

# WE CARE

**RAPPORT  
DE RESPONSABILITÉ  
SOCIÉTALE  
ET ENVIRONNEMENTALE**  
2022/2023

**== Cérélia ==**

Founded on trust, inspired by food

# SOMMAIRE

01



## **We are Cérélia** .02

- .04 Nos chiffres clés
- .05 Notre modèle est fondé sur trois grands piliers
- .05 Nos valeurs nous ressemblent et nous rassemblent
- .10 Un modèle économique et humain durable
- .11 Notre chaîne de valeur en chiffres

02



## **Nos usines, nos produits** .16

- .18 Nos usines et certifications
- .20 Nos produits

03



## **We are Cérélia and We care** .24

- .26 La communauté Cérélia
- .28 Une histoire de plus de 20 ans
- .30 La RSE au cœur de la Gouvernance Cérélia
- .32 La boussole RSE
- .34 Réduire notre empreinte industrielle
- .44 Assurer un approvisionnement responsable
- .54 Engager nos collaborateurs
- .58 Répondre aux attentes des consommateurs

04



## **Nos perspectives** .60

- .62 Cérélia contribue aux Objectifs de Développement Durable des Nations Unies
- .64 Notre inspiration pour les prochaines décades
- .65 Bilan des indicateurs

# 01

## WE ARE CÉRÉLIA

Nous sommes des experts-boulangers, entrepreneurs créatifs et proches de nos clients, Nous facilitons la vie de tous en préparant la base de repas sains et de moments gourmands.

### **Bon, très bon**

Depuis 50 ans, nous produisons toute une variété de produits uniques et savoureux, pâtes à tarte, pâtes à pizza, pancakes, gaufres et cookies.

### **Mieux manger, c'est mieux vivre**

Nos produits portent notre exigence : pas de bonne pâte sans une filière saine, contrôlée, et des partenaires fiables. C'est une question d'équilibre.

### **Au plus près...**

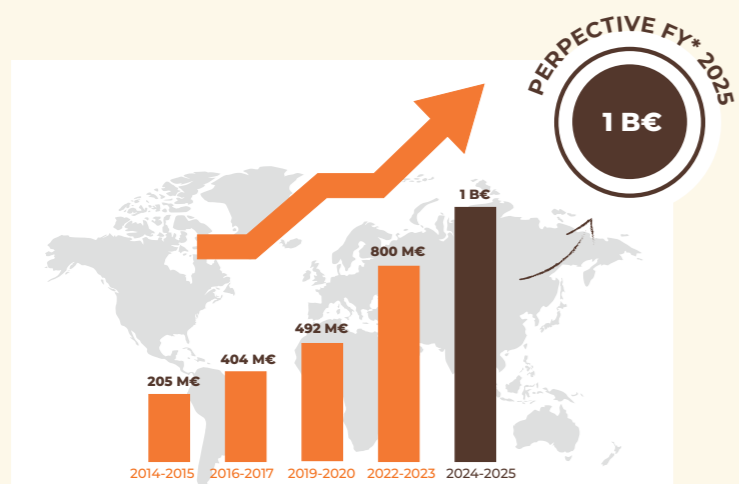
Nos sites de production et de distribution sont au plus près de nos clients et de nos consommateurs. Nous sommes au cœur de notre communauté, à l'écoute et réactifs.

### **L'esprit gagnant**

Un esprit unique, une force unique : nous sommes partout animés par une même envie, un même objectif. Place à l'initiative et au mouvement !



## NOS CHIFFRES CLÉS



**Croissance annuelle du chiffre d'affaires**

**X 4 EN 10 ANS**

\*FY: Fiscal Year. Année fiscale Cérélia : 1<sup>er</sup> juillet au 30 juin de chaque année.



**1 983 employés**  
EN EUROPE,  
AMÉRIQUE DU NORD  
ET ASIE



**12 USINES DE PRODUCTION**  
à la pointe de la technologie



PLUS DE **350** CLIENTS

DANS **50** PAYS

Retail, Food service  
et Industrial partners

## NOTRE MODÈLE EST FONDÉ SUR TROIS GRANDS PILIERS



LA CULTURE DE L'**EXCELLENCE** OPÉRATIONNELLE



LE SENS DE L'**INNOVATION**



QUALITÉ SUPÉRIEURE  
**100% SÉCURITÉ ALIMENTAIRE**

## NOS VALEURS NOUS RESSEMBLENT ET NOUS RASSEMBLENT

Travailler chez Cérélia, c'est vivre au quotidien les valeurs qui nous ressemblent et nous rassemblent. Cet état d'esprit Cérélia est authentique. Il prend sa source dans notre ADN d'entrepreneur et dans notre profonde culture du respect de nos collaborateurs et de nos partenaires.

### ESPRIT ENTREPRENEURIAL



Chaque jour est une nouvelle opportunité

- Leadership
- Créativité et agilité
- Courage

### ENSEMBLE CÉRÉLIA



Construisons le succès ensemble

- Ouverture d'esprit
- Confiance et respect
- Responsabilité

### ENGAGEMENT



De l'énergie positive dans tout ce que nous faisons

- Attitude positive
- Se concentrer sur les objectifs
- Avec passion

# MODÈLE D'AFFAIRES ET CRÉATION DE VALEUR CÉRÉLIA

**WE ARE  
CÉRÉLIA  
& WE  
CARE !**



## Approvisionnement

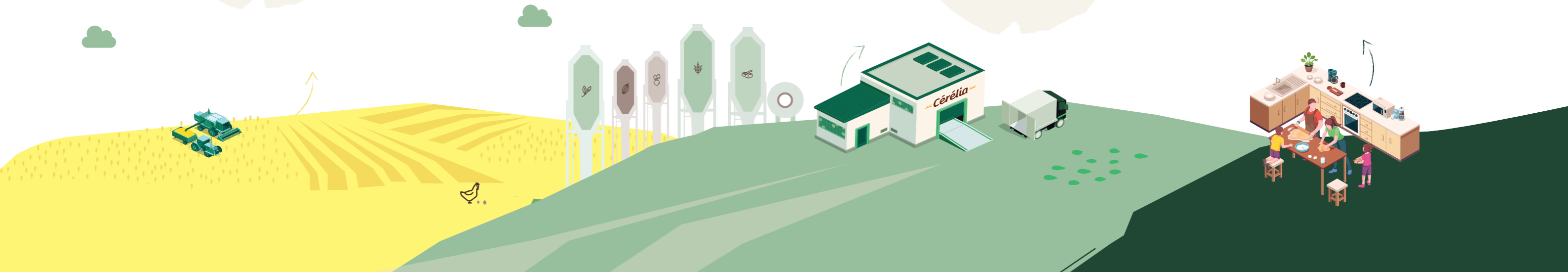
**DEPUIS  
L'APPROVISIONNEMENT  
EN MATIÈRES PREMIÈRES  
AU TRAVERS DE  
NOS 7 FILIÈRES MAJEURES**

## Transformation

**EN PASSANT  
PAR NOS 12 USINES  
EN EUROPE ET  
AMÉRIQUE DU NORD**

## Consommation

**JUSQUE DANS  
LA CUISINE  
DE NOS  
CONSO MMATEURS**



## RESSOURCES

### CAPITAL HUMAIN & SOCIÉTAL

- **1 983** collaborateurs
- **55 %** d'hommes / **45 %** de femmes dont 34,8% de femmes managers
- Écoles de la Boulangerie Cérélia

### CAPITAL FINANCIER & INDUSTRIEL

- Investissement : **250 M d'euros** de CAPEX sur les 4 dernières années
- Répartition du capital : **30 %** salariés et Friends & Family, **70 %** Ardian
- **12 sites** industriels, un parc industriel total de **162 000 m²**
- **65 lignes** de productions réparties sur 12 usines dans le monde
- **6** marques propres locales

### ENVIRONNEMENTAL

- **142,7 GWh** d'énergie consommés (électricité + gaz + fuel)
- **223 000 tonnes** d'ingrédients clés
- **24 645 tonnes** d'emballages en carton et papier (hors boîtes)

**Cérélia**  
Founded on trust, inspired by food

**SENS DE  
L'INNOVATION**

**EXCELLENCE  
OPÉRATIONNELLE**

**QUALITÉ  
SUPÉRIEURE**

## CRÉATION DE VALEUR

### HUMAIN & SOCIÉTAL

- **83,3 %** d'employés formés dans les Écoles de la Boulangerie Cérélia
- **70 %** de salariés actionnaires
- **588 T** de produits invendus donnés aux associations

### FINANCIER & INDUSTRIEL

- Environ **350 clients** dans 50 pays
- **800 M d'euros** de chiffre d'affaires
- **273 352 T** de produits fabriqués
- **18,5 %** de produits « lifestyle » vendus

### ENVIRONNEMENTAL

- **86 %** d'électricité verte
- **20,6 %** des ingrédients clés sont durables
- **98,4 %** des emballages en carton et papier sont issus de forêts gérées durablement (certifiés FSC ou PEFC)
- **42 442** arbres plantés depuis 2019



# **Cérélia est le fruit d'une aventure humaine et entrepreneuriale formidable.**

**« Si notre entreprise a pu en dix ans devenir un champion sur ses marchés, c'est en grande partie grâce à l'engagement remarquable de tous ses salariés, dont la très grande majorité est aujourd'hui devenue actionnaire de l'entreprise. »**



Guillaume Réveilhac, Président & Co-CEO Cérélia group

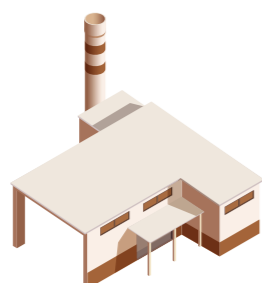
## DU CHAMP À LA CUISINE

Nous croyons en la force du collectif. C'est ensemble, partenaires, clients et collaborateurs, que nous pouvons agir, à chaque niveau de la chaîne de valeur.



Approvisionnement

Depuis l'approvisionnement en matières premières au travers de nos 7 filières majeures : farine de blé, matières grasses d'origine animale, matières grasses d'origine végétale, carton et papier, œufs, plastique et cacao...



Transformation

... en passant par nos 12 usines et plateformes logistiques en Europe et Amérique du Nord...



Consommation

... jusque dans la cuisine de nos consommateurs et de nos clients du food service.

