respectueuses



NOTRE ENVIRONNEMENT

Limiter notre empreinte environnementale



NOS COLLABORATEURS

Promouvoir la qualité de vie au travail



NOS TERRITOIRES

Contribuer à la vie de nos territoires



PRENANTES

- * Consommateurs
- * Institutions/société civile
- * Apporteurs de capitaux financiers

Nos principes de conduite éthique

- Respecter et promouvoir la loyauté des affaires
- Protéger et promouvoir l'entreprise
- Respecter les hommes et les femmes

NOS RÉSULTATS 2021



705,6 M€

DE CHIFFRE D'AFFAIRES



11 391

EMPLOIS SOUTENUS EN FRANCE¹



1 emploi

CHEZ FLEURY MICHON

= 2,7

EMPLOIS SUPPLÉMENTAIRES SOUTENUS EN FRANCE¹



> 99%

TAUX DE SERVICE LOGISTIQUE CLIENTS



2^e EMPLOYEUR PRIVÉ EN VENDÉE
→ 1^{er} employeur dans l'agro-alimentaire vendéen



2 900

COLLABORATEURS SENSIBILISÉS À LA DÉMARCHE « ENSEMBLE VERS LE ZÉRO ACCIDENT »

La marque « Fleury Michon » :

- Meilleurs taux de réachats du marché : jambon de porc 60%, blanc de volaille 61%, plats cuisinés individuels 57%, bâtonnet « moelleux » 51%.
- Consommée par 77.9% des foyers français.
- 351 M de produits vendus par an.

Source : KANTAR à fin 2021 et interne.

Une position de leader sur la plupart de nos marchés :



EN CHARCUTERIE



EN PLATS CUISINÉS INDIVIDUELS



TRAITEUR DE LA MER

Source : IRI CAM P13 2021 valeur total France - marque nationales.

NUTRI-SCORE



92%

NUTRI-SCORE A + B + C

Innovations 2021 :

Charcuterie Conservation **sans nitrite**, Gamme Filière Française
Éleveurs Engagés **conditionnée en pack carton**

(1) Source : Cabinet Utopies sous la marque Local Footprint©, 2020. Périmètre de l'étude : entités FMLS et FMSA, Société d'Innovation Culinaire (Cambrai) et Charcuteries Cuisinées de Plélan (Plélan).



3. NOS RÉALISATIONS EN 2021



1 million

DE KM ÉCONOMISÉS CHAQUE ANNÉE EN RÉGIONALISANT NOS PLATEFORMES LOGISTIQUES, SOIT 1 031 TONNES DE CO²



43%

DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE NOTRE CHARCUTERIE EN CONSERVATION SANS NITRITE



92%

DES PRODUITS SONT AUJOURD'HUI NOTÉS NUTRI-SCORE A, B OU C



130

ÉLEVEURS ENGAGÉS



5000

VACCINS COVID-19 RÉALISÉS POUR NOS COLLABORATEURS ET HABITANTS DU TERRITOIRE



5000 t

DE CO² ÉCONOMISÉES GRÂCE À NOTRE CONTRIBUTION À LA STATION DE MÉTHANISATION



200€

VERSEMENT D'UNE PRIME EXCEPTIONNELLE DE POUVOIR D'ACHAT EN COMPLÉMENT DE LA PRIME D'INFLATION DU GOUVERNEMENT DE 100€



400

MILLIONS D'EMBALLAGES ÉVITÉS GRÂCE À LA RÉDUCTION DU PLASTIQUE ET L'UTILISATION DE BOIS, VERRE OU CARTON

Fleury Michon

Maison Familiale & Vendéenne depuis 1905



UN PROJET D'ENTREPRISE AUTOUR DE 5 PILIERS

NOTRE DÉMARCHE POUR ALLER “DANS LE BON SENS”

**DANS
LE BON
SENS**

Depuis toujours, petits pas par petits pas, innovation après innovation, nous nous mettons en œuvre de marche pour aller dans bon sens :

- En améliorant le goût et la qualité nutritionnelle de nos produits pour nos consommateurs.
- En faisant progresser les filières avec nos partenaires.
- En réduisant nos emballages pour préserver la planète.
- Et en permettant à chacun, en interne, de mettre du sens dans son travail au quotidien.

