

**Accord collectif de l'entreprise Davigel
reconnu par l'État
dans le cadre du Programme National pour l'Alimentation**

Paris, le 6 juillet 2016

Davigel
Partenaire de votre réussite



**Le Président Directeur Général de
Davigel,**

**Le Ministre de l'agriculture, de
l'agroalimentaire
et de la forêt,**


Jacques DERONZIER


Stéphane LE FOLL



ACCORD COLLECTIF
reconnu par l'état dans le cadre
du Programme National pour
l'Alimentation

2015-2018

SOMMAIRE

PRÉAMBULE

I / DONNÉES GÉNÉRALES

- 1.1- Description du demandeur
- 1.2- Nature et synthèse des engagements
- 1.3- Modalités de contrôle de la mise en œuvre et de suivi des engagements

II/ FICHE PAR ENGAGEMENT

2.1- Engagements pour l'amélioration de la qualité nutritionnelle

- Historique
- Engagement 1 : Maintien de la teneur en sel des plats cuisinés à marque Davigel
- Engagement 2 : Réduction de 8% de la teneur en sel des plats cuisinés les plus salés fabriqués dans nos usines
- Engagement 3 : Réduction de 3% de la teneur en sucres des desserts Davigel
- Engagement 4 : Améliorer les apports nutritionnels en favorisant l'accessibilité des produits Bleu Blanc Cœur à la restauration collective

2.2- Engagements sur la formation et l'information pour favoriser de bonnes habitudes alimentaires et valoriser le patrimoine alimentaire

- Engagement 5 : Poursuivre les formations nutrition pour l'ensemble des salariés Davigel
- Engagement 6 : Accompagner nos clients dans leur démarche d'amélioration de la qualité nutritionnelle
- Engagement 7 : Accompagner les jeunes dans une initiation aux métiers de cuisiniers grâce à un partenariat avec la fondation Paul Bocuse.
- Engagement 8 : Participer à la formation initiale des professionnels de la restauration collective en collaboration avec RESTAU'CO

2.3- Engagements sur la protection des ressources

- Engagement 9 : Augmenter le pourcentage des volumes de produits de la mer écocertifiés
- Engagement 10 : Augmenter le pourcentage de légumes écocertifiés
- Engagement 11: Certification Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) pour l'huile de palme

2.4- Engagement sur la réduction de l'empreinte écologique

- Engagement 12 : Diminuer la consommation énergétique des véhicules

2.5- Engagement sur la protection des salariés

- Engagement 13 : Réduire le taux de fréquence des accidents du travail.

Préambule :

Depuis toujours, la qualité et la sécurité sont des engagements quotidiens pour Davigel. Ces valeurs s'expriment au travers de 4 axes inscrits dans le système de management de la qualité et partagés par tous les collaborateurs :

- Respecter la santé du consommateur,
- Respecter strictement la législation alimentaire,
- Offrir de bons produits respectueux des goûts et des traditions culinaires tout en répondant aux attentes en matière de nutrition
- Veiller à ce que nos activités s'inscrivent dans le respect de l'environnement, de l'équité sociale et de la viabilité économique.

Davigel est ainsi engagé depuis plus de 35 ans dans une démarche « Nutrition, Santé, Bien-Être ». Le bien-être et la santé du consommateur sont deux valeurs historiques de Davigel qui guident l'ensemble des développements à travers la recherche du goût dans le respect des traditions culinaires et des attentes nutritionnelles avec le strict respect de la législation. Certifié ISO 9001 depuis 1993, la qualité est un engagement qui impose à Davigel de s'évaluer périodiquement et de s'améliorer.

En janvier 2010, Davigel a été le premier fabricant-distributeur de la Restauration Hors Foyer à signer une Charte Volontaire d'Engagement de Progrès Nutritionnels avec le Ministère de la Santé dans le cadre du Programme National Nutrition Santé. La validation de nos engagements à fin 2012 n'est pas une fin en soi pour l'entreprise et pour ses experts mais plus un encouragement à poursuivre ses démarches en faveur de la nutrition grâce aux engagements décrits ci-après.

A travers ces accords, Davigel souhaite continuer à améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits en s'engageant sur des réductions amorcées depuis 2008 (diminution de la teneur en sel, sucres et matières grasses...) et à faire évoluer favorablement la durabilité de ses modes de production et de transformation par une augmentation des volumes de produits issus d'exploitations engagées dans des démarches favorisant mes productions à moindre impact environnemental (légumes, huile de palme), et également la durabilité de ces modes de distribution en s'engageant sur une réduction de la consommation énergétique de ses véhicules.

Signataire :

Davigel SAS

BP41
76201 DIEPPE Cedex
Tel : 02.35.04.76.00

Partenaires :

Association Bleu-Blanc-Cœur

BP 60138
35301 FOUGERES Cedex

Fondation Paul Bocuse

1 quai du commerce
69009 LYON

CFA Agricole Départemental d'Eure et Loir

La Saussaye
28630 SOURS

WWF – France

1, carrefour de Longchamp
75016 Paris

Masternaut

5 Rue Salomon de Rothschild
92150 SURESNES

1. Données Générales

1.1 Description du demandeur

Nom et raison sociale du demandeur

DAVIGEL SAS
76201 DIEPPE Cedex

Directeur Général : Jacques DERONZIER

La structure de Davigel est unique sur le marché de la restauration car elle intègre tous les métiers depuis la sélection des produits, leur fabrication jusqu'à leur livraison dans les cuisines de ses clients. Le marché de Davigel est celui de la restauration hors-foyer (RHF).

Selon les données GIRA 2013, la restauration hors foyer (RHF) représente 7.35 milliards de repas par an qui se répartissent équitablement entre la restauration collective (49.6% des prestations) et la restauration commerciale (50.4% des prestations). Dans ces données, Davigel dispose d'une part de marché de 13% dans l'univers des distributeurs RHF surgelés – glaces.

En 2014, Davigel a réalisé un chiffre d'affaire de 649 millions d'euros, réparti de la manière suivante:

- La restauration commerciale (restauration indépendante et chainée) : 59.9%
- La restauration sociale (scolaire, santé, entreprise) : 35.4%
- L'export : 4.7%.

3

Les 2/3 du chiffre d'affaire sont réalisés avec des produits surgelés dont des glaces et 1/3 de produits réfrigérés.

Au service des professionnels depuis 50 ans, Davigel est à la fois un fabricant et un distributeur de produits alimentaires.

Au global, près de 3000 références produits sont distribuées auprès de 60 000 clients.

Ces produits peuvent être de 3 origines :

- Produits bruts (ex : viandes découpées et parées non cuisinées, légumes...),
- Produits fabriqués dans nos usines,
- Produits élaborés par des tiers (dont les glaces fabriquées par Nestlé).

78% du volume global sont des produits vendus sous marque Davigel alors que les 22% restants sont élaborés ou achetés spécifiquement à la demande de certains clients. Ces derniers n'apparaissent pas dans notre catalogue général, et ne sont pas concernés par la majorité des engagements.

Côté fabrication, la production est réalisée dans 3 usines

- Offranville, spécialisée dans la fabrication de portions de poisson enrobés, de salades composées, de produits traiteurs, de poêlées enrobées IQF et de spécialités de poisson. Production de 257 références
- Barbezieux, spécialisée dans la fabrication de produits feuilletés, de tartes sucrées et salées, de crêpes et galettes et de produits traiteurs. Production de 105 références
- Houdebine à Noyal Pontivy, spécialisée dans la fabrication de produits élaborés à base de viandes, de volailles et légumes, de plats cuisinés et sauces. Production de 370 références

1.2 Nature et synthèse des engagements

Les engagements proposés par Davigel dans le cadre des accords collectifs sont de plusieurs types :

- Engagements concernant l'amélioration de la qualité nutritionnelle sur les catégories des entrées, plats cuisinés, desserts et des viandes
- Engagements sur la formation et l'information pour favoriser de bonnes habitudes alimentaires et valoriser le patrimoine alimentaire
- Engagements concernant la protection des ressources sur la catégorie légumes
- Engagements pour la réduction de notre empreinte écologique lors de la distribution de l'ensemble du portefeuille produits
- Engagements concernant la sécurité des salariés

Dans le tableau ci-après sont résumés les engagements :

	Date de début	Contenu	Partenaires	Objectifs 2018	Date de fin
Amélioration de la qualité nutritionnelle	2012	Maintien de la teneur en sel des plats cuisinés à marque Davigel		Maintenir la teneur en sel moyenne actuelle	Fin 2018
	2014	Réduire la teneur en sel des plats cuisinés les plus salés fabriqués dans nos usines		Réduction de 8% du taux de sel des plats cuisinés les plus salés	Fin 2018
	2015	Réduire la teneur en sucres dans les desserts à marque Davigel		Réduction du taux de sucres de 3% dans les desserts à la marque Davigel	Fin 2018
	2015	Maintenir la qualité des matières grasses		Teneur en acides gras trans < 3% de la matière grasse	Fin 2018
	2015	Maintenir la quantité de matières grasses dans les entrées et les plats cuisinés fabriqués dans nos usines		Entrées < 15% de Mat. grasses 85% du volume des plats cuisinés avec P/L >1	Fin 2018
Formation et information pour favoriser de bonnes habitudes alimentaires et valoriser le patrimoine alimentaire	2013	Améliorer les apports nutritionnels en favorisant l'accessibilité des produits Bleu Blanc Cœur à la restauration collective	Bleu Blanc Cœur	Proposer de nouvelles références de viandes BBC et animer les références existantes pour continuer à développer les volumes	Fin 2018
	2007	Poursuivre les formations nutrition pour l'ensemble des salariés Davigel		Former tous les ans l'ensemble des salariés arrivés dans l'entreprise avant le 31 décembre de l'année précédente	Fin 2018
	1998	Accompagner nos clients dans leur démarche d'amélioration de la qualité nutritionnelle		Continuer à proposer des services gratuits de validation de menus par l'intermédiaire du Club NutriServices et de CréaMenu	Fin 2018
	2013	Accompagner les jeunes dans une initiation aux métiers de cuisiniers	Fondation Paul Bocuse	Accueillir des jeunes collégiens dans le cadre des Ateliers d'Initiation « Découvrir un métier »	Fin 2018
	2013	Participer à la formation des professionnels de la restauration collective	Restau'Co CFA de la Saussaye (28)	Parrainage du Certificat de spécialisation restauration collective	Déc 2016
Protection des ressources	2013	Augmenter le % de légumes issus d'exploitations engagées dans des démarches favorisant des productions à moindre impact environnemental		Augmenter de 2,5 fois le volume de légumes issus d'exploitations HVE ou AB Augmenter de 1,25 fois le volume de légumes issus d'exploitations engagées dans des démarches types Agri-confiance ou Global Gap	Fin 2018
	2014	Utiliser une huile de palme produite de façon durable pour la fabrication de nos produits usines		S'approvisionner à 100% en huile de palme certifiée ségréguée pour tous les produits fabriqués en usine contenant de l'huile de palme	Fin 2018
Réduction de l'empreinte écologique	2012	Diminuer la consommation énergétique des véhicules	Masternaut	Atteindre une consommation moyenne de 23L/100Km	Fin 2018
Sécurité des collaborateurs	2007	Assurer la sécurité des collaborateurs		Diminuer le taux de fréquence des accidents du travail	Fin 2018

1.3 Modalités de contrôle de la mise en œuvre et de suivi des engagements

Nom et raison sociale : **Bureau Véritas**
 Le Guillaumet, 92046 PARIS LA DEFENSE CEDEX
 Téléphone : 01.41.91.00.74

Les paramètres suivis dépendront des types d'engagements concernés à savoir :

- Pour l'amélioration de la qualité nutritionnelle :

La méthode de contrôle de l'engagement par le bureau Véritas sera basée sur un contrôle documentaire des recettes transmises par les usines et sur une extraction des données nutritionnelles de notre logiciel de gestion de produits.

- Pour l'information et la formation pour favoriser les bonnes habitudes alimentaires et valoriser le patrimoine alimentaire

La méthode de contrôle de l'engagement par le bureau Véritas se fera

- o Pour la formation nutrition des salariés : sur le contrôle documentaire des formations enregistrées
- o Pour l'accompagnement des clients : sur le contrôle documentaire du nombre de semaines validées par le club NutriServices et sur les actions des Responsables Nutrition Régionales
- o Pour la formation initiale des professionnels de la restauration collective : sur le contrôle documentaire des actions réalisées avec le CFA et Restau'Co

- Pour la protection des ressources

La méthode de contrôle de l'engagement par le bureau Véritas sera basée sur un contrôle documentaire de certifications signées avec les associations environnementales et sur un contrôle documentaire des volumes des approvisionnements concernés.

- Pour la réduction de l'empreinte écologique

Pour la réduction de la consommation des véhicules, la méthode de contrôle de l'engagement par le bureau Véritas sera basée sur un contrôle documentaire des km parcouru par l'ensemble de la flotte de camion et de la consommation énergétique de la flotte.

- Pour la sécurité des salariés

La méthode de contrôle de l'engagement par le bureau Véritas se fera sur le contrôle documentaire des revues de direction sur la période considérée et sur les compte-rendu des comités de sécurité.

2. Fiche par engagement

2.1 Engagements pour l'amélioration de la qualité nutritionnelle

Historique

Davigel SAS effectue un suivi des valeurs nutritionnelles de ses produits depuis 1979. L'entreprise est engagée dans une politique d'amélioration de la qualité nutritionnelle de ces produits depuis 1998. En 2010, Davigel a signé une charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels dans le cadre du PNNS2. Les 2 engagements principaux sur la réduction de sel et la réduction de sucres ont concerné 61% du volume des produits vendus sous marque Davigel. L'ensemble des catégories suivantes ont été impactés par ces différentes phases d'amélioration :

- Entrées :

La gamme des entrées reprends des produits très différents tel que salades, terrines, feuilletés, quiches et tartes, crêpes, snacks, autres entrées chaudes ou froides. Les 2 catégories principales que sont les salades et les feuilletés ont bénéficié des réductions de sel et de matières grasses lors de notre charte, respectivement -17% de sel sur les salades et -18% de matières grasses sur les feuilletés (moyenne non pondérée par les volumes).

- Plats cuisinés

Le profil nutritionnel des plats cuisinés fabriqués dans notre usine de Bretagne a également été amélioré : entre 2008 et 2012, la teneur en sel a été réduite de 10% et la teneur en matière grasse de 13% (moyenne non pondérée par les volumes).