## NOTRE CHAÎNE DE VALEUR EN CHIFFRES\*



**7** filières de matières premières majeures



PRÈS DE  
**120 000**  
tonnes  
DE FARINE DE BLÉ



**35 000**  
tonnes  
DE MATIÈRES GRASSES D'ORIGINE VÉGÉTALE



**15 000**  
tonnes  
DE SUCRE



**35 000**  
tonnes  
DE CARTON, PAPIER ET PLASTIQUE



**8 000**  
tonnes  
D'ŒUFS



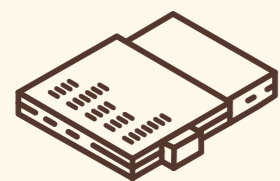
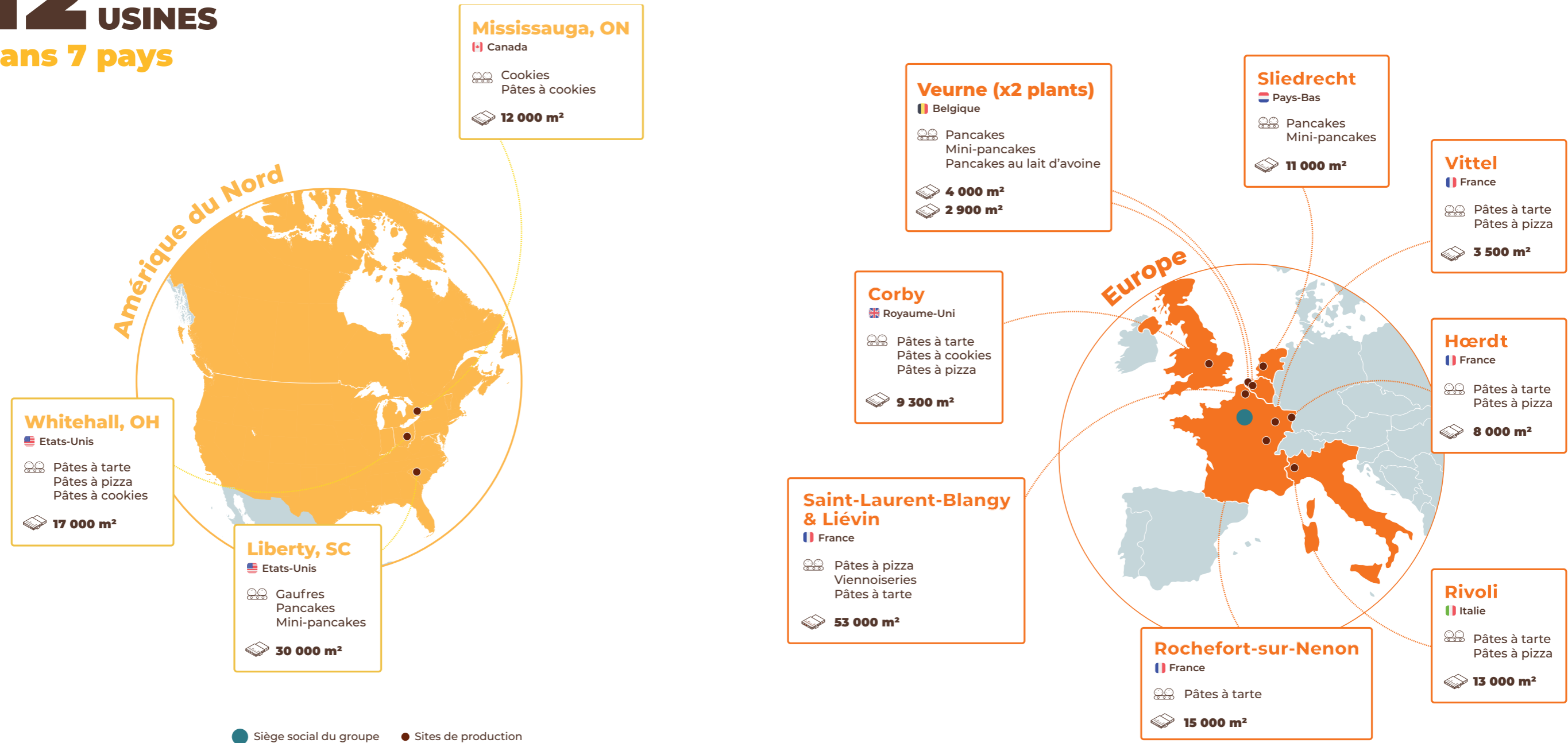
**8 000**  
tonnes  
DE MATIÈRES GRASSES D'ORIGINE ANIMALE



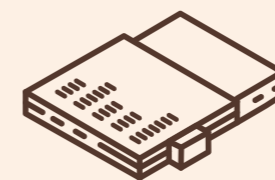
PRÈS DE  
**2 000**  
tonnes  
DE CACAO

\*Chiffres exprimés en volume acheté - 2022/2023

# 12 USINES dans 7 pays



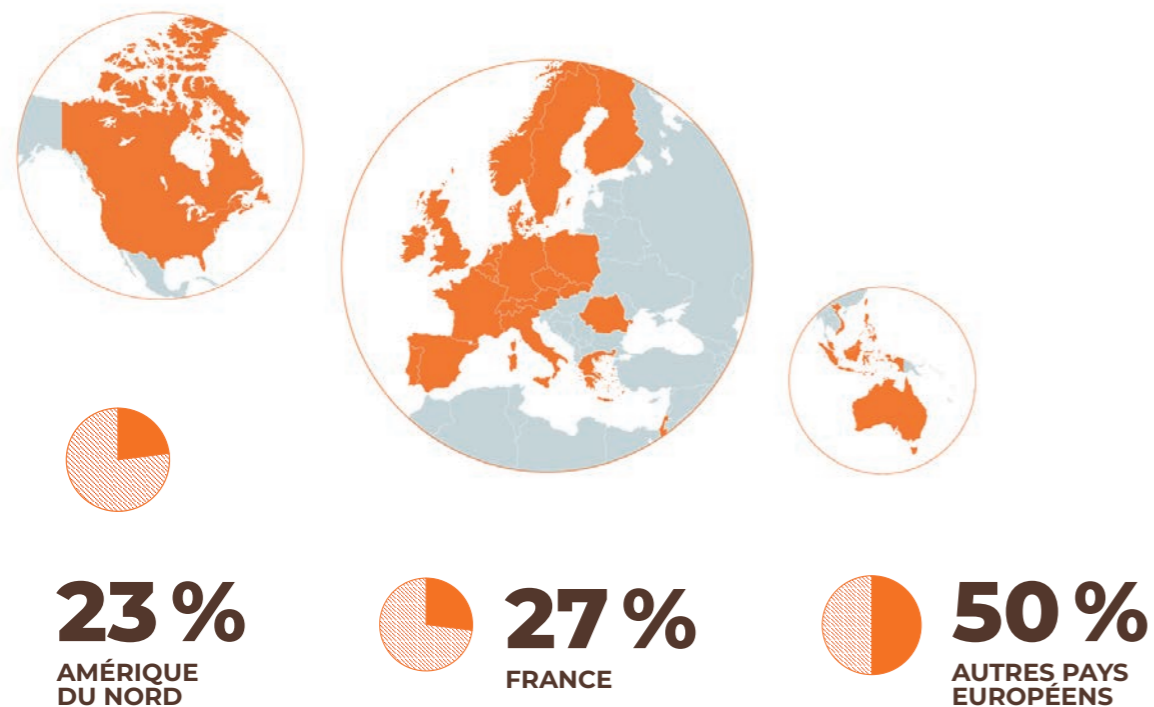
**3 usines en Amérique du Nord**



**9 usines en Europe**



## Une géographie équilibrée

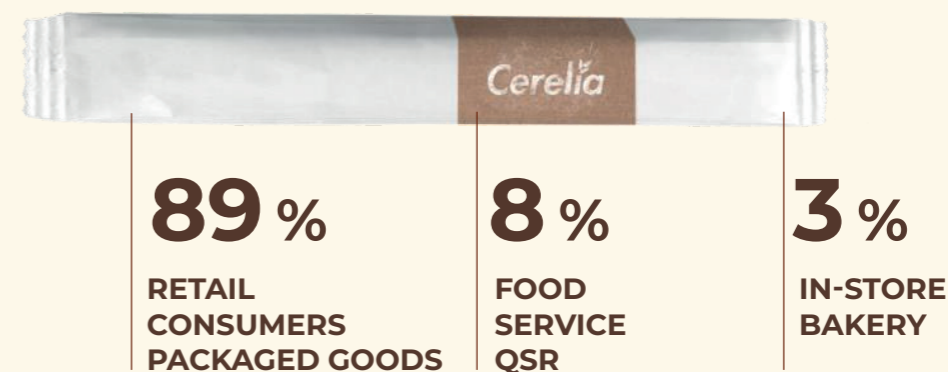


## Les marques du groupe Cérélia

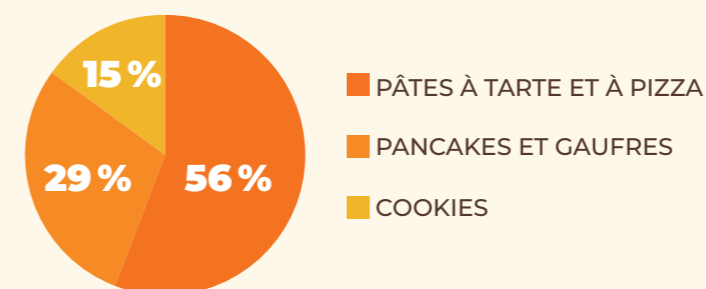


Chiffres exprimés en % du chiffres d'affaires Cérélia 2022-2023.

## 3 circuits de distribution



## 3 grandes catégories de produits



## Nos « Routes to market »



Chiffres exprimés en % du chiffres d'affaires Cérélia 2022-2023.

# 02

## NOS USINES, NOS PRODUITS

### Le meilleur des deux mondes

Nos recettes reposent sur un mélange et le pétrissage de farine et de matière grasse. Ancrées dans la tradition culinaire, elles sont produites dans nos usines à la pointe de la technologie.



# NOS USINES & CERTIFICATIONS

## En Europe et Amérique du Nord

NEW



**Saint-Laurent-Blangy / Liévin**

France

IFS Food - RSPO SCC - Bio  
AOECS - AFDIAG - AHA (Suisse)  
SMETA (Sedex-Smeta)



**Vittel**

France

IFS Food - Bio  
RSPO SCC

NEW



**Veurne**

Belgium

IFS Food - BRC Food - RSPO SCC  
Bio - UT - GMP+ - ACS026  
V-label - SMETA



**Beauvoords Bakhuis Veurne**

Belgium

IFS Food - Bio - RSPO SCC



**Corby - Bakeaway**

United Kingdom

BRC Food - RSPO SCC  
SMETA



**Mississauga**

Canada

SQF - RSPO SCC - Bio  
Non-GMO Project Verified  
Fair trade - SMETA

Nous souhaitons que nos sites de production et de distribution soient des acteurs engagés dans leur bassin d'activité.

C'est dans cet esprit que trois sites de production ont été nouvellement construits : **WhiteHall, Liberty et Saint-Laurent-Blangy.**

À noter qu'en Juin 2023, Cérélia a réalisé l'acquisition de la société **Beauvoords Bakhuis**, spécialisée dans la production de crêpes et pancakes à Veurne, en Belgique. Complètement rénovée en 2007, l'entreprise dispose d'un site moderne et très automatisé.

**De nouveaux sites de production, toujours au plus près de nos consommateurs et partenaires.**



**Rochefort-sur-Nenon**

France

IFS Food - Bio  
RSPO SCC - SMETA (Sedex-Smeta)



**Hoerdt**

France

IFS Food  
RSPO SCC - SMETA (Sedex-Smeta)



**Rivoli**

Italy

IFS Food - RSPO SCC



**Sliedrecht**

The Netherlands

IFS Food - BRC Food - RSPO SCC  
Bio - UTZ - GMP+ - V-label - SMETA

NEW



**Liberty - US Waffle**

USA

SQF - RSPO SCC  
Non-GMO Project Verified  
AOECS (gluten free)

NEW



**Whitehall**

USA

SQF - RSPO SCC  
Non-GMO Project Verified  
AOECS (gluten free)

## NOS PRODUITS

Nos catégories de produits ont en commun notre expertise boulangère basée à la fois sur le dosage et le mélange subtil de farine, de matière grasse, d'eau, de sucre, d'un peu de sel, et la reproduction maîtrisée à échelle industrielle des gestes du boulanger tels que pétrir, abaisser, bouler, cuire...

### 1 Les pâtes réfrigérées



#### Les pâtes à tarte

Feuilletées, brisées, sablées, notre large offre de pâtes à tarte propose une grande variété de recettes : au beurre, à la matière grasse d'origine végétale, bio ou encore sans gluten.



#### Les pâtes à pizza

Rondes ou rectangulaires, fines ou épaisses, à étaler ou déjà étalées, notre gamme de pâtes à pizza répond à toutes les spécificités et usages locaux.



#### Les pâtes à viennoiserie

Produits historiques du groupe, nos pâtes à viennoiserie sont proposées dans une technologie d'emballage garantissant la bonne levée du produit à la cuisson : croissants, petits pains, pains au chocolat... tout une gamme de pâtes à préparer et cuire à la maison.





## 2 Les pancakes et gaufres



De la farine, du lait, des œufs... élaborée à partir des meilleurs ingrédients, notre gamme se compose de crêpes nature, de pancakes « américains » ou encore de mini pancakes et d'un large choix de recettes de gaufres idéales pour le petit-déjeuner. Déjà cuit(e), il suffit de les réchauffer au toaster ou à la poêle.

Depuis un peu plus d'un an, Cérélia propose également deux références de « *Feel good* » pancakes au lait d'avoine sous sa marque OaYeah! Avec 30% d'émission de CO<sub>2</sub> en moins, moins de sucre, moins d'acides gras saturés par rapport aux pancakes traditionnels, ils sont bons pour la planète et ont un meilleur profil nutritionnel.

## 3 Les cookies

Proposés en pâtes crues, prêts à cuire ou déjà cuits, nos cookies sont déclinés dans une trentaine de saveurs différentes et de multiples tailles et formats (sachets individuels, formats familiaux, ...).



