

POULAILLON

**VERS UN  
DÉVELOPPEMENT  
PLUS DURABLE  
2026**



**DÉCLARATION  
DE PERFORMANCE  
EXTRA-FINANCIÈRE**







# TABLE DES MATIÈRES

<b>1.</b>	<b>INTRODUCTION</b>	<b>04</b>
1.1	Edito	5
1.2	Présentation du Groupe	6
1.3	Synthèse de la stratégie RSE	13
1.3.1	Analyse de matérialité	13
1.3.2	Enjeux, risques et engagements	13
<b>2.</b>	<b>LA QUALITÉ AU COEUR DE NOS ACTIVITÉS</b>	<b>16</b>
2.1	Qualité des produits et santé des consommateurs	17
2.2	Qualité et sécurité sanitaire des produits	19
<b>3.</b>	<b>LA PRISE EN COMPTE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX</b>	<b>21</b>
3.1	Gestion des emballages	21
3.2	Gestion des déchets et lutte contre le gaspillage alimentaire	23
3.3	Gestion de la ressource « Eau »	26
3.4	Réduction de l'empreinte carbone	28
<b>4.</b>	<b>UNE ENTREPRISE CENTRÉE SUR L'HUMAIN</b>	<b>30</b>
4.1	Gestion des talents, qualité de l'emploi et bien-être des collaborateurs	31
4.2	Diversité, égalité et inclusion	34
4.3	Santé et sécurité des collaborateurs	35
<b>5.</b>	<b>UNE ENTREPRISE RESPONSABLE SUR L'ENSEMBLE DE SA CHAÎNE DE VALEUR</b>	<b>36</b>
5.1	Risques liés aux fournisseurs, transparence et relation durable avec les fournisseurs	37
5.2	Risques liés aux fournisseurs, bien-être animal	39
5.3	Gouvernance, risque éthique et conformité	40
<b>6.</b>	<b>ANNEXES</b>	<b>43</b>
6.1	Note méthodologique	43

**DIRECTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIERE**  
« Des valeurs familiales, un engagement durable »



Il y a plus de 50 ans, Paul Poulaillon et son épouse Marie France s'installèrent à Mulhouse pour ouvrir leur première boulangerie dans le quartier de Dornach. Paul Poulaillon aime innover. C'est ainsi qu'en 1973, il eut l'idée d'allonger de la pâte à bretzel pour former un petit pain qu'il garni de charcuterie pour en faire un sandwich : la Moricette® était née.

Au fil des années, et grâce à la détermination de Paul Poulaillon, la Moricette® est devenue non seulement le produit phare du Groupe mais également une véritable institution pour tous les alsaciens et au-delà de nos frontières. Elle est à l'origine du succès du Groupe qui compte aujourd'hui plusieurs sites de production et de nombreux points de vente.

Paul POULAILLON et son épouse Marie France ont été rejoints à la tête du Groupe par leurs deux enfants : Fabien et Magali POULAILLON. Pleinement conscient de son rôle, le Groupe familial s'engage au quotidien pour offrir des produits de qualité en suivant une démarche responsable et durable.

Les engagements en matière sociale, environnementale et sociétale ne sont pas nouveaux et sont la clé d'une démarche volontaire entamée en la matière depuis plusieurs années. La Responsabilité Sociale des Entreprises (ci-après "RSE") est intégrée dans les orientations stratégiques du Groupe et discutée lors du Comité de Direction.

Par son histoire et son fonctionnement, le Groupe POULAILLON est un acteur profondément ancré dans son territoire : la production locale, le sens de la proximité et la dynamisation des territoires sont des engagements prioritaires. L'entreprise familiale assume une responsabilité sociale, tente de réduire son impact environnemental et soutient l'écosystème local par des mesures bénéfiques à l'activité économique et à l'emploi.

Le Groupe a conscience qu'une entreprise de sa taille et de son importance se doit d'agir en prenant en compte son impact social et environnemental. A ce titre, elle exige la collaboration, la participation et la coordination de chacun.

**Ce rapport a été construit selon les exigences légales et réglementaires en vigueur et vérifié par un organisme tiers. Il répond à l'ensemble des thématiques demandées, présente le modèle d'affaires du Groupe, les risques extra-financiers identifiés, les politiques mises en oeuvre pour les atténuer, ainsi que les indicateurs de performance associés.**



## “ Vers un Développement plus durable ! ”

Depuis plus de 50 ans, notre famille a plus que jamais la volonté de “faire bien” les choses et si nous voulons rester en accord avec ce que nous sommes, cela passe désormais également par un enjeu, de taille : la Responsabilité Sociale des Entreprises.

Cet enjeu est désormais le nôtre, comme il doit être celui de toutes les entreprises Françaises mais également européennes, puis mondiales. Nous tous, en portons la responsabilité.

S'inscrire dans cette démarche nous impose de reprendre tous nos engagements, le plus souvent informels, que nous effectuons au quotidien et que nos équipes appliquent. L'objectif de ce rapport est de livrer aux lecteurs, nos actionnaires, nos clients consommateurs, nos collaborateurs, une information claire et de mettre en avant tout ce que nous faisons déjà de longue date, puis de l'inscrire dans une évolution engagée. Le comité RSE que nous avons mis en place s'inscrit dans l'évolution de notre démarche.

Car nul ne peut ignorer le réchauffement climatique et ses bouleversements, les impacts environnementaux, la transition énergétique, sujet ô combien important pour les consommateurs d'énergie que nous sommes...

Tout cela doit s'inscrire dans l'évolution du Groupe, son modèle économique, et dans la poursuite de notre développement, mais un développement plus... durable !

L'environnement, nos collaborateurs, nos clients, la qualité de nos produits, la sélection de nos fournisseurs, sont autant d'enjeux majeurs à prendre en compte.

Et nous sommes plus que jamais résolus à prendre notre responsabilité, sociétale, avec humilité face à l'ampleur de la tâche, mais détermination !

**Paul, Fabien et Magali POULAILLON**



# 1 - INTRODUCTION

## 1.2 Présentation du Groupe

### Les métiers et l'offre produits

#### La Moricette®, produit phare et emblème du Groupe

Inventée en 1973 par Paul POULAILLON, la Moricette® s'est imposée comme un produit emblématique, proposée aussi bien nature que garnie et déclinée en de nombreuses variétés de sandwiches, destinées au grand public comme à la grande distribution.

La pâte, reconnue pour ses qualités organoleptiques exceptionnelles, confère au produit sa renommée et son caractère unique.

Aujourd'hui, deux grandes lignes de fabrication assurent la fabrication quotidienne de plus de 150 000 pièces.

**En plus de son produit phare la Moricette®, le Groupe Poulail-  
lon propose toute une gamme de produits généreux et qualita-  
tifs pour tous les moments de la journée, en plus d'une eau à la  
minéralité exceptionnelle !**



#### La boulangerie viennoiserie et pâtisserie

Activité historique du Groupe, la boulangerie reste au cœur du savoir-faire du Groupe. La gamme de produits crus, précuits et cuits est élaborée à base de recettes authentiques. Les pâtes bénéficient d'une fermentation lente de plusieurs heures qui rappelle le bon goût d'antan, développe une mie alvéolée et assure une conservation plus longue. Les pains sont cuits sur sole.

Une vaste gamme de viennoiseries complète l'offre de panification avec des produits classiques, des produits saisonniers adaptés en fonction des fruits et légumes de saison mais également d'incontournables spécialités alsaciennes. Les chefs pâtisseries proposent quant à eux, de délicieuses pâtisseries fraîches et surgelées.



#### Le traiteur

Les chefs traiteur de Poulailon proposent une offre large, haut de gamme, où la main de l'Homme a toute son importance : les produits apéritifs frais ou surgelés sont travaillés pour répondre à la demande des clients Poulailon.

La tradition alsacienne est toujours représentée mais l'innovation est au cœur de la stratégie du Groupe. Chaque année, les pains-surprises et les plateaux de toasts, proposés par Poulailon, s'enrichissent de nouvelles saveurs, de textures surprenantes et de formes tendances.



#### Le snacking

Pionnier avec la Moricette®, le Groupe propose une vaste gamme de sandwiches et bretzels adaptée à tous les moments de consommation et aux différents circuits de distribution (GMS, DA, RHF...). Attentifs aux évolutions du marché, Poulailon a un seul objectif : « manger vite et bon » !



#### L'eau minérale de Velleminfroy

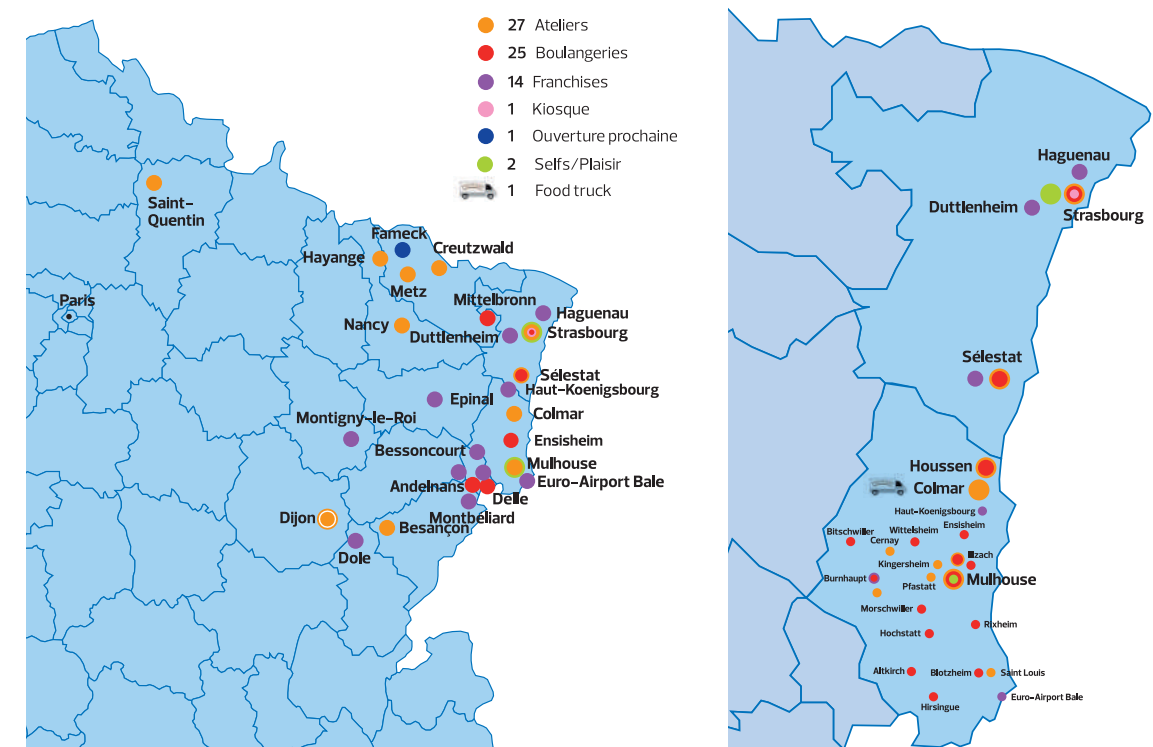
Du pain à l'eau, il n'y a qu'un pas, franchi par Paul Poulailon lorsqu'il a fait renaître l'ancienne source de Velleminfroy connue pour ses bienfaits depuis 1859.

Exploitée depuis 2016, elle propose une gamme complète de bouteilles en verre et PET.