- Poissons élaborés

De par son histoire, Davigel a une véritable image d'expert poisson. L'ensemble des poissons élaborés de la gamme sont fabriqués dans l'usine d'Offranville avec une maîtrise globale de la qualité. Cette fabrication maison a aussi permis de mettre en œuvre l'amélioration de la qualité nutritionnelle. Dès 1998 Davigel s'est attaqué à la réduction des lipides dans les poissons panés en mettant au point une technologie qui a permis de limiter l'absorption de la matière grasse lors du passage en friture. Depuis, plusieurs développements sont venus compléter l'offre de poissons élaborés avec une teneur maîtrisée en matière grasse, comme par exemple le fileté corn flakes lancé en 2014, poisson enrobé de céréales qui ne nécessite pas de passage en friture. Aujourd'hui plus de 70% de nos références de poissons élaborés ont un rapport P/L>2.

- Desserts

Les desserts Davigel sont des produits élaborés à Barbezieux ou par des tiers. Ils comprennent des fruits surgelés découpés, des gâteaux, des pâtisseries feuilletées, des tartes... Lors de la charte, 27 produits fabriqués à Barbezieux ont fait l'objet d'amélioration nutritionnelle : en moyenne la quantité de sucres a été réduite de 5.4% (réduction pondérée par les volumes).

Pour aller plus loin dans l'amélioration de la qualité nutritionnelle, nous allons concentrer nos efforts sur la réduction de sel dans les plats cuisinés et la réduction de sucres dans nos desserts par l'intermédiaire des engagements décrits dans les pages suivantes, tout en maintenant les progrès réalisés dans le domaine des matières grasses.

Le sel est un minéral nécessaire au bon fonctionnement de notre organisme. Toutefois sa consommation excessive n'est pas sans conséquence pour la santé : elle participe à l'augmentation du risque d'hypertension artérielle, de maladies cardiovasculaires et favorise la survenue d'autres maladies. La réduction de la consommation en sel est un enjeu majeur pour la santé publique et constitue d'ailleurs l'un des objectifs majeurs du PNNS.

Le sel consommé par la population française provient majoritairement des aliments transformés. A ce jour, l'objectif fixé par l'ANSES en 2002 qui était de réduire de 20 % l'apport en sel de la population sur 5 ans n'est que partiellement atteint. Le PNNS3 (2011-2015) a fait de la réduction de sel un des principaux objectifs pour que la consommation moyenne atteigne un maximum de 8 g/j chez l'homme adulte et 6.5 g/j chez la femme et l'enfant.

Les plats composés faisant partie des aliments contributeurs aux apports en sel dans la population française, Davigel a déjà commencé à réduire la teneur en sel de ses produits depuis 2008, en économisant 7.5T de sel sur 3 ans dans le cadre d'une charte PNNS et souhaite à travers cet accord

- maintenir les améliorations déjà réalisées
- et continuer à diminuer le sel dans ses plats cuisinés les plus salés fabriqués dans son usine.

Engagement 1 : Maintien de la teneur en sel des plats cuisinés à marque Davigel

Familles de produits concernées par cet engagement :

L'ensemble des plats cuisinés à la gamme Davigel se répartit de la manière suivante : pâtes farcies, plats à base de bœuf, veau, agneau, plats à base de poisson, plats à base de porc, plats à base de volaille, plats cuisinés complets, plats cuisinés de gibier, plats cuisinés en gratin, plats cuisinés fromagés, plats cuisinés italien, plats cuisinés santé, œufs, quenelles, sauces et garniture.

Les familles suivantes sont exclues de l'engagement : plats cuisinés santé, œufs, confits, quenelle lyonnaise, sauces et garnitures car soit leur teneur est très faible (ex : plats cuisinés sans sel pour la restauration de la santé), soit le sel a un rôle technologique (confits), soit la famille n'est pas un plat cuisiné à elle seule (ex : sauces).

La gamme de plats cuisinés concernée par ce premier engagement comporte 84 produits, soit 66% de l'ensemble de la gamme des plats cuisinés.

Objectifs fixés :

A la fin de notre engagement relatif à la charte PNNS, la teneur moyenne en sel de nos plats cuisinés était de 10% inférieure à la teneur de 2008.

Le marché de la RHF est un marché très réactif, en général les gammes de produits évoluent rapidement. Pour les plats cuisinés on considère qu'environ 10% des références bouge tous les ans suite à des modifications de recettes, des lancements de nouveaux produits ou encore arrêts de référence. Or les habitudes culinaires des chefs de cuisine qui développent les produits sont encore bien ancrées en ce qui concerne l'utilisation de sel. Avoir comme objectif de ne pas dépasser une certaine quantité de sel permettra de faire évoluer les pratiques et de rechercher d'autres moyens d'atteindre l'équilibre aromatique des plats cuisinés.

Nous nous engageons donc à maintenir la teneur moyenne en sel actuelle à la fin 2018.

Actions envisagées :

Les deux leviers possibles pour maintenir cette teneur moyenne en sel sont les modifications de recettes et le développement de nouveaux produits.

Selon notre processus qualité de maîtrise de la conception et du développement des articles, chaque modification de recette ou développement de nouveaux produits doit faire l'objet d'une fiche objectif. Ce document reprend les différentes exigences à respecter, et notamment les critères nutrition à maîtriser. Pour démarrer le projet, chaque fiche objectif doit être validée par le Comité de Développement qui est constitué des directeurs Commercial, Technique, Achats, Qualité, Marketing, Développement produits et des responsables du groupe d'application et de la nutrition.

Pour les fiches objectifs de développement ou de rénovation de plats cuisinés, la valeur maximale sera défini comme une valeur cible à respecter.

En amont des revues de conception intermédiaire et revue de fin de développement, les recettes seront transmises au service nutrition pour que la teneur en sel soit calculée à l'aide d'un logiciel de calcul de valeurs nutritionnelles.

Les décisions de lancement prendront en compte la valeur de sel calculée.

Lors de la première fabrication industrielle, des échantillons seront envoyés en laboratoire pour analyser la valeur de sel finale.

Freins et difficultés éventuels :

La qualité organoleptique est un prérequis pour l'ensemble de nos produits. Le respect de cette teneur en sel ne peut se faire que dans la limite d'acceptation des clients et des consommateurs finaux. Pour certains produits elle sera difficile à respecter de par la composition naturellement riche en sodium des ingrédients qui le composent (charcuterie, fromage...). Dans les cas d'une teneur supérieure à la valeur cible en fin de développement, les raisons devront être documentées dans la revue de fin de développement.

Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

En fin de chaque semestre, une extraction sera faite de notre logiciel de gestion des produits pour récupérer l'ensemble des valeurs nutritionnelles des plats cuisinés relevant du périmètre considéré. La teneur moyenne en sel pondérée par les volumes sera ainsi calculée par le service nutrition.

Engagement 2 : Réduction de 8% de la teneur en sel des plats cuisinés les plus salés fabriqués dans nos usines

Familles de produits concernées par cet engagement :

Sur ces 84 produits de la gamme plats cuisinés, 40% des plats cuisinés vendus sous la marque Davigel sont fabriqués dans nos usines.

Améliorations proposées :

Afin de poursuivre les améliorations réalisées lors de la précédente charte, nous nous engageons à réduire les quantités de sel dans les plats cuisinés fabriqués dans nos usines qui dépassent la teneur moyenne en sel OQALI de 0.93g/100g.

Objectifs quantitatifs finaux :

L'objectif est de diminuer la teneur en sel des produits cités ci-dessus, d'ici fin 2018, d'au moins 8% pondérée par les volumes de ventes de 2014.

A volumes constants, l'économie annuelle de sel attendue sera de 700kg d'ici fin 2018 lorsque les objectifs seront atteints.

Actions envisagées :

Les produits identifiés ont fait l'objet d'une demande de modification en 2014 qui a été validée par le comité de développement. Afin de diminuer la teneur en sodium des produits concernés par l'engagement, des tests sont actuellement réalisés sur les recettes (baisse du sel, ajout d'épices pour compenser la diminution de sel...). Une fois celles-ci développées, elles feront l'objet d'une validation par un jury composé du chef de produit marketing, d'un concepteur culinaire et d'un chef de produit nutrition. Les critères nutritionnels seront évalués par calcul et les critères organoleptiques seront jugés lors de dégustation avant validation. Une fois validée, une modification des cahiers des charges incluant la mise à jour des valeurs nutritionnelles obtenue par calcul ou analyse sera réalisée.

Freins et difficultés éventuels :

Comme pour l'objectif précédent, il est nécessaire de conserver une très bonne qualité organoleptique des produits concernés. La diminution de sel se fera dans la limite d'acceptation des clients et des consommateurs finaux. De plus, pour certains produits la teneur en sodium sera difficile à diminuer de par la composition naturellement riche en sodium des ingrédients qui le composent (charcuterie, fromage...).

Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

Les critères quantifiables sont la mise à jour de la teneur en sodium en g/100g d'après des analyses nutritionnelles et la quantité de sel économisée chaque année pour nos usines.

Engagement 3 : Réduction de 3% de la teneur en sucres des desserts Davigel

Contexte :

Selon INCA2, la consommation moyenne en sucre en France s'établit en moyenne à 95 g par jour par personne. Or, selon les recommandations de l'OMS publiées en mars 2015, il est recommandé de ramener l'apport en sucres à moins de 10% de la ration énergétique totale chez l'adulte et l'enfant. Et il serait encore meilleur pour la santé de réduire l'apport en sucres à moins de 5% de la ration énergétique totale, soit à 25 grammes environ par jour.

En France, la consommation de desserts fait partie de notre culture. Le consommateur français tient à son dessert car celui-ci est bien ancré dans la trilogie du repas à la française. 42.9% des pâtisseries et des gâteaux sont consommés en dehors du domicile (INCA2).

Davigel s'était déjà engagé à réduire la teneur en sucres ajoutés de ses produits à marque Davigel fabriqués à Barbezieux depuis 2008 en économisant 50.7T de sucre et souhaite à travers cet accord continuer à diminuer le sucre dans les desserts.

Familles de produits concernées par cet engagement :

Les 177 desserts vendus sous marque Davigel sont répartis dans les catégories suivantes : cocktails sucrés et mini-desserts, desserts à partager, desserts individuels, fruits, galettes des rois, produits de composition, viennoiseries.

Le volume total concerné par cet engagement exclue les fruits sur lesquels on ne peut pas avoir d'action de réduction de sucres, soit 88% du volume total des desserts Davigel.

 12

Choix des objectifs

L'Oqali n'a pas menée d'étude sectorielle sur la catégorie des desserts frais et surgelés. Seule la catégorie des préparations pour desserts a été étudiée en 2009. La teneur moyenne en sucre dans cette étude est de 23.4 g/100g.

Objectifs quantitatifs finaux :

Fin 2018, l'objectif est de diminuer la teneur en sucres simples de ces produits d'au moins 3% pondérée par les volumes de ventes de 2014.

A volumes constants, l'économie annuelle attendue de sucre sera de 40 tonnes de sucre.

Actions envisagées :

Les produits feront l'objet d'une demande de modification qui devra être validée par le comité de développement.

L'objectif sera de s'attaquer en priorité aux desserts fabriqués dans notre usine de Barbezieux et aux produits fabriqués par des tiers qui représentent les plus gros volumes.

Afin de diminuer la teneur en sucre des produits concernés par l'engagement, des tests vont être réalisés sur les recettes. Une fois les recettes développées, elles feront l'objet d'une validation par un jury composé du chef de produit marketing, d'un concepteur culinaire et d'un chef de produit nutrition. Les critères nutritionnels seront évalués par calcul et les critères organoleptiques seront

jugés lors de dégustation avant validation. Une fois validée, une modification des cahiers des charges incluant la mise à jour des valeurs nutritionnelles obtenue par calcul ou analyse sera réalisée.

Freins et difficultés éventuels :

Il faudra conserver une très bonne qualité organoleptique des produits concernés. La diminution de sucre se fera dans la limite d'acceptation des clients et des consommateurs finaux.

Dans les desserts, le sucre n'a pas seulement une fonction sensorielle mais également et surtout technologique. La réduction de sucre ne doit pas se faire au dépend de la sécurité sanitaire des produits et ne devra pas engendrer un surcoût rédhibitoire à l'intégration de ces produits dans les appels d'offre.

Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

Les critères quantifiables sont la mise à jour de la teneur en sucre en g/100g d'après des analyses nutritionnelles et la quantité de sucre économisée chaque année.

Engagement 4 : Maintenir la qualité et la quantité de matières grasses dans nos produits

1. Qualité des matières grasses

Contexte :

En 2010, l'EFSA conclue qu'il existe des éléments probants montrant que des apports élevés en matière grasse saturée et en acides gras trans (AGT) entraînent une augmentation des taux de cholestérol sanguin, ce qui peut contribuer au développement de maladies cardiaques.

Depuis 2005, Davigel s'est engagé dans une politique interne sur les AGT technologiques pour les produits fabriqués dans ses usines. Cette politique est basée sur les recommandations de l'OMS en 2003 et vise à atteindre un taux d'AGT technologique inférieur à 3% de la matière grasse totale du produit fini.

Depuis, les différentes recommandations (AFSSA 2009, OMS 2010, EFSA 2010) préconisent toutes une maîtrise des AGT dans des limites compatibles avec une alimentation équilibrée.

Familles de produits concernées par cet engagement :

Les produits concernés par cet engagement sont :

- Les produits fabriqués dans nos usines
- Les produits élaborés par des tiers

Choix des objectifs

Selon la littérature, les AGT présents dans les aliments sont de 3 origines :

- Biohydrogénation ruminale, à l'origine de la présence d'AGT dans le lait et les denrées alimentaires issues de ruminants
- L'hydrogénation catalytique partielle d'huiles ou de graisses, à l'origine de la présence d'AGT dans les huiles partiellement hydrogénées
- Les traitements thermiques responsables de la formation d'AGT dans les huiles et les graisses. Ces traitements peuvent être technologiques ou domestiques.

Le rapport de l'AFSSA en février 2009 (N°2007-SA-0220) montre que cette dernière origine est négligeable compte tenu des couples temps – température généralement pratiqués.

Nous focaliserons donc notre objectif sur la deuxième source D'AGT, c'est-à-dire l'utilisation des matières grasses partiellement hydrogénées.

Objectifs quantitatifs finaux :

- Produits usines

Depuis 2006, les produits fabriqués dans nos usines respectent l'exigence d'une teneur en AGT inférieure à 3% de la matière grasse.

Nous nous engageons donc à maintenir cet objectif en veillant à ne pas utiliser de matière grasse partiellement hydrogénée dans nos futurs développements.