# 03

## WE ARE CERELIA AND WE CARE

### Notre feuille de route RSE

Parce que les enjeux de notre temps sont grands, Cérélia a choisi de faire de sa démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) le cœur de sa stratégie de développement. Elle est organisée en quatre grands champs d'action, pour les hommes et pour la planète.



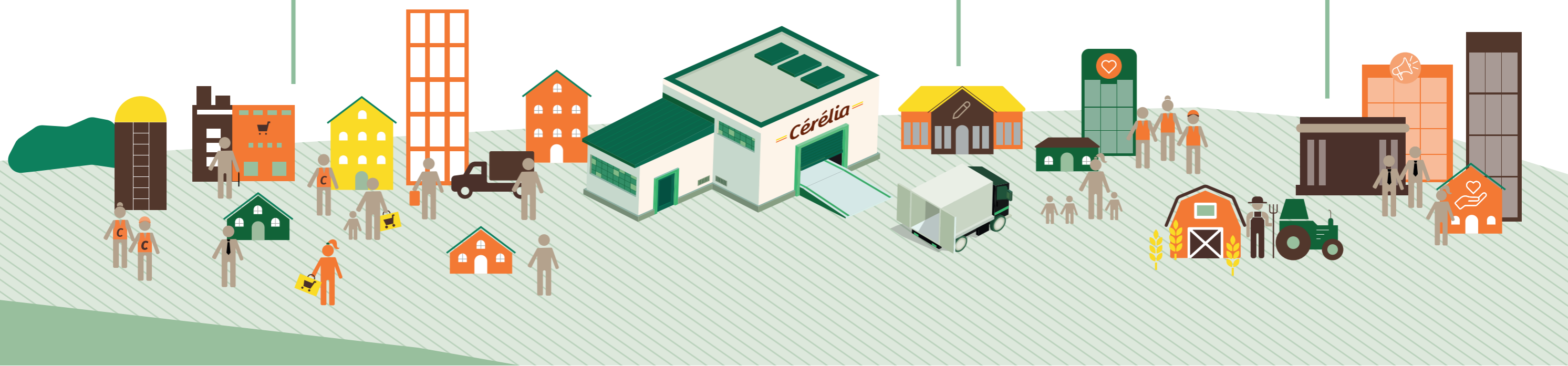
# — Cérélia —

Founded on trust, inspired by food

- Salariés Cérélia
- Clients
- Consommateurs
- Actionnaires et communauté financière
- Fournisseurs (transformation matières premières / emballages), Énergie, Services
- Transporteurs, Plateformes logistiques

- Médias
- Associations / syndicat interprofessionnel
- Communautés et territoires (riverains, milieu associatif local, collectivités territoriales)
- Institutions (pouvoirs publics, législateur)
- Agriculteurs
- Coopératives, organismes stockeurs
- Organismes certificateurs

- Écoles
- ONG
- Riverains



# LA RSE CHEZ CÉRÉLIA, UNE HISTOIRE DE PLUS DE 20 ANS, MARQUÉE PAR PLUSIEURS TEMPS FORTS

## 1999 - 2009

### 1999

- Lancement des premières pâtes à tarte biologiques.

### 2000

- Mise en place de notre propre filière blé issue de l'agriculture raisonnée.

### 2006

- Lancement des premières pâtes à tarte sans matières grasses hydrogénées.

## 2010 - 2019

### 2012

- Lancement des premières pâtes à tarte avec emballage mono-matériau (OPP) sans atmosphère protectrice.



### 2013

- Adhésion de Cérélia à l'Alliance pour la Préservation des Forêts en tant que membre fondateur ;
- Focus du collectif et de Cérélia au travers de sa propre charte, sur la chaîne d'approvisionnement de l'huile de palme afin qu'elle soit transparente, durable et responsable.

### 2018



- Structuration de notre feuille de route et mise en place de la Gouvernance au travers d'un Comité RSE. Naissance du programme « WE ARE CERELIA AND WE CARE ».



### 2016

- Création du Fonds de Dotation Earth and People. Deux grands volets d'actions : les filières et le soutien aux salariés dans leurs projet d'intérêt général portés par des associations.

## 2020 - 2025

### 2020

- Intégration de la RSE au cœur de notre modèle d'affaires. Le comité RSE est étoffé et devient multinational.

### 2021

- La boussole RSE Cérélia devient notre guide, soutenue par différentes initiatives au niveau du groupe ou localement.



### 2023

- Définition de la feuille de route à horizon 2035 ;
- Lancement des pancakes au lait d'avoine OaYeah! (les premiers pancakes à émission de CO<sub>2</sub> réduite) ;
- Charte achats responsables et code de conduite fournisseurs ;
- Cérélia obtient la médaille d'argent dans le cadre de l'audit Eco-vadis.

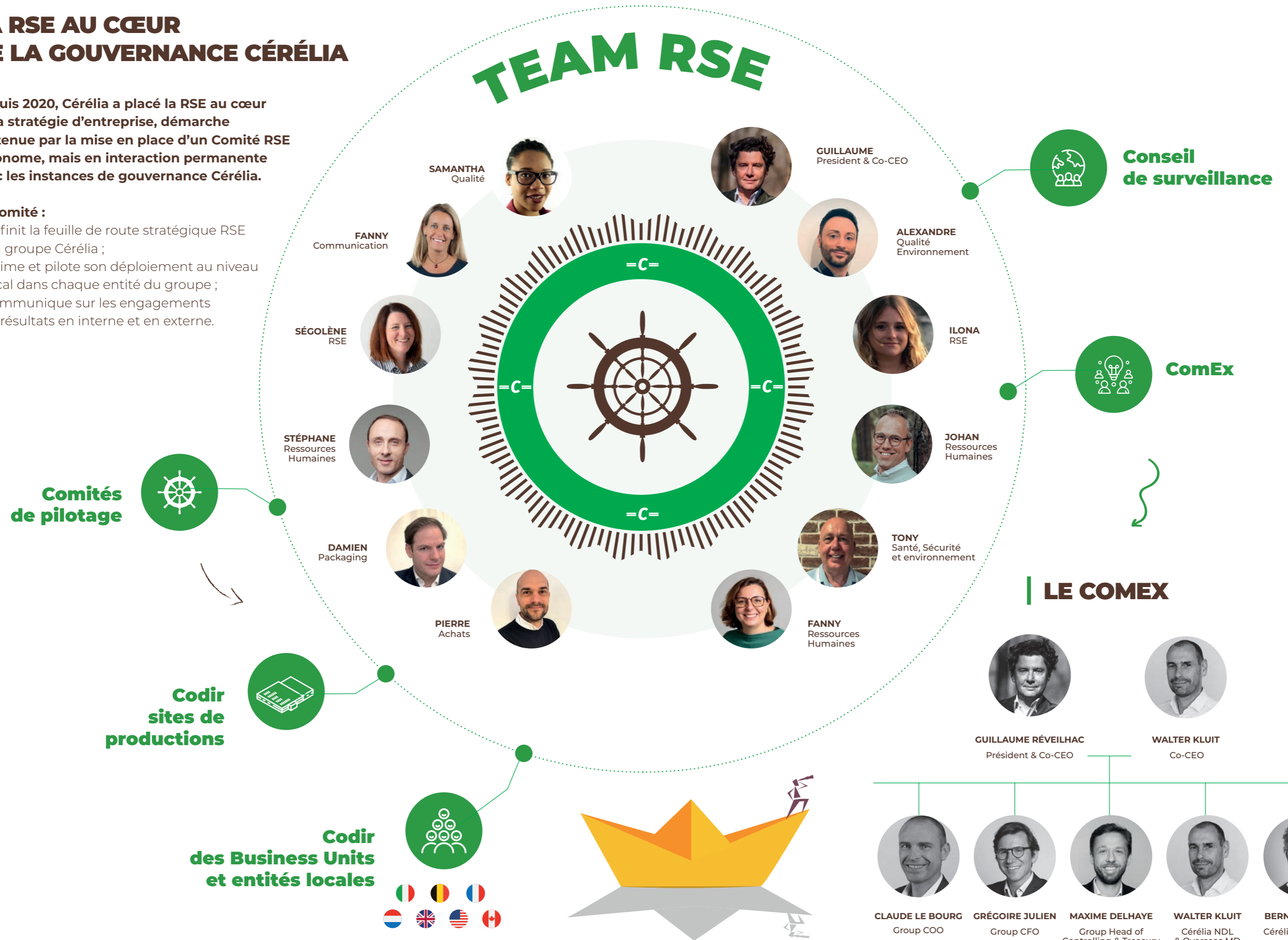


# LA RSE AU CŒUR DE LA GOUVERNANCE CÉRÉLIA

Depuis 2020, Cérélia a placé la RSE au cœur de la stratégie d'entreprise, démarche soutenue par la mise en place d'un Comité RSE autonome, mais en interaction permanente avec les instances de gouvernance Cérélia.

## Le comité :

- définit la feuille de route stratégique RSE du groupe Cérélia ;
- anime et pilote son déploiement au niveau local dans chaque entité du groupe ;
- communique sur les engagements et résultats en interne et en externe.



### 1 RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE INDUSTRIELLE .34

- Diminuer nos émissions de gaz à effet de serre
- Optimiser la consommation énergétique
- Prévenir le gaspillage alimentaire



### 3 ENGAGER NOS COLLABORATEURS .54

- Encourager un état d'esprit tourné vers la mission
- Proposer des programmes de formation dédiés
- Garantir un environnement de travail inclusif pour tous

### 2 ASSURER UN APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE .44

- Agir sur la filière blé en participant à des initiatives collectives structurées afin de promouvoir des méthodes agricoles respectueuses des sols et garantir la juste rémunération de nos agriculteurs
- Renforcer les pratiques durables et éthiques de nos fournisseurs & promouvoir des méthodes agricoles respectueuses des sols, de la biodiversité et des personnes
- Développer des emballages circulaires
- Sourcer nos matières premières localement autant que possible

### 4 RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS .58

- Améliorer nos recettes de façon continue
- Adapter nos gammes de produits aux styles de vie des consommateurs
- Offrir des produits nouveaux et uniques à base de recettes 100 % végétales

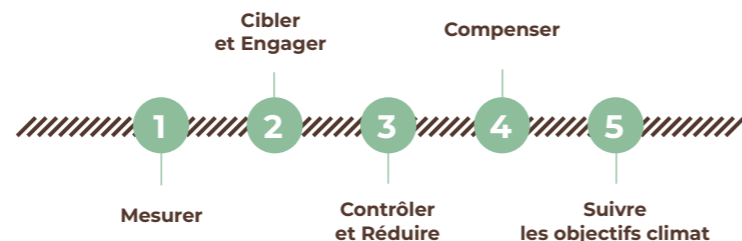


# 1 RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE INDUSTRIELLE

## DIMINUER NOS ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

### Notre action pour le climat

En 2021, Cérélia lançait son Plan pour le Climat dont la première grande étape consistait à la réalisation de notre bilan carbone. L'étude a été menée dans un premier temps sur le parc de nos usines européennes pour l'année 2019-2020.



### 3 scopes d'émissions de gaz à effet de serre (GES) ont été mesurés

- Les scopes 1 et 2 concernent les émissions de GES de nos usines (directes ou indirectes).
- Le scope 3 constitue les émissions de GES indirectes restantes qui résultent des activités de l'entreprise mais qui ne sont pas liées à l'énergie achetée.



### La reforestation : + de 42 000 arbres plantés sur les 4 dernières années

La protection de notre environnement et de son écosystème fait partie de nos engagements sociétaux. Il nous tient à cœur d'intervenir dans les forêts proches de nos sites industriels. C'est la raison pour laquelle nous avons initié en 2019 un programme de reforestation en partenariat avec Naudet Reboisement.