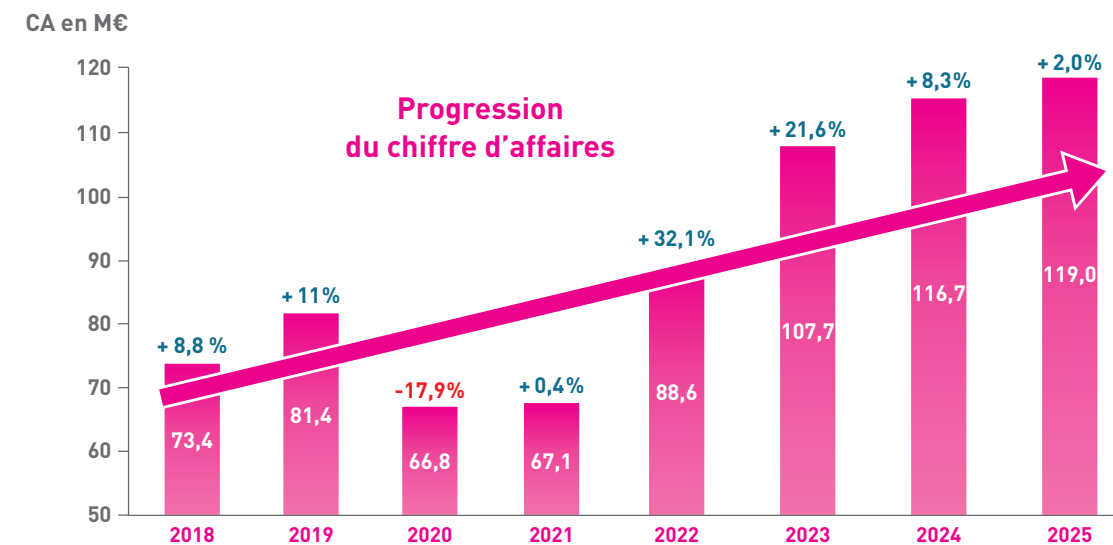


### Implantation géographique

#### Un ancrage Régional fort pour une ambition Nationale (à date d'édition du rapport)



### Evolution du volume d'affaires du Groupe POULAILLON







► 1973  
Première  
Boulangerie

1973  
Ouverture de la première boulangerie spécialisée dans le Bretzel à Mulhouse et invention de la Moricette®



► 1980  
Premier contrat  
avec la GMS

1980  
Produits Poulailon proposés par une enseigne de grande distribution

1982  
• Ouverture d'un 2<sup>ème</sup> point de vente (Mulhouse)  
• Dépôt de la marque Moricette®

1986  
Acquisition d'une chaîne de production automatisée de pâte à bretzel



► 1990  
Création d'une  
offre traiteur  
• Arrivée de la  
2<sup>ème</sup> génération

1990  
Création d'une offre traiteur

1994  
Arrivée de Fabien Poulailon pour développer l'activité GMS

1999  
Arrivée de Magali Poulailon pour développer les points de vente



► 2000  
Développement  
du réseau de  
points de vente

2002  
Début de l'expansion du réseau de points de vente Poulailon

2003  
Acquisition d'un site de fabrication (Saint-Loup-Sur-Semouse) pour la confection de produits apéritifs surgelés

2004  
Acquisition de la source de Velleminfroy



► 2010  
Diversification  
dans l'eau  
minérale



2012  
Ouverture du site de Wittelsheim (11500 m² : siège social et site de production)

2015  
• Apport de la source Velleminfroy au Groupe  
• Introduction en Bourse sur Euronext Growth

2016  
Autorisation d'embouteiller l'Eau de Velleminfroy

2017  
Acquisition du site de Saint-Vit

2018  
49 points de vente au total répartis dans le grand Est de la France



► 2020  
Adaptation du modèle

2020  
Adaptation du concept à la crise du covid

2021  
Extension du site de production de SAINT-VIT (25) : nouvelle chambre froide et nouvelle ligne pour la fabrication de Moricette®

2022  
• Ouverture de points de vente en franchise sur Autoroute  
• Ouverture d'un point de vente à ENSISHEIM (68)  
• Extension du point de vente de STRASBOURG - Homme de Fer (67)  
• Reprise d'un fonds de commerce à STRASBOURG Aux Pralines de Mélanie (67)

2023  
• Ouverture d'un point de vente à MITTELBRONN (57)  
• Ouverture d'une franchise à OBERNAI (67)  
• Ouverture d'un point de vente à LAMPERTHEIM (67)  
• Reprise du point de vente de notre franchisé à DIJON (21)  
• Ouverture d'un point de vente en Franchise à DOLE (39)  
• Franchissement du seuil de 100 M€ de CA consolidé  
• 65 points de vente au total répartis dans le Grand Est de la France, dont 10 en Franchise

2024  
• Investissements pour le site d'embouteillage des Eaux minérales de VELLEMINFROY : ligne de production modifiée pour mise en place du bouchon solidaire sur toutes les gammes de bouteilles en PET et mise en place d'une cuve de stockage supplémentaire de 120 000 litres.  
• Ouverture d'un point de vente à DELLE (90)  
• Ouverture par transfert d'un point de vente à ANDELNANS (90)  
• Ouverture d'une franchise au départ de l'AEROPORT DE BALE MULHOUSE (68)

2025  
• Référencement auprès de nouvelles plateformes en grande distribution et nouveau référencement national d'une gamme de pains surprises. Velleminfroy obtient un référencement majeur en distribution de gros pour le marché français mais également européen, à commencer par l'Espagne, le Royaume-Uni, l'Islande et la Suède.  
• Extension du point de vente de COLMAR - Rue des Clés (68)  
• Travaux de rénovation du point de vente de DIJON - Centre Commercial Toison d'OR (21)  
• Ouverture d'une franchise à HAGUENAU (67)  
• Travaux d'agrandissement de l'espace de stockage à l'usine d'embouteillage des Eaux minérales de Velleminfroy (70)

Historique du groupe



Enfant, lorsque Paul POULAILLON passait avec son père devant la boulangerie de son village de Condrieu, en Isère, l'odeur du pain le faisait rêver. Dès lors il sut qu'il deviendrait boulanger.

C'est en 1973 que la première boulangerie de Paul POULAILLON voit le jour à Dornach, un quartier de Mulhouse. Accompagné de son épouse, Marie France, il crée la Moricette®, une pâte à bretzel allongée pouvant être garnie pour être dégustée comme un sandwich. Forte de son succès, la Moricette® est proposée pour la première fois dans une enseigne de grande distribution en 1980.

Une gamme traiteur est créée dans les années 1990. Les deux enfants des Epoux POULAILLON, Fabien et Magali POULAILLON, entrent également en fonction au sein du Groupe, respectivement en 1994 et 1999, pour renforcer et développer le réseau de points de vente et accroître l'importance de l'entreprise familiale, qui devient peu à peu un acteur majeur de la boulangerie dans le quart nord-est de la France, à la fois par ses magasins mais également par le développement d'une offre industrielle.

Les années 2000 propulsent l'entreprise familiale de boulangerie au statut de Groupe familial de restauration rapide intégré. En 2003, le Groupe fait l'acquisition du site industriel de Saint-Loup-sur-Semouse (70) pour y fabriquer sa gamme de produits apéritifs surgelés.

Pour compléter son ascension, les Eaux Minérales de Velleminfroy sont rachetées par Paul POULAILLON en 2004 et ont intégré le Groupe en 2015.

Afin d'augmenter sa capacité de production et pour répondre à une demande toujours plus croissante, le nouveau site de production de Wittelsheim est ouvert en 2012. Il abrite également tous les services administratifs.

En 2017, le Groupe achète le site de Production de SAINT VIT (25), qu'il agrandit en 2021 pour accroître sa production et accompagner le développement du Groupe.

Fin septembre 2025, Le Groupe compte 65 points de vente sur le territoire français.



La RSE en marche

Labélisations

- 2018 Label IFS Food v6 sur le site de WITTELSHEIM – Les Ateliers Gourmands
- 2020 Label IFS Food v6 sur le site de SAINT LOUP SUR SEMOUSE
- 2021 - Certification ISO 2200 et IFS Food sur le site de VELLEMINFROY
  - Label IFS Food v6 sur le site de SAINT-VIT
- 2023 Renouvellement de la certification IFS Food v7 des sites de WITTELSHEIM, VELLEMINFROY, SAINT-VIT, SAINT-LOUP
- 2024 Renouvellement label IFS Food v8 sur l'ensemble de nos sites

Démarches responsables

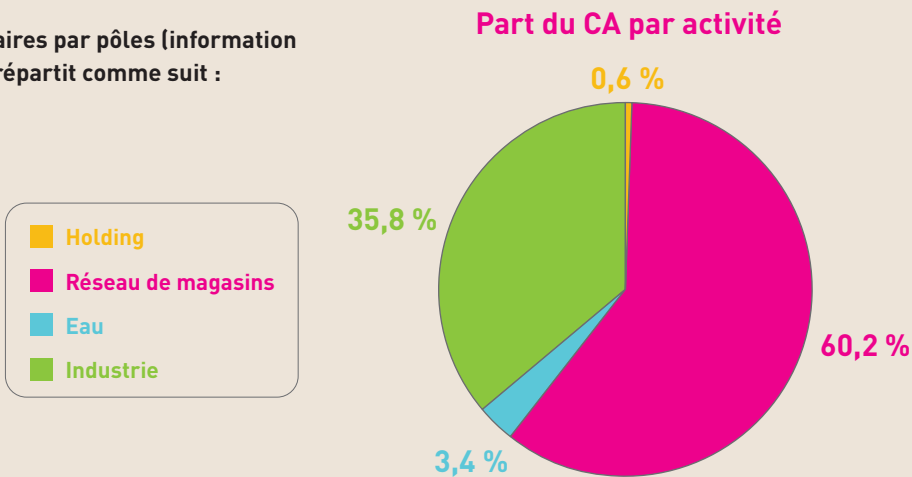
- 2019 Initiation de la démarche Clean label : sélection de produits et d'ingrédients sans additifs ni ingrédients de synthèse
- 2021 - Respect des critères de l'European Chicken Commitment
  - Approvisionnement exclusif en oeufs issus de la ponte au sol
- 2023 Adhésion au Pig Minimum Standard

Produits responsables

- 2020 - Développement d'une gamme bio : baguette, Moricette®, mini- Moricette®, pain cuit sur sole et Kougelhopf
  - Réduction du plastique et suppression du sur-bouchon PET sur les bouteilles d'eau Minérale de VELLEMINFROY
- 2021 Mise en place d'un partenariat avec la banque alimentaire - gestion des invendus
- 2024 Mise en place du partenariat bouchon solidaire sur toute la gamme de bouteilles en PET
- 2025 Remplacement des étiquettes adhésives par un cerclage rond

Chiffres clés et bilan de l'année 2025

Le Chiffre d'affaires par pôles (information sectorielle) se répartit comme suit :



Le modèle d'affaires

Le Groupe POULAILLON est constitué de 4 pôles :

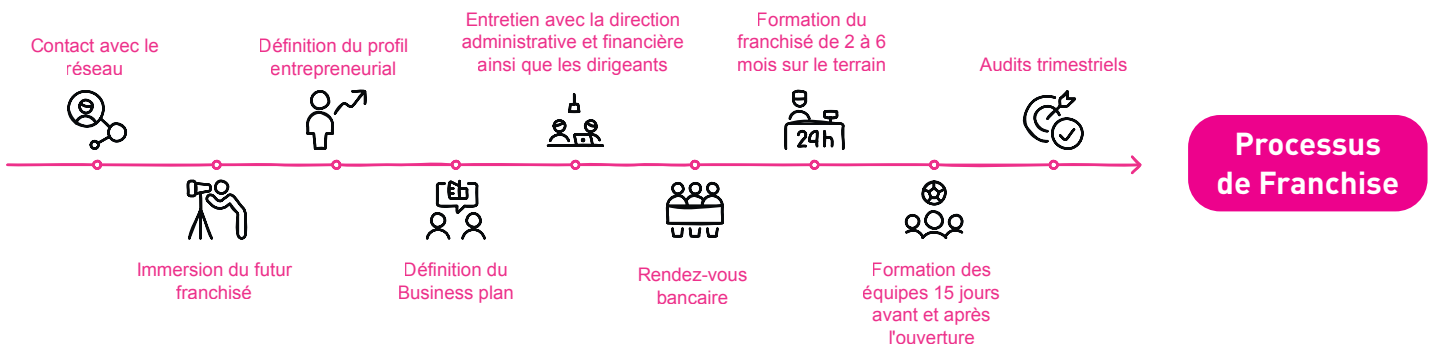
- Le pôle Boulangerie qui est composé du réseau de magasins POULAILLON exploités en propre et en franchise, destiné au BtoC
- Le pôle Industrie qui comprend les activités de production et d'offre auprès de la clientèle GMS et professionnels, destiné au BtoB
- Le pôle Eau qui regroupe l'activité de production et de commercialisation des Eaux minérales de Velleminfroy
- Le pôle Holding représente la tête de groupe qui réunit les services supports communs à l'ensemble des pôles, la franchise et les marques

Le Groupe propose une offre complète qui s'adresse aussi bien à une clientèle professionnelle que particulière. Parmi les leaders sur le marché national de la boulangerie et de la restauration rapide, le Groupe fabrique à titre d'exemple, 38 millions de Moricettes® par an.