D'autre part, dans un objectif d'amélioration de la qualité des matières grasses, nous allons veiller à éliminer l'utilisation des matières grasses totalement hydrogénées (hors additifs qui sont par nature

utilisés à faible dose) et à n'utiliser l'huile de palme que dans certaines conditions (voir engagement 12 sur l'huile de palme)

- Produits élaborés par des tiers

Etant donné que les huiles partiellement hydrogénées sont la principale source d'AGT technologiques dans nos produits, notre volonté est d'en éliminer l'utilisation dans les recettes.

Actions envisagées :

- Produits usines

Toutes les nouvelles fiches objectifs et les demandes de modification intégreront le critère suivant : « Absence de matière grasse partiellement hydrogénée, l'utilisation de matière grasse totalement hydrogénée ou d'huile de palme devra être justifiée ».

Le chef de projet responsable du développement devra s'assurer de l'absence de matière grasse partiellement hydrogénée dans les matières premières utilisées.

Une analyse chimique sera réalisée lors de la première fabrication pour s'assurer de la teneur en AGT inférieure à 3% de la matière grasse.

- Produits élaborés par des tiers

Un état des lieux est en cours concernant les produits élaborés par des tiers pour identifier la présence de matière grasse partiellement hydrogénée. En fonction des résultats, des demandes de modification seront faites auprès du fournisseur.

Pour le développement de nouveaux produits, la charte qualité fournisseur intègre la nécessité d'absence d'huile partiellement hydrogénée dans les produits élaborés.

Freins et difficultés éventuels :

Les difficultés principales se poseront sur les produits élaborés par des tiers lorsque Davigel n'est pas le principal client de la recette en question. Une recette exclusive pour Davigel entraîne un surcoût qui n'est souvent pas compatible avec les demandes du marché.

Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

Le service nutrition s'assure de l'absence d'huile partiellement hydrogénée dans les listes d'ingrédients lors la mise à jour des valeurs nutritionnelles des produits sur le logiciel de gestion de produits, que ce soit pour un nouveau produit ou lors d'une modification engendrant des modifications de valeurs nutritionnelles. Pour les produits élaborés dans nos usines, une analyse du profil en matière grasse est réalisée pour s'assurer du respect de la teneur en AGT.

2. Quantité de matière grasse

Contexte :

Dans le cadre de la charte d'engagement volontaire de progrès nutritionnel signée en 2010, Davigel s'était engagé à réduire la teneur en matières grasses des produits élaborés dans ses usines afin de répondre aux recommandations du GEMRCN.

Au terme de 3 ans de rénovation de produits, les teneurs en matières grasses de nos salades ont été réduites de 26%, celles de nos feuilletés de 18% et celles des plats cuisinés de plats cuisinés de 13%.

Familles de produits concernées par cet engagement :

Les produits concernés par cet engagement sont :

- Les entrées fabriquées dans nos usines de Barbezieux (feuilletés) et Offranville (salades)
- Les plats cuisinés fabriqués dans nos usines

Choix des objectifs :

La recommandation nutrition issue du GEMRCN (Groupe d'Etudes des Marchés de Restauration Collective et Nutrition) en juillet 2015 rappelle qu'un excès de lipides et un déséquilibre de leurs constituants peuvent conduire à un surpoids et exposer aux risques cardiovasculaires. La part recommandée des lipides dans l'apport énergétique est de 35 à 40%. Cette fourchette permet d'assurer la couverture des besoins en acides polyinsaturés et prend en compte la prévention des pathologies. Selon le site internet de l'ANSES, la limite haute de la fourchette est dépassée en France par 43% des adultes et 34% des enfants. (<https://www.anses.fr/fr/content/les-lipides>)

Parmi les produits les plus riches en lipides, les produits transformés sont une source non négligeable de matières grasses. Afin qu'ils puissent faire partie d'une alimentation équilibrée, il est nécessaire de veiller à ce que leur teneur en matière grasse soit en ligne avec les recommandations.

Objectifs quantitatifs finaux :

Afin de maintenir les efforts réalisés lors de notre charte volontaire de progrès nutritionnels et de rester en ligne avec les recommandations du GEMRCN, nous allons nous assurer que :

- La teneur en matière grasse moyenne pondérée par les volumes de nos entrées reste inférieure à 15%
- 85% des volumes de plats cuisinés fabriqués dans nos usines aient un rapport P/L >1

16

Actions envisagées :

En amont de la validation par le Comité de Développement, chaque développement ou demande de modification d'entrée ou de plats cuisinés fabriqués dans nos usines donnera lieu à une discussion entre le service nutrition, le marketing et le groupe d'application pour déterminer la compatibilité technologique avec les critères ci-dessus. En effet, il est parfois très difficile d'atteindre de telles exigences pour des raisons technologiques ou pour des plats typiques des traditions culinaires françaises. Par exemple, il est impossible d'atteindre un pourcentage de matière grasse inférieur à 15% pour un feuilleté gastronomique au fromage, ou encore d'avoir une tartiflette avec un P/L >1 (cf. table Ciquil).

Une fois la faisabilité établie, les critères relatifs à la matière grasse seront ajoutés aux fiches objectifs et suivi par calcul lors du développement.

Freins et difficultés éventuels :

Les freins et difficultés sont essentiellement d'ordre organoleptique et technologique.

En effet, nous savons que 100% des recettes ne peuvent atteindre les critères nutritionnels fixés, car elles sont naturellement riches en lipides de par la technologie utilisée ou sont plus gourmandes par le choix des ingrédients, le respect des traditions culinaires ou du code des usages.

Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

En fin de chaque semestre, une extraction sera faite de notre logiciel de gestion des produits pour récupérer l'ensemble des valeurs nutritionnelles des entrées et des plats cuisinés relevant du périmètre considéré. La teneur en matière grasse moyenne pondérée par les volumes de nos entrées, ainsi que le volume de plats cuisinés ayant un rapport P/L >1 seront calculés par le service nutrition.

Engagement 5 : Améliorer les apports nutritionnels en favorisant l'accessibilité des produits Bleu Blanc Cœur à la restauration collective

De multiples études ont montré les conséquences délétères d'un déséquilibre en oméga 3 sur la santé et d'un apport excessif en acides gras saturés.

Depuis 2000, l'association Bleu Blanc Cœur (BBC) organise des filières de productions agricoles bénéfiques pour la santé humaine avec l'objectif de rééquilibrer notre alimentation quotidienne par une meilleure prise en compte des pratiques agricoles. L'intégration de sources naturelles d'Oméga 3 dans l'alimentation des animaux comme la graine de lin ou la luzerne permet d'obtenir des aliments de meilleure qualité nutritionnelle et plus savoureux et aussi de préserver l'environnement grâce à des modes de production favorables à la biodiversité. L'association regroupe à ce jour 400 structures adhérentes et plus de 5000 producteurs et éleveurs.

En août 2013, Davigel a choisi de s'associer à BBC pour promouvoir en restauration hors foyer la consommation de viandes qui ont un profil lipidique amélioré et qui ont été produites en respectant des dispositions prises en matière de bien-être animal et de respect de l'environnement. Pour cela, nous avons mis à la gamme un sauté de porc issu de la filière BBC. En 2014, 2 autres références ont suivi : un steak haché et un sauté de canard. Depuis janvier 2015, une côte de porc complète l'offre. Et nous sommes encore à la recherche d'autres pistes pour de nouvelles références dans les 3 années à venir.

Nous prenons d'ailleurs aujourd'hui l'engagement de favoriser l'accès des produits BBC en augmentant les volumes de ces références.

Familles de produits concernées par cet engagement :

Viandes bovines, de porc et de volaille

Objectif quantitatif final :

L'objectif est de continuer à développer les volumes de nos ventes de produits en partenariat avec l'association Bleu Blanc Cœur à la fin de l'année 2018.

En remplissant cet objectif, les 4 références actuellement lancées auront permis à elles seules

- d'économiser 9,4 tonnes de matières grasses saturées qui ne seront pas consommées par les convives de la restauration collective
- de gagner 1,4 tonne d'oméga 3 qui viendront rééquilibrer les apports en acides gras essentiels

Il faudra ajouter à cela les apports des références que nous lancerons d'ici fin 2018.

Actions envisagées :

Lancements de références prévus en partenariat avec l'association Bleu-Blanc-Cœur et promotion des références existantes par une communication adaptée.

Acteurs mobilisés :

Le partenariat que Davigel a signé avec Bleu Blanc Cœur en août 2013 engage chacune des parties de la manière suivante:

- Pour Bleu Blanc Cœur, à fournir à Davigel, des animaux issus d'une filière locale maîtrisée, d'une qualité nutritionnelle améliorée (plus d'Oméga 3, ratio Oméga 6/Oméga 3 <5) pour aider à couvrir nos besoins quotidiens en Oméga 3 et une qualité produit améliorée (moins de perte d'eau à la cuisson, plus de jutosité et tendreté).
- Pour Davigel, à réaliser des lancements de produits avec Bleu Blanc Cœur.

Par ce partenariat, signe de la reconnaissance de son expertise en nutrition, Davigel démontre une nouvelle fois son engagement d'entreprise citoyenne et responsable, créatrice de valeur partagée, avec la ferme volonté d'offrir de bons produits, respectueux de nos goûts et de nos traditions culinaires, le tout dans le respect des ressources naturelles et de l'environnement.

Freins et difficultés éventuels :

Davigel souhaite construire sa gamme de produits BBC en respectant un des principes fondamentaux de la démarche : l'accessibilité des produits. Tout l'enjeu est donc de trouver des filières ayant une capacité de production suffisante, avec un surcoût n'excédant pas 10% comme le souhaite l'association. Ce principe prend tout son sens au regard des contraintes financières de la restauration collective, et reste un élément clé dans la décision de lancement produit :

- Certaines filières sont encore en cours de construction et ne peuvent offrir les volumes nécessaires
- Certains morceaux ne sont pas encore valorisés en BBC, ce qui engendre des surcoûts sur les autres morceaux compatibles aux attentes de la restauration collective. La mise en place des filières doit amener des débouchés pour tous les produits (en RHF et GMS) pour équilibrer les surcoûts de production.

Ces enjeux concernent notamment la filière bovine et la volaille.

Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

Volumes des produits bénéficiant du partenariat Bleu Blanc Cœur.

2.2 Engagements sur la formation et l'information pour favoriser de bonnes habitudes alimentaires et valoriser le patrimoine alimentaire

Engagement 6 : Poursuivre les formations nutrition pour l'ensemble des salariés Davigel

Depuis 2007, Davigel SAS a mis en place des sessions de formation à la nutrition destinées à l'ensemble des salariés de l'entreprise.

Notre objectif est de former 100% des salariés à la nutrition.

3 modules de formations sont dispensés dans le but de renforcer le niveau de connaissance en nutrition de l'ensemble des collaborateurs :

1. Formation de base (2 à 3 heures)

- Cible : tous les salariés de l'entreprise.
- Objectifs : formation de base à la nutrition et aux bases de l'équilibre alimentaire afin que tout salarié soit en mesure de faire des choix éclairés dans sa vie quotidienne pour toute question en rapport avec l'alimentation.

2. Formation avancée (4 heures)

- Cible: Tous les salariés en contact avec le développement produit (achat/ recherche et développement/ conception/ marketing/ qualité...)
- Objectifs : Faire de la nutrition une préoccupation lors du développement produit en tenant compte des engagements du groupe et de la réglementation en vigueur.

3. Formation spécialiste

- Cible: Responsables nutrition régionales et force de vente sociale
- Objectifs : avoir une vision nutrition plus ciblée sur la restauration collective et les recommandations du GEMRCN

Fin 2012, 2914 salariés ont été formés.

Jusqu'à fin 2018, Davigel s'engage à former tous les ans l'ensemble des salariés arrivés dans l'entreprise en CDI avant le 31 décembre de l'année précédente, soit par exemple pour l'année 2015 :

- Formation de base : 129 personnes à former
- Formation avancée : 65 personnes à former
- Formation spécialiste : 16 personnes à former

Engagement 7 : Accompagner nos clients dans leur démarche d'amélioration de la qualité nutritionnelle

Depuis 1998, Davigel s'est engagé à informer les clients de manière compréhensible afin de promouvoir des comportements favorables à la santé par l'intermédiaire du Club NutriServices.

Davigel propose à ses clients un ensemble de produits et services destinés à faciliter la prise en compte des critères nutritionnels dans la définition et la réalisation de repas équilibrés quel que soit le type de restauration.

Différents outils sont développés pour mieux informer nos clients. Ils évoluent en fonction du besoin et de l'expérience acquise par l'entreprise.

NutriServices se concrétise auprès de nos clients sous la forme d'un club. L'adhésion au club est gratuite et se fait sur la base du volontariat. Ouvert prioritairement à la restauration scolaire au démarrage (1998 – 1999), le club intègre désormais tous les professionnels de la restauration. La gestion du club est réalisée par le Pôle Nutrition.

L'information suivante est mise à disposition des membres du club.

- La lettre d'information NutriServices. Elle paraît 3 fois par an. Elle contient des dossiers thématiques, l'actualité nutrition, et les caractéristiques nutritionnelles de produits sélectionnés.
La lettre d'Information NutriServices est codifiée par son numéro et son mois/année de parution.
- Le Guide Pratique de La Nutrition. Il reprend les principaux nutriments et les points clés d'une alimentation équilibrée en restauration collective.
- Le Livret Nutrition recense l'ensemble des valeurs nutritionnelles des produits DAVIGEL et la classification GEMRCN la plus restrictive. Il est mis à jour une fois par an.
- Davigel met à disposition une information nutritionnelle complète, dans les fiches commerciales.

L'ensemble de ces éléments est disponible sur le site internet de DAVIGEL.

En complément des outils d'information, Davigel propose à ses clients, et plus particulièrement aux membres du club NutriServices le service d'une ligne téléphonique avec n° Azur. Ce n° est actuellement le 0 809 40 05 06.

Des diététiciennes diplômées, spécialistes de la restauration répondent aux appels et valident l'équilibre alimentaire des menus transmis par les membres du club du lundi au vendredi de 9 heures à 18 heures, et des médecins nutritionnistes peuvent intervenir pour des questions plus pointues. Des indicateurs qualité sont mis en place pour s'assurer de la qualité de la prestation fournie par le prestataire de ce service. Ils sont essentiellement basés sur la mesure de la satisfaction client.

Plus de 8000 de nos clients sont actuellement adhérents à ce service. A elle seule, la ligne téléphonique enregistre 5000 contacts par an, essentiellement générés par de la validation de menus.

Sur l'année 2014, nous avons reçus 3600 menus pour validation, correspondant à 20 000 semaines de repas en restauration collective. La correction par les diététiciennes se fait essentiellement sur l'équilibre de chaque repas, mais aussi en tenant compte des recommandations du GEMRCN comme par exemple : vérification du nombre de crudités, de poissons, de viandes non hachées, de fruits servis...