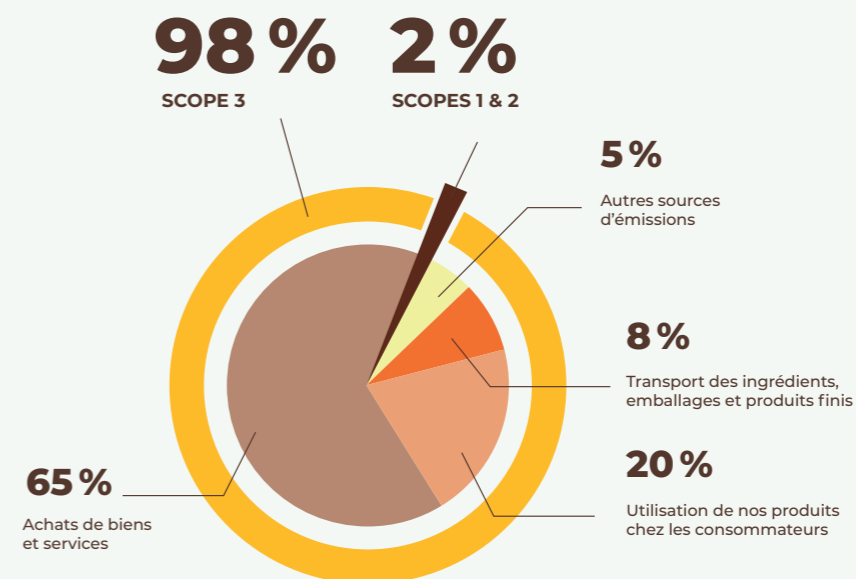
Depuis 2019, ce sont au total **42 442 arbres** qui ont été plantés en partenariat avec Naudet Reboisement dans les régions françaises où nous sommes implantés. Les derniers arbres ont été plantés dans le Jura (à 50 km de Rochefort-sur-Nenon) et dans la Somme (à 50 Km d'Arras.)

Les émissions de GES liées au scope 3 représentent 98% des émissions totales des sites de production européens de Cérélia en 2019-2020.

Dans ce dernier, nous avons identifié **3 principales sources d'émissions** :

- **l'achat de biens et services** (les ingrédients et emballages qui entrent dans la composition de nos produits) ;
- **l'utilisation de nos produits chez le consommateur** ;
- et le **transport de nos ingrédients et emballages** jusqu'à nos usines ainsi que le transport de nos produits vers nos clients.

Part de chaque scope dans les émissions GES de Cérélia en Europe (Quantis, année 2019-2020)



## Lancement des « Feelgood pancakes » à marque OAYEAH! en octobre 2022

Le lancement d'OaYeah ! s'inscrit parfaitement dans le cadre des ambitions de Cérélia en matière de durabilité et des progrès que nous faisons pour atteindre nos objectifs de développement durable.

Les produits OaYeah! par rapport aux pancakes classiques à base de lait de vache **émettent 30% de CO<sub>2</sub>e en moins. Le sucre et les acides gras saturés sont réduits chacun de 45%.**



### Quel résultat ?

Récemment, nous avons franchi une étape importante avec OaYeah ! en vendant **plus d'1 million de packs depuis le lancement en novembre 2022.**

La distribution aux Pays-Bas progresse mais nous ne nous concentrerons pas que sur ce marché.

Les produits OaYeah! sont vendus également en Belgique, au Royaume-Uni, en Suède et en Norvège.



### Cérélia NL Comment avons-nous fait ce voyage ?

**TÉMOIGNAGE** « Laissez-moi vous ramener trois ans en arrière. Nous voulions fabriquer des pancakes tout aussi savoureux que les pancakes conventionnels, mais plus respectueux de la planète. L'idée de pancakes sans lait de vache est née et ne m'a jamais quitté. Produire des pancakes avec du lait d'avoine ne provenant pas de chez nous n'était pour nous pas acceptable. Notre équipe a mis au point notre lait d'avoine. En fabriquant en interne, nous avons non seulement obtenu le mélange optimal pour les pancakes les plus savoureux, mais le processus de production est devenu encore plus durable : pas d'ingrédients inutiles, pas de transport. »



**Walter Kluit,**  
Co-CEO, Cérélia Group  
Cérélia Netherlands

**- 30%  
CO<sub>2</sub>e**

**OAYEAH!**

Like to know more? Check our website [www.oayeah.com](http://www.oayeah.com)

**FLIPPIN'  
DELICIOUS  
OATDRINK  
PANCAKES**

**NEW!**

**OAT  
NO  
M!LK**



## OPTIMISER NOTRE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE

⚡  
**558**  
KWH/T  
2021-2022

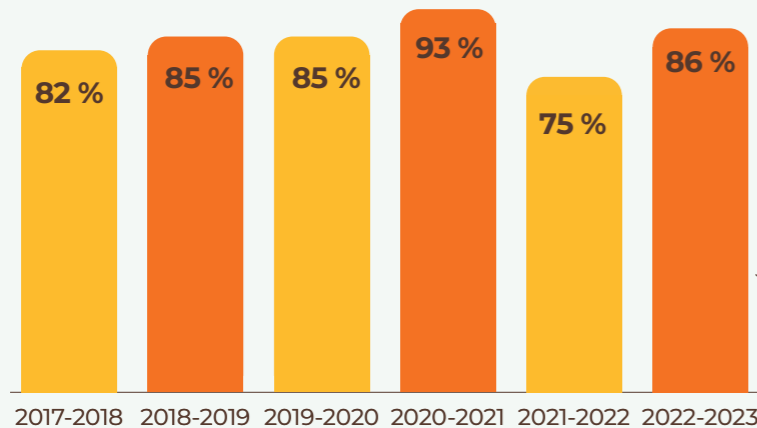
⚡  
**520**  
KWH/T  
2022-2023

OBJECTIF FY 2025  
⚡  
**488**  
KWH/T  
2025

### L'efficacité énergétique ?

Cela correspond à la quantité d'énergie utilisée pour fabriquer 1 tonne de produits. Les niveaux d'efficacité énergétique dans nos différentes usines sont variables en fonction des produits fabriqués et des technologies utilisées. Une usine qui produit des gaufres, crêpes ou pancakes sera plus consommatrice en énergie liée à l'étape importante de cuisson du produit.

ÉVOLUTION DU % D'ÉLECTRICITÉ VERTE DU GROUPE CÉRÉLIA



OBJECTIF FY 2025  
**100 %**

TOUJOURS PLUS RESPONSABLE!

Réduisons notre consommation d'énergie et notre impact environnemental!



### Rochefort-sur-Nenon C'est pas Versailles ici !

« Les actions identifiées pour favoriser les économies d'énergie reposent sur plusieurs leviers. Au-delà de la mise en place des bonnes pratiques du quotidien (réduction de la température de chauffage, des consommations d'eau et d'éclairage), d'autres initiatives plus importantes restent à mettre en place sur le long terme. Nous pensons qu'il est important de communiquer et d'impliquer les équipes dans ce projet, notamment par la mise en place de challenges ludiques. Les équipes techniques et de production sont ainsi les premières à se prêter au jeu à travers le challenge « chasse aux fuites » qui a pour objectif de repérer toutes les pertes de fluides du site (air, eau, etc.). L'enjeu de ce défi n'est pas que symbolique : grâce à des travaux de réparation, il doit pouvoir en effet contribuer à une réduction de la consommation d'énergie pouvant aller jusqu'à 400 000 kWh sur l'année. »

TÉMOIGNAGE

- 400 000 kWh par an



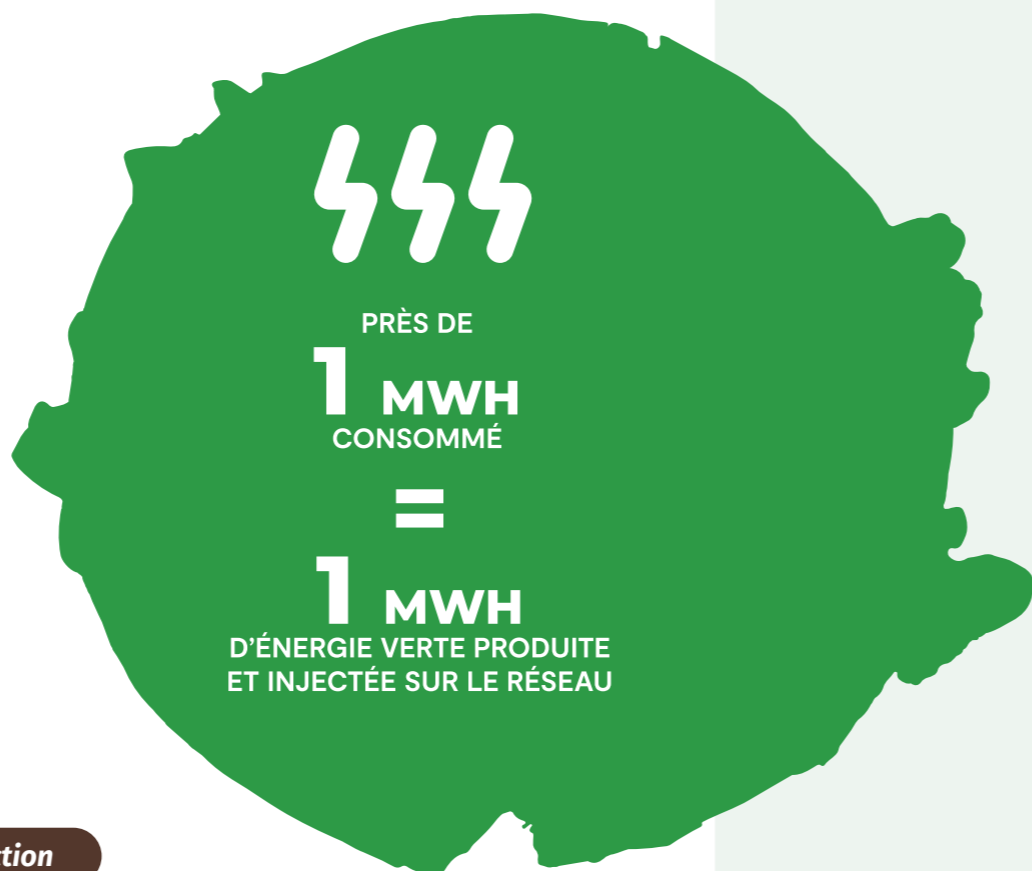
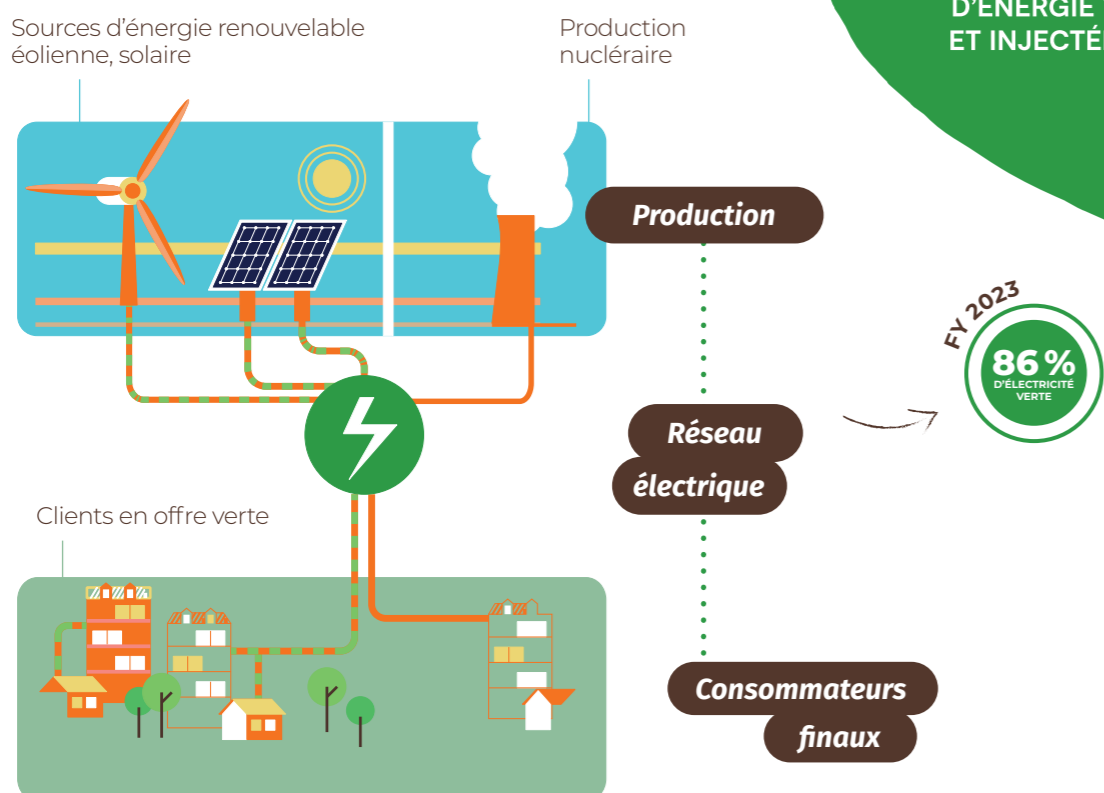
**Régis Usarbarrena**  
Responsable maintenance  
Rochefort-sur-Nenon  
Cérélia France



**100 %**  
des sites européens  
utilisent de l'électricité  
verte

## Qu'est-ce que l'électricité verte ?

Il s'agit d'un engagement responsable et d'une solution d'avenir. On parle d'électricité « verte » pour désigner l'électricité produite à partir de sources d'énergies renouvelables, telles que l'énergie hydraulique, éolienne, solaire, géothermique, houlomotrice et marémotrice ou encore l'énergie issue de la biomasse (bois, gaz de décharge, gaz de stations d'épuration d'eaux usées, biogaz etc.). 1 MWh consommé = 1 MWh d'électricité verte produite à partir de sources d'énergie renouvelable et injectée dans le réseau. **Ainsi, nous contribuons au développement des capacités de production d'électricité d'origine renouvelable.**



## Corby Project « EnSave » (réduction de la consommation d'énergie)

TÉMOIGNAGE

« Le projet a commencé par un examen de nos frais généraux afin de mieux comprendre comment nous utilisons l'énergie et identifier les potentielles sur-consommations au sein de nos installations. Les décisions fondées sur les données étaient essentielles au succès du projet « EnSave ».