Le Groupe offre également la possibilité à ses clients de se fournir en produits POULAILLON via la boutique en ligne, proposant différents canaux de distribution des éléments commandés (récupération des achats directement en magasin ou livraison à domicile).

Dans le cadre de son développement, le Groupe propose l'ouverture en franchise de nouveaux points de vente. Le concept, orienté autour du savoir-faire, se diffuse autour de la marque, de la formation requise et l'assistance nécessaire à la réussite du franchisé.

Le modèle est très exactement celui exploité par le Groupe en succursale, en parfaite adéquation du modèle économique.



Le Groupe Poulaillon a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de **119 M€** au courant de l'exercice clôturé au **30 septembre 2025** qui se répartit comme suit : La **clientèle grand public** représente 60,2 % du chiffre d'affaires total.

Le groupe dispose de trois typologies de points de vente (au 30 septembre 2025) :



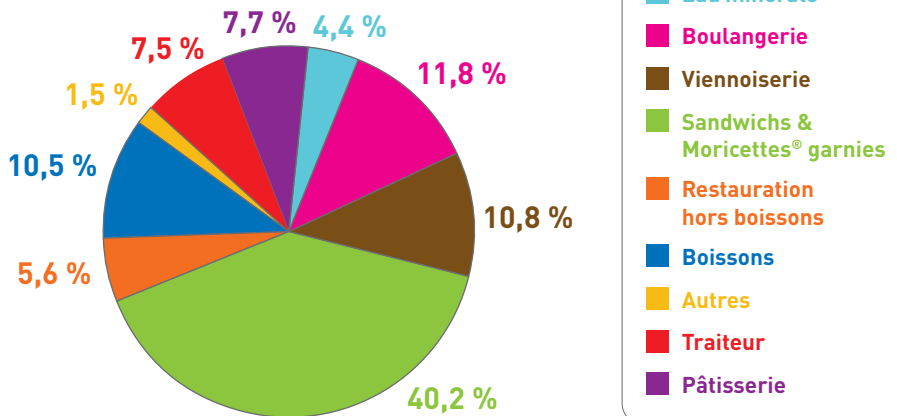
- La **clientèle professionnelle** représente **35,8 %** du chiffre d'affaires total. La gamme, pour les GMS ainsi que la RHF, est proposée à la clientèle ce qui représente des référencements auprès d'enseignes de la grande distribution Française et Allemande.

Les ventes de l'eau minérale de Velleminfroy représentent **3,4 %** du chiffre d'affaires consolidé du Groupe après une hausse du chiffre d'affaire du pôle de près 50 %.

La majorité des ventes est constituée par les produits garnis (**sandwichs** ou **Moricette®**, à hauteur de **40,2 %**). Viennent ensuite la boulangerie, la viennoiserie et les boissons puis notre offre pâtisserie, traiteur, et la restauration hors boissons. L'eau minérale arrive en dernière position.



Part du CA par famille de produits





## Informations complémentaires sur le modèle économique

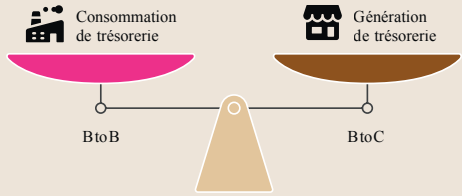
Les offres produits du Groupe Poulaillon sont complémentaires et fonctionnent en parfaite synergie.

On observe également une complémentarité des **BFR** (besoins en fonds de roulement) en période de croissance, l'activité BtoB se révèle consommatrice de trésorerie tandis que l'activité en BtoC en génère.

**La clientèle du Groupe Poulaillon est diversifiée, soutenue par un outil de production performant capable de répondre aux exigences du BtoB comme du BtoC.**

Le réseau de magasins vend les produits de boulangerie, pâtisserie, traiteur du Groupe, ainsi que l'Eau minérale de Velleminfroy.

### Equilibre entre consommation et génération de trésorerie



## Les sites de production



1

### Wittelsheim – Les Ateliers Gourmands (68)

Mis en service en 2012, le site de production et de stockage de Wittelsheim couvre une superficie de 11 500 m<sup>2</sup>. Il approvisionne à la fois les points de vente et les partenaires BtoB. Certifié IFS, garantit la qualité et la sécurité de ses procédés.

2

### Saint-Loup-sur-Semouse – Unité semi-industrielle en Haute-Saône (70)

Acquis en 2003, le site s'étend sur 2 400 m<sup>2</sup> dédiés à la production et au stockage. Il est spécialisé dans la fabrication de produits surgelés, notamment de macarons, de produits traiteurs et de panification. Certifié IFS, le site dispose également d'un magasin d'usine.

3

### Poulaillon Saint-Vit – Unité industrielle (25)

Acquis en 2017, ce site de 3 500 m<sup>2</sup> est dédié à la fabrication de produits de panification, bio et conventionnels, incluant les baguettes et le pain G-Nutrition. En 2021, une extension a permis l'ajout d'une nouvelle chambre froide et la mise en service d'une ligne de production de Moricette®. Le site est certifié IFS.

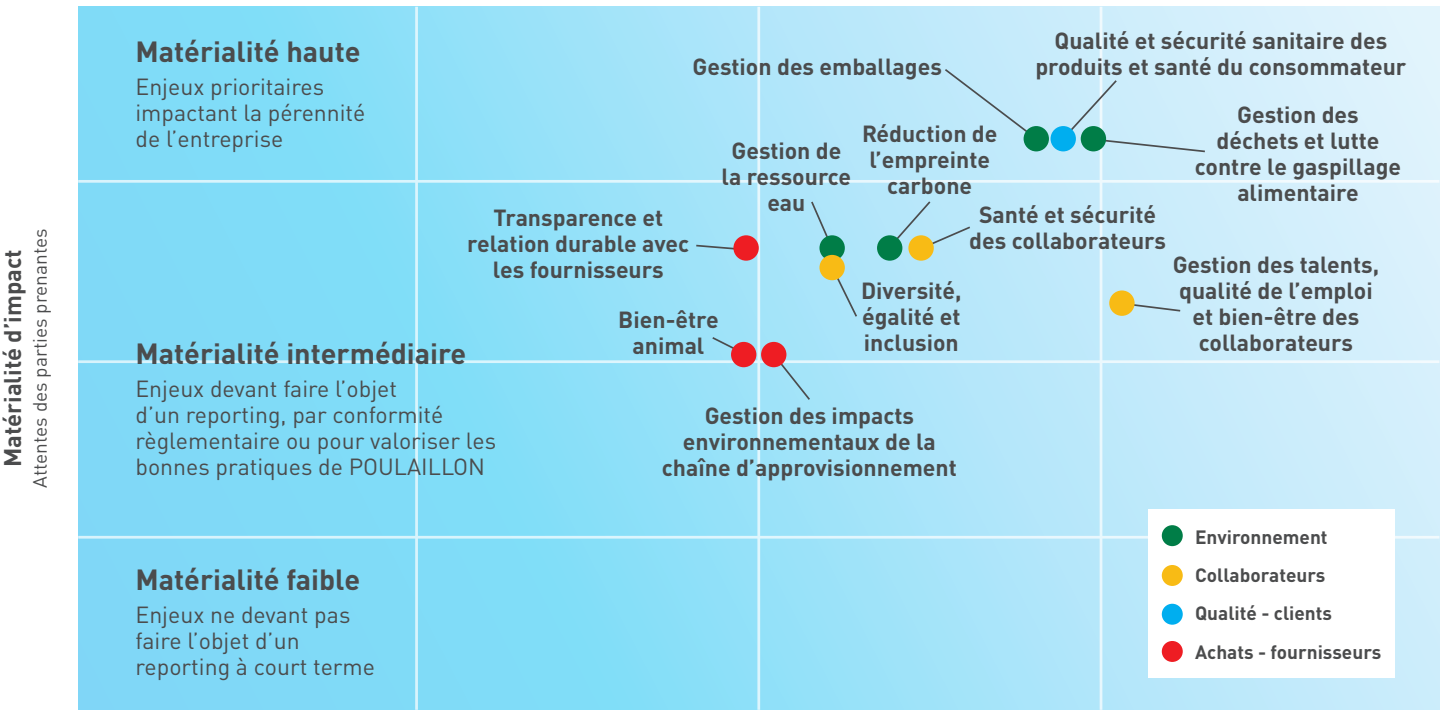
4

### Velleminfroy, Eau d'exception – Unité d'embouteillage (70)

Ce site de 2 800 m<sup>2</sup> illustre la diversification engagée en 2016 avec le lancement de l'eau minérale de Velleminfroy. Naturellement pure, riche en minéraux, sans nitrates et pauvre en sodium, cette eau réunit toutes les qualités recherchées par les consommateurs. Le site bénéficie également du label IFS.

## 1.3 Synthèse de la stratégie RSE

### 1.3.1 Analyse de matérialité



### Matérialité financière pour l'entreprise

Le périmètre couvert par le présent rapport coïncide avec le périmètre du Groupe consolidé POULAILLON dont les comptes sont publiés par la société mère POULAILLON SA. Les magasins franchisés sont exclus des données fournies sauf mention contraire expresse.

## Méthodologie de l'analyse de matérialité

Une cotation de la matérialité d'impact a été réalisée afin d'évaluer l'influence potentielle du Groupe sur l'environnement et la société au regard des principaux enjeux RSE. Parallèlement, une cotation de la matérialité financière a permis de mesurer la fréquence et la gravité des onze enjeux majeurs identifiés lors de cette analyse. Ces enjeux ont été évalués et validés par neuf membres du comité RSE et des fonctions centrales de l'entreprise, dont la Directrice Générale Déléguée du Groupe, Magali POULAILLON.

L'exercice de cotation a été réalisé en 2023 dans le cadre de l'accompagnement d'un cabinet spécialisé externe.

### 1.3.2 Enjeux, risques et engagements

**Les engagements RSE de l'entreprise se traduisent de la manière suivante :**

- Respecter le personnel et renforcer la dimension humaine de leur quotidien
- Satisfaire les clients avec des produits de qualité et en leur proposant des lieux de rencontre et d'échange
- Être attentif à la santé des consommateurs et aux nouvelles tendances de consommation
- S'approvisionner en produits locaux et issus d'une agriculture respectueuse de l'environnement
- S'engager en faveur de la cause animale
- Réduire les emballages et lutter contre le gaspillage alimentaire

## Gouvernance RSE

Un comité RSE est en place. Il rassemble les collaborateurs représentant chaque fonction centrale du Groupe Poulaillon (achats, qualité, marketing, réseau de magasin, industrie, ressources humaines, technique, juridique et gouvernance), permettant de mener à bien les projets de transformation en impliquant les collaborateurs concernés. Il a notamment pour missions de suivre les actions mises en place et de devenir une véritable force de proposition concernant les démarches et les indicateurs à mettre en œuvre.



Tableau des enjeux, risques et indicateurs issus de l'analyse de matérialité

#	Nom de l'enjeu	Description de l'enjeu	Risques
01	Qualité	Santé et satisfaction du consommateur	Image détériorée du Groupe
02	Qualité	Qualité et sécurité sanitaire des produits	<ul style="list-style-type: none"><li>• Risque d'intoxication client</li><li>• Perte de l'image d'enseigne qualitative</li></ul>
03	Environnement	Gestion des emballages	Sur-coût des emballages et impacts environnementaux des déchets plastiques
04	Environnement	Gestion des déchets et lutte contre le gaspillage alimentaire	Perte de valorisation des invendus alimentaires
05	Environnement	Gestion de la ressource eau	Sur-consommations d'eau
06	Environnement	Réduction de l'empreinte carbone	Utilisation de process énergivore couteux et néfastes pour les parties prenantes
07	Social	Gestion des talents, qualité de l'emploi et bien-être des collaborateurs	Perte de collaborateurs clés et difficultés à recruter
08	Social	Diversité, égalité et inclusion	Discrimination dans le traitement des collaborateurs
09	Social	Santé et sécurité des collaborateurs	Atteinte physique des collaborateurs
10	Fournisseurs	Transparence et relation durable avec les fournisseurs	Perte de traçabilité des produits
11	Fournisseurs	Bien-être animal	Non respect des réglementations en vigueur

\* Indicateur actuellement indisponible, à construire...