Depuis mars 2011, CréaMenu vient compléter ce service. Cet outil a été créé pour aider les professionnels de la restauration collective à concevoir des plans alimentaires et des menus qui respectent les recommandations du GEMRCN. L'application CréaMenu est accessible aux adhérents NutriServices qui génèrent un chiffre d'affaire supérieur à 5000 euros par année glissante à compter de la première connexion. Les conditions d'accès sont définies sur Internet.

Plus de 2000 clients sont adhérents à CréaMenu et 5800 semaines de menus ont été validées conformes aux recommandations du GEMRCN en 2014 grâce à cette application.

S'inscrivant dans l'esprit du Programme National de l'Alimentation, l'application CréaMenu s'est vue attribuée le logo PNA « Notre modèle a de l'avenir » dès 2012. Celui-ci vient d'ailleurs de nous être renouvelé.

Une équipe de 11 Responsables Nutrition Régionales est mise en place pour soutenir l'action des commerciaux dans le développement d'une approche nutrition des clients. Cette équipe couvre l'ensemble du territoire et a pour mission principale l'application de la Politique Nutrition au niveau régional. Elle est aussi à disposition des clients pour tous conseils et accompagnement de proximité.

Engagement 8 : Accompagner les jeunes dans une initiation aux métiers de cuisiniers grâce à un partenariat avec la Fondation Paul Bocuse

Contexte :

Membre fondateur de la fondation Paul Bocuse, Davigel s'est naturellement engagé dans les ateliers d'initiation aux métiers de cuisinier développés par la Fondation par l'intermédiaire de son centre de formation, le CFEC.

En 2011, Davigel a ouvert le CFEC (Conseil Formation Expertise Culinaire), organisme de formation agréé auprès du préfet de région Haute Normandie avec pour numéro d'activité 23 76 00149 76.

Partenariat avec la Fondation Paul Bocuse:

Créée en 2004, la Fondation Paul Bocuse a pour vocation de pérenniser les traditions culinaires, de maintenir les codes et les valeurs de la profession, de transmettre l'exigence de la qualité des gestes et des savoir-faire pour que demain les prochaines générations profitent des acquis et connaissances des anciens.

Parmi les actions mises en place par la Fondation, les Ateliers d'Initiation « Découvrir un métier » sont proposés aux collégiens de 11 à 15 ans pour leur faire découvrir les métiers de Cuisinier-Pâtissier-Boulangier & arts de la table et valoriser ainsi un secteur d'activité qui recrute. L'objectif est d'accompagner les jeunes dans le cadre de leur orientation professionnelle et susciter des vocations. L'idée est de transmettre des recettes simples, de les informer sur les métiers de la restauration, et plus particulièrement les initier aux métiers de cuisinier, pâtissier et boulangier.

En octobre 2013, le CFEC a signé une convention, renouvelable tous les ans par tacite reconduction, avec la Fondation pour accueillir ces ateliers et mettre à disposition notre équipe pédagogique. Deux sessions sont réalisées par an : de janvier à juin et de septembre à décembre. Lors de ces sessions, un groupe de 8 jeunes maximum est accueilli tous les mercredis après-midi de 14h00 à 16h30. Des chefs formateurs encadrent les jeunes tout en leur laissant une certaine autonomie pour réaliser des recettes car ces derniers doivent véritablement « mettre la main à la pâte ». Ces formations se font dans une cuisine professionnelle, avec un matériel adapté. Les jeunes doivent bien entendu respecter les contraintes d'hygiène et de sécurité d'une cuisine professionnelle. A l'issue de chaque session, le collégien emporte à son domicile la valeur de 4 portions de la recette qu'il a réalisée et il peut ainsi partager avec sa famille le fruit de son travail.

Dans le cadre de la convention, la mise en disposition des locaux, l'encadrement par les chefs formateurs et la fourniture des matières premières sont pris en charge par le CFEC.

La Fondation Paul Bocuse gère la communication des ateliers par l'intermédiaire d'une affiche diffusée dans tous les collèges et l'inscription des enfants. La Fondation relaie cette communication également via les radios et la presse locales.

En 2014, 16 collégiens ont suivis les ateliers au CFEC et 3 d'entre eux sont maintenant en formation Cuisine et Pâtisserie.

Engagement 9 : Participer à la formation initiale des professionnels de la restauration collective en collaboration avec RESTAU'CO

Contexte :

Aujourd'hui les chiffres clés de la restauration collective sont :

- 72 700 lieux de restauration
- 3 milliards de repas par an
- 300 000 salariés
- 75 000 cuisiniers
- 16 000 cuisiniers à recruter en 2 ans

Sources : GIRA 2009 et étude CCC

La restauration collective rencontre depuis plusieurs années des difficultés de recrutement du personnel cuisinant. Selon une étude menée en 2009 par RESTAU'CO, un déficit en compétences et un déficit d'image de ces métiers en sont les causes principales.

La formation initiale de commis de cuisine (CAP à BAC PRO) ne répond pas aux compétences et connaissances élémentaires demandées aux personnels cuisinant en restauration collective. Les évolutions et obligations réglementaires en termes d'hygiène, de matériel, de structure et de nutrition sont autant de spécificités qui différencient aujourd'hui ce secteur de la restauration traditionnelle.

De plus, ce secteur souffre d'une image dévalorisante par manque de communication sur un secteur qui a pourtant aujourd'hui de nombreux atouts.

La formation des jeunes au métier de la restauration collective fait d'ailleurs partie des actions encouragées dans l'axe éducation alimentaire de la jeunesse du Programme National de l'Alimentation développé par Stéphane Le Foll en octobre 2014.

Convaincue d'avoir un rôle à jouer dans ces formations de par son expertise et son implication, Davigel s'est engagé dans 2 types d'action :

- un partenariat avec RESTAU'CO pour créer des formations adaptées
- un parrainage de la formation CS (Certificat de Spécialisation) du CFA de la Saussaye à côté de Chartres (28).

Partenariat avec RESTAU'CO :

Davigel SAS est partenaire de RESTAU'CO qui s'implique dans la définition des métiers, la création de formations adaptées aux besoins de ses adhérents et favorise la transmission par l'apprentissage.

RESTAU'CO est une association de professionnels de la restauration collective qui anime la restauration collective en gestion directe, valorise ses métiers et s'engage pour l'amélioration des pratiques.

Avec le Ministère de l'agriculture, RESTAU'CO a créé le 1er diplôme des cuisiniers de collectivité, formation par apprentissage. Cette formation est proposée dans 12 lycées agricoles et voit 100 apprentis diplômés par an.

Carte des lieux de formation



Par le soutien apporté à RESTAU'CO, Davigel permet à l'association de mener les actions suivantes :

- Recrutement des apprentis et des terrains d'apprentissage via des actions de promotion métier dans les lycées hôteliers et des salons, des publications presse sur les métiers, le site www.cuisinier2collectivite.fr
- Participation à la rédaction du contenu de la formation
- Accompagnement les jeunes dans leur recherche d'emploi
- Valorisation des chefs de la restauration collective, notamment le Gargantua

Depuis de nombreuses années, Davigel est partenaire du Gargantua. Créé il y a plus de 20 ans par RESTAU'CO, alors nommé CCC, le Gargantua valorise le métier de cuisinier de collectivité et encourage l'échange de pratiques.

A chaque étape, le Gargantua respecte les mêmes critères :

- Juger de la technicité, de la créativité, de l'art de la présentation.
- Juger du respect des règles rigoureuses des collectivités (hygiène, nutrition, coût matière, maîtrise du temps et des moyens).

Devenir Lauréat du concours Le Gargantua, c'est obtenir la reconnaissance de ses pairs.

Parrainage de la formation CS (Certificat de Spécialisation) du CFA de la Saussaye à côté de Chartres

La convention, signée en décembre 2013 pour 3 ans par Antoine DE CERNON, Directeur général DAVIGEL et Frédérique ELBE, Directrice de l'EPLFPA de Chartres, s'articule autour de 3 axes majeurs :

A – Découverte, Formation

Dans le cadre de la formation des jeunes apprentis en CS restauration collective, les parties soussignées s'engagent dans une démarche de complémentarité entre les différents acteurs (Davigel / apprentis / CFAAD 28) afin de notamment :

- leur faire découvrir différentes usines de production ou des laboratoires Davigel situées sur le territoire national;
- mettre en place des actions de formation avec des spécialistes de Davigel, par exemple sur le GEMRCN, sur les thèmes des allergies alimentaires, des matières premières (« pêche, risques et

perspectives »), de la mise en œuvre de la liaison surgelée, de la gestion des déchets et du gaspillage alimentaire, etc.

- mettre en place toute autre action à visée pédagogique.

A ce titre, depuis la signature de la convention, Davigel a accueilli les promotions 2014 et 2015.

Le programme visait à faire découvrir la filière poisson :

- Visite de la criée de Dieppe
- Rencontre avec un ingénieur en halieutique qui est intervenu sur les risques et perspectives des pêches au niveau mondial
- Visite d'une usine agro-alimentaire fabriquant des produits à base de poisson
- Visite de 2 laboratoires de contrôle qualité

Il a également été proposé au CFA une assistance sur la création des modules pédagogiques « nutrition ».

Des livrets nutrition ainsi que des plans alimentaires ont été fournis au CFA.

B - Accueil des apprentis pendant leur formation

Dans ce cadre, Davigel pourrait être amené à accueillir des apprentis dans ses locaux. L'accueil des apprentis à Davigel vise à :

- renforcer leur connaissance de l'entreprise et des marchés concernés,
- leur apporter un accompagnement complémentaire dans le cadre de leur apprentissage,
- développer leurs compétences et renforcer leurs capacités professionnelles.

C - Contribution au fonctionnement du CS restauration collective

Lorsque cela est possible, dans le cadre de la découverte des produits en travaux pratiques ou pour le concours du meilleur apprenti du CFA en restauration collective, Davigel pourra doter le CFAAD 28 de matières premières (poisson, viande, légumes...) à titre gracieux.

Toute autre contribution fera l'objet d'un avenant à cette convention pour en fixer les modalités.

Le CFA étant en train de s'équiper, ce point n'a pu encore être satisfait mais le sera à la prochaine rentrée 2015.

Néanmoins, Davigel est partenaire de la journée de l'alimentation à l'hôpital et en EHPAD et à ce titre va doter le concours maisons de retraite auxquels les CFA vont participer.

DAVIGEL & DEVELOPPEMENT DURABLE

Depuis plus de 10 ans, Davigel s'engage en faveur du maintien de la santé et du bien-être mais aussi à contribuer à la protection de nos ressources naturelles, à réduire notre empreinte écologique, ainsi qu'à développer notre implication citoyenne pour nos clients, partenaires, fournisseurs et collaborateurs.

De nombreuses actions ont déjà été menées pour soutenir ces 3 derniers engagements. En voici quelques exemples :

- **Réduction de notre empreinte écologique :**

Depuis 2009, nos 3 ateliers de fabrication sont certifiés ISO 14001. La mise en place de cette norme de performance environnementale nous a amené à maîtriser au plus juste notre consommation d'énergie, réduire nos rejets et mettre en place le tri sélectif de nos déchets. Par exemple, depuis 2007, nous avons ainsi réduit de plus de 20% l'eau consommée pour notre atelier de Barbezieux. Pour nos tartes fabriquées dans cette même usine, nous utilisons un moule 100% papier en remplacement de moules aluminium. Ou encore nous avons réduit de 10% le poids du matériau composant nos barquettes de salades sur notre atelier d'Offranville, et les cartons utilisés et issus de nos ateliers de fabrication sont recyclables et contiennent 33 à 99% de fibres recyclables. En 2011 et 2012, les réductions cumulées d'emballage de nos produits industriels ont atteint près de 33 tonnes au global sur nos trois usines.

Par ailleurs, pour chaque nouveau développement produit issu de nos usines ainsi que pour toute rénovation d'emballage, nous utilisons un logiciel qui nous permet d'évaluer l'impact environnemental de nos emballages.

Pour le stockage de nos produits frais et surgelés, nous travaillons également sur le remplacement des liquides frigorigènes par des fluides naturels et écologiques. La charge en fluide frigorigène a ainsi été réduite de 250 tonnes équivalent CO2 en moyenne par site.

Nous avons de plus opté pour une impression responsable : imprimeurs labellisés Imprim'vert®, papiers issus de forêts gérées durablement, encres végétales...

Quant à l'empreinte carbone, le bilan 2014 des émissions de gaz à effet de serre de l'entreprise présenté ci-dessous montre que l'origine principale de nos émissions provient de sources mobiles de combustions, principalement liées à nos activités de distribution.

Il nous semble donc essentiel dans ces engagements de se focaliser sur la diminution de la consommation énergétique des véhicules (cf. engagement n°13).

- **Protection des ressources naturelles**

Nous favorisons la collaboration avec des fournisseurs qui utilisent des pratiques agricoles et aquacoles respectueuses de l'environnement tout en satisfaisant à la demande alimentaire croissante.

Nous souhaitons aller plus loin en formalisant ces démarches par l'intermédiaire de 3 engagements :

- Augmenter le pourcentage des volumes de produits de la mer écocertifiés
- Augmenter le pourcentage de légumes issus d'exploitations engagées dans des démarches favorisant les productions à moindre impact environnemental (cf. engagement n°10)
- Utiliser une huile de palme produite de façon durable pour la fabrication de nos produits usines (cf. engagement n°11)

Ces engagements couvrent les catégories de produits les plus importantes en volumes chez Davigel (poissons, légumes) et répondent aux attentes des consommateurs (huile de palme). Notre engagement sur les poissons n'est pas repris dans ce premier rapport car il est en cours d'évaluation par les experts de la DPMA. Il fera l'objet d'un avenant versé à cet accord collectif dans les prochains mois.

Autre volume important chez Davigel, les viandes et volailles présentent un impact potentiellement important sur l'environnement. En l'absence d'écocertification internationale sur les élevages terrestres, il n'est pas prévu pour l'instant d'engagement de durabilité sur cette catégorie, hormis notre partenariat avec Bleu-Blanc-Cœur (cf. engagement n°5) et la certification Bio sur quelques références de viandes et de volaille.

- **Développement de notre implication citoyenne**

- Lutte contre le gaspillage

Afin d'éviter le gaspillage alimentaire, certains produits ne pouvant être vendus peuvent être donnés à des associations caritatives. Une procédure qualité a d'ailleurs été créée à cet effet dans notre politique qualité.

Le service qualité tient à jour la liste des 26 associations réparties sur tout le territoire national avec lesquelles un contrat de don est établi. A titre d'exemple plus de 110 tonnes de produits ont été données l'année dernière aux associations telles que la Banque Alimentaire, les Restaurants du Cœur, le Secours Populaire...