Nous avons donc fait appel à un expert externe pour nous aider à consolider ces données. Celles-ci ont été ensuite utilisées pour créer un plan d'action et définir des objectifs. Nous avons ensuite étendu l'analyse pour mesurer l'impact environnemental total de toutes les activités opérationnelles de BakeAway, y compris l'énergie et l'eau. Ces actions ont été menées par une équipe pluri-disciplinaire formée d'experts externes et internes.

Les progrès sont examinés en permanence dans le cadre du groupe de travail « développement durable », avec des résultats encourageants de réduction de notre consommation d'énergie sur l'ensemble du site et d'amélioration de la fiabilité de nos actifs. »



**Tony McDermott**  
Responsable Santé, Sécurité, Environnement  
BakeAway - UK



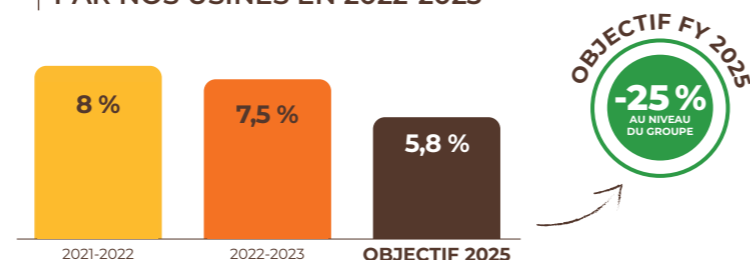
**Nathan Currie**  
Responsable Ingénierie  
BakeAway - UK

## PRÉVENIR LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

### La chasse au gaspi !

Maîtriser nos déchets, c'est d'abord les mesurer et mettre en place des actions concrètes dans nos ateliers de production pour les limiter.

DÉCHETS ALIMENTAIRES GÉNÉRÉS  
PAR NOS USINES EN 2022-2023



### Whitehall Campagne « Skinny Chicken »

TÉMOIGNAGE

« Lorsque la production a commencé sur le site de Cérélia Whitehall USA, l'occasion s'est présentée de se concentrer sur la réduction des déchets. Une quantité importante d'ingrédients et de pâtes allaient dans les bacs de recyclage d'aliments pour animaux. Ces produits servaient à nourrir les poulets. Il est apparu que les poulets mangeaient bien et qu'il fallait changer la donne ! Quel meilleur moyen d'y parvenir que d'impliquer toute l'équipe dans une initiative de réduction des déchets ! En mars 2023, nous avons lancé la « Skinny Chicken Campaign », un programme ponctuel de partage des gains liés à la réduction des déchets liés aux commandes, aux ajustements de stocks et aux inventaires. Des objectifs ambitieux de réduction des déchets ont été fixés pour chaque ligne de production, avec l'accord que Cérélia partagerait avec les employés 25% des gains financiers générés par les améliorations une fois que les déchets auraient été réduits. Les quantités de déchets ont été rendues visibles et communiquées régulièrement à tous les employés. De mars à juin 2023, l'équipe

a réussi à réduire les déchets de 53 % sur l'ensemble du site. L'usine a mené à bien la campagne et les employés ont reçu un bonus exceptionnel en juillet. Fin novembre, les poulets sont restés sveltes, les déchets ayant été réduits de 70 % par rapport au niveau initial ! Toutes les lignes ont continué à diminuer la quantité totale de déchets après la fin du défi.

Les enseignements tirés de ce programme peuvent être appliqués à d'autres domaines. La communication a été primordiale pour la réussite de cette initiative. Celle-ci doit être régulière (faite en présence des collaborateurs), inspirante (utiliser le poulet comme mascotte signifiait que nous n'allions pas culpabiliser les collaborateurs, et un slogan accrocheur a permis d'augmenter la portée et l'impact du message) et rassembler les collaborateurs (victoire collective/ aucun champion individuel). Les « skinny chickens » (poulets sveltes) font désormais intégralement partie de la culture à Cérélia Whitehall ! »



**Christine Santiago**  
Responsable Amélioration Continue  
Cérélia USA

### Donner toujours plus aux associations caritatives

En France, depuis de nombreuses années, nous traquons les gaspillages sur nos lignes de production et faisons le maximum pour réduire les quantités de produits finis invendus. Nous valorisons également 100 % de nos produits invendus soit en les donnant aux associations caritatives, soit par une valorisation en alimentation animale ou méthanisation. Cette année, nos actions de dons aux associations caritatives ont été renforcées en France grâce à une organisation spécifique, l'implication des équipes logistiques et supply chain et un suivi des dons avec nos partenaires.



**Phenix**  
WEAREPHENIX.COM



### Corby War on Waste

TÉMOIGNAGE

« La gaspillage alimentaire de l'usine s'élevait à 15 %, il était donc primordial d'y apporter une attention particulière. Une des principales sources d'amélioration était l'harmonisation de nos recettes. Une équipe inter-fonctionnelle a donc été mise en place afin de travailler à cette amélioration, et ce en collaboration avec nos clients.

Par ailleurs, en 2022, nous avons installé un « tracker » sur nos lignes de production, permettant de définir précisément le niveau de gaspillage et l'objectif de diminution de 3 %. Les résultats sont excellents et cette démarche est désormais inscrite dans nos différents processus (lancement nouveaux projets, amélioration de nos standards de production, ...) soutenu par un reporting en temps réel. »



**Tim Embleton**  
Directeur des opérations  
industrielles  
BakeAway - UK

**588**  
tonnes  
distribuées

Près d'1/2 tonne de produits ont été données par Cérélia France et Cérélia Netherlands aux associations caritatives pour lutter contre le gaspillage alimentaire en 2022-2023.

Ce sont **1 176 100 repas** qui ont ainsi pu être sauvés (base : 0,5 kg : poids moyen d'un repas).

En France, nous avons doublé les quantités de produits qui ont été donnés entre 2021-2022 et 2022-2023 grâce au partenariat avec Phenix et nos partenariats historiques que sont la Banque Alimentaire et le Secours Populaire.



## 2 ASSURER UN APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

### AGIR SUR LA FILIÈRE BLÉ ET RENFORCER LES PRATIQUES DURABLES ET ÉTHIQUES DE NOS PARTENAIRES

#### Pour une agriculture du vivant

En juin 2021, nous avons rejoint l'association « Pour une Agriculture du Vivant ». Tiers de confiance de la transition agroécologique, elle anime une démarche de coopération sans précédent en engageant tous les acteurs de la chaîne de valeur au service de l'émergence d'un nouveau modèle agricole et alimentaire.

Cette démarche trouve un écho naturel dans nos engagements RSE et notre philosophie d'entreprise. Concrètement, il s'agit pour Cérélia de :



#### S'APPROVISIONNER EN FARINE FRANÇAISE

Travailler avec des filières courtes afin de réduire le transport et les intermédiaires.



#### TRAVAILLER COLLECTIVEMENT, ENSEMBLE

Accompagner nos partenaires agriculteurs vers l'agroécologie et l'amélioration de leur indice de régénération des sols.

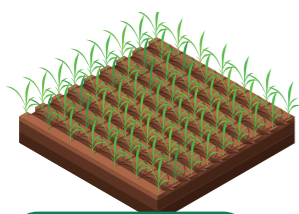


#### PROMOUVOIR LES PRATIQUES AGROÉCOLOGIQUES

Agir en faveur de la régénération des sols, la diversité des espèces cultivées et des écosystèmes.



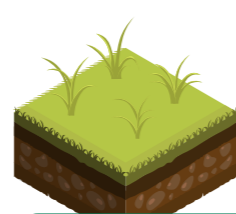
Pour une Agriculture du Vivant (PADV) est une association qui propose une démarche de progrès collective pour la **régénération des sols et des écosystèmes** impliquant tous les acteurs de la filière.



couverts permanents et agroforesterie



limitation du travail du sol



maximisation de la biomasse et fertilité



## Agri-Éthique

Garantir un prix équitable et rémunérateur aux agriculteurs est une préoccupation de notre entreprise et de nos consommateurs. Cérélia, au travers de sa marque Croustipate s'engage dans le commerce équitable français Agri-Éthique. Cette labellisation nous permet de structurer la mise en place de cette filière de blé vertueuse tout en valorisant le travail et l'investissement de tous les partenaires (agriculteurs, organisations de producteurs, meuniers et transformateurs comme Cérélia). Croustipate est la seule marque du rayon pâtes à tarte à proposer des produits certifiés Agri-Éthique France. Ils garantissent un prix équitable et rémunérateur à nos agriculteurs partenaires et sont fabriqués avec de la farine sourcée localement (proche de notre site de production de Rochefort-sur-Nenon dans le Jura).



- 1 GARANTIR UN PRIX ÉQUITABLE ET RÉMUNÉRATEUR AUX AGRICULTEURS
- 2 PRÉSERVER L'EMPLOI LOCAL
- 3 AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT ET LE BIEN-ÊTRE ANIMAL



**1<sup>er</sup> label**  
DE COMMERCE ÉQUITABLE FRANÇAIS, déployé sur 47 filières.

Agri-Éthique représente 61% des ventes de produits issus du commerce équitable Français en 2022.

## Deux temps forts cette année



### JOURNÉE RENCONTRES FILIÈRE AGRI-ÉTHIQUE

En février 2023, Cérélia a organisé sa toute première journée de rencontre des partenaires de la filière farine Agri-Éthique France. Un moment important qui a permis de faire connaissance avec les agriculteurs engagés et de revenir sur la genèse de la création de cette filière et les ambitions RSE de Cérélia.

### LA PARTICIPATION AUX RENCONTRES DU COMMERCE ÉQUITABLE





## Pour une huile de palme durable

Nous réalisons depuis 2015 une enquête annuelle de traçabilité de l'huile de palme utilisée dans nos matières grasses végétales afin de tracer les différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement, jusqu'au moulin qui produit l'huile de palme brute. Cela répond au premier principe défini par Cérélia pour caractériser l'huile de palme durable : connaître l'origine de l'huile de palme que l'on utilise.