Tableau des enjeux, risques et indicateurs issus de l'analyse de matérialité

#	Indicateurs associés	Analyse des risques
01	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enquête de satisfaction des commandes internet</li><li>• Nombre de petits déjeuners offerts aux associations</li><li>• Valeur moyenne des dons par associations</li><li>• Nombre de réclamations avec bons / Nombre de tickets</li></ul>	<p>Un client insatisfait peut entraîner une détérioration de l'image du Groupe et des produits vendus, ainsi que plus généralement une perte de confiance globale.</p> <p>Il est crucial de traiter rapidement les doléances d'un client insatisfait pour limiter au maximum le bouche-à-oreille négatif pouvant généraliser une image négative.</p>
02	<ul style="list-style-type: none"><li>• Taux d'appropriation de la Food Safety Culture (FSC)</li><li>• Part des fournisseurs certifiés sur la qualité des produits *</li><li>• Réclamations clients</li><li>• Délais de réponse aux réclamations</li></ul>	<p>Si ces indicateurs ne sont pas suffisamment élevés, cela peut avoir pour conséquence une perte de confiance du consommateur sur la qualité des produits. La sélection des fournisseurs par leur fiabilité aura une incidence sur la qualité des produits : toute faille peut avoir des dommages directs auprès des clients tels que des risques d'intoxication alimentaire. L'objectif du Groupe étant de sécuriser la santé et proposer des produits qualitatifs, sains pour la santé.</p>
03	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tonnage d'emballages plastiques (réseau / industrie)</li><li>• Proportion des emballages cartons (réseau / industrie)</li><li>• Proportion d'emballages réutilisables *</li></ul>	<p>La gestion des emballage est un objectif primordial afin de réduire au maximum les émissions de gaz à effet de serre (impactant le réchauffement climatique) mais également afin de préserver les animaux (éviter les étranglements des mammifères marins, des oiseaux, l'ingestion mortelle de déchets, ainsi que la pollution des fonds marins,...)et, à petite échelle, éviter les risques pour la navigation humaine (accidents, blocage des hélices).</p>
04	<ul style="list-style-type: none"><li>• Production de déchets du pôle industrie</li><li>• Part du DIB</li><li>• Part des biodéchets</li><li>• Volume d'huile recyclée</li><li>• Volume de dons alimentaires</li><li>• Volume de lots surprises vendus et pains durs</li></ul>	<p>Le gaspillage alimentaire représente un prélèvement inutile de ressources naturelles (eau, terres cultivables...) et des émissions de gaz à effet de serre qui pourraient être évitées. Des indicateurs à la hausse résultent d'une hausse des invendus alimentaires, donc déchets alimentaires. L'objectif est de réduire ces sujets, et à défaut, de réutiliser ces produits afin d'éviter à long terme d'aggraver l'impact environnemental.</p>
05	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consommation d'eau (réseau/magasins)</li></ul>	<p>Limiter notre consommation d'eau permet d'éviter l'abaissement des nappes phréatiques et l'assèchement des rivières.</p>
06	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consommation d'électricité</li><li>• Consommation d'électricité d'origine renouvelable*</li><li>• Part de l'électricité d'origine renouvelable*</li><li>• Consommation de gaz</li></ul>	<p>Réduire l'empreinte carbone par la maîtrise des consommations en énergies permet de lutter contre le réchauffement climatique.</p>
07	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre d'ETP</li><li>• Taux de rotation du personnel</li><li>• Nombre d'apprentis</li><li>• Nombre d'heures de formation*</li></ul>	<p>Risques de maladies professionnelles de type burn-out, perte de confiance en soi des collaborateurs, le bien-être psychologique et mental est aujourd'hui un enjeu clé du Groupe.</p> <p>Une politique RH proactive et un environnement de travail sain sont essentiels pour attirer et fidéliser les talents, et ainsi assurer la croissance durable de l'entreprise.</p>
08	<ul style="list-style-type: none"><li>• Taux de féminisation</li><li>• Proportion de femmes cadres</li><li>• Proportion de salariés en situation de handicap</li></ul>	<p>Mettre en place une égalité et inclusion des salariés réduit significativement les inégalités sociales et culturelles, favorisant ainsi le bien-être psychologiques des collaborateurs et collaboratrices concernés.</p>
09	<ul style="list-style-type: none"><li>• Accidents du travail <b>sans</b> arrêt</li><li>• Accidents du travail <b>avec</b> arrêt</li></ul>	<p>La sécurité au travail est une priorité. Cet aspect non sécurisé pourrait avoir de lourds impacts tels que : risque de maladies professionnelles voire incapacité de travail, ayant un impact psychologique pour le salarié mais aussi les supérieurs hiérarchiques et la direction, l'image du Groupe peut aussi être altéré auprès des clients consommateurs ou professionnels, autres collaborateurs, potentiels candidats,...</p>
10	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proportion des achats réalisés en local</li></ul>	<p>Les circuits courts répondent à de nombreux besoins importants : diminution des émissions de GES, diminution des déchets, lutte contre le gaspillage, meilleure rémunération des producteurs...</p>
11	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proportion des volumes de poulets certifiés ECC utilisés dans les magasins</li><li>• Proportion des volumes de poulets certifiés ECC utilisés dans les activités BtoB</li><li>• Part des articles relatifs aux œufs certifiés «ponte au sol» parmi les 80 % les plus achetés</li></ul>	<p>L'amélioration du bien-être animal a un effet positif sur la santé animale. En améliorant la gestion des systèmes d'élevage et en réduisant la surpopulation, cela permet de diminuer l'impact des maladies sur les animaux, ainsi que les blessures et les infections qui en résultent et in fine, éviter tout risque relatif à la qualité du produit consommé ayant les conséquences évoquées ci-avant.</p>

\* Indicateur actuellement indisponible, à construire...



## 2 - LA QUALITÉ AU COEUR DE NOS ACTIVITÉS

En garantissant à ses clients des produits sains et une alimentation de qualité, le Groupe Poulaillon s’inscrit dans une démarche d’entreprise responsable et respectueuse de l’environnement ainsi que des Hommes. Cette démarche passe par l’approvisionnement du Groupe en priorité auprès de fournisseurs soucieux des politiques environnementales et par la mise en place d’une traçabilité “ produits ”.

### Les engagements Qualité de la Direction du Groupe sont les suivants

- Priorités en matière de qualité des produits et de sécurité sanitaire.
- Attrait pour le produit bien fait, les produits premium et réguliers, le sens du client et de l’offre renouvelée, la culture des bonnes pratiques.
- Volonté d’une forte présence sur le terrain pour assurer un contrôle important de la qualité des produits.

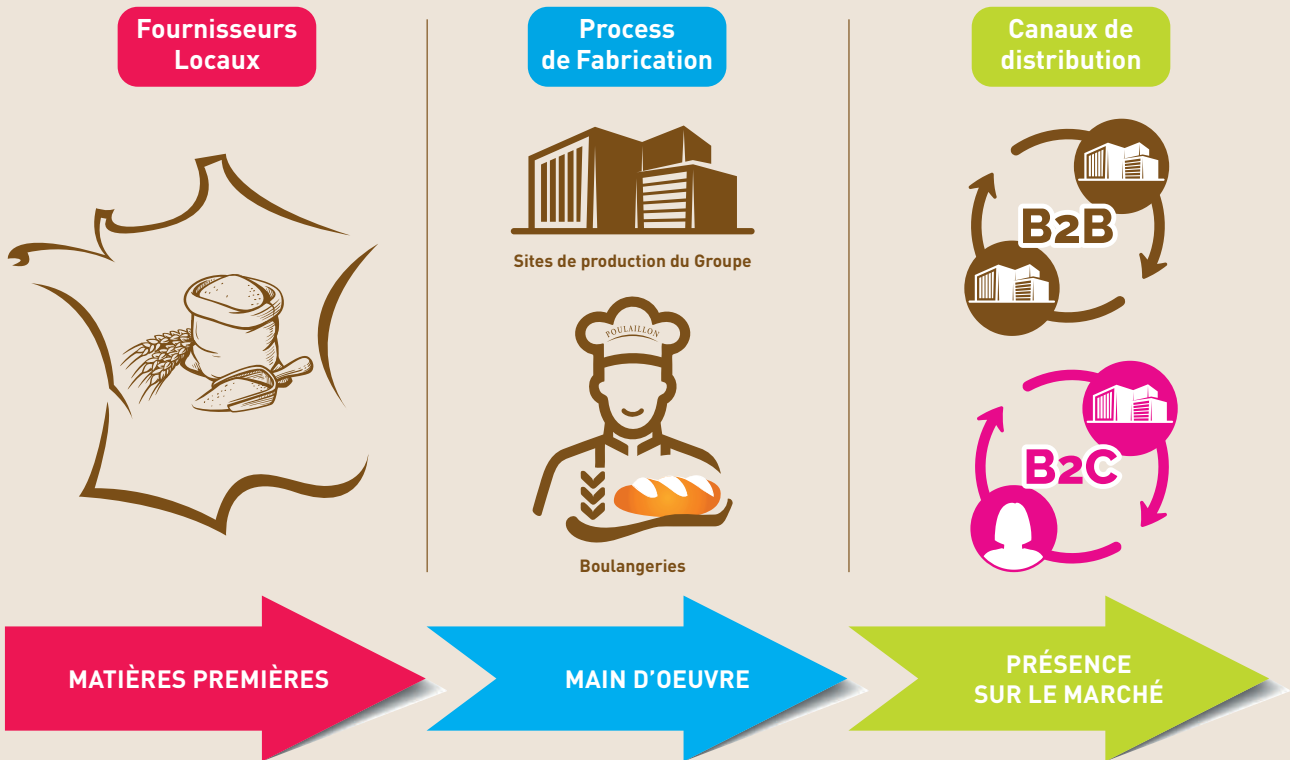
### Le périmètre couvert par la Qualité

Tous les sites de production et tous les points de vente sont concernés par la politique Qualité.

### Une équipe Qualité dédiée

L’équipe Qualité est constituée d’une dizaine de personnes au niveau du Groupe. Elle est managée par la « directrice qualité » qui travaille étroitement avec les équipes Recherches et Développement, Achats et Marketing.

- L’équipe supervise un système de management de la qualité et de la sécurité des denrées alimentaires qui couvre la production et le développement de produit de panification, de sandwichs, de produits traiteur et de pâtisseries, et généralement l’ensemble de la production.
- Ces principes de management s’inscrivent dans l’objectif de déployer un système managérial de la sécurité des denrées alimentaires et continuer de se faire reconnaître par la certification IFS.
- Les activités d’embouteillage d’eaux minérales sont suivies par l’équipe dédiée en charge des sujets liés à la qualité des produits.



La qualité intervient dès le choix et la sélection des matières premières et suit tout le processus de fabrication, ceci afin de prévenir tout risque.

## 2.1 Qualité des produits et santé des consommateurs

Le Groupe est guidé par la volonté de concilier produits de qualité, performance économique et engagement sociétal, tout en conciliant le bien-être des consommateurs et plaisir gustatif.

### Attentif à la santé et aux nouvelles tendances

Pour ses productions, le Groupe Poulaillon fait de plus en plus appel à des aliments dits « clean label » sans additif ni ingrédient de synthèse. Ceci, dans l’objectif de proposer des produits toujours plus sains à destination de ses consommateurs.

Le Groupe détient et commercialise l’eau minérale de Velleminfroy, la seule eau minérale en France à réunir toutes les qualités : richesse en minéraux essentiels (calcium et magnésium), pauvre en sodium, d’une pureté zéro nitrate, zéro pesticide et zéro trace de résidus médicamenteux.

De la même manière, le Groupe Poulaillon a diversifié sa production avec le lancement d’une gamme Bio pour ses pains et sa fameuse Moricette®. La gamme contient également une baguette Bio à l’eau minérale de Velleminfroy, garantissant la qualité sanitaire de ces produits.

C’est dans ce même état d’esprit, que le Groupe Poulaillon fabrique le premier pain brioché hyper-protéiné (apport de vitamines et de minéraux) remboursé par la sécurité sociale, le G-Nutrition® qui est le fruit d’une coopération entre Cérélab (Groupe Dijon Céréales) et Eurogerm. Cette brioche hyper-protéinée s’adresse aux personnes dénutries, sur prescription médicale. Elle est fabriquée par Poulaillon à Saint Vit et distribué par le laboratoire Nutrisens dans les pharmacies et établissements de santé.