- Sensibilisation à la sécurité du personnel (cf. engagement n°12)
- Actions menées pour le handicap

Augmentation de 57 % du taux d'emploi de travailleurs handicapés entre 2009 et 2014.

- Actions de sensibilisation de nos salariés au développement durable

Le magazine Emulsion, journal trimestriel destiné à la communication interne, comporte une rubrique de 2 pages intitulée « Ecolos au quotidien ». L'objectif est de sensibiliser les salariés de Davigel aux enjeux de la durabilité de la chaîne alimentaire et de leur donner des trucs et astuces pour les aider à agir pour le bien être de la planète.

Dans le cadre du partenariat avec le WWF France, de nombreuses actions de sensibilisation du personnel Davigel ont été et vont être menées (quizz Développement Durable, challenge consommation papier, tri des déchets dans les bureaux, nettoyage de site naturels, ...)

2.3 Engagement sur la protection des ressources

Engagement 10 : Augmenter le pourcentage de légumes issus d'exploitations engagées dans des démarches favorisant les productions à moindre impact environnemental.

Comme pour les produits de la mer, Davigel est un acteur incontournable sur le marché des légumes surgelés en Restauration Hors Foyer en France.

Familles de produits concernées par cet engagement :

Les légumes bruts et mélanges de légumes achetés par Davigel et vendus à la gamme.

Choix des Objectifs fixés :

Collaborer avec des fournisseurs qui utilisent des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement.

Objectifs quantitatifs intermédiaires et final :

- Objectif 1 : Augmenter de 2.5 fois le volume de légumes issues d'exploitations HVE niveau 3 ou écocertifiés Agriculture Biologique.
- Objectif 2 : Augmenter 1.25 fois le volume de légumes issues d'exploitations engagées dans des démarches favorisant les productions à moindre impact environnemental type Agri Confiance (V01-007), GlobalGAP ou toutes autres certifications reconnues par le Ministère de l'Agriculture ou équivalente au niveau 2 de la certification environnementale à l'horizon 2018.

Actions envisagées :

A chaque appel d'offres lancé en début de campagne par Davigel, demander aux fournisseurs de préciser si le produit est écocertifié par un organisme indépendant et de mentionner l'organisme concerné. A prix comparable, la priorité sera donnée au fournisseur écocertifié.

Acteurs mobilisés :

Les démarches favorisant les productions à moindre impact environnemental retenues sont :

- Objectif 1 : Agriculture Biologique et HVE niveau 3
- Objectif 2 : Agri Confiance (V01-007), Global GAP et toutes autres certifications reconnues par le ministère de l'Agriculture à l'horizon 2018

Haute Valeur Environnementale 3

Mise en place depuis février 2012, la certification environnementale est un outil qui participe aux objectifs de double performance écologique et économique du projet agro-écologique pour la France. Elle prend en compte des critères relatifs à la biodiversité, à la stratégie phytosanitaire, à la gestion de l'eau et de la fertilisation. Elle s'inscrit dans une démarche progressive et s'articule en 3 niveaux de certification. Le niveau 3 est associé à un logo qui peut être apposé sur les produits finis qui contiennent au moins 95 % de matières premières issues d'exploitations à haute valeur environnementale (HVE).

Agriculture Biologique

La production biologique est un système global de gestion agricole et de production alimentaire qui allie les meilleures pratiques environnementales, un haut degré de biodiversité, la préservation des ressources naturelles, l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et une méthode de production sans produit chimique de synthèse ni OGM. Propriété exclusive du Ministère français en charge de l'agriculture qui en définit les règles d'usage, la marque AB de certification, comme le logo bio européen, identifie des produits 100% bio ou contenant au moins 95% de produits agricoles bio dans le cas des produits transformés.

Agri Confiance

Agri Confiance est la certification de système de management dédiée à la filière amont agricole. Cette certification s'appuie sur 2 normes de référence, modèles pour la maîtrise des engagements réciproques entre les producteurs et une structure organisée de production agricoles pour répondre aux attentes des clients : la norme NF V01-005, transposition de l'ISO 9001 au monde agricole, qui décrit un système de management de la qualité de la production agricole, et la norme NF V01-007 (volet vert), combinaison des normes ISO 9001 et ISO 14001, qui intègre en sus des éléments en matière de management de l'environnement .

Global GAP

La démarche Global Gap a été créée en 1997 par une plateforme de distribution européenne sous le nom d'Eurep Gap. La certification Global Gap est basée sur le volontariat et a pour objectif de répondre aux préoccupations croissantes des consommateurs concernant la sécurité alimentaire, les normes environnementales et le bien-être animal. Elle est découpée en plusieurs référentiels qui posent des règles en matière de Bonnes Pratiques Agricoles (Good Agriculture Practices : GAP) et qui s'appliquent à toutes les étapes d'élaboration du produit, depuis le choix de la graine ou du plant, jusqu'au produit fini qui quitte l'exploitation. Une traçabilité sans faille doit être appliquée et fait l'objet de contrôles annuels par des organismes certificateurs. Cette certification ne propose ni marque ni logo à apposer sur le produit fini.

Ces certifications mobilisent un grand nombre d'acteurs :

- Les groupements d'agriculteurs faisant partie de la démarche
- Les agriculteurs qui vont être intégrés à la démarche
- Les transformateurs
- Les auditeurs Davigel
- Les ateliers de fabrication Davigel
- Les services qualité, marketing et achat de Davigel

Freins et difficultés éventuels :

- La progression du pourcentage de volumes écocertifiés pour les prochaines années reste étroitement liée aux conditions météorologiques lors des prochaines campagnes
- La certification HVE reste aujourd'hui peu répandue en France et non connue des fournisseurs belges et espagnols
- La certification Agriculture Biologique est une certification plébiscitée par la restauration collective, mais les budgets ne leur permettent souvent pas de concrétiser cette attente en acte d'achat

Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

Le critère quantifiable sera le pourcentage de légumes certifiés sur la base des démarches mentionnées ci-dessus. Le suivi du % de volumes écocertifiés achetés sera effectué chaque année à chaque fin de campagne (octobre).

Engagement 11: Certification Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) pour l'huile de palme

L'huile de palme est la cinquième huile consommée en France en 2014 (2.8 g/jour) avec une orientation à la baisse depuis 2006. Elle s'est imposée au début des années 2000 du fait de sa grande disponibilité sur le marché mondial des huiles végétales (première huile produite au monde), son prix et surtout ses caractéristiques fonctionnelles liées à sa composition particulière.

Le rendement de l'huile de palme est environ 3 à 6 fois plus important que celui d'autres huiles végétales (colza ou tournesol). Si aujourd'hui on substituait complètement l'huile de palme par une autre huile végétale, les conséquences environnementales ne seraient pas négligeables puisqu'il faudrait augmenter de manière significative les surfaces cultivées pour produire les mêmes volumes d'huile.

Davigel s'est fixée une politique en termes d'utilisation de l'huile de palme dans ses usines consistant à en limiter sa consommation autant que faire se peut et s'efforce de ne pas la substituer par un corps gras qui serait encore moins satisfaisant sur le plan nutritionnel que ce soit du point de vue des acides gras trans que des acides gras saturés. Au-delà des aspects économiques ou organoleptiques, cela nous interdit le remplacement par des corps gras partiellement ou totalement hydrogénés.

Avant d'utiliser l'huile de palme dans l'élaboration d'un nouveau produit, une réflexion est menée par le groupe d'application concernant son absolue nécessité. En fonction des contraintes technologiques, différentes alternatives sont étudiées. Celles-ci doivent répondre à 2 critères :

- ne pas apporter plus d'acides gras saturés ou des acides gras trans
- apporter les caractéristiques technologiques et gustatives recherchées au niveau du produit.

Si aucune alternative produit ou technologie n'est satisfaisante, une attention particulière sera apportée quant au caractère durable de la production de l'huile de palme.

Familles de produits concernées par cet engagement :

L'ensemble des produits fabriqués dans nos usines de Davigel SAS contenant de l'huile de palme (plats cuisinés, sauces, entrées, découpes de poissons élaborés et desserts).

A l'heure actuelle, 217 produits sur les 938 références fabriquées dans nos usines contiennent de l'huile de palme. On retrouve l'huile de palme dans 31 matières premières, en tant que matière première simple mais aussi sous forme d'ingrédients composés. Parmi ces matières premières, la matière grasse végétale représente la source la plus importante d'huile de palme. On la retrouve essentiellement comme composant des margarines utilisées pour le feuilletage.

Sont exclus du périmètre considéré, les arômes ou additifs dans lesquels le palme a un usage de support et peut occasionnellement se trouver en quantité extrêmement faible avec un impact environnemental très limité.

Choix des Objectifs fixés :

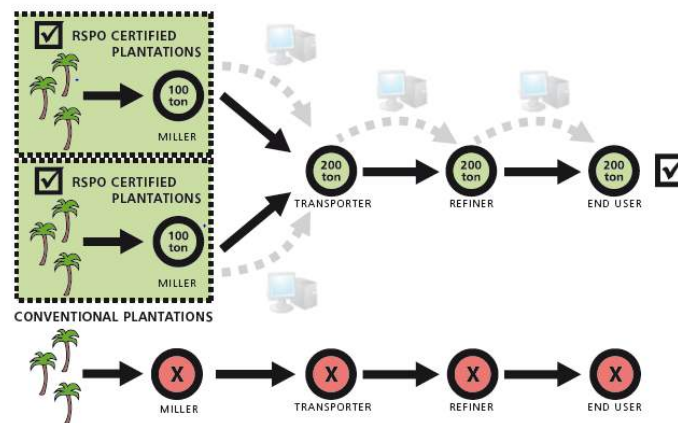
Utiliser une huile de palme produite de façon « durable », c'est-à-dire traçable et/ou certifiée par un organisme indépendant pour la fabrication des produits fabriqués dans nos usines Davigel contenant de l'huile de palme.

Pour cela nous allons nous appuyer sur des organismes engagés dans cette démarche comme la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO).

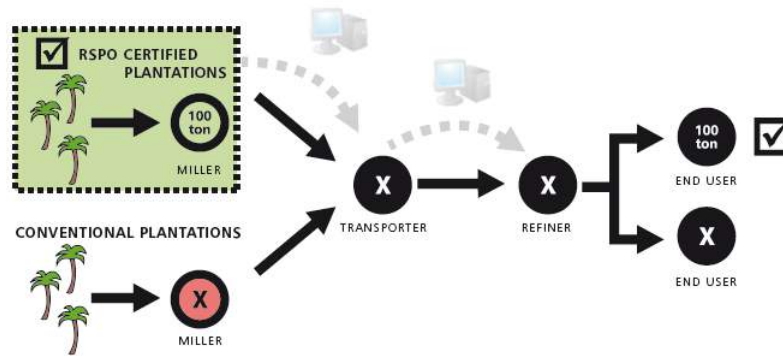
Il s'agit d'une organisation à but non lucratif, incluant des ONG et des acteurs de la filière, dont les activités sont directement liées à la production ou à la distribution d'huile de palme. Son objectif est d'offrir des garanties de durabilité et de non déforestation. La RSPO est à l'origine d'une charte militante pour une huile de palme responsable et respectueuse de l'environnement.

Il existe aujourd'hui 3 niveaux de certifications RSPO :

- Ségrégulée. L'huile de palme durable de différentes sources certifiées est séparée de l'huile conventionnelle tout au long de la chaîne d'approvisionnement. L'origine de l'huile peut donc être retracée jusqu'aux plantations certifiées. Les utilisateurs finaux peuvent étiqueter l'huile ségréguée en tant qu'« huile de palme durable certifiée RSPO ». Les acteurs de la chaîne sont certifiés RSPO.

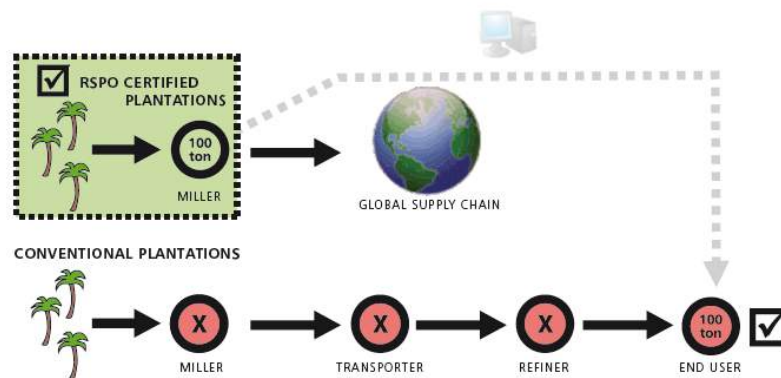


- Mass Balance. L'huile de palme durable de source certifiée est mélangée à de l'huile conventionnelle à un moment mais est suivie administrativement. L'huile du type Mass Balance peut être étiquetée avec la marque déposée RSPO et la balise « Mixte » ainsi qu'une allégation disant qu'elle a contribué à la production d'huile de palme certifiée durable. Les acteurs de la chaîne sont certifiés RSPO.



- Book and Claim. Les producteurs attestant de l'utilisation de méthodes d'exploitation durables sont invités à enregistrer une partie de leur production sur le site « Green Palm ». Ils obtiennent des certificats au prorata du volume enregistré de marchandises produites de façon durable. Ces certificats sont ensuite mis en vente en ligne sur la plateforme d'achat « Green Palm ». Les fabricants et détaillants utilisant ces commodités dans leurs produits peuvent faire une offre en ligne pour acheter des certificats et versent une prime directement aux producteurs. L'achat et la vente des produits s'effectuent de façon habituelle, sans coût supplémentaire pour la ségrégation ou pour la traçabilité des produits. Par conséquent, les certificats fournis par Book & Claim n'attestent pas que le produit contient des matières premières produites durablement mais que leur production a soutenu la production durable.

34



Il existe d'autres organismes à but non lucratif tel que «The Forest Trust » (anciennement Tropical Forest Trust) ou TFT qui est une organisation créée au Royaume-Uni dont le but est d'accompagner les entreprises et les communautés vers la mise sur le marché de produits responsables. TFT travaille sur le terrain, dans les forêts, les exploitations agricoles et les usines pour aider à créer des produits qui respectent l'environnement et améliorent la vie des populations locales. TFT aide les entreprises à transformer leurs chaînes d'approvisionnement en matière première et ainsi à freiner la déforestation. On peut ainsi se procurer aussi une huile « traçable » par cette filière.