Un projet d'entreprise
qui s'appuie sur

5 Piliers RSE

Nos consommateurs

Proposer des produits toujours plus savoureux et sains, pratiques à des prix accessibles à tous



Nos filières d'approvisionnement

Contribuer à des pratiques agricoles, d'élevage et de pêche plus durables et respectueuses



Notre environnement

Limiter notre empreinte environnementale



Nos collaborateurs

Promouvoir la qualité de vie au travail



Nos territoires

Contribuer à la vie de nos territoires



NOS CONSOMMATEURS

PROPOSER DES PRODUITS TOUJOURS PLUS SAVOUREUX ET SAINS, PRATIQUES, À DES PRIX ACCESSIBLES À TOUS

Depuis 1999, Fleury Michon a établi un contrat de base très précis permettant de proposer la recette du bon la plus savoureuse, saine, pratique et accessible à tous.

Elle tient en une simple équation :

$$\begin{matrix} \text{PLAISIR} & + & \text{NUTRITION} \\ + & \text{ACCESSIBILITÉ} & + & \text{TRANSPARENCE} \end{matrix}$$



FAIRE PLAISIR

Chez Fleury Michon, nous sommes convaincus depuis toujours que le “manger mieux” passe par le plaisir. Le bon produit est celui qui est bon pour la santé et la société, mais aussi celui qui procure des émotions positives. Saveurs, odeurs, textures, c’est par l’envie que commence la démarche vers une meilleure alimentation. Notre démarche d’innovation privilégie des produits de qualité qui régaler les sens :

- La **sélection d’ingrédients** de qualité et l’application de savoir-faire uniques.
- Une **cuisine d’essai**, conçue selon les conseils de grands chefs.
- Des **méthodologies** d’évaluation sensorielle.
- Une démarche de **collaboration avec des chefs** étoilés comme Frédéric Simonin (apprenti de Joël Robuchon).

NOURRIR SAINEMENT

Parce que nous pensons que chacun devrait pouvoir accéder en toute simplicité à une alimentation saine, nous améliorons progressivement chacune de nos recettes et agissons pour :

- La **suppression des additifs** dans la limite de la sécurité alimentaire.
- Un **Nutri-Score A, B ou C** sur 92% de notre offre.
- La **réduction des substances controversées** (exemple : la gamme de charcuterie sans nitrite).
- L’**élaboration de recettes** de moins en moins transformées.

18
ADDITIFS UTILISÉS
SUR LES + DE 300
AUTORISÉS

NOTRE CONTRIBUTION
AUX OBJECTIFS DU
DÉVELOPPEMENT DURABLE :





La collaboration avec Fleury Michon est un apport mutuel, un échange sur beaucoup de technicité, sur la production... savoir comment rendre ce que l'on fait à petite échelle sur une plus grande. Et surtout, **donner du plaisir à ceux qui vont consommer les produits.**

Prendre la suite de Joël Robuchon, c'est une « pression » saine, car il a marqué le siècle de son nom. C'est une fierté de lui succéder dans cette démarche.

FRÉDÉRIC SIMONIN, MEILLEUR OUVRIER DE FRANCE

RENDRE LA QUALITÉ ACCESSIBLE

Rendre accessible c'est faire entrer des produits de qualité dans le quotidien de tous les français. Chez Fleury Michon, c'est une priorité qui se concrétise :

- En proposant un **rapport qualité-prix juste** et durable.
- En développant des **produits adaptés** par segments de marché.
- En **améliorant la qualité** de nos produits de façon continue - en allant au delà des réglementations en vigueur.
- En proposant aux établissements de santé des **plats cuisinés adaptés aux pathologies** de chaque patient.

ÊTRE TRANSPARENTS

Offrir la transparence à nos consommateurs est la meilleure manière de les rendre acteurs de leur alimentation. Nous croyons que la transition vers le manger mieux n'est possible que si chacun a les moyens de faire des choix éclairés sur le contenu de son assiette. Alors comment faire progresser l'accès à l'information alimentaire ?

- En étant le 1^{er} industriel à s'engager sur l'étiquetage volontaire du **Nutri-Score en 2017.**
- En mettant en place le **partage automatique de nos données** auprès des applications de scan alimentaire.
- Grâce à des **conseils sur la portion** et la fréquence de consommation recommandées sur notre site internet.
- **En priorisant l'écoute des consommateurs** : traitement des demandes auprès du service consommateurs en une demi-journée.



LE JAMBON SIMPLEMENT BIO

Le vrai progrès pour nous, c'est de démocratiser et ancrer réellement le « Bon » pour tous et toutes. Alors, chaque jour, nous nous engageons pour que chacun puisse bénéficier d'une alimentation saine, responsable et délicieuse.