### Les informations aux consommateurs

La réglementation en termes d’affichage obligatoire est suivie et contrôlée en interne auprès de chacune des succursales. Les principales informations présentées sont notamment :

- **Affichage des compositions et allergènes sur tous les produits pré-emballés.**
- **Mention de l’origine des ingrédients sur les produits pré-emballés selon la réglementation.**
- **Identification de l’origine géographique des viandes rentrant dans la composition des produits, selon la réglementation.**
- **L’étiquetage en magasin précise si un produit est sans gluten, végétarien ou végétal.**

### La satisfaction client

Répondre aux attentes et besoins des clients est un objectif clé pour Poulaillon. Le Groupe met donc en place différentes actions pour garantir la satisfaction client, notamment en matière de qualité des produits. Les avis et réclamations clients sont réceptionnés par adresse mail spécifique, sur les avis Google, directement en magasin ou au siège, par la veille des réseaux sociaux ou dans la section dédiée du site internet. Velleminfroy dispose également d’une adresse mail spécifique pour traiter les questions techniques spécifiques ou les réclamations des clients. Un questionnaire de satisfaction est envoyé après chaque commande en ligne avec une synthèse tous les six mois, et exceptionnellement la première fois sur une période de neuf mois. Les résultats sont présentés en interne dans le but d’améliorer les processus existants le cas échéant.

#### Indicateurs de performance

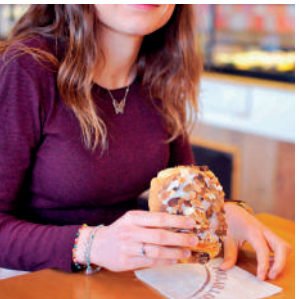
Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Enquête de satisfaction des commandes internet (évaluations 5 étoiles)	53,9 %	55,6 %	55,0 %	59,8 %	60,0 %

Réel 2024 : Indicateurs du 01/01 au 30/09/2024 - Points de vente réseau

#### Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Enquête de satisfaction des commandes internet (évaluations 4 et 5 étoiles)	NC	73,8 %	70,0 %	76,8 %	77,0 %

Réel 2024 : Indicateurs du 01/01 au 30/09/2024 - Points de vente réseau



Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable ✓ | Indicateur stable ○ | Evolution défavorable ✗



Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Nombre de réclamations clients / Nombre de BL	0,33	0,36	0,50	0,325	0,30

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Nombre de réponse aux réclamations sous 5 jours ouvrables / Nombre total	85,1 %	89,8 %	90,0 %	81,5 %	80,0 %

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Nombre de réclamations avec geste commercial (bons) / Nombre de passages clients (=tickets)	NC	0,0012 %	0,10 %	0,0010 %	0,10 %

Indicateurs sur l'année comptable - Points de vente réseau

Zoom sur une initiative Poulailon, soutient la SPA de MULHOUSE

Pendant la période de l'Épiphanie, Poulailon à la Ferme de Pfstatt a proposé, à l'occasion des 125 ans de la SPA de Mulhouse, de reverser 3 € à l'association pour chaque galette achetée pour soutenir les animaux.

À cette occasion, les clients ont pu découvrir 40 fèves artisanales exclusives créées par l'artiste alsacienne Lili Kos Céramique. Cette opération a ainsi permis de reverser 900 € à la Société Protectrice des Animaux de Mulhouse Haute-Alsace.

De plus, le samedi 4 janvier 2025, Poulailon à la Ferme de Pfstatt a accueilli la SPA dans le cadre de l'opération « La SPA s'invite chez vous », permettant de venir à la rencontre de bénévoles de la SPA et de quelques pensionnaires canins qui n'attendaient qu'à être adoptés.



Soucieux de contribuer activement au bien-être des communautés locales, le Groupe s'engage pleinement auprès des associations caritatives et des établissements scolaires en leur offrant des bons pour des lots de petits déjeuners TOM, édités spécialement par le siège.

Ces bons, qui témoignent de la volonté du Groupe de soutenir des actions solidaires, peuvent être utilisés dans l'ensemble des magasins Poulailon, à l'exception des franchises. Cette initiative reflète l'engagement du Groupe envers la responsabilité sociétale de l'entreprise et le souci constant de répondre aux besoins des plus vulnérables et de satisfaire pleinement tous les clients.

Indicateurs de performance

Satisfaction clients	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Nombre de petits-déjeuners offerts aux associations	NC	678	NC	674	670
Valeur moyenne des dons par association	NC	12,57 €	NC	14,52 €	NC

Indicateur groupe

2.2 Qualité et sécurité sanitaire des produits

Politique qualité et sécurité des denrées alimentaires

La politique qualité et sécurité des denrées alimentaires a été écrite en 2016. Elle est mise à jour dans le cadre d'une revue de direction annuelle, cette démarche ayant pour but d'adapter la sécurité aux nouvelles exigences de la certification IFS et de prendre en revue les objectifs issus de la revue de Direction.

L'objectif est de définir les axes prioritaires de travail du Groupe en matière de certification, de formation des collaborateurs, de consolidation des évolutions réalisées sur le logiciel interne et de traçabilité des produits.

Les objectifs principaux :

- Le déploiement de nouveaux outils informatique en lien avec notre progiciel dans l'objectif d'apporter des solutions pour la production et améliorer le suivi qualité tout en réduisant l'utilisation du papier en production.
- Le développement des compétences de nos collaborateurs par l'accompagnement et la formation en terme de savoir-faire et de culture de sécurité des denrées alimentaires et de les associer par une démarche participative et l'implication de l'ensemble des managers.
- Le maintien de la reconnaissance de notre excellence opérationnelle en conservant notre niveau supérieur en certification.

Politique Food Fraud

La fraude alimentaire fait référence à la dénaturation délibérée et intentionnelle de denrées alimentaires, d'ingrédients ou d'emballages pour en tirer un avantage économique.

La maîtrise de ce risque passe par une évaluation annuelle de nos fournisseurs afin de s'assurer du respect des cahiers des charges en vigueur.

Zoom sur une initiative Velleminfroy joue la transparence

Dans un contexte où l'industrie des eaux minérales a récemment été secouée par divers scandales, Velleminfroy s'est distinguée par sa politique de transparence et de responsabilité.

En ouvrant ses portes lors de reportages diffusés au JT de 20h le 5 août 2025 sur France 2 ainsi qu'au JT de France 3 Franche-Comté le 28 juillet 2025, la marque a permis au public et aux journalistes de découvrir de près son processus de production, soulignant ainsi son engagement envers la qualité et la sécurité.

Chaque année, une quarantaine de prélèvements sont réalisés sur ses sources, couvrant jusqu'à 300 paramètres différents pour garantir une eau irréprochable, tant au niveau sanitaire



qu'environnemental. Cette démarche proactive s'inscrit dans une volonté constante d'améliorer les pratiques, et une procédure est actuellement en cours pour faire reconnaître la source de Velleminfroy comme étant « d'intérêt public », témoignant de la durabilité et de l'importance de cette ressource pour la collectivité.





Maîtrise de la qualité et de la sécurité des denrées alimentaires

Certification des processus de production

Le référentiel **IFS Food** est l'un des principaux référentiels européens reconnus par le **GFSI** (Global Food Safety Initiative), qui est un groupe de travail international composé de détaillants, de fabricants et d'organismes de certification. En quelques mots, la certification **IFS Food** garantit à travers d'audits (annoncés ou non) réalisés par des tiers accrédités :

- Une traçabilité sûre de la chaîne de production/transformation/distribution,
- De bonnes pratiques d'hygiène et de fabrication,
- Une conformité des produits, sans fraude alimentaire,
- Une méthode HACCP bien maîtrisée,
- Le contrôle strict des processus.



En cas d'écarts identifiés, Le groupe met en place des plans d'actions correctifs, ceux-ci étant revus annuellement sur l'ensemble des sites, selon les besoins de l'IFS.

Tel qu'exposé en préambule, l'ensemble des sites de production du Groupe sont certifiés **IFS**. Cette démarche s'inscrit dans la volonté de travailler uniquement avec des fournisseurs certifiés sur la qualité.

Formation et accompagnement des collaborateurs

Le Groupe Poulaillon s'assure de la propagation des gestes à appliquer par ses collaborateurs par le biais d'une formation annuelle sur les bonnes pratiques d'hygiène, la sécurité des denrées alimentaires et la culture Food Safety, obligatoire pour tous les employés en contact direct avec les produits (formations en présentiel par groupes d'environ 15 personnes).

Ces formations sont assurées en partie par un consultant externe, avec la volonté d'internaliser progressivement cette formation, ce qui est déjà le cas pour tout le réseau de magasins. Plus récemment les sites de Saint-Loup et de Saint-Vit ont eux aussi internalisé cette compétence.

Consolidation et traçabilité des produits

Le logiciel interne Progial, ERP d'industrie, permet le suivi de la traçabilité des matières premières, des stocks et des produits finis.

Une procédure de référencement et de suivi des fournisseurs est en place. Le chapitre 5.1 ci-après développe cette démarche.

Un plan de gestion des non-conformités a été établi. Il est adapté selon le type de non-conformité ou de réclamation et s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue, notamment grâce au développement des audits fournisseurs visant à renforcer le contrôle de la qualité des produits.

Plan de maîtrise sanitaire et maîtrise quotidienne des bonnes pratiques d'hygiène

Un **GBPH** (Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène), interne au Groupe POULAILLON a été mis en place.

Ce guide inclut des enregistrements, un plan de nettoyage désinfection, des inspections et audits internes, une échantillothèque de produits finis conservés jusqu'à leur DLC (Date Limite de Consommation) ainsi qu'un plan de contrôle des matières premières et des produits finis.

Suivi **HACCP** (Analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise, **H**azard **A**nalysis **C**ontrol **C**ritical **P**oints) :

- Manuel des procédures qui consigne l'ensemble des procédures de traçabilité, gestion des réclamations, gestion de crise, etc...
- Plan de contrôle sur les produits chimiques.

Le logiciel " **POPINA** ", solution dématérialisée sur tablette, a été déployé sur l'ensemble du réseau de magasins. Cet outil accompagne la mise en œuvre des procédures HACCP, la traçabilité, le suivi du nettoyage et l'étiquetage. Le nettoyage quotidien des zones de production est réalisé avec des produits d'hygiène de grade alimentaire, testés et référencés auprès d'un fournisseur unique.

Contrôles :

- Audits réguliers au sein des sites par le responsable qualité et environnement.
- Plusieurs contrôles bactériologiques et physico-chimiques quotidiens par le laboratoire interne.
- Cahier des charges partagé avec les fournisseurs.

Indicateurs de performance

Connaissance de la Food Safety Culture	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Taux d'appropriation de la Food Safety Culture	91,0 %	86,6 %	85,0 %	85,5 %	85,0 %

La Food Safety Culture est définie selon le rapport de la GFSi (Global Food Safety Initiative) comme : "un ensemble de valeurs, croyances et normes communes qui ont une incidence sur l'état d'esprit et le comportement à l'égard de la sécurité sanitaire des aliments au sein d'une organisation, à l'échelle de l'organisation et dans l'ensemble de celle-ci".

Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

Toutes ces démarches visent à répondre aux risques lié aux intoxication alimentaires ainsi qu'aux risques d'image des produits, des procédés et plus largement du Groupe.

3 - LA PRISE EN COMPTE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

3.1 Gestion des emballages

La réduction des emballages

Le Groupe favorise les fournisseurs qui utilisent des emballages en cartons. L'utilisation du verre est proscrite sur les activités historiques tout comme celle du métal et plus récemment du bois.

Le verre reste très demandé pour le conditionnement de l'eau, notamment chez les clients restaurateurs. Par ailleurs, chaque fois que cela est possible les suremballages sont supprimés, sous réserve de ne pas compromettre la qualité des produits.

Indicateurs de performance

Gestion des emballages - Points de vente	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Proportion des emballages plastiques sur la totalité des déchets	NC	18,0 %	NC	17,8 %	17,0 %
Proportion des emballages cartons sur la totalité des déchets	NC	82,0 %	NC	82,1 %	83,0 %
Tonnage de plastiques par million d'euros de CA de production	NC	0,226	NC	0,200	NC
Tonnage de cartons par million d'euros de CA de production	NC	1,0287	NC	0,923	NC
Tonnage de déchets par million d'euros de CA de production	NC	1,259	NC	1,125	NC

Indicateurs sur l'année civile 2024 connu en 2025 - Points de vente réseau

Indicateurs de performance

Gestion des emballages - Professionnels	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Proportion des emballages plastiques sur la totalité des déchets	NC	42,0 %	NC	13,0 %	12,5 %
Proportion des emballages cartons sur la totalité des déchets	NC	57,0 %	NC	87,0 %	87,5 %
Tonnage d'emballages ménagers par million d'euros de CA de production	NC	1,543	NC	1,387	1,35
Dont emballages ménagers plastiques	NC	0,649	NC	0,715	NC
Dont emballages ménagers cartons	NC	0,878	NC	0,663	NC
Tonnage d'emballages de la restauration par million d'euros de CA de production	Déclaration rendue obligatoire le 01/01/2024 selon l'arrêté du 20/07/2023		NC	8,509	NC
Dont emballages de la restauration plastiques			NC	0,609	NC
Dont emballages de la restauration cartons			NC	7,900	NC

Indicateurs sur l'année civile 2024 connu en 2025 - Professionnels

Le Groupe a récemment investi dans une nouvelle ligne de conditionnement de produits traiteurs et de boulangerie sous atmosphère dirigée frais et surgelés, dont la livraison a été réalisée en février 2025. Les produits sont désormais filmés rétractés au lieu d'être emballés dans une barquette avec opercule au-dessus.