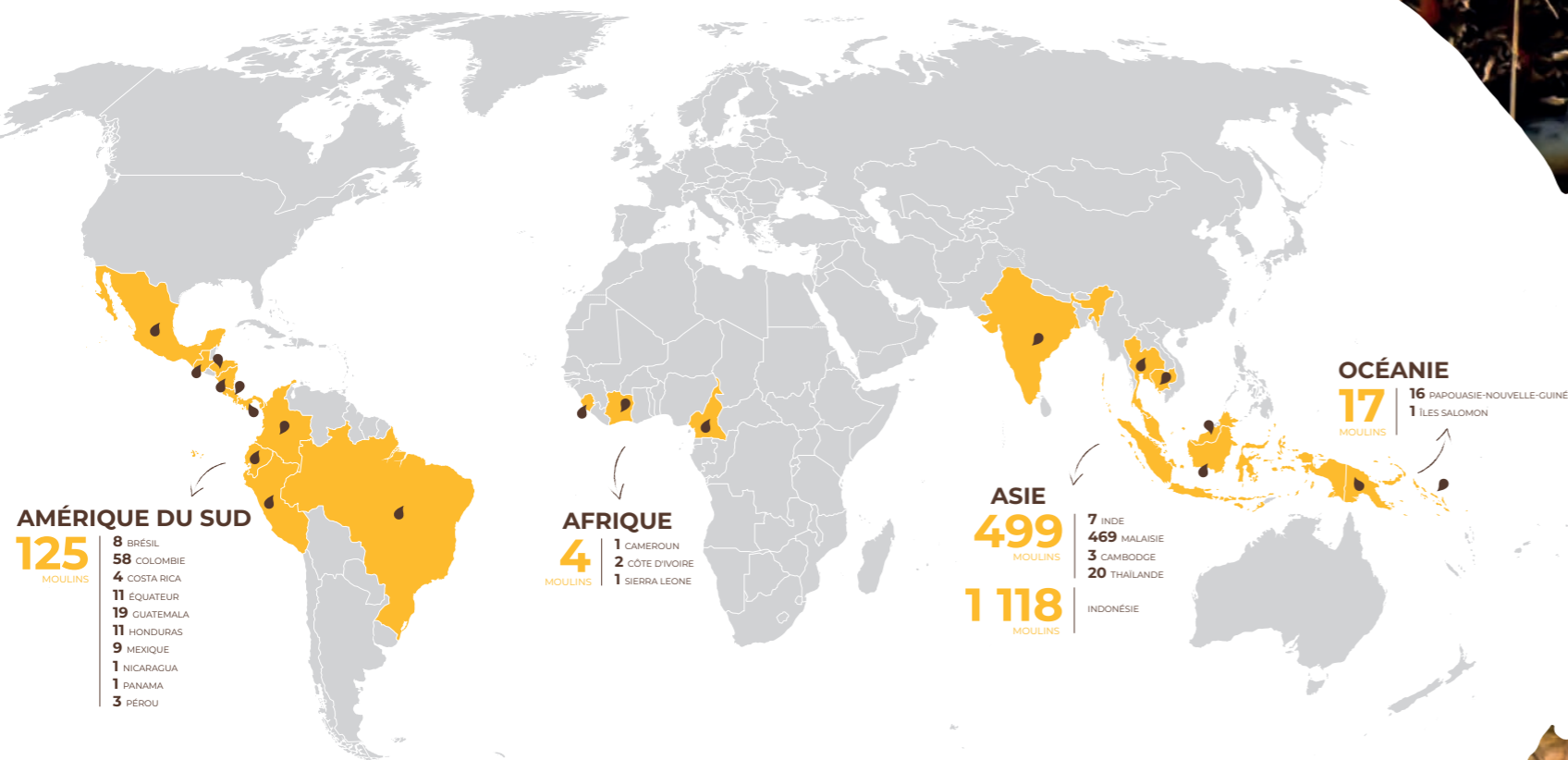
En 2022, **97,7% de l'huile de palme achetée par le groupe Cérélia est tracée jusqu'au moulin**. La carte ci-dessous représente la traçabilité des approvisionnements en huile de palme entrant dans la composition des matières grasses végétales utilisées dans nos usines en 2022. 100% de l'huile de palme utilisée par Cérélia Group est certifiée RSPO.

# 100%

DE L'HUILE DE PALME UTILISÉE PAR CÉRELIA EST RSPO



CARTOGRAPHIE 2022 DES MOULINS À HUILE DE PALME



## 7 principes clés

Depuis 2014, Cérélia s'engage à utiliser de l'huile de palme durable selon ces **7 principes** définis dans la Charte Huile de Palme durable Cérélia :

- 1** UNE HUILE D'ORIGINE CONNUE
- 2** UNE HUILE QUI N'A PAS CAUSÉ DE DÉFORESTATION NI DE CONVERSION DE TOURBIÈRES ET DE ZONES À HAUTE VALEUR DE CONSERVATION
- 3** UNE HUILE QUI N'EST PAS ISSUE DE LA CULTURE SUR BRÛLIS
- 4** UNE HUILE QUI PROVIENT D'EXPLOITANTS QUI OBSERVENT LES PRATIQUES CULTURALES LES PLUS RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT
- 5** UNE HUILE PRODUITE DANS LE RESPECT DES DROITS DES POPULATIONS LOCALES
- 6** UNE HUILE PRODUITE DANS LE RESPECT DES DROITS DE L'HOMME ET DES DROITS DES TRAVAILLEURS
- 7** UNE HUILE ISSUE D'UNE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT QUI INCLUT ET ACCOMPAGNE LES PRODUCTEURS INDÉPENDANTS

Lire la Charte Huile de Palme durable Cérélia



## Alliance pour la préservation des forêts

Cérélia est un des membres fondateurs de l'**Alliance pour la Préservation des Forêts**. Il s'agit d'un collectif d'entreprises engagées pour des matières premières durables, traçables et plus respectueuses des écosystèmes. Guillaume Réveilhac en a la Présidence depuis sa création en 2013.

L'ambition de l'Alliance est de lutter contre la déforestation en soutenant des politiques publiques ambitieuses ainsi que des projets de recherche et de terrain qui seront demain les solutions pour concilier développement économique et préservation de l'environnement.



### Une initiative unique en France !

L'Alliance pour la Préservation des Forêts accompagne également ses entreprises membres à transformer leurs pratiques d'achats en faveur de la durabilité. À ce titre, Cérélia a participé activement aux travaux du GT Achats responsables de l'Alliance pour la définition d'un Référentiel Achats Responsables et la construction d'un outil d'autoévaluation.



Alliance pour la Préservation des Forêts



### « L'Alliance opère en exerçant 4 leviers d'action :

1. Accompagner les entreprises dans la transformation de leurs chaînes d'approvisionnement en vue d'atteindre l'objectif zéro déforestation.
2. Expérimenter et soutenir des projets de recherche et d'innovation dans les territoires (Amérique latine, Afrique et Asie du Sud-Est) au travers de son partenariat avec le CIRAD.
3. Agir sur les politiques publiques en France et en Europe pour s'assurer que les matières premières importées ne soient pas issues de la déforestation.
4. Informer et engager les consommateurs dans la lutte contre la déforestation. »



**Laure d'Astorg**  
Directrice Générale de l'Alliance pour la Préservation des Forêts

## Soucieux du bien-être animal !

Dans nos usines des Pays-Bas et de Belgique, spécialisées dans la fabrication de crêpes et pancakes, nos œufs sont 100 % « cage-free » !



### Sliedrecht Cage free

TÉMOIGNAGE

« Fin 2020, nous avons décidé de ne plus utiliser d'œufs provenant de poules élevées en cage dans toutes nos recettes. Ceci est en accord avec notre démarche de Responsabilité Sociétale et plus particulièrement l'attention que nous voulons porter au bien-être animal. Nos fournisseurs ont été informés que nous cesserions d'utiliser des œufs provenant de poules élevées en cage dans nos recettes en 2021. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022, cette décision a été pleinement mise en œuvre et les œufs de cage ne sont plus utilisés dans nos recettes de crêpes et pancakes. »



**Anne Vonk**  
Acheteur Cérélia Netherlands

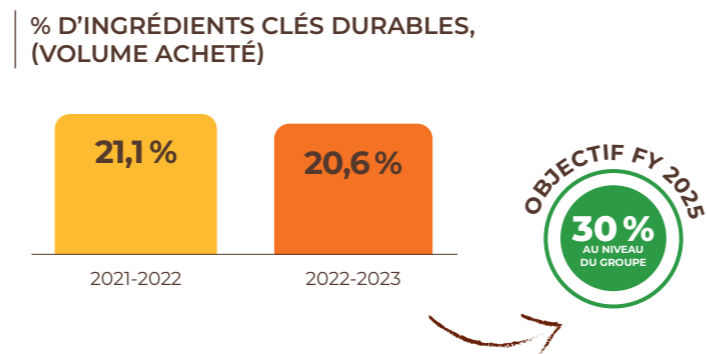


## NOS INDICATEURS

### Nos indicateurs pour les ingrédients

En 2022, nous avons rédigé la **Charte d'Achats Responsables** qui décrit les attentes du Groupe Cérélia concernant les approvisionnements en ingrédients et emballages. Elle a pour vocation d'orienter nos critères d'approvisionnement en faveur du développement durable et à s'inscrire dans une démarche de progrès continu. Cette Charte a été partagée à nos fournisseurs d'ingrédients et emballages afin de clarifier nos besoins et engagements et améliorer l'impact environnemental, social et sociétal lié à nos approvisionnements.

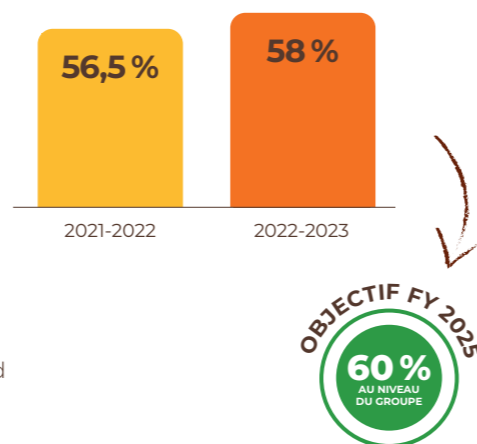
Pour suivre la mise en application de cette Charte, nous nous sommes fixé des objectifs concernant les principales matières premières dont voici les performances :



En 2022, nous avons réalisé une cartographie de nos achats, site par site, pour définir nos ambitions en matière d'approvisionnement local. Nous nous sommes focalisés sur les ingrédients et emballages clés qui représentent la plus grosse partie de nos achats en volume : farine de blé, matières grasses, produits laitiers, cacao, sucre, œufs, carton ondulé, films plastiques et papier cuisson.

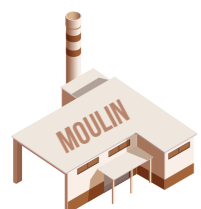
**Notre objectif :** Réduire l'impact du transport de nos ingrédients et emballages en ciblant des fournisseurs plus proches de nos sites de production tout en conservant la qualité et le service. Nous nous sommes fixé un objectif d'avoir au moins 60% de nos achats clés achetés à des fournisseurs locaux en 2025, c'est à dire des fournisseurs situés à moins de 300 km des sites Cérélia européens ou à moins de 500 km (310 miles) des sites Cérélia en Amérique du Nord.