Le Jambon Simplement bio est un bon exemple de cette continuelle recherche de bon accessible à tous : nous avons associé notre savoir-faire charcutier au cahier des charges de l'agriculture biologique, afin de proposer à tous un jambon élaboré exclusivement à partir de porc issu d'élevages respectant le cahier des charges de l'agriculture biologique. Et on ne compte pas s'arrêter là !



NOS FILIÈRES

2

CONTRIBUER À DES PRATIQUES AGRICOLES, D'ÉLEVAGE ET DE PÊCHE PLUS DURABLES ET RESPECTUEUSES

Cultiver, élever et pêcher de façon plus durable et faire progresser les filières : c'est ce qui nous anime depuis 1973.

Nous pensons qu'en favorisant les filières et en travaillant avec les parties prenantes concernées pour améliorer les conditions de bien-être animal, nous contribuerons, par notre action et à notre niveau, à faire progresser les filières d'élevage.



CRÉER DES FILIÈRES QUALITATIVES

L'avantage lorsque que l'on est créateur ou co-créateurs de filières, c'est qu'on a la possibilité d'y insuffler des démarches de progrès, en lien avec les attentes de la société.

De la conception à la transformation, en passant par la production et la fabrication, les filières Fleury Michon c'est :

- **Une charte achat** stricte, qui permet une progression des filières d'élevage en terme de qualité sanitaire et technique, mais aussi une exigence commune de qualité avec les fournisseurs.
- Une stratégie de **co-crédation de filières** : des liens étroits avec les fournisseurs à chaque étape de la chaîne.
- Un travail perpétuel avec les acteurs locaux : création de la SAS Le Champ du Possible en 2016 avec des agriculteurs locaux. Un projet de développement durable à travers la production de légumes bio, basé à moins de 50km de nos usines.

PRENDRE SOIN DU VIVANT

Le bien-être animal est au cœur de notre projet d'entreprise. Chez Fleury Michon, il est essentiel que les animaux qui permettent l'élaboration de nos produits soient bien traités **à toutes les étapes de leur vie.**

- Généralisation progressive de porcs issus de mâles entiers (non castrés) pour nos filières d'approvisionnement conventionnelles.
- **Réduction** de l'utilisation d'antibiotiques chez les animaux.
- Adhésion à **l'Association Etiquette Bien-Être Animal** pour travailler sur un étiquetage permettant de progresser collectivement sur le bien-être animal du porc.
- Garantie à 100% d'œufs pondus au sol (hors cage) dans nos recettes.
- Certification de la chair de poisson de notre surimi Pêche Responsable.
- Soutien de filières de charcuterie de qualité depuis 1973 : Label Rouge, Bio, Bleu Blanc Cœur...
- Co-crédation en 2018 de Théligny, élevage pilote de porc Bio Français **engagé pour le bien-être animal.**

CHIFFRES CLÉS



6

C'EST LE NOMBRE DE PARCS DE MATERNITÉ SUR 15 HA. THÉLIGNY, C'EST UN ÉLEVAGE PILOTE POUR DE NOUVELLES PRATIQUES DE BIEN-ÊTRE ANIMAL



100%

C'EST LE POURCENTAGE DE NOS LENTILLES ET PETITS POIS ISSUS D'UNE AGRICULTURE LOCALE ET VENDÉENNE ! C'EST AUSSI CELUI DE NOS ŒUFS DE POULES ÉLEVÉES HORS CAGE.



130

ÉLEVEURS PARTENAIRES BÉNÉFICIAIRES D'UNE MEILLEURE RÉMUNÉRATION



“

À Théligny, on ne gère pas les cochons de la même manière qu'ailleurs. Le bien-être animal est prioritaire et finalement, celui de l'éleveur avec.

Il n'y a pas de mauvaises idées, juste des idées. Je ne me mets pas de limites pour prendre de l'expérience. J'ai encore tout à apprendre.

”

LUCIEN FEILLU,
ÉLEVEUR À LA FERME DE THÉLIGNY

RÉMUNÉRER LES ÉLEVEURS À LEUR JUSTE VALEUR

Rémunérer les éleveurs à leur juste valeur - c'est sensé ! Le but de nos filières qualité est de construire avec les éleveurs **des filières d'approvisionnements durables** permettant à tous les acteurs **de vivre de leur travail**. Chez Fleury Michon, nous nous engageons :

- Au sein des filières Label Rouge et Filière Française d'Éleveurs Engagés.
- À Théligny, une contractualisation d'une durée de 7 ans avec nos partenaires pour leur apporter visibilité et pérennité économique.