Objectifs quantitatifs intermédiaires et final :

D'ici fin 2015, s'approvisionner à 100% avec une matière première contenant une huile de palme certifiée RSPO à minima "Book and claim" pour toutes les productions de nos usines, actuelles et à

venir. Il n'existe pas à ce jour suffisamment de production d'huile de palme certifiée « ségréguée » pour la consommation des industries.

D'ici fin 2018, s'approvisionner à 100% avec une matière première contenant une huile de palme certifiée « Ségréguée » et/ou traçable de la parcelle à l'usine dès lors que les quantités d'huile au niveau de certification « Ségrégué » seront disponibles.

Actions envisagées :

Demander aux fournisseurs de matières premières contenant de l'huile de palme de s'engager dans cette démarche en intégrant notre engagement dans les cahiers des charges et spécifications matières.

Prioriser des développements produits « usines » avec de l'huile de palme certifiée Ségréguée et/ou traçable.

Freins et difficultés éventuels :

Trois types de freins devront être levés pour respecter cet engagement :

- Difficulté d'imposer à nos fournisseurs de s'approvisionner en huile de palme certifiée Ségréguée, à cause notamment du surcoût engendré. Une huile de palme ségréguée sera 10 à 15% plus chère qu'une huile de palme non certifiée. De plus, la gestion de l'approvisionnement est complexe pour nos fournisseurs car il est nécessaire de contracter les volumes selon les besoins des clients, ce qui oblige à un stockage et un suivi de la matière première, et donc à un nouveau surcoût. Ces difficultés sont d'autant plus importantes pour les matières premières pour lesquelles l'huile de palme est un ingrédient minoritaire.
- Disponibilité des ressources en huile Ségréguée.
- S'assurer dans le temps que nos fournisseurs respectent bien l'engagement pris sur leur approvisionnement.

Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

Le critère quantifiable sera le pourcentage de matières premières contenant de l'huile de palme fabriqués dans nos usines respectant l'origine de l'huile de palme, sur base des engagements reçus de nos fournisseurs de matières premières contenant de l'huile de palme (exemple : margarine).

2.4 Engagement sur la réduction de l’empreinte écologique

Engagement 12: diminuer la consommation énergétique des véhicules

Contexte

La distribution de produits surgelés et réfrigérés aux professionnels de la Restauration Hors Foyer est une activité essentielle de Davigel. Pour une qualité optimale du service client, il est nécessaire d’assurer un service de proximité très réactif. Chez Davigel, nous avons mis en place une organisation permettant une prise de commande le jour A (avant 16h) pour livraison le jour B.

Voici quelques chiffres clé de notre activité logistique (chiffres 2014) :

- 45 bases de livraison réparties sur tout le territoire français
- 540 camions bi-températures
- 470 chauffeurs
- 6 500 livraisons par jour en moyenne



Une démarche d’optimisation des tournées de livraison a été lancée, basée sur la géolocalisation des clients et le logiciel « PTV-Intertour ». Davigel a ainsi pu économiser jusqu’ à 2,5 millions de Km entre 2010 et 2013.



Conscient de l’impact économique et environnemental, Davigel s’est lancé en 2012 dans un nouveau projet d’envergure, nommé « Marguerite », destiné à réduire sa consommation énergétique tout en maintenant la qualité des livraisons et du service clients.

Choix des objectifs fixés

L’objectif global de Marguerite est d’améliorer l’efficacité opérationnelle des livraisons en agissant sur les critères suivants :

- Optimisation de la qualité des livraisons et du service clients : véhicules équipés de boîtiers GPS pour fiabiliser les livraisons et permettant une mesure des consommations et de la chaîne du froid
- Augmentation de la sécurité des chauffeurs : formation des chauffeurs-livreurs
- Réduction de l’impact sur l’environnement : formation éco-conduite et conduite de changement

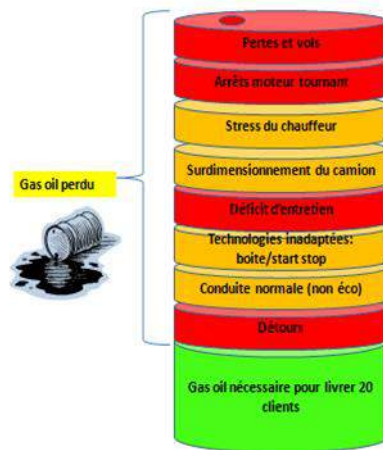
Le premier critère ne fait pas l’objet d’objectif dans cet accord et le second est repris dans l’engagement sécurité (cf. fiche d’engagement suivante).

Quant au 3^{ème} critère, le démarrage du projet dès 2012 nous a déjà permis d’atteindre une réduction de la consommation de gasoil, puisqu’à fin 2014, nous atteignons en moyenne une réduction de 3L/100Km par rapport à la consommation moyenne de 2011.

Notre objectif aujourd'hui est de réduire la consommation énergétique des véhicules à 23L/100Km d'ici fin 2018.

Actions majeures mises en œuvre

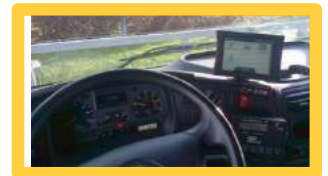
Pour réduire la consommation énergétique des véhicules, il faut agir sur les causes de gasoil perdu ci-dessous :



Principales actions mises en œuvre pour atteindre nos objectifs :

- La mise en place d'équipements télématiques Masternaut, qui équipent toute la flotte et qui permettent de suivre et d'optimiser les trajets des tournées de livraison, la consommation des véhicules, de mieux gérer la flotte et d'optimiser la typologie des véhicules
- La formation des chauffeurs à l'éco-conduite
- La mise en place d'un système de notation « éco-note »

37



Equipements Masternaut

Tous les camions de livraison ont été équipés d'un matériel informatique embarqué permettant de suivre un certain nombre d'indicateurs :

- Remontée des **positions en temps réel**
- **Suivi et historique** des trajets
- **Représentation des trajets** et circuits plaqués sur la route
- Affichage des **événements** et de la congestion **du trafic en temps réel**
- Calcul de temps de parcours et **itinéraires en fonction du trafic temps réel** et prédictif
- Affichage et gestion des **points d'intérêt**
- Série de rapports automatisés, **rapports** personnalisés par e-mail, sms
- **Alertes personnalisées** transmises par e-mail, sms
- Géopérage et gestion de zones

Cet équipement Masternaut permet également de suivre les éléments de calcul du système de notation détaillé ci-dessous.

Formation Eco-conduite

L'objectif est de sensibiliser et de modifier le comportement des chauffeurs pour permettre de réduire la consommation de carburant et les émissions de gaz à effet de serre et d'améliorer la sécurité.

Des engagements pour intégrer une formation à l'Eco conduite ont été pris auprès des 2 organismes de formation pour les chauffeurs, AFT-IFTIM & ECF, pour sensibiliser les chauffeurs lors de leurs renouvellements FCO (Formation de Conduite Obligatoire) tous les 5 ans et accentuer la prise de conscience sur la sécurité lors de la partie formation éco conduite.

Lors des formations, les conseils de conduite économique et sécuritaire sont diffusés aux chauffeurs, tels que:

Une bonne utilisation du capital carburant implique :

- une bonne gestion des rapports et des freinages,
- une bonne gestion des régimes,
- éviter de laisser tourner le moteur en livraison.

Un bon niveau de sécurité implique :

- une vitesse adaptée, homogène en évitant de forts freinages de fortes accélérations,
- une conduite anticipée en lissant la vitesse.

Système de notation « éco-note »

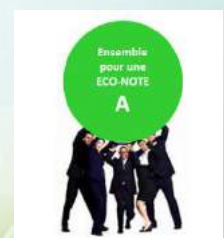
Pour s'assurer de l'efficacité des 2 moyens mis en œuvre ci-dessus, ils sont suivis dans le temps grâce à un système d'éco-notation qui déclenche l'attribution de prime pour les chauffeurs dans les régions.

Ce système prend en compte les 6 critères de comportement suivants durant la conduite des véhicules et calcule une note en tenant compte des coefficients:

- Arrêt moteur tournant (AMT) : coefficient 3
- Conduite à vitesse constante (VC) coefficient 1
- Conduite en dépassement de seuil de vitesse (DV) coefficient 1
- Surrégimes (SR) coefficient 1
- Accélérations vives (AV) coefficient 1
- Freinages Brusques (FB) coefficient 1

Une note moyenne est établie par région, cette note régionale est la moyenne des notes quotidiennes de chaque véhicule. Chaque critère est noté et permet ainsi de visualiser la ou les actions à entreprendre pour s'améliorer.

L'objectif de 2015 pour les notes ECO obtenues par succursale pendant l'année, basée sur les 6 critères évalués, est de 7 succursales en Note A à minima, l'objectif fin 2018 est que 85% de nos succursales soit classé en Note A minima.



Calendrier de déploiement

Régions	Mise en place équipements Masternaut	Formation Eco-conduite
Belgique	juin-14	2016
VICHY	avr-14	2016
PACA	déc-13	2016
DIJON	mai-14	2016
MPLR	avr-14	2016
AQUITAINE	déc-12	janv-13
REGION CENTRE	avr-14	2016
BRETAGNE	oct-13	sept-14
REGION EST	avr-14	2016
LILLE	juin-14	2016
LAGNY	oct-13	2016
RHONE ALPES	oct-13	mai-14
RUNGIS	janv-14	juil-14
NORMANDIE	juil-12	juil-12

Autres actions et pistes de progrès :

Suite à la mise en place du projet, plusieurs pistes de progression sont apparues, nous avons opté pour celles qui nous permettraient d'obtenir les garanties de la baisse de consommation et d'impact CO².

- En 2013, réduction du panel options et type de véhicules, passage de 12 modèles à 4 typologies de Véhicules de transport.
- En 2014, rédaction de Notes Informations ECO à disposition des Responsables transport régionaux.
- En 2014, sélection des véhicules moins consommateurs Norme Euro 6 et sélection Petit PL 7.5 tonnes consommation inférieure à 20L/100Km.
- En 2015, faire limiter la vitesse de nos PL à 80Km/h



Critères permettant de mesurer le respect de l'engagement :

Suivi du tableau de consommations des véhicules et des notes attribuées par région sur base des critères « Econote »

2.5. Engagement sur la protection des salariés

Engagement 13: diminuer le taux de fréquence des accidents du travail

Contexte :

En 2006, DAVIGEL s'est lancé dans une politique sécurité d'envergure. La sécurité des collaborateurs de l'entreprise est une priorité. Le taux de fréquence des accidents du travail est de 33,42.

En 2014, le taux de fréquence est de 9,40 et l'objectif fixé pour la fin 2015 est de 5. Nous constatons que nous sommes en plein changement de notre culture sécurité.

Objectifs d'ici fin 2018

L'objectif à atteindre dans les années futures est de ZERO accident. DAVIGEL considère qu'un accident du travail est un fait majeur dans l'entreprise et que chacun doit veiller à ce que la sécurité soit une valeur de l'entreprise au même titre que la qualité.

Améliorations proposées définies de manière quantitative

Depuis quelques années, nous avons utilisé un outil de management et de communication auprès de nos collaborateurs : « la Visite Comportementale de Sécurité ». La première année (2007) 1 500 VCS ont été réalisées, 12 000 en 2014.

Actions envisagées et modalités de mise en œuvre

Chaque membre du Comité de Direction est formé à la pratique de VCS ainsi que le management de chaque site et maintenant nous formons les collaborateurs expérimentés dans chaque secteur de métier (vente, livraison, logistique). L'objectif à atteindre est de former plus de 50% des collaborateurs de l'entreprise.

Pour 2015, 13 000 VCS devront être réalisées sur l'ensemble du réseau.

1 000 collaborateurs de l'entreprise sont chaque jour confrontés aux risques routiers, depuis quelques mois nous avons mis en place un plan d'actions sécurité routière destiné aux vendeurs et aux chauffeurs. Les points sécurité sont abordés lors de réunions mensuels avec des thèmes liés à la sécurité routière différents à chaque réunion.

Les véhicules sont équipés de GPS, outil nécessaire pour diminuer le facteur de stress lié à la circulation routière, il est ainsi plus facile de trouver l'adresse de livraison. À cela s'ajoute la formation à l'ECO CONDUITE qui est bénéfique en termes de sécurité, les chauffeurs gèrent beaucoup les anticipations (ne pas freiner au dernier moment par exemple).

Des messages sécurité liés aux conditions atmosphériques sont également envoyés par TEXTO aux chauffeurs.

L'ensemble de nos chauffeurs sont titulaires de la FIMO (Formation Initiale Minimum et Obligatoire) et sont recyclés à la FCOS (Formation continue obligatoire à la sécurité).

Un module pour évaluer la maturité de la culture sécurité de chacun de nos sites est également déployé depuis bientôt deux ans, il permet d'établir des plans d'actions qui seront conduits dans les années suivantes. Il s'agit tout simplement d'une évaluation 360°. A minima, 50% du personnel du site participe à une réunion d'environ 1h30 à travers laquelle nous expliquons l'objectif de l'évaluation et les collaborateurs répondent à un questionnaire. Les opérateurs s'évaluent eux-mêmes quant à leur

perception de la maturité sécurité, ils évaluent leurs chefs d'équipe et leur manager. Il en est de même pour les chefs d'équipe et les managers. A l'issue de ces réunions, une synthèse est effectuée et des axes d'amélioration sont ainsi mis en avant pour établir le plan d'actions.

Freins et difficultés éventuels

La difficulté majeure étant de pouvoir se rendre disponible pour réaliser les VCS dans le domaine de la vente et de la livraison.

Les conditions de livraison auxquelles sont confrontés nos chauffeurs sont difficiles, les risques sont très différents d'un client à un autre et nous devons avoir une vigilance de tout instant. En plus des conditions de livraison, il faut tenir compte des difficultés de circulations dans les grandes villes et agglomérations.

Méthode de mesure / critères permettant de mesurer le respect de l'engagement

La politique sécurité de l'entreprise fait partie intégrante du manuel qualité de l'entreprise, le processus 8 est audité comme les autres processus. Nous sommes dans un système d'amélioration continue. Le processus sécurité est évalué lors de la revue de direction sécurité annuelle à laquelle s'ajoutent la revue de direction sécurité intermédiaire et les Comités de Sécurité mensuels sur chacun de nos sites.