Cette nouvelle ligne permet ainsi de réduire les quantités d'emballages mais également d'assurer une Date Limite de Conservation (DLC), réduisant le risque de déchets alimentaires.

Element	Actuel	Futur	Gain en %	Gain en kg
Ligne Pain	47 g	30,94 g	- 35 %	2 497 kg
Ligne Moricette®	25 g	16,33 g	- 35 %	8 365 kg

Légende des indicateurs de performance

Evolution favorable

Indicateur stable

Evolution défavorable



Recyclabilité

Présentation des initiatives mises en oeuvre :

- Mise en place d’un cahier des charges définissant les types d’emballages recyclables et définissant nos exigences en ce sens.
- Changement des films pour les sandwiches, auparavant en plastique complexe et maintenant en 100 % PE (polyéthylène), plus facilement recyclable.
- Passage progressif aux emballages en papier ou, à minima, mono-matériau pour les emballages des sandwiches.
- Changement complet d’emballage, du plastique vers le carton pour les cakes.
- Suppression des canettes au profit de bouteilles en plastique plus facilement recyclables, les filières étant mieux adaptées.
- Introduction de vaisselles réutilisables dans les points de vente.

Réduction des quantités consommées

Depuis 2022, l’usine de Wittelsheim a engagé une réduction de la laize des films utilisés pour l’ensachage des sandwiches.

Le Groupe poursuit également le retrait progressif des plastiques à usage unique dans les emballages, en lien avec le déploiement de la loi AGEC (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire), notamment à travers la suppression des contenants à usage unique consommés sur place.

De plus, les emballages dits « marketing » sont progressivement abandonnées au profits de solutions filmées rétractées, moins consommatrices de matières.



Réemploi des emballages

Le Groupe a remplacé les cartons jetables par des caquettes pliables, robustes et réutilisables pour le transport des produits destinés au réseau de magasins, notamment les pâtisseries, produits apéritifs traiteurs, jus de fruits, salades et plats du jour.

Intégration de matière recyclée dans les emballages

Les cartons utilisés pour le transport des aliments sont majoritairement issus de matières recyclées. Ce choix permet de limiter la consommation de ressources vierges, de réduire la génération de déchets et de favoriser une économie circulaire. Il contribue également à diminuer l’empreinte environnementale globale liée aux emballages tout en garantissant des conditions de transport adaptées aux produits.

Valorisation et gestion des déchets

Sur le site de production de Wittelsheim, les cartons sont récupérés et valorisés par le groupe Schroll, en complément du traitement des déchets plastiques de l’usine. Le Groupe applique une politique de tri rigoureuse et s’inscrit dans une démarche d’économie circulaire en mettent en places des filières spécifiques pour chaque type de déchets. Aujourd’hui, plus de 99 % des déchets hors déchet industriel banal (DIB) font l’objet d’un recyclage ou d’une valorisation, témoignant de l’engagement continu du Groupe en matière de gestion responsable des ressources.

Indicateurs de performance

Gestion des déchets	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Production de déchets (Poids du déchet en tonnes par million € de CA de production)	30,99	29,08	28,0	24,67	24,0	✓
Part du DIB (Déchet Industriel Banal non recyclable)	16,1 %	18,3 %	20,0 %	20,0 %	18,0 %	✓
Part des biodéchets (Revalorisés en méthanisation)	68,4 %	67,5 %	70,0 %	61,0 %	70,0 %	✗

Indicateurs sur l’année civile - Sites de productions

Zoom sur une initiative

Ecoconception des bouteilles d’eau

Tout est mis en oeuvre pour réduire la quantité de plastique utilisée pour la fabrication des bouteilles PET tout en répondant aux exigences de qualité et résistance du produit.

- Suppression du sur-bouchon (diminution du plastique et du prix de la bouteille).
- Changement du col de la bouteille permettant de réduire le poids de la bouteille de 2g.
- Amélioration de la recyclabilité du produit.
- Intégration de PET (Polyéthylène Téréphtalate) recyclé dans la composition des bouteilles.
- Intégration d’un % minimum de PET recyclé dans les bouteilles pour les clients qui le demandent.
- Remplacement des étiquettes adhésives sur les bouteilles en PET par des étiquettes entourantes pour diminuer l’impact environnemental de l’emballage et améliorer la recyclabilité (mono matériau).
- Réduction du poids et de l’épaisseur du film des packs plastiques.

Plusieurs de ces mesures font suite au diagnostic réalisé en 2023 par le Groupe avec Vitagora et le kit RSE ANIA-ACTIA de l’Association Nationale des Industries Agroalimentaires.



Toutes ces démarches visent à répondre au risque lié au surcoût des emballages en plus de réduire les impacts environnementaux des déchets, en particulier des déchets plastique.

3.2 Gestion des déchets et lutte contre le gaspillage alimentaire

Enjeux prioritaires pour le Groupe

Les activités du Groupe Poulaillon sont consommatrices de matières premières agricoles. Le Groupe met en œuvre plusieurs actions afin de réduire les déchets générés, de valoriser la production, les déchets incompressibles et de lutter contre la précarité alimentaire.

Les déchets alimentaires du Groupe rassemblent les matières issues de la production (produits non cuits, cuits, transformés) puis les produits commercialisés en réseau.

Le Groupe privilégie l’achat de farine en silo, plutôt qu’en sacs, pour éviter les déchets.

Réduction des déchets en production

Plusieurs initiatives ont été mises en oeuvre ou sont en cours d’application afin de réduire les quantités de déchets générés en production et d’améliorer leur taux de valorisation.

Optimisation des quantités d’intrants

- Projet de diminution des quantités de semoule utilisées en fond de ligne.
- Optimisation de la quantité de farine/semoule en fonction du taux d’humidité grâce au savoir-faire des boulangers.
- Les consommations de matières premières (farine, semoule …) sont enregistrées en continu par des appareils de mesure industriels, permettant d’alerter en cas d’anomalie / panne.

Réutilisation des intrants pour réduire la production de déchets

Les procédés de production permettent de limiter la production de déchets, notamment via la réutilisation de rognures (issues de la découpe de produits plats par empreinte, éléments non conformes en taille, poids, forme ou des pains / viennoiseries), qui sont réincorporés dans la chaine de production et ne génèrent pas de déchet.



► Valorisation des déchets

- 100% des déchets de pâte et de farine sont valorisés en méthanisation par le prestataire Suez et Agrivalor, collecteur local, par la biométhanisation.
- Déchets de pain distribués à des agriculteurs à proximité pour l'alimentation animale.
- Filière de collecte spécialisée des déchets bois avec la société AgreBois.
- Mise en place d'une collecte sélective des cartouches d'encre usagées au profit de la « Ligue contre le cancer ».
- Récupération des huiles de friture des magasins et des sites de production pour valorisation sous forme de biocarburant.

Indicateurs de performance

Gestion des déchets	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Collecte des huiles fritures (en KG)	10 900	10 900	NC	13 337	13 500



Zoom sur une initiative

Poulaillon s'implique dans le lancement de la première Flourbox pour recycler le pain

En France, 13 % du gaspillage alimentaire concerne le pain, dont près d'un tiers provient des boulangeries industrielles. C'est donc avec fierté que le Groupe Poulaillon s'est associé au projet audacieux et innovant d'une trentaine d'étudiants des Arts et Métiers de Cluny (71) réunis dans une association, « Le Blé du Cœur ».



Leur objectif : lutter contre le gaspillage alimentaire en développant la Flourbox, une micro-usine mobile et autonome, capable de transformer les invendus de pain en farine pour créer de nouveaux débouchés au sein d'une économie circulaire, solidaire et durable.

La première Flourbox a ainsi été installée et présentée le 1<sup>er</sup> juillet 2025 au sein d'un site pilote, celui de Poulaillon à Saint-Vit en présence de nombreuses personnalités issues de l'industrie de l'agroalimentaire, la grande distribution ; les pouvoirs publics ou encore des associations caritatives.

À Saint-Vit, la Flourbox peut revaloriser jusqu'à 300 kg de pain ou Moricettes® invendus par heure.

Les sacs de farine alternative ainsi produits sont distribués pour partie à la Banque Alimentaire, le reste est vendu à prix solidaire au magasin Carrefour de Chalezeule (25). Une matière première solidaire et écoresponsable qui remplace avantageusement la farine traditionnelle sans rien sacrifier aux qualités gustatives, en témoignent les délicieuses spécialités, cookies, galettes ou encore cakes, présentés le jour de l'inauguration. À la fin du mois de juillet, ce n'est pas moins de 15 000 produits qui ont été revalorisés, 1 200 paquets de mixture à base de farine donnés gratuitement aux Banques alimentaires et 700 paquets vendus par l'association en grande surface à prix solidaire.

Le site pilote de Saint-Vit dessine déjà la feuille de route d'une filière nationale appelée à se déployer dès 2026.

► Dons d'invendus de production

Le Groupe a mis en place un système de don d'invendus à des partenaires œuvrant contre la précarité alimentaire. En collaboration avec la Banque Alimentaire et d'autres associations solidaires, le Groupe distribue les produits invendus mais toujours conformes aux normes sanitaires et de qualité.

Cette initiative vise à limiter le gaspillage alimentaire tout en soutenant les actions de solidarité envers les populations vulnérables. Elle s'inscrit dans une démarche éthique et responsable, contribuant ainsi à la lutte contre la précarité et à la réduction des inégalités sociales.

Indicateurs de performance

Lutte contre le gaspillage alimentaire	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Part du CA industrie* valorisé en dons	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%



Indicateurs sur l'année comptable - Professionnels

Légende des indicateurs de performance

Evolution favorable



Indicateur stable



Evolution défavorable



sur une initiative

Des partenariats noués par le Groupe

Chaque année, Poulaillon s'engage activement contre le gaspillage en donnant une seconde vie à ses invendus et produits à date limite de consommation courte. Ces dons, effectués en partenariat avec des associations de lutte contre la précarité alimentaire, permettent de soutenir des milliers de personnes en situation de besoin.

En 2025, le réseau de magasins poursuit cet engagement solidaire à travers des dons hebdomadaires réalisés au profit de plusieurs partenaires tels que La Banque Alimentaire du Haut-Rhin, L'Ordre de Malte ou encore à la Police de Dijon. C'est un geste concret pour réduire le gaspillage, aider ceux qui en ont besoin et renforcer notre ancrage local au cœur du territoire.



Réduction des déchets au réseau de magasins



En 2024, le Groupe est entré en partenariat avec le réseau « COCCI » qui installe une presse à balle pour le retraitement du carton, du plastique et de l'aluminium.

Le format MOULIN qui dispose de la place nécessaire pour recevoir ces équipements installe depuis 2022 « COCCI » notamment sur ses magasins d'Ensisheim et Lampertheim. Le Groupe prendra en compte ces dispositifs pour les nouvelles constructions et souhaite l'étendre à d'autres magasins dont les constructions sont plus anciennes ; cependant, des contraintes techniques ne le permettent pas à date.

Le Groupe a démarré un travail d'optimisation des contenants et tournées de collecte en 2024, qui se poursuit pour 2025 :

Mise en place de contenants uniques de plus grandes tailles, ayant pour conséquence :

- De réduire les tournées auprès de nos magasins,
- D'éviter les diverses manipulations de bacs par le personnel, qui n'ont plus besoin de sortir les 5 ou 6 poubelles à roulettes : les camions poubelles viennent directement à la benne pour la collecte.
- D'éviter l'espace perdu compte tenu de leur plus grande capacité.