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE :



SOUTIEN DE LA FILIÈRE FRANÇAISE

Dans un contexte de difficultés de la filière porcine française, nous avons réaffirmé notre démarche historique avec 3 engagements concrets :

1. Donner la priorité aux approvisionnements français à chaque fois que possible sur la base de 4 critères : qualité, disponibilité, sécurité des approvisionnements et accessibilité pour nos consommateurs ;
2. Augmenter notre part d'approvisionnement en viande de porc française en la portant jusqu'à 2/3 de nos achats, tant que les cours resteront à des niveaux insuffisants ;
3. Basculer l'approvisionnement de notre gamme de rôtis de porc en viande 100% origine France.

NOTRE ENVIRONNEMENT 3

LIMITER NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

Nous privilégions deux champs d'actions prioritaires pour limiter notre empreinte environnementale :

- Réduire l'impact écologique des emballages
- Réduire l'impact écologique de nos activités



RÉDUIRE L'IMPACT

ÉCOLOGIQUE DE NOS EMBALLAGES

Parce que nous sommes conscients des enjeux environnementaux et de leur évolution constante, nous agissons à toutes les étapes du cycle de vie de l'emballage.



- Passage de la gamme jambon "Filière Française Éleveurs Engagés" en pack carton = **60% de plastique en moins.**

- Suppression du noir de carbone = **100%** de nos barquettes de plats cuisinés en plastique sont **recyclables.**



- Gamme de plats cuisinés dans des barquettes en bois = **84% de plastique en moins.**



- Utilisation de cassolettes en verre pour certains plats cuisinés : l'emballage devient **recyclable à 99,5%.**

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE :



CHIFFRES CLÉS



400 millions

D'EMBALLAGES PLASTIQUES ÉCONOMISÉS DEPUIS 10 ANS



28%

DE PLASTIQUES RECYCLÉS DANS LA BARQUETTE DE JAMBON



-80%

DE PLASTIQUE GRÂCE À L'UTILISATION D'UN CONTENANT EN BOIS SUR NOTRE GAMME DE PLATS CUISINÉS



381 tonnes

DE PRODUITS REDISTRIBUÉS AUX ASSOCIATIONS POUR AIDER LES PLUS DÉMUNIS EN 2021



Pour le réaménagement des derniers bureaux, nous profitons de la proximité de la centrale froid. Nous supprimons ainsi l'utilisation de fluide frigorigène de nos groupes de climatisation vieillissants. La récupération de chaleur permet de chauffer l'atelier de maintenance et l'eau chaude sanitaire – ce qui diminue significativement l'utilisation de gaz naturel.

**CLÉMENT CHEVALLIER,
TECHNICIEN MAINTENANCE ÉNERGIE**

RÉDUIRE L'IMPACT

ÉCOLOGIQUE DE NOS ACTIVITÉS

Pour réduire l'impact écologique de nos activités, nous nous devons d'avoir une bonne gestion des énergies et une vigilance accrue sur notre consommation. Concrètement, nous agissons pour décarboner nos activités, avec pour priorité la réduction de l'impact de chacun de nos sites de production.

→ **Augmentation de notre performance énergétique :**

DEPUIS 2008, AMÉLIORATION DE NOTRE INDICATEUR DE PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE DE

27%

-1 MILLION

DE KM, SOIT 1031 TONNES

DE CO² GRÂCE À LA RÉGIONALISATION DE NOS PLATEFORMES LOGISTIQUES.



© Pascal Léopold

→ **La maîtrise de nos consommations : participation à**

-5000T

DE CO² GRÂCE À LA STATION DE MÉTHANISATION DE CHANTONNAY.

→ Fleury Michon s'est fixé pour objectif de rendre **100% de ses emballages plastiques mis en marché recyclables ou réutilisables d'ici 2025.**



RECYCLAGE, VALORISATION ET RÉUTILISATION

- Nous récupérons la chaleur émise par les machines de nos sites et réchauffons l'eau sanitaire ainsi que les locaux techniques : en 2023, sur l'ensemble de nos sites rénovés, c'est une économie d'énergie estimée de 14 000 MWh par rapport à 2020, soit la consommation annuelle d'une ville comme Dinard (Bretagne).
- Grâce à la valorisation énergétique, nous comptons améliorer de 16% notre efficacité, gaz et électricité consommés par kg de produit d'ici 2030.

LE SAVIEZ-VOUS ?