**% INGRÉDIENTS ET EMBALLAGES CLÉS ACHETÉS LOCALEMENT**



**-300 km DE DISTANCE**  
pour les sites européens

**-500 km DE DISTANCE**  
pour les sites d'Amérique du Nord



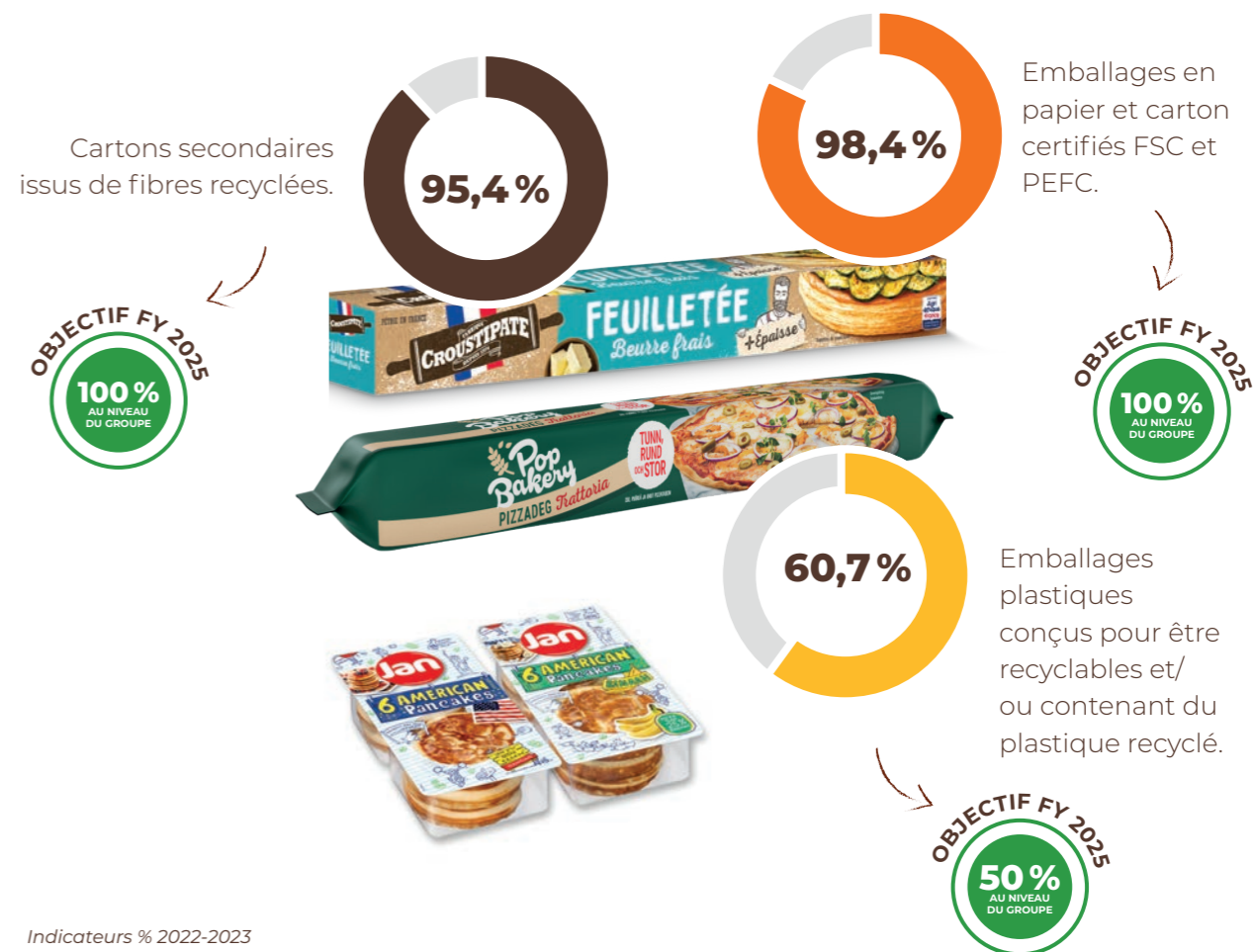
Transformation



Approvisionnement

### Nos indicateurs pour les emballages

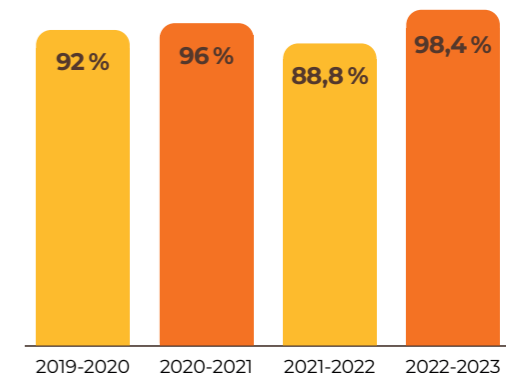
Développer des emballages durables en intégrant leur fin de vie, c'est un enjeu d'innovation pour les emballages de demain.



Indicateurs % 2022-2023

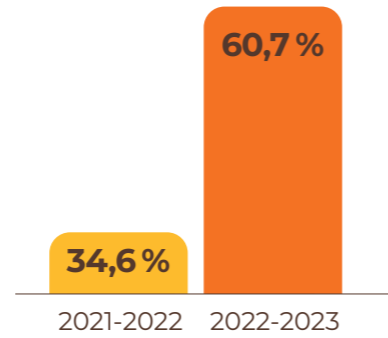
**ÉVOLUTION DU % D'EMBALLAGES EN CARTON ET PAPIER ISSUS DE FORÊTS GÉRÉES DURABLEMENT**

À noter qu'en 2021-2022 le périmètre de reporting évolue avec l'intégration des sites de Liberty et Whitehall de Cérélia North America, ce qui explique une performance en baisse comparée aux années précédentes.



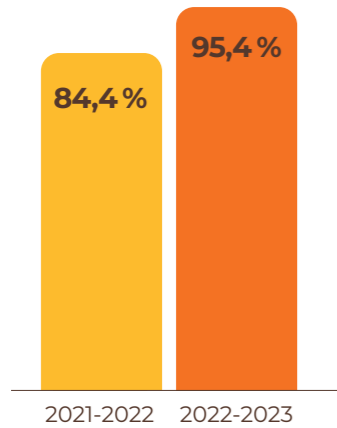
Le pourcentage concerne les emballages conçus pour être recyclables et les emballages fabriqués à partir de plastique recyclé (ex : rPET dans les emballages en plastique rigides).

**ÉVOLUTION DU % D'EMBALLAGES RECYCLABLES\* ET/OU CONTENANT DU PLASTIQUE RECYCLÉ**



\*Prise en compte des emballages plastiques en mono-matériaux.

**ÉVOLUTION DU % D'EMBALLAGES CARTONS SECONDAIRES ISSUS DE FIBRES RECYCLÉES**



**Paris (RE)SET Packaging - R3PACK**

TÉMOIGNAGE

« En 2019, Cérélia a intégré le consortium (RE)SET Packaging, composé des distributeurs Carrefour et Système U avec huit de leurs fournisseurs et avec pour objectif, la réduction des emballages plastiques à usage unique grâce au développement de solutions d'emballages celluloseux. Cette ambition a pris des dimensions européennes lorsqu'en 2022 le consortium est devenu R3PACK, un projet financé par la Commission européenne. Entouré de nouveaux experts (laboratoires, centres techniques, universités, etc), l'objectif s'est ouvert à d'autres solutions comme le travail sur un modèle de réemploi industriel pour le secteur alimentaire. Les solutions développées seront testées dans le cadre d'une expérimentation en France, en Belgique et au Luxembourg dans une trentaine de magasins des deux enseignes. Cérélia, via cette participation, reste en veille active sur ces deux piliers déterminant des emballages de demain. »



**Damien Sudraud**  
Head of Packaging  
Continental Dough  
Business



**Mississauga, ON. Emballages de cookies en plastique recyclé**

TÉMOIGNAGE

« Nous sommes dans la démarche d'amélioration continue de nos emballages afin de les rendre plus respectueux de l'environnement. L'un de nos objectifs majeurs est de remplacer nos emballages de cookies par du film recyclable. Nous travaillons en étroite collaboration avec nos fournisseurs, afin qu'ils nous accompagnent et nous guident à la fois dans la sélection des meilleures structures de film possibles et l'adaptation de nos machines. Les tests ont confirmé que le changement de structure du film a un impact minimal sur la durée de conservation et la qualité des produits. Forts de cette 1<sup>ère</sup> étape réussie, nous sommes désormais prêts à entrer dans la phase de tests de production. Nous sommes très optimistes et nous attendons avec impatience les résultats de cette belle démarche de progrès ! »



**Jason Paiva**  
Packaging Manager  
Cérélia Canada



TÉMOIGNAGE

« Depuis 2019, notre équipe de projet pluridisciplinaire « sustainable packaging » a pour objectif de développer l'utilisation de matériaux d'emballage plus circulaires. Cette stratégie s'articule autour de trois axes : réduire, favoriser les emballages déjà recyclés et recycler. Plus spécifiquement, nous avons étudié l'intégration du PET recyclé (rPET) dans nos matériaux d'emballage. L'intégration du rPET dans nos matériaux d'emballage nécessite de définir des règles précises avec nos fournisseurs, respecter les réglementations en vigueur et s'aligner sur les spécifications et les besoins de nos clients. Grâce à cette initiative, nous anticipons les changements apportés au règlement de l'UE sur les emballages et les déchets d'emballages, et nous répondons à l'évolution des exigences des clients. En outre, nous nous efforçons de concevoir nos emballages afin qu'ils soient d'une part recyclables et d'autre part d'en réduire leur poids. En 2022, nous avons repensé nos contenants de poffertjes, ce qui a permis de réduire considérablement le poids des emballages en plastique ! »



**Samantha Hammen**  
Sustainable packaging  
project leader  
Cérélia Netherlands



### 3 ENGAGER NOS COLLABORATEURS

#### PROPOSER DES PROGRAMMES DE FORMATIONS DÉDIÉS

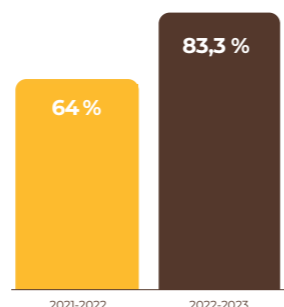
#### L'École de la Boulangerie Cérélia

Parce que nous avons à cœur de développer les talents de nos collaborateurs et de transmettre le savoir-faire, nous avons créé l'École de la Boulangerie Cérélia. Nos salariés peuvent ainsi bénéficier de différents modules de formations, certifiants pour certains.



TAUX DE SALARIÉS\* FORMÉS À L'ÉCOLE DE LA BOULANGERIE CÉRÉLIA

**83,3 %**  
DES SALARIÉS FORMÉS\*  
À L'ÉCOLE DE LA BOULANGERIE CÉRÉLIA



OBJECTIF FY 2025  
**95 %**

#### QUOI DE NEUF POUR NOS ÉCOLES ?

- En France, une nouvelle promotion de CAP boulangerie 2022-2023, 100% de taux de réussite après 2023
- Le lancement de l'École de la Boulangerie sur notre site de Corby
- Le déploiement de l'école de la Boulangerie sur nos sites nord-américains



\*employés permanents en équivalent temps plein.



#### ENCOURAGER UN ÉTAT D'ESPRIT TOURNÉ VERS LA MISSION

#### Notre promesse employeur

Chez Cérélia, nous aimons mettre de la joie dans la cuisine et dans la vie ! Entrepreneurs, imaginatifs, amoureux du bon et de la Terre, nous produisons, en Europe et en Amérique du Nord, toute une gamme de produits boulangers, dégustés dans plus de cinquante pays. Au plus près de tous, ancrée localement, notre organisation fait la part belle à l'initiative et à l'autonomie. On y donne sa chance à chacun ; chacun s'y engage avec passion.

Tous nos métiers participent à une même dynamique, cultivent la transmission, le croisement des savoir-faire et des talents entre nos différentes entités. Chez nous, vous aurez les moyens de grandir et de réussir. Cérélia, c'est notre belle entreprise, qui se développe au rythme d'une croissance durable, qui prend ses responsabilités pour un monde meilleur, un monde ouvert, un monde où chacun a sa place.

Bienvenue chez nous !

#### L'actionnariat salarié au cœur de notre stratégie d'entreprise

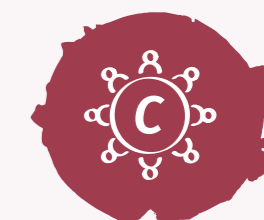


#### Cérélia Tous actionnaires !

TÉMOIGNAGE « Notre programme - Cérélia, Tous actionnaires ! - est une opportunité unique donnée à chacun de nos salariés de devenir en quelque sorte co-proprétaire de l'entreprise. Il fait écho à l'engagement exceptionnel de tous depuis des années. »



Guillaume Réveillac  
Président & Co-CEO Groupe Cérélia



**70 %**  
DE SALARIÉS  
ACTIONNAIRES

## L'égalité Femme - Homme

RÉPARTITION FEMMES / HOMMES  
DE NOS EMPLOYÉS PERMANENTS EN 2022 (GROUPE)

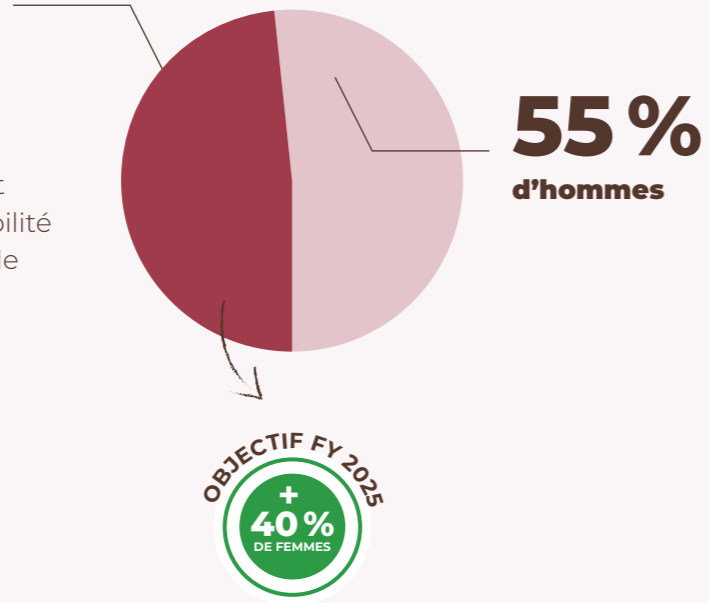
**45 %**

de femmes

DONT 34,8 %

de femmes occupant un poste à responsabilité à différents niveaux de l'entreprise.