Ajustement des collectes et passages au plus juste, permettant :

- D'éviter les collectes à vide et la sur-collecte avec des passages inutiles,
- D'optimiser des jours de tournées afin d'avoir des collectes non trop rapprochées, ni trop espacées mais également éviter que les contenants ne débordent.
- De réduire les collectes en période d'activités plus faibles et ajustement lors des activités plus fortes.

Lutte contre le gaspillage alimentaire • réseau de magasins



Commercialisation des invendus à des prix attractifs.

- Vente de produits de la veille, dits " lots surprises " à prix remisé.
- Vente de lots de 6 viennoiseries de la veille à tarif réduit.
- Vente de brioches de la veille à prix remisé.
- Vente de sacs de pains durs à tarif réduit.



Indicateurs de performance

Lutte contre le gaspillage alimentaire	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Part des lots surprises vendus	87,1%	87,7%	85,0%	88,23%	90,0%
Part des sacs de pain dur vendus	NC	97,4%	85,0%	99,81%	99,0%

Indicateurs sur l'année comptable - Points de vente réseau

Toutes ces démarches visent à répondre au risque lié à la perte des invendus alimentaires.





3.3 Gestion de la ressource “ Eau ”

Limiter la consommation de la ressource “ Eau ”

Le Groupe tend à renforcer les dispositifs lui permettant de limiter la consommation de ressources importantes telles que l’eau, d’en préserver la disponibilité et la qualité, tant pour ses activités de production d’eau minérale que pour l’usage d’eau alimentaire dans le cadre des procédés de panification.

Il veille à la réduction de la consommation de l’eau sanitaire et respecte la réglementation relative au rejet des eaux usées.

L’eau minérale est le produit unique de la marque Velleminfroy constituant le Pôle Eau du Groupe.

Pour les autres pôles

L’eau alimentaire est l’un des intrants principaux pour la confection des produits de boulangerie, élément majeur de la matière première des produits de panification.

La réduction de la consommation de l’eau sanitaire du réseau de magasins et des sites de production est un sujet de surveillance quotidienne, dont les rejets doivent être suivis et traités.

Velleminfroy : débit de la source et contrôle qualité exigeant

Le Groupe a entrepris la réalisation d’un diagnostic RSE avec Vitagora à l’été 2023.

Dans un souci de gestion responsable et durable de la ressource en eau, la société EAUX MINERALES DE VELLEMINFROY s’engage pleinement à respecter le débit de pompage imposé par l’Agence Régionale de la Santé (ARS). Ce débit, fixé par les autorités compétentes, est strictement surveillé et modulé en fonction de la demande de production. Ainsi, la quantité d’eau pompée est ajustée afin de garantir un approvisionnement optimal tout en préservant l’intégrité de la ressource et en respectant les normes environnementales et sanitaires en vigueur.

Dans le cadre du dossier d’autorisation d’exploitation de la source, une étude hydrogéologique complète a été réalisée par un professionnel qualifié. Cette étude a permis de confirmer la pérennité et la non-mise en danger de la ressource en eau utilisée pour la production. Elle a pris en compte l’impact potentiel de l’exploitation à long terme, et les résultats indiquent que la ressource est stable et non à risque, assurant ainsi une gestion durable et responsable de l’eau.

Tel qu’énoncé précédemment, la qualité de l’eau est une priorité absolue à chaque étape du processus de production. Des analyses bactériologiques et physico-chimiques sont réalisées quotidiennement, tant au niveau du forage, de l’usine, qu’au moment de l’embouteillage. Ces contrôles rigoureux sont effectués en laboratoire interne, permettant une surveillance constante de la qualité de l’eau. Les résultats des analyses sont transmis à l’Agence Régionale de la Santé dans le cadre de l’agrément d’embouteillage, garantissant ainsi la conformité aux normes sanitaires en vigueur et la sécurité du consommateur.

Dans un contexte de croissance de l’activité, le Groupe a pris l’initiative d’installer une cuverie supplémentaire, mais également de créer un nouvel espace de stockage. Ces infrastructures visent à optimiser les capacités de stockage et d’embouteillage, permettant ainsi de mieux répondre à l’augmentation de la demande tout en maintenant une gestion efficiente des ressources. Cette action s’inscrit dans une démarche d’optimisation continue de la production, contribuant à la montée en puissance de l’activité sans compromettre la qualité ou la durabilité de l’exploitation.

Enfin, le Groupe mène actuellement un travail de reconnaissance visant à qualifier la source comme étant d’intérêt général. Cette démarche s’inscrit dans une volonté de participer activement à la préservation et à la pérennisation de la ressource en eau. Un premier point d’étape a été fixé pour décembre 2025, avec une demande d’instruction en cours. Cette reconnaissance, si elle est validée, permettrait d’assurer un cadre juridique renforcé pour la protection de la source à long terme.

Réduire la consommation d’eau et de nettoyage dans les procédés de production, et garantir une eau d’évacuation aussi propre que possible

Dans le cadre de la politique de gestion de l’eau du Groupe, des buses ont été installées sur les sorties d’eau utilisées lors des opérations de nettoyage. Ces dispositifs permettent de limiter le débit à un maximum de 20 litres par minute, afin de réduire la consommation d’eau tout en garantissant une efficacité optimale des opérations de nettoyage.

Utilisation d’un séparateur à graisse pour limiter l’impact sur l’environnement des eaux rejetées.

Afin de minimiser l’impact environnemental des eaux usées générées par les opérations de production, un séparateur à graisse a été mis en place. Ce dispositif permet de séparer efficacement les graisses et autres matières organiques des eaux de rejet, garantissant ainsi une gestion conforme aux normes environnementales. A plus grande échelle, l’utilisation de ce séparateur permet de limiter la pollution des milieux aquatiques et de contribuer à la préservation de la qualité des eaux environnantes.

Par ailleurs, conformément à la réglementation, des séparateurs à hydrocarbures ont été installés dans les bouches d’égout de tous les parkings de l’ensemble des sites du Groupe (production et magasins). Ces séparateurs jouent un rôle clé en capturant les hydrocarbures, qui pourraient être rejetés involontairement par les véhicules stationnant sur les sites. Grâce à cette mesure, le Groupe limite les risques de contamination des eaux de surface et assure une gestion plus responsable des rejets liés aux activités des installations.

Le Groupe a également installé des centrales de nettoyage pour surveiller la concentration des produits d’entretien dans les eaux rejetées. Ces installations permettent le dosage des produits chimiques stockés dans un local, par alimentation directe sur les centrales de nettoyages.

Indicateurs de performance

Gestion de la ressource d’eau	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Coût de l’eau par million d’€ de CA Production - Professionnels	1 225 €	1 578 €	NC	2 107 €	NC	✗
Coût de l’eau par million d’€ de CA Points de vente réseau	534 €	995 €	NC	896 €	NC	✓

Indicateurs sur l’année comptable

Indicateurs de performance

Gestion de la ressource d’eau				Réel 2025	Objectif 2026	
Volume d’eau utilisé - Professionnels (M³ consommés / million d’€ de CA réalisé)				421,67	NC	⊗

Indicateurs sur l’année comptable - Professionnels

Zoom sur une initiative

Réduire la consommation d’eau sanitaire

Concernant les sites de productions de Wittelsheim et de Saint Vit :

- Mise en place d’une machine auto-laveuse en remplacement du lavage au jet pour le nettoyage du sol, permettant la réduction de la consommation d’eau de plus de 50 %.
- Passage d’un nettoyage des plaques de cuisson au karcher à un nettoyage sans rinçage, avec l’installation d’un SAS de nettoyage évitant le sur-encrassement (prévision 2026, site de Saint Vit).
- Investissement en cours dans une cabine de lavage sur le site de Wittelsheim, permettant de réduire la consommation en eau d’environ 1500 m³ par an. (livraison prévue pour février 2026).

Au début de l’année 2024, le Groupe a progressivement mis en place des machines auto-laveuses dans les magasins, permettant, outre la réduction de la consommation d’eau, d’atténuer la pénibilité des salariés.





3.4 Réduction de l’empreinte carbone

Les activités du Groupe POULAILLON sont consommatrices d’énergie et émettrices de gaz à effet de serre. Le Groupe met en oeuvre plusieurs actions concrètes afin de réduire ses émissions, ce qui est un enjeu prioritaire pour le Groupe.

La réduction des émissions de GES

- Le Groupe tend à renforcer les dispositifs lui permettant de limiter la consommation de ressources importantes telles que l’eau ou l’énergie. Pour exemple, la grande majorité du Groupe s’approvisionne en électricité renouvelable.
- Le Groupe dispose d’un responsable qualité et environnement chargé de développer la stratégie environnementale au sein des différentes structures et installations du Groupe.
  - Il est soutenu par une équipe composée de 2 personnes.
  - L’aspect Environnemental est intégré à la direction technique du groupe et est pris en compte dans chacun des services concernés (Achats, RSE, R&D, ...).

En 2025, le groupe forme également un référent Energie dans le cadre de la formation PROREFEI du programme EPEE (Entreprises de Production Economes en Energie) soutenu par la région.

Le Groupe a mis en place un partenariat avec la société ENERGIESDEV pour la remontée des données de toutes les consommations du Groupe, permettant ainsi un réel suivi afin notamment de les optimiser en vue d’une réduction.

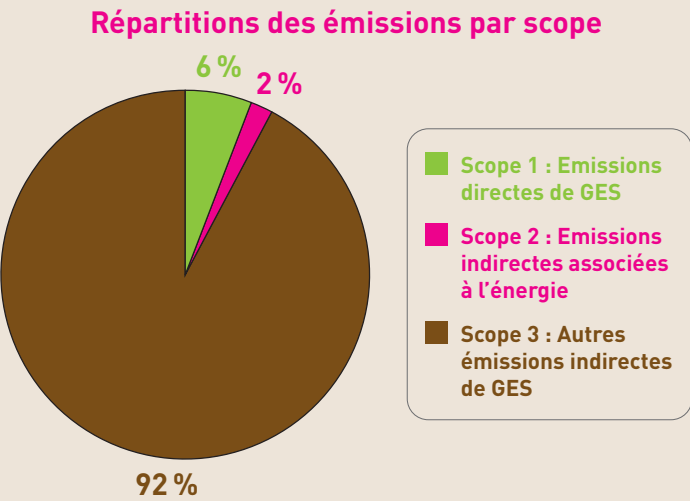
Le bilan carbone

L’empreinte carbone du Groupe Poulaillon est composée du **scope 1** (émissions directes liées à la fabrication des produits), **scope 2** (émissions indirectes liées à la consommation d’énergie), et du **scope 3** (émissions liées à l’amont - empreinte carbone des achats; et l’aval - logistique).

Le Groupe a identifié des postes émetteurs en **scope 1** (Sources fixes de combustion), en **scope 2** (consommation d’électricité, de chaud et de froid) et en **scope 3** (Achats de produits et de services).

Le premier bilan carbone du Groupe a été réalisé sur les données 2024 et permet d’approcher l’impact du Groupe sur les consommations d’énergies, mais aussi et surtout sur les émissions de gaz à effets de serre, exprimés en tonnes d’équivalent carbone (tCO2e) dans le but de pouvoir aborder progressivement la réduction de celles-ci.

En l’occurrence, le Groupe a émis sur l’exercice 2023-2024 34,08 tonnes d’équivalent CO² (tCO2e) pour 100 000€ de chiffre d’affaires, réparti par scope détaillé de la manière illustrée à droite :



Ainsi, le Groupe s’est fixé comme objectif une réduction de 27,6% de son intensité de ses émissions d’ici la fin de 2030 pour arriver à une émission de 24.67 tCO2e pour 100 000€ de chiffre d’affaires.

Améliorer l’efficacité énergétique des processus et des bâtiments

Mise en place d’une check-list RSE pour les économies d’énergie.

- Les « animateurs » des sites de production et des magasins du Groupe ont été sensibilisés aux économies d’énergies. Ils sont en charge de la vérification des postes les plus consommateurs d’énergie.
- Mesures d’économie d’énergie sur certains sites. Par exemple le site de Saint Vit, les éclairages et portes sectionnelles sont équipés de détecteurs de présence pour limiter l’énergie liée à l’éclairage et les déperditions de chaleur / froid. Par exemple également toutes les nouvelles constructions du réseau de magasin sont équipées de détecteurs automatiques.
- En partenariat avec une entreprise spécialisée, des dalles de parking en produits recyclés. Deux sites sont déjà équipés, Ensisheim (68) et Mittelbronn (57).
- Réalisation de contrôles thermographiques sur les sites de production (Velleminfroy, Wittelsheim) afin d’identifier de potentielles déperditions énergétiques et comment les limiter.
- Accompagnement par des prestataires de génie thermique (Saint Vit) pour optimiser l’efficacité énergétique.
- Récupération de chaleur fatale : la chaleur issue de certains équipements spécifiques tels que les centrales frigorifiques, CO2, est récupérée pour le préchauffage de l’eau sanitaire et une partie du chauffage des bâtiments.
- Transition progressive des éclairages en LED.
- Recherche de performance environnementale dans le choix des sites de production. Par exemple le site de Wittelsheim a été conçu en fonction des choix des matériaux, de sa disposition, de ses infrastructures, de ses aménagements, de sa facilité de nettoyage des installations et d’entretien des locaux.