10 MWh, c'est l'équivalent de 1 an de consommation de gaz moyen d'un foyer

NOS COLLABORATEURS

4

PROMOUVOIR LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Chez Fleury Michon, la préoccupation de l'Humain est au cœur de l'entreprise.

C'est pourquoi, nous priorisons la qualité de vie de nos collaborateurs grâce à des mesures concrètes pour leur protection, leur employabilité et leur bien-être.



PROTÉGER NOS COLLABORATEURS

Pour s'assurer de la bonne sécurité et du bien vivre de nos collaborateurs, nous avons élaboré la démarche "Ensemble vers le zéro accident" depuis 2017 :

2

DIVISION PAR
DU TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS ENTRE 2016 ET 2021

- Amélioration au quotidien de la sécurité à travers le système de management.
- Animation des **6 règles d'or**.



NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE :



CHIFFRES CLÉS



4,5%

DE LA MASSE SALARIALE
CONSCRÉE À LA FORMATION



115

STAGIAIRES, APPRENTIS,
ALTERNANTS EN 2021



20h

LE NOMBRE D'HEURES
DE FORMATION PAR
COLLABORATEUR EN 2021



279

MOBILITÉS PROFESSIONNELLES
EN 2021



“ Promouvoir l'égalité professionnelle entre tous est un axe fort de la politique RH chez Fleury Michon. Il se matérialise notamment par un score de 88/100 à l'index égalité professionnelle entre les hommes et les femmes dont nous sommes fiers et que nous continuerons de faire évoluer positivement. De nombreux postes clés sont occupés par des femmes au sein de l'entreprise. En 2021, sur l'ensemble des recrutements hors production, tous contrats confondus, nous avons recruté 52 % de femmes. ”

ANTOINE BELOT
DIRECTEUR DES RESSOURCES HUMAINES

S'ASSURER DE LEUR DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Parce que nous sommes convaincus que nos hommes et nos femmes sont notre plus grande force, nous mettons tout en place pour leur épanouissement professionnel :

56 027 HEURES DE FORMATION
DISPENSÉES EN 2021, SOIT :

- 7 diplômes.
- 163 certifications.
- 405 habilitations.

PROMOUVOIR LE « BON VIVRE » AU TRAVAIL

Pour que chacun puisse s'accomplir pleinement au quotidien, le cadre de travail est la condition du bien-être de nos collaborateurs :

- **Un parcours d'intégration** riche s'étalant sur 1 an pour l'ensemble des nouveaux embauchés en CDI :
 - livret d'accueil présentant l'entreprise et tous les services accessibles.
 - attribution d'un parrain / marraine.
 - séminaire de 2 jours pour se rencontrer entre services, présenter les différentes équipes de l'entreprise, visiter une unité de production, rencontrer le Directeur Général.
- **La Commission Sport Fleury Michon**, composée d'au moins un référent sur chaque site de l'entreprise, anime des temps forts et des événements pour encourager la pratique sportive.



LA DÉMARCHE #CAMPUSFLEURY

Renforcer le lien entre les écoles du territoire et l'entreprise est un bénéfice mutuel pour tous. Cette démarche permet aux écoles de faire évoluer en permanence leurs programmes en lien avec les attentes des entreprises, aux jeunes diplômés de s'insérer plus facilement dans le monde du travail et aux entreprises d'accueillir des profils compétents adaptés à leurs besoins.

Pour cela, nous avons mis en place la démarche Campus Management #CampusFleury en formant 24 ambassadeurs internes directement impliqués dans les écoles partenaires du territoire. Ils interviennent régulièrement sur leurs domaines d'expertises (séminaires, cas d'entreprise, tables rondes, témoignages...).

NOS TERRITOIRES

5

CONTRIBUER À LA VIE DE NOS TERRITOIRES D'IMPLANTATION

Parce que Fleury Michon est une entreprise centenaire et familiale, culturellement ancrée sur son territoire où elle s'est historiquement développée, nous avons la conviction que notre responsabilité passe par :