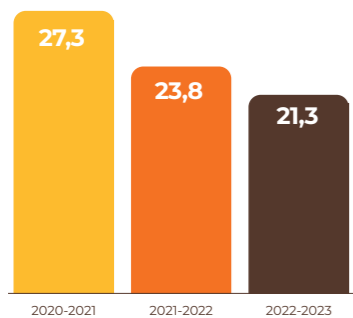
Les fonctions d'encadrement comprennent, sans s'y limiter, les coordinateurs, les directeurs, les gestionnaires, les superviseurs et les chefs de service.



## La sécurité au travail, l'affaire de tous !

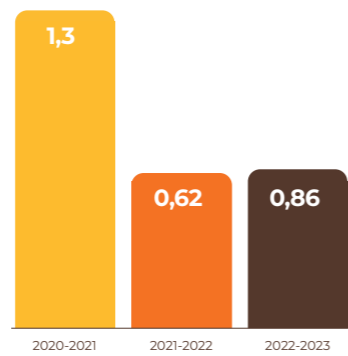
Grâce à ses plans de formation et sensibilisation sur le sujet, Cérélia améliore significativement ses taux de fréquence et de gravité relatifs aux accidents du travail.

TAUX DE FRÉQUENCE  
GROUPE CÉRÉLIA



OBJECTIF FY 2025  
< 36,9

TAUX DE GRAVITÉ  
GROUPE CÉRÉLIA



OBJECTIF FY 2025  
< 2,3



Toronto  
**Safe@Cérélia**

TÉMOIGNAGE

« Ce projet a été initié au mois de juin 2023 dans le but de changer les comportements des employés sur le terrain, principale cause d'incidents de sécurité. « Safe@Cérélia » est un programme qui définit des critères d'attitude clairs en matière de sécurité. Une récompense est décernée à l'équipe démontrant les meilleurs comportements pendant une période spécifique de 3 mois. Deux séries de récompenses ont ainsi été décernées entre juin et décembre 2023. La meilleure équipe est sélectionnée sur la base d'un certain nombre de critères préétablis, tels que la propreté du lieu de travail,

un environnement sans danger, un rangement sécurisé, le nombre d'accidents évités de justesse et le signalement d'incidents dans les délais impartis, entre autres. Chaque membre de la meilleure équipe est récompensé par une carte-cadeau de 30\$ et une personne reçoit un écran de télévision de 65 pouces grâce à une loterie. Il faut noter que le nombre d'incidents diminue progressivement, les employés sont plus proactifs pour les signaler et échangent plus ouvertement sur les questions de sécurité que par le passé. Je recommande fortement ce programme pour toutes les entités Cérélia. »



**Tawfik Siraj**  
People and Safety Partner  
Cérélia Canada



Rivoli  
**Safety first**

TÉMOIGNAGE

« Au cours des dernières années, nous avons mis en œuvre une méthode globale qui a permis à l'ensemble de la population de l'entreprise de développer une culture de la sécurité et d'atteindre un record de 525 jours sans accident majeur. Cette méthode repose sur 5 leviers : (1) le partage des meilleures pratiques ; (2) la mise en place de signalétique forte ; (3) l'évaluation mensuelle des comportements dans toutes les zones de l'usine ; (4) l'amélioration de la concentration sur les postes de travail et (5) la formation aux gestes ergonomiques. Pour ce dernier levier, nous travaillons à réduire ou éliminer autant que possible la manipulation de charges grâce à l'achat et à la location d'équipements dédiés de levage et de transport. »



**Ricardo Fontanone**  
Responsable Service techniques et Sécurité  
Cérélia Italie



## 4 RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS

### AMÉLIORER NOS RECETTES DE FAÇON CONTINUE

#### Moins de sucre, moins de sel et moins de matière grasse !

Cérélia a mis en place un plan d'amélioration continue de ses recettes avec un focus tout particulier sur la diminution des taux de sucre, de sel et de matière grasse. Cérélia s'engage à diminuer l'utilisation de ces trois ingrédients d'au moins 1% par an.



## ADAPTER NOS GAMMES DE PRODUITS AUX STYLES DE VIE DES CONSOMMATEURS

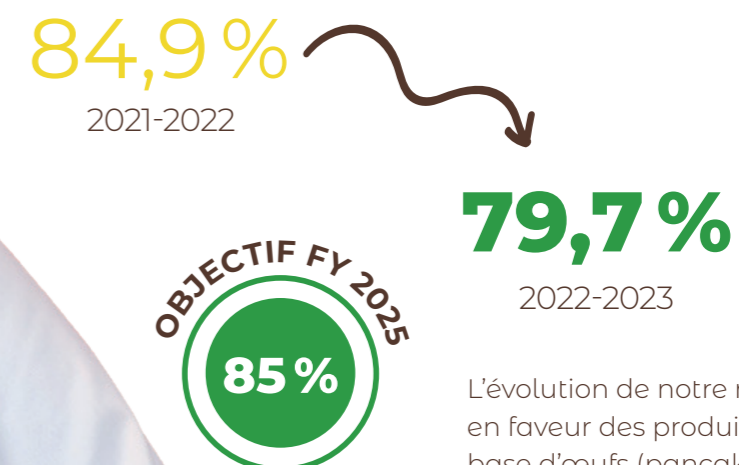
### POURCENTAGE DE VENTES (EN VOLUME) COMPOSÉES DE PRODUITS LIFESTYLE



- Bio
- Vegan
- Sans gluten
- Halal
- Casher
- Faible teneur en glucides
- Riche en fibres
- Riche en protéines

Cette baisse s'explique principalement par un arbitrage des consommateurs, en défaveur de certaines catégories de produits telles que le bio ou le sans gluten en période d'inflation.

### POURCENTAGE D'INGRÉDIENTS ACHETÉS (EN VOLUME) D'ORIGINE VÉGÉTALE



L'évolution de notre mix en faveur des produits à base d'œufs (pancakes) notamment, explique cette baisse et la dilution de la part des ingrédients d'origine végétale dans notre portefeuille d'ingrédients.



#### 🇫🇷 Cérélia France No Palmo

**TÉMOIGNAGE** « Afin de toujours mieux répondre aux attentes de tous nos consommateurs, nous travaillons à l'élaboration d'une recette sans huile de palme. L'attente est importante en France, 7 consommateurs sur 10 veulent des aliments sans huile de palme (source : Kantar 2018). Après 2 ans de travail pluridisciplinaire avec nos fournisseurs de matière grasse, les achats et la R&D, nous sommes parvenus à valider industriellement une 1<sup>ère</sup> version d'un mix beurre/huile nous permettant de proposer une solution « sans huile de palme ». Fin 2022, grâce à de nouvelles compétences acquises sur d'autres projets de matières grasses, nous avons travaillé avec succès à une nouvelle recette appelée « no palmo » et dont les résultats aux tests consommateurs organoleptiques se sont avérés excellents avec 85% d'intentions d'achat positives. Cette nouvelle recette a été très bien accueillie par nos clients et sera lancée sous peu dans certaines enseignes de la grande distribution. »



**Camille Petitperrin**  
Responsable Plateforme Innovation Pie Dough  
Cérélia France

# 04 NOS PERSPECTIVES

Nous construisons un modèle alimentaire durable capable de relever les défis environnementaux et sociétaux de notre temps !





# CÉRÉLIA CONTRIBUE AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

Les objectifs de développement durable nous donnent la marche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous. Ils répondent aux défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, notamment ceux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice. Les objectifs sont interconnectés et, pour ne laisser personne de côté, il est important d'atteindre chacun d'entre eux et chacune de leurs cibles, d'ici à 2030.

Notre feuille de route RSE et les projets qui la sous-tendent contribuent à 11 des 17 Objectifs de Développement Durable, ici répartis en fonction des quadrants de la boussole.



N° ODD	Définition de l'ODD	1 RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE INDUSTRIELLE	2 ASSURER UN APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE	3 ENGAGER NOS COLLABORATEURS	4 RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS
2 FAIM «ZÉRO»	Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.				
4 ÉDUCATION DE QUALITÉ	Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.				
5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES	Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.				
7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE	Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.				
8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE	Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.				
9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE	Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.				
10 INÉGALITÉS RÉDUITES	Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.				
12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES	Établir des modes de consommation et de production durables.				
13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES	Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.				
15 VIE TERRESTRE	Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.				
16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES	Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.				

## NOTRE INSPIRATION POUR LES PROCHAINES DÉCADES...

Demeurer, au fil des générations, une entreprise entrepreneuriale, passionnée et bienveillante qui continue à croître de manière durable.



### BE AT THE FOREFRONT

Être le partenaire international de premier choix, expert dans la fabrication de la pâte.



### PROMOTE HOME BAKING

Créer des moments de convivialité en cuisine, en famille et entre amis, pour nos consommateurs.



### SET THE EXAMPLE

Construire un modèle alimentaire durable à la hauteur des enjeux environnementaux et sociaux de notre époque.

## BILAN DES INDICATEURS WE ARE CÉRELIA AND WE CARE 2022-2023



Réduire notre empreinte industrielle	Unité	Résultats Groupe Cérélia 2021-2022	Résultats Groupe Cérélia 2022-2023	Objectif Groupe Cérélia 2024-2025
Efficiencé énergétique	kWh/T	558	520	488
Electricité « verte »	%	75	86	100
Déchets alimentaires générés	%	8	7,5	5,8

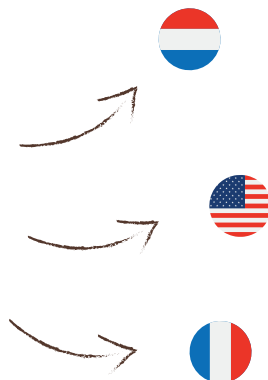
Assurer un approvisionnement responsable	Unité	Résultats Groupe Cérélia 2021-2022	Résultats Groupe Cérélia 2022-2023	Objectif Groupe Cérélia 2024-2025
Approvisionnements stratégiques achetés localement (<300 km en Europe, < 500 km en Amérique du Nord)	%	56,5	58	60
Ingrédients clés durables **	%	21,1	20,6	30
Emballages en carton et papier issus de forêts gérées durablement (certifiés FSC ou PEFC)	%	88,8	98,4	100
Cartons secondaires issus de fibres recyclées	%	84,4	95,4	100
Emballages plastiques conçus pour être recyclables* et/ou contenant du plastique recyclé <i>* nous prenons en compte les emballages mono-matériaux</i>	%	34,6	60,7	50

Répondre aux attentes des consommateurs	Unité	Résultats Groupe Cérélia 2021-2022	Résultats Groupe Cérélia 2022-2023	Objectif Groupe Cérélia 2024-2025
Ingrédients d'origine végétale (base volumes achetés)	%	84,9	79,7	85
Produits « lifestyle » vendus	%	26,6	18,5	N/A
Utilisation de sel, sucre, matière grasse dans nos volumes produits	%	20,9	19,0	18

Engager nos collaborateurs	Unité	Résultats Groupe Cérélia 2021-2022	Résultats Groupe Cérélia 2022-2023	Objectif Groupe Cérélia 2024-2025
Répartition Femmes-Hommes de nos employés permanents	% de femmes	45	45	40-60
Femmes à des postes de responsables	%	32,4	34,8	40-60
Employés permanents formés à l'École de la Boulangerie Cérélia	%	64	83,3	95
Taux de fréquence		23,86	21,36	< 36,9
Taux de gravité		0,62	0,86	< 2,3

\* Non applicable  
\*\* Concerne les ingrédients clés : farine de blé, huile de palme, cacao, œufs.

# WE ARE CÉRÉLIA & WE CARE !



**— Cérélia —**

Founded on trust, inspired by food

**CÉRÉLIA GROUP - 56 rue Lafitte, 75009 Paris**

T: +33 (0) 3 21 72 75 75 - [www.cerelia.com](http://www.cerelia.com)