3. Modalités de valorisation de l'accord

Davigel souhaite valoriser la démarche des accords collectifs auprès de 2 cibles principales :

- les collaborateurs Davigel, soit plus de 3000 salariés
- les clients Davigel, soit plus de 60 000 établissements

Pour ce faire, différents média seront utilisés :

- Pour l'interne :
 - Emulsion magazine, journal trimestriel
 - Flash Emulsion, newsletter mail mensuelle
 - Affichage dynamique, réseau interne sur 40 écrans TV disposés dans tous les lieux de pause des sites français
 - Intranet, site web interne à disposition de tous les collaborateurs équipés d'un poste informatique
- Pour nos clients :
 - Presse professionnelle
 - Site internet davigel.fr
 - Documents print (guides produits et services annuels, newsletters trimestrielles)
 - Emailings mensuels

3.1. Exemples

A titre d'exemple, voici les actions de valorisation mises en place après la signature de la charte du **Programme National Nutrition Santé** :

- **Pour l'interne** : parution d'articles dans le magazine interne montrant la reconnaissance de l'état vis-à-vis du travail réalisé par Davigel sur ses engagements en matière de nutrition



- **Pour l'externe** : Diffusion d'un communiqué de presse auprès des principaux titres de la presse professionnelle restauration collective (Le cuisinier, Collectivité express, AJI)

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

11 janvier 2010

Davigel signe une charte
d'engagement volontaire de progrès
nutritionnels, validés et reconnus par le
Ministère de la Santé (programme
national nutrition santé : PNNS)

Pour diffusion : immédiate



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Davigel – signature charte PNNS



Message de Frédéric Fanton,
Directeur Général de Davigel SAS

«Voilà près de 30 ans que Davigel s'implique dans une démarche
« nutrition, santé, bien-être ».

J'ai le plaisir de vous annoncer que notre démarche fait désormais
l'objet d'une charte volontaire d'engagement de progrès nutritionnels,
validés et reconnus par le ministère de la santé (PNNS).

Cette charte a été signée le 11 janvier, en présence de Madame la
Ministre de la Santé Roselyne Bachelot Narquin et de Monsieur le
Président Directeur Général de NESTLÉ France Eugenio Minvielle.

.../...



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Davigel – signature charte PNNS

« Les engagements validés par le comité d'experts du PNNS sont de 2 types :

Des engagements produits :

- La réduction moyenne de 7,5% de la teneur en sel pour près de 60% de nos produits
- La réduction moyenne de 5% de la teneur en sucre ajouté dans 77% des desserts proposés.
- Le maintien de la teneur en Acides gras trans à moins de 3% des matières grasses et moins de 1% du produit fini dans tous nos produits.
- La réduction de la teneur en lipides afin de répondre aux exigences du GEMRCN
- L'optimisation des compositions nutritionnelles des nouveaux produits en respectant le cahier des charges interne de Davigel et les exigences du GEMRCN sur 65% des produits Davigel

Des engagements en termes d'information nutritionnelle et de formation :

- Offre de services gratuits à nos clients au travers du club Nutriservices
- Formation des 2.700 salariés de l'entreprise aux enjeux de l'équilibre alimentaire et à la composition de repas équilibrés
- Informations et éducation des consommateurs (dont actions de recherche et éducatives et développement d'outils pédagogiques à destinations des adolescents et des enfants).

Ces engagements concrets et détaillés s'inscrivent dans un plan de mise en œuvre jusqu'en 2012 et seront contrôlés par un organisme extérieur (AFNOR Certification). »



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bilan PNNS : Davigel au-delà de ses engagements



6 décembre 2013

Pour diffusion : immédiate



PNNS : le bilan

En janvier 2010, Davigel est le premier fabricant-distributeur de la Restauration Hors Foyer à signer une Charte Volontaire d'Engagement de Progrès Nutritionnels avec le Ministère de la Santé dans le cadre du Programme National Nutrition Santé (PNNS).

3 ans après cet engagement, l'heure est au bilan avec des données chiffrées et mesurables.

Davigel, au-delà de ses engagements en matière de progrès nutritionnels

Cette charte porte notamment sur des critères fixes à atteindre sur 5 engagements principaux :

- 1. Réduire la teneur en sel ajouté de 7.4% sur la plupart des gammes concernées :**
Objectif dépassé ! : 132 produits améliorés - Réduction moyenne pondérée par les volumes de 8.5%
-> 7.5 tonnes de sel en moins
- 2. Réduire la teneur en sucres ajoutés de 5.1% sur une partie de la gamme desserts :**
Objectif dépassé ! : 27 produits améliorés - Réduction moyenne pondérée par les volumes de 5.4%
-> 50.7 tonnes de sucre en moins
- 3. Améliorer la qualité des matières grasses et maintenir la teneur en acides gras trans d'origine technologique à moins de 3% de la matière grasse sur l'ensemble des produits de la gamme :**
Objectif atteint !
3bis. **Réduire la teneur en lipides afin de répondre aux exigences du GEMRCN :**
Objectif atteint ! teneurs en lipides réduites de 26% pour les salades, -13 % pour les plats cuisinés, -18 % pour les feuilletés
- 4. Optimiser les profils nutritionnels des nouveautés produits :**
Bilan : 75.4% des produits de la gamme Davigel sont encouragés ou sans limitation de fréquence selon les recommandations du GEMRCN
- 5. Développer la communication et l'information nutritionnelle :**
Bilan : En plus du dispositif d'information NutriServices et de l'accompagnement sur le terrain de 14 Responsables Nutrition Régionales, Davigel a mis gratuitement à disposition de ses clients Créamenu, un outil en ligne de validation de menus leur permettant de respecter les recommandations du GEMRCN et qui a reçu l'agrément du Programme National pour l'Alimentation (PNA). En interne, l'ensemble des 3.000 collaborateurs DAVIGEL a reçu une formation minimum de 2 heures en nutrition.

Un engagement d'entreprise pour l'avenir

Tous les salariés de l'entreprise se sont mobilisés pour le respect de ses engagements et sont fiers aujourd'hui d'avoir atteint et même dépassé les 6 objectifs que nous nous sommes fixés en 2010. Mais pour nous, ce n'est qu'une étape dans notre volonté d'améliorer la qualité nutritionnelle de nos produits et de contribuer à l'éducation alimentaire. Plus que jamais nous sommes convaincus que nous avons un rôle à jouer auprès de nos clients dans leur désir de proposer le juste équilibre des repas servis tout en offrant de bons produits, respectueux des goûts et des traditions alimentaires.




- communication auprès de nos clients dans le cadre du Club NutriServices dans la Lettre d'information mensuelle présentant dans un premier temps nos engagements puis, 3 ans après les résultats obtenus


LA LETTRE D'INFORMATION

NutriServices

les plaisirs de l'équilibre



EDITO



« Ici plus de 30 ans que DAVIGEL s'engage dans une démarche « Nutrition, Santé, Bien-Être ». La nutrition fait partie intégrante de son système qualité, puisqu'elle s'inscrit dans le troisième de ses grands engagements d'entreprise : « Offrir de bons produits, respectueux de nos goûts et de nos traditions culinaires, et répondent aux attentes en matière de nutrition. »

DAVIGEL a conscience d'avoir un rôle à jouer auprès de ses clients dans leur désir de proposer un juste équilibre alimentaire, à tous les âges et dans toutes les circonstances de la vie. Nous avons toujours considéré qu'il était de notre responsabilité d'anticiper les préoccupations nutritionnelles. Le programme PNNS 2 est donc une opportunité pour DAVIGEL de faire reconnaître ses initiatives et d'être encore plus fier en matière de nutrition.

J'ai le plaisir de vous annoncer que notre démarche fait désormais l'objet d'une charte volontaire d'engagement de progrès nutritionnels, validée et reconnue par le Ministère de la Santé et le Ministère de l'Alimentation et de l'Agriculture dans le cadre du PNNS.

Cette charte a été signée le 11 janvier, en présence de Madame la Ministre de la Santé Roselyne Bachelot Marquet. Elle consacre les efforts déjà réalisés et souligne notre volonté de poursuivre cette démarche pour l'avenir. »

Frédéric FANTONI
Directeur Général DAVIGEL SAS

Dossier spécial
PNNS

11 janvier 2010

Signature de la charte volontaire d'engagement de progrès nutritionnels PNNS

Davigel s'engage avec les pouvoirs publics pour permettre aux professionnels de la restauration d'optimiser la qualité nutritionnelle des repas offerts à leurs convives.

Davigel
Partenaire de votre réussite

AVRIL 2010 - N°37

LA LETTRE D'INFORMATION

NutriServices

les plaisirs de l'équilibre




**3 ans après :
bilan de la charte volontaire
d'engagement de progrès nutritionnels PNNS**

Davigel s'engage depuis plus de 30 ans en matière de nutrition. La signature de la charte PNNS en janvier 2010 a consacré sa volonté de poursuivre cette démarche pour permettre aux professionnels de la restauration d'optimiser la qualité nutritionnelle des repas offerts à leurs convives. Et en 3 ans d'engagement.

Davigel
Partenaire de votre réussite

M AI 2013 - N°46

- communication auprès de nos clients dans nos supports printés présentant nos engagements nutrition et nos résultats en matière de réduction des taux de sel et de sucre dans nos plats

Davigel TRAITEMENTS DE QUALITÉ DE FRANCE GUIDE PRODUITS & SERVICES RESTAURATION COLLECTIVE

Davigel s'engage pour la Nutrition depuis 1979

60 tonnes de sucre en moins dans nos produits

Optimiser la qualité nutritionnelle de nos produits

8 tonnes de sel en moins dans nos produits

10

NOUS ENGAGEMENTS

Simplifier pour la nutrition et la santé aux côtés des associations et institutions.

Soutenir la recherche

Accompagner et former nos clients dans leur démarche en nutrition

Former tous nos collaborateurs

11

Actions de valorisation mises en place sur nos engagements en matière d'amélioration de la qualité nutritionnelle :

- **Pour l'interne** : communication auprès des collaborateurs Davigel dans notre magazine interne présentant notre partenariat avec Bleu-Blanc-Cœur

Recettes & Gourmandises

Les nouveautés produits



F Salade Barbecue Poulet bacon
 122 67 127 - 6,08€ la bq de 2,6 kg.



F Salade parisienne
 122 67 125 - 6,12€ la bq de 2,6 kg.



F Figuillette de poulet
 122 67 122 - 14,45€ la bq de 2,5 kg.



F Fileté colin d'Alaska Tex-Mex
 122 67 131 - 7,62€ le kg.



Côte de porc Bleu-Blanc-Cœur (échine)
 122 50 650 - 5,61€ le kg.
 En suggestion de recette



Kouign amann
 122 49 201 - 14,78€ le ct de 16 pc.

Davigel, partenaire et 1er distributeur en Restauration Hors Foyer de l'association Bleu-Blanc-Cœur



UNE FILIÈRE FRANÇAISE ENGAGÉE DANS UNE DÉMARCHE NUTRITIONNELLE
 Parce que notre alimentation détermine ce que nous sommes, Bleu-Blanc-Cœur fédère tout les acteurs de la chaîne alimentaire afin de garantir la qualité nutritionnelle des produits. L'intégration de sources naturelles d'Oméga 3 dans l'alimentation des animaux comme la graine de lin, la luzerne... permet d'avoir des aliments plus sains et plus savoureux.



NOUVEAU

Côtes de porc aux olives

🕒 10 min | 🍳 10 min | 🍴 facile | 🍴 4 |

Ingrédients

- 4 côtes de porc BBC (échine)
- 2 oeil. à c. de tapenade rare
- 1 oeil. à c. de anchoïse
- 1 tomate
- 1 échalote finement hachée
- 5 oeil. à soupe de ail pressé
- 5 oeil. à soupe d'huile d'olive
- 2 oeil. à soupe de jus de citron
- 1 pincée de sel et de poivre



Idée recette

Faites griller les côtes de porc, 5 minutes sur chaque face. Ajustez la cuisson en fonction de l'épaisseur des pièces. Pour réaliser la sauce, mélangez tous les ingrédients dans un bol. Une fois les côtes de porc cuites, disposez-les dans un plat creux et badigeonnez-les copieusement avec la sauce. Couvrez le plat d'une feuille de papier aluminium et laissez reposer pendant 10 minutes afin que la viande soit plus tendre. Accompagnez votre viande d'un mélange de légumes, par exemple notre patate de légumes grillés au pesto (121 57 122 - Offranville).

Échine de porc au cidre

🕒 20 min | 🍳 20 min | 🍴 facile | 🍴 4 |

Epluchez, lavez et émincez l'échalote et l'oignon. Pelez, lavez et taillez la carotte en dés. Dans une poêle, faire fondre le beurre et y saisir les côtes de porc 5 à 6 minutes sur chaque face. Assaisonnez de sel et de poivre. Retirez les côtes de porc de la poêle et maintenez-les au chaud. Dans la poêle, disposez les légumes et versez le cidre et le bouillon de volaille. Portez à ébullition jusqu'à ce que le jus épaississe. Assaisonnez de sel et de poivre. Accompagnez votre viande d'un écrasé de pommes de terre à l'huile d'olive (168 17 99).



Idée recette

Ingrédients

- 4 côtes de porc BBC (échine)
- 15 cl de cidre
- 20 g de beurre
- 1 échalote grise
- 1 oignon
- 1/2 carotte
- 10 cl de bouillon de volaille
- 1 pincée de sel et de poivre

- **Pour l'externe** : communication auprès de nos clients dans nos supports printés présentant nos engagements nutrition grâce notamment à notre partenariat avec Bleu-Blanc-Cœur et envoi d'un communiqué de presse.

DAVIGEL INNOVE ENCORE, en devenant partenaire et 1^{er} distributeur national en Restauration Hors Foyer de



Une filière française engagée dans une démarche nutritionnelle

Parce que notre alimentation détermine ce que nous sommes, Bleu-Blanc-Cœur fédère tous les acteurs de la chaîne alimentaire afin de garantir la qualité nutritionnelle des produits.

L'intégration de sources naturelles d'Oméga 3 dans l'alimentation des animaux comme la graine de lin, la luzerne, ... permet d'avoir des aliments plus sains et plus savoureux.

NOUVEAU

SAUTÉ DE PORC (ÉPAULE) SANS OS BLEU-BLANC-CŒUR
 122 19 002 - Clé de 2 ch de 2,5 kg - France

Sauté de porc sans os 60g +/- 10, au profil nutritionnel amélioré. Bleu-Blanc-Cœur organise et contrôle des filières qui garantissent l'intégration de sources végétales d'Oméga 3 comme la graine de lin dans l'alimentation animale. Les produits ont ainsi une meilleure qualité nutritionnelle, 100% épaulé (D), sans os, pour une viande goûteuse et peu grasse. Morceaux de 60 +/- 10g pour une portion maîtrisée et adaptée à la restauration scolaire.