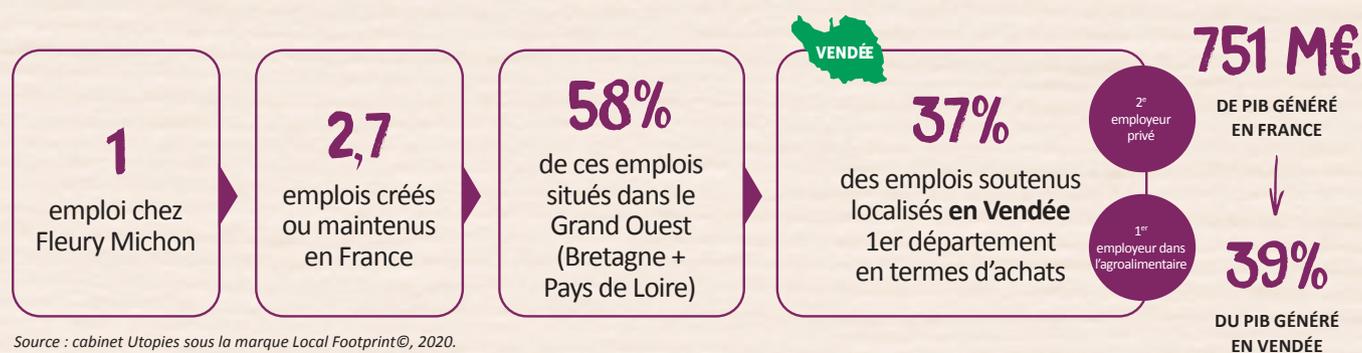
- Une **présence active** dans la vie des territoires,
- Et une **implication dans les réseaux** professionnels, associatifs, éducatifs ou encore académiques.

Un tel engagement est gage de confiance pour nos parties prenantes, et contribue à un modèle d'entreprise plus responsable et conscient de son impact territorial.

© Alexandre Lamoureux



CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE NOS TERRITOIRES



Source : cabinet Utopies sous la marque Local Footprint®, 2020.
Périmètre de l'étude : entités FMLS et FMSA, Société d'Innovation Culinaire (Cambrai) et Charcuteries Cuisinées de Plélan (Plélan)

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE :



LE SAVIEZ-VOUS ?

Pour l'emploi, Fleury Michon est classée 7^e sur 41 entreprises dans le secteur agroalimentaire dans la catégorie meilleur employeur 2022 pour les entreprises de plus de 500 salariés

(Source : Capital, Comment gérer les conflits, nos solutions pour en sortir gagnant, Février 2022)



Le partenariat Nutrition avec Fleury Michon permet de transmettre aux jeunes licencié(e)s des réflexes alimentaires simples et adaptés et de les inciter à s'alimenter sainement et régulièrement tout au long de la journée. Ces outils précieux et efficaces contribuent pleinement à la formation de nos jeunes footballeurs !

KÉVIN BELY

COORDINATEUR, ADJOINT N3, ENTRAÎNEUR R3
POUZAUGES BOCAGE FOOTBALL CLUB VENDÉE

S'ENGAGER POUR LA VIE ASSOCIATIVE

Nous nous associons aux acteurs locaux dans des projets d'éducation à l'équilibre alimentaire et l'activité physique.

Depuis 2016, Fleury Michon apporte du sens dans ses partenariats, via **la diffusion d'un outil pédagogique** des fondamentaux de la nutrition.

Des objectifs pédagogiques sont élaborés en fonction de sous-catégories d'âge : 6-8 ans, 9-11 ans, 12-15 ans et 16-18 ans.

+ DE 5000

ENFANTS SENSIBILISÉS CHAQUE ANNÉE

24

CLUBS PARTENAIRES



**DANS
LE BON
SENS**

ÊTRE AU PLUS PRÈS DES PARTIES PRENANTES LOCALES

En parallèle de l'enjeu croissant de la souveraineté alimentaire, la nécessité d'agir pleinement en tant qu'acteur local s'intensifie. Chaque année, nous travaillons étroitement avec les élus locaux pour aborder ensemble les thématiques clés du territoire.

Une réunion annuelle à laquelle nous convions les maires des communes d'implantation, les responsables du département et de la région nous permet de co-construire des solutions adaptées pour l'emploi, l'attractivité du territoire, le logement et l'inclusion dans un esprit d'agilité.

Fleury Michon

Maison Familiale & Vendéenne depuis 1905



FLEURY MICHON

Direction RSE et Communication

BP1 – Route de la Gare – 85707 Pouzauges Cedex – France

Tel. : 00 33 (0)2 51 66 32 32

<https://www.fleurymichon.fr/contact>



<https://fr.linkedin.com/company/fleury-michon>



<https://twitter.com/fleurymichon>



www.facebook.com/FleuryMichon



www.instagram.com/FleuryMichon



www.fleurymichon.fr



**DANS
LE BON
SENS**



Ce document a été réalisé par un imprimeur éco-responsable sur du papier d'origine certifiée