Produit au profil nutritionnel amélioré

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
 POUR DIFFUSION : Septembre 2013

«Pionnier en restauration scolaire, Davigel signe un partenariat avec l'Association Bleu-Blanc-Cœur »

Avec la signature toute récente d'un accord de partenariat, Davigel devient le premier distributeur national en Restauration Hors Foyer de l'association Bleu-Blanc-Cœur. Cette association de loi 1901 organise des filières de productions agricoles vertueuses pour la santé humaine avec l'objectif de rééquilibrer notre alimentation quotidienne non pas dans une logique pharmaco-réglementaire mais par une meilleure prise en compte des pratiques agricoles. L'intégration de sources naturelles d'Oméga 3 dans l'alimentation des animaux comme la graine de lin ou la luzerne permet d'obtenir des aliments plus sains et plus savoureux. L'association regroupe à ce jour 400 structures adhérentes et plus de 5000 producteurs et éleveurs.

Par ce partenariat, signe de la reconnaissance de son expertise en nutrition, Davigel démontre une nouvelle fois son engagement d'entreprise citoyenne et responsable, créatrice de valeur partagée, avec la ferme volonté d'offrir de bons produits, respectueux de nos goûts et de nos traditions culinaires, le tout dans le respect des ressources naturelles et de l'environnement.

1^{er} fruit de ce partenariat, lancement exclusif en septembre du « Sauté de porc (épaule) sans os Bleu-Blanc-Cœur » par Davigel avec :

Toutes les qualités du sauté de porc Davigel : un grammage adapté à la restauration scolaire, un calibre précis pour une maîtrise du coût portion, le choix de l'épaule de porc dégraissée (5 % MG) pour une viande goûteuse et un taux MG maîtrisé, et la garantie Viande de Porc Française.

Et les bénéfices de la filière Bleu-Blanc-Cœur en plus : une filière locale maîtrisée, une qualité nutritionnelle améliorée (plus d'Oméga 3, ratio Oméga 6/Oméga 3 <5) pour aider à couvrir nos besoins quotidiens en Oméga 3 et une qualité produit améliorée : moins de perte d'eau à la cuisson, plus de jutosité et tendreté.

D'autres lancements de références exclusives sont prévus en partenariat avec l'association Bleu-Blanc-Cœur dans le courant de l'année 2014.

Sauté de porc (épaule) sans os Bleu-Blanc-Cœur
 Carton de 2 sachets de 2,5 kg - Pièce de 60 g +/- 10g

Merci de bien vouloir respecter le délai de diffusion fixé au 2 septembre 2013
Contact presse: Xavier GUYOMARD 02.35.04.82.88

Actions de valorisation mises en place sur nos engagements en matière d'**information nutrition** :

- **Pour l'externe** : communication auprès de nos clients dans nos supports printés présentant nos services, en matière d'information sur la nutrition, accessibles gratuitement pour nos clients



NutriServices : 3 services gratuits

1/ Notre plate-forme de nutritionnistes

- Corrige l'équilibre alimentaire de vos menus
- Répond à toutes vos questions nutrition santé
- Vous envoie toute notre documentation en nutrition

N°Azur 0 810 79 01 53
Prix d'un appel local

2/ Tous nos services en ligne sur www.davigel.fr pour réaliser des menus conformes à la réglementation

- Documentation complète
- Livret Nutrition Interactif
- CréaMenu : Application pour réaliser des menus conformes au GEMRCN et reconnu par l'état comme initiative permettant d'améliorer l'alimentation en France.



CréaMenu



Bien manger c'est l'affaire de tous!
Programme National pour l'Alimentation
alimentation.gouv.fr

Actions de valorisation mises en place sur nos engagements en matière de **formation et d'information nutrition** :

- **Pour l'interne** : communication auprès des collaborateurs Davigel dans notre magazine interne sur notre partenariat avec la Fondation Paul Bocuse



Formation

Le CFEC et la Fondation Bocuse s'unissent pour promouvoir les métiers de bouche auprès de la jeune génération

De janvier à avril 2014, le CFEC accueillait chaque mercredi 9 collégiens, âgés de 12 à 17 ans, pour des ateliers de cuisine. Ces ateliers, nés d'un partenariat entre le CFEC et la Fondation Paul Bocuse, avaient pour objectif de promouvoir les métiers de bouche et de transmettre notre patrimoine culinaire auprès de la jeune génération. Au cours de ces 12 sessions, Noureddine Old-Mousse, Emmanuel Lorieux et Harold Nicolas, tous Concepteur Culinaire, leur ont transmis leur passion dans l'espoir de susciter des vocations... L'Histoire ne dit pas encore si ces jeunes feront carrière dans le culinaire, mais on sait déjà que les ateliers ont repris du service en septembre 2014 !



- **Pour l'externe** : communication auprès de nos clients dans notre support print Promotions bimestriel sur notre partenariat avec la Fondation Paul Bocuse

Davigel partenaire de la fondation Paul Bocuse



Depuis plus de 60 ans, Davigel s'attache à promouvoir une cuisine authentique, respectueuse des savoir-faire et des traditions culinaires. C'est donc tout naturellement que Davigel a choisi d'être partenaire de la fondation Paul Bocuse.



2009
 Davigel rejoint la fondation Paul Bocuse comme membre fondateur.

2014
 Le CFEC (Centre de formation et d'Expertise Culinaire de Davigel) ouvre un atelier pour les 11-15 ans en partenariat avec la fondation Paul Bocuse.

La Fondation Paul Bocuse est créée en 2004. L'idée forte du projet est celle qui anime Paul Bocuse depuis des années : «*Nous sommes des manuels, notre métier s'apprend, c'est un métier de compagnonnage que nous avons le devoir de TRANSMETTRE.*»

A travers des formations, l'octroi de bourses d'études, le partage de plus professionnels ou la création d'ateliers pour les jeunes pour découvrir les métiers de la Restauration, la fondation Paul Bocuse remplit sa mission de pérenniser les traditions culinaires.

Davigel
PROFESSEUR DE CUISINE ET PATISSIER
 Un réseau de proximité pour mieux vous servir

AGUTZENE	07 49 36 36 36	BOISSONNE-DUPUISSE	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
ARLES	04 77 47 47 47	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
BOISSONNE-DUPUISSE	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47
BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	02 45 56 26 26	BOISSONNE-LEONARDI-SABO-CHEF	04 47 47 47

Davigel sas
 BP 41 - 76201 Dieppe cedex
 Tél. : 02 35 04 76 00
 www.davigel.fr

Davigel partenaire de la Fondation Paul Bocuse



Depuis plus de 60 ans, Davigel s'attache à promouvoir une cuisine authentique, respectueuse des savoir-faire et des traditions culinaires.

L'idée forte de la Fondation «*Nous sommes des manuels, notre métier s'apprend, c'est un métier de compagnonnage que nous avons le devoir de TRANSMETTRE.*»

C'est donc tout naturellement que Davigel a choisi d'être partenaire de la fondation Paul Bocuse.



2009
 Davigel rejoint la fondation Paul Bocuse comme membre fondateur.

2014
 Le CFEC (Centre de formation et d'Expertise Culinaire de Davigel) ouvre un atelier pour les 11-15 ans en partenariat avec la fondation Paul Bocuse.

L'une des actions auxquelles Davigel s'est associé concerne les ateliers culinaires pour les jeunes. Tous les mercredis après-midi ou samedis matins avec les Chefs formateurs, les collégiens découvrent les métiers de Cuisinier, Pâtissier et Boulanger dans le respect de règles pédagogiques établies au sein de la Fondation.

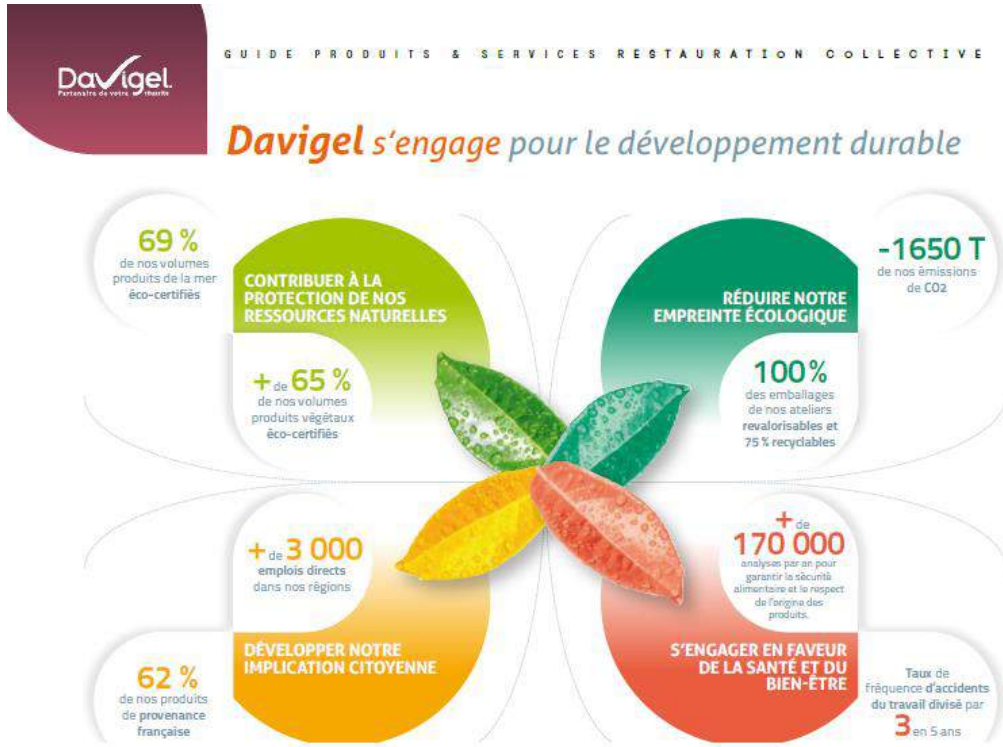
Actions de valorisation mises en place sur nos engagements en matière de **développement durable** :

- **Pour l'interne :**
 - parution d'articles dans notre magazine interne présentant nos engagements en matière de développement durable

- Présentation de notre partenariat avec le WWF à travers un affichage dans tous les hall d'accueil de nos 14 établissements (13 succursales + 1 siège) + nos 3 ateliers de fabrication.



- **Pour l'externe** : communication auprès de nos clients dans nos supports printés présentant nos engagements autour de nos 4 axes principaux
 - La protection de la ressource naturelle
 - La réduction de notre empreinte écologique
 - Le développement de notre implication citoyenne
 - L'engagement en faveur de la santé et du bien être





Janvier 2015 : **Davigel** va encore plus loin en partenariat avec le WWF



WWF EST LA PREMIÈRE ORGANISATION MONDIALE INDÉPENDANTE DE PROTECTION DE LA NATURE ET DE DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT.



Antoine de Girmon, Directeur général Davigel et Isabelle Autissier lors de la signature du partenariat WWF / Sherif Scouri

Afin de mettre en œuvre des solutions concrètes et durables, et de faire évoluer la filière pêche vers des pratiques plus responsables, **WWF France** a développé un **partenariat avec la société Davigel**.

Le mécénat environnemental de Davigel est la preuve concrète de leur engagement en matière de **protection de la planète**, de leur volonté de renforcer la cohésion entre leurs collaborateurs en interne et de leur adéquation avec les préoccupations de leurs fournisseurs et de leurs clients pour lesquels la **protection de l'environnement** devient un sujet **incontournable**.

Isabelle Autissier
 présidente du WWF France



	<p>DAVIGEL SOUTIEN LE DÉVELOPPEMENT D'UNE PÊCHE DURABLE ET LA PROTECTION DES RESSOURCES HALIÉUTIQUES</p>
	<p>DAVIGEL SOUTIEN LE DÉVELOPPEMENT D'UNE PÊCHE DURABLE ET LA PROTECTION DES RESSOURCES HALIÉUTIQUES</p>

Actions de valorisation mises en place sur nos engagements en matière de **réduction de notre empreinte écologique** :

- **Pour l'interne** : communication auprès de nos collaborateurs dans notre magazine interne sur la réduction de nos gaz à effet de serre et de nos déchets
- **Pour l'externe** : communication auprès de nos clients dans nos supports print sur la réduction de nos gaz à effet de serre et de nos déchets



Davigel s'engage dans
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

NOS ENGAGEMENTS

- >> **Contribuer** à la protection de nos ressources naturelles grâce à des partenariats avec des ONG reconnues comme :



- >> **Réduire** notre empreinte écologique.




NOS RÉSULTATS

- >> 71% de nos volumes produits de la mer éco-certifiés
- 70% de nos volumes produits végétaux éco-certifiés sur les dernières campagnes, valorisables sur vos menus
- >> 100% des emballages de nos ateliers revalorisables
- >> - 1650 tonnes d'émission de CO2
- >> Iso 14001 : management environnemental de nos ateliers de fabrication.



12

13

3.2. Plan de communication dans le cadre des accords collectifs

➤ **Plan de communication général sur les engagements Davigel dans le cadre des accords collectifs**

Pour l'interne :

- Emulsion magazine octobre/novembre/décembre -> Information sur nos engagements dans le cadre de l'accord collectif
- Affichage dynamique -> du 19 au 30 octobre, présentation de nos engagements

Pour l'externe :

- Relations presse -> rédaction et diffusion d'un communiqué de presse auprès des principaux titres de la presse professionnelle restauration collective (Le cuisinier, Collectivité express, AJI)
- Supports prints -> présentation de nos engagements à nos clients dans nos principaux supports:
 - ✓ Guides produits et services restauration collective 2016,
 - ✓ Catalogue promotion bimestriel novembre/décembre 2015 et/ou janvier/février 2016
 - ✓ Lettre d'information Nutriservices fin 2015
- Newsletter emailing -> envoi d'une information à nos clients restauration collective le 26 octobre ou 23 novembre 2015 avec renvoi sur le site davigel.fr
- Site internet davigel.fr -> rédaction d'une page d'actualité sur le sujet en octobre 2015

➤ **Les valorisations envisagées pour les différents engagements sont les suivantes :**

- Davigel s'engage dans une démarche visant à améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits. Cette démarche est validée par les Pouvoirs Publics.
- Davigel est une entreprise engagée dans une démarche d'amélioration de la teneur en sel, en sucres et en matières grasses encouragée par l'Etat.
- Par la promotion de produits Bleu Blanc Cœur et l'augmentation du nombre de références proposées, Davigel a permis d'apporter 1.4 tonnes d'oméga 3 en plus dans les assiettes de la Restauration Hors Foyer (chiffre estimé à fin 2018 à valider en fin d'engagement)
- Davigel s'engage à accompagner ses clients dans leur démarche d'amélioration nutritionnelle
- Davigel participe à la réduction de son empreinte carbone par la diminution de la consommation énergétique de sa flotte de véhicule.