Production de froid, fluides frigorigènes

Les dernières centrales de production de froid sont au gaz (R744) afin de limiter l’utilisation des fluides frigorigènes à haut potentiel de réchauffement planétaire.

Concernant les risques environnementaux et de pollution, le choix qui a été fait est celui de la prévention. Des contrôles règlementaires externalisés sont régulièrement effectués concernant les liquides frigorigènes ou encore les chaudières afin que les risques soient diminués.

Réduire les émissions indirectes liées aux activités du Groupe

La flotte de véhicules est progressivement renouvelée au profit de modèles hybrides ou électriques, ce qui a notamment permis l’installation de bornes de recharge au siège social du Groupe.

Parallèlement, une formation à l’écoconduite a été dispensée à l’ensemble des livreurs.

Egalement, les moteurs des véhicules ont été bridés afin de limiter les excès de vitesse, contribuant ainsi à réduire la consommation de carburant et à améliorer la qualité de l’air.

Décarboner l’énergie utilisée

Des consultations et réflexions sont engagées depuis plusieurs années en vue d’équiper les sites de production de panneaux photovoltaïques.

Ce projet, porté par une réelle volonté de produire et de consommer une énergie renouvelable, s’inscrit dans une démarche de réduction de l’empreinte carbone et d’optimisation énergétique. À ce jour, les études se poursuivent, les principales contraintes étant liées aux conditions d’assurance plutôt qu’à la faisabilité technique ou à la volonté d’investissement. Parallèlement, la possibilité d’équiper les futurs moulins est également à l’étude.

Indicateurs de performance

Réduction de l'empreinte carbone	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Consommation d’électricité du réseau de magasins (kWh consommés /€ de CA réalisé)	101 000	88 756	85 000	97 650	95 000	✗
Consommation d’électricité du pôle industrie (kWh consommés /millions € de CA de production)	190 536	188 591	185 000	181 449	180 000	✓

Indicateurs sur l’année comptable

Indicateurs de performance

Réduction de l'empreinte carbone	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Consommation de gaz (kWh/million d’€ de CA production)	108 478	99 188	100 000	102 715	100 000	✗

Indicateurs sur l’année comptable - Professionnels

Le Groupe a également candidaté à un programme d’aide à la décarbonation pour grandes entreprises. Ce programme pourrait se traduire par la mise en place de fours hybrides.

Zoom

## sur une initiative

### L’efficacité énergétique et la récupération de chaleur fatale sur le site de Saint-Vit

Le site de production de Saint-Vit a installé un système de récupération de la chaleur générée par les surgélateurs afin de chauffer la dalle au sol et l’étuve de production. Le partenaire AXIMA Réfrigération est en charge de cet investissement.

Fin 2024, le groupe froid du site de production de Wittelsheim a été remplacé et l’ensemble de la supervision des installations frigorifiques revue, afin d’améliorer la performance énergétique du site.

A été intégré au cahier des charges des nouvelles constructions du Groupe, la couverture des toits en couleur blanche, permettant une accumulation de chaleur moindre au sein des locaux comme sur les points de vente de DELLE et ANDELNANS.

Un audit énergétique avec la Chambre de Commerce et de l’Industrie a été réalisé en 2025 pour le site de production de WITTELSHEIM. Il permet ainsi d’étudier différentes pistes d’amélioration de l’efficacité énergétique du site, que ce soit à travers un meilleur suivi énergétique des consommations, la formation d’un référent énergie, la sensibilisation du personnel, l’entretien des installations de combustion, la régulation des températures ou encore la chasse aux fuites d’air comprimé.

Toutes ces démarches visent à répondre au risque lié à l’utilisation de procédés énergivores, couteux et néfaste pour les parties prenantes et pour l’environnement.



## 4 - UNE ENTREPRISE CENTRÉE SUR L'HUMAIN

Le Groupe tient à garantir l'épanouissement des collaborateurs sur leur lieu de travail. Pour ce faire il veille au respect des droits des salariés et s'efforce de maintenir le respect du principe d'égalité entre les employés qui porte notamment sur l'égalité des sexes, des chances et du salaire.



### Dialogue avec les employés, collaborateurs du Groupe

Le Groupe Poulaillon dispose des différentes instances représentatives du personnel, les CSE, Comités Sociaux Economiques, instances qui regroupent anciennement les Comités d'Entreprise (CE), les Délégués du Personnel (DP) et les Comités d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT). Les instances représentatives du personnel permettent à la fois d'échanger en permanence sur la stratégie du Groupe et de construire durablement nos politiques de ressources humaines.

### Présentation de la gouvernance liée aux ressources humaines, à la santé et la sécurité au travail

Le Comité de Direction supervise et pilote les plans de développement à l'échelle du Groupe, il est animé par les dirigeants familiaux, la Direction Administrative et Financière, La Direction Technique et la Direction des Ressources Humaines qui est en charge des sujets sociaux.

L'équipe RH a la charge de la gestion opérationnelle des différents sujets liés que sont le recrutement, la paie, le juridique dédié, le suivi des formations et généralement tous les sujets relatifs aux personnes collaboratrices du Groupe.

Les responsables de sites, qu'ils soient de production ou du réseau de magasins, ainsi que les animateurs, sont en charge du suivi opérationnel et administratif des équipes locales.

### Processus et outils

L'outil de gestion KELIO permet une gestion rigoureuse, conforme aux besoins et au respect du Règlement Général de la Protection des Données des collaborateurs.

KELIO permet une grande rigueur dans le suivi quotidien des aspects administratifs, de la gestion des collaborateurs, de la paie, de la gestion des arrêts de travail, de la diversité, de l'inclusion et généralement de toutes les thématiques nécessaires à la gestion desdits collaborateurs.

Une réunion bimensuelle de suivi opérationnel a été mise en place d'une part dans l'équipe RH et d'autre part dans l'équipe des responsables et animateurs réseau.



## 4.1 Gestion des talents, qualité de l'emploi et bien-être des collaborateurs

La volonté du Groupe est de proposer des conditions de travail attractives aux collaborateurs, évolutives en matière de plan de carrière et de compétence interne, axées sur la fidélité, la reconnaissance et l'appartenance au Groupe.

### Attraction et fidélisation des talents

#### ► Conditions de travail et rémunération avantageuses

Plusieurs systèmes de primes gratifient les collaborateurs, notamment la prime de présence mensuelle, et la prime de présence annuelle, un 13<sup>ème</sup> mois plus avantageux que la convention collective sectorielle, une prime d'ancienneté, une prime de transport trimestrielle et une prime de participation aux bénéfices. Ces avantages représentent près de deux mois de rémunération supplémentaire par rapport à la classification métier de base.

#### ► Favoriser l'alternance, le recrutement des apprentis et promouvoir les métiers artisanaux de la boulangerie

Le Groupe favorise l'alternance pour tous les métiers de production en boulangerie de vente et pour tous ceux des services supports. Ce sont plus de **65 alternants** sous contrat à la clôture de l'exercice, qu'ils soient salariés de la tête de Groupe ou d'une filiale. Les collaborateurs du Groupe, en alternance, représentent plus de 5,6 % de l'effectif du total des **1 157 collaborateurs** du Groupe au 30 septembre 2025.

Une journée d'accueil et de découverte est organisée pour les jeunes apprentis et alternants, ainsi que pour les futurs alternants, ceci avec le concours de leur école. Ces actions de partage d'expérience auprès des collégiens aident à promouvoir les métiers de la boulangerie auprès des nouvelles générations.

La communication sur les réseaux sociaux, en plus des réseaux traditionnels de recrutement, permet de toucher des potentiels candidats plus nombreux et plus divers.



#### ► Favoriser la promotion interne pour les postes à responsabilités

Plus de **80 % des responsables** de magasins sont issus de la **promotion interne**.

#### Indicateurs de performance

Social	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026
Nombre d'ETP (intérimaires compris)	1 109	1 053	NC	1 157	1 200
Nombre d'apprentis	57	44	NC	103	107
Nombre d'apprentis / Nombre d'ETP	5,1 %	4,2 %	5,0 %	8,9 %	8,9 %

Sur l'année comptable - Groupe

#### Légende des indicateurs de performance

Evolution favorable



Indicateur stable



Evolution défavorable



Zoom

## sur une initiative

### La formation Conduite de ligne en boulangerie et pâtisserie industrielle

Face aux difficultés de recrutements rencontrées sur les profils de boulanger-conducteur de ligne, le Groupe POULAILLON a sollicité la **Région Grand Est** pour **former des demandeurs d'emploi sur le métier de Conducteur de Lignes**. Grâce aux financements de la Région Grand Est et de **France Travail**, avec l'appui du **GRETA Alsace Sud** et le **Pôle Formation de l'UIMM**, le Groupe a pu créer une formation sur-mesure.

**Le Groupe POULAILLON a également pris l'initiative d'investir une partie de ses fonds propres au titre de gratifications complémentaires pour les stagiaires.**

Ainsi, **six candidats ont pu démarrer la formation le 12 novembre 2024** avec pour objectif de se former aux compétences techniques spécialisées dans le respect des exigences de la boulangerie avec un parcours en alternance (deux semaines en centre de formation et deux semaines en entreprise). **Au terme de la formation en mai 2025, une certification de qualification professionnelle (CQP) permet aux stagiaires de faire reconnaître les compétences acquises et augmenter leur employabilité.** Quatre stagiaires ont validé la certification et se sont vus proposés un contrat de travail à l'issue de la formation (contrat à durée indéterminée ou contrat à durée déterminée de six mois minimum), un cinquième stagiaire aura l'occasion de passer un examen de rattrapage au mois de décembre. Les démarches pour la mise en place d'une nouvelle session qui devrait démarrer au premier semestre 2026 sont en cours. Le Groupe Poulaillon, avec le soutien de la **Région Grand Est** et **France Travail**, permet ainsi à des personnes en demande d'emploi de se former afin d'être embauchées.

## DEVENEZ CONDUCTEUR DE LIGNE EN BOULANGERIE (H/F)



Vous êtes demandeur d'emploi ?  
**Rejoignez notre formation en alternance avec un emploi à la clé.**  
**Formation 100% financée\* avec rémunération stagiaire garantie.**

**POULAILLON**  
en partenariat avec



**Intéressé(e) ? écrivez à : [laboulange@poulaillon.fr](mailto:laboulange@poulaillon.fr)**

\*selon montant des aides au 12 mai septembre 2024



► **Bien-être des collaborateurs**

Le Groupe prévoit des équipements d’accompagnement pensés en fonction du critère primordial de l’ergonomie, aménagés sur les postes de travail des collaborateurs en situation de handicap.

Afin d’accompagner la pénibilité au travail, les plages horaires sont adaptées pour respecter l’équilibre vie professionnelle / vie personnelle et assurer une rotation sur les horaires les plus contraignants.

**Indicateurs de performance**

Bien-être des collaborateurs	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Taux de rotation du personnel dont ancienneté > 1 an (hors intérimaires)	7,7 %	10,1 %	10,0 %	8,5 %	7,0 %	✓

Sur l'année comptable - Groupe

**Zoom** sur une initiative

**Poulaillon, partenaire d'Octobre Rose**

**Octobre Rose** est une campagne annuelle mondiale destinée à sensibiliser les femmes au dépistage du cancer du sein et à récolter des fonds pour la recherche.

C’est donc tout naturellement que **le Groupe Poulaillon soutient la course des Mulhousiennes**, événement sportif annuel et solidaire à Mulhouse depuis 2014 et incite ses collaborateurs en leur offrant les frais d’inscription.

L’ensemble des équipes Poulaillon répondent toujours présent à celle-ci.

**En 2025 ce n’est pas moins de 160 collaborateurs qui ont participé !**

Comme chaque année, cette course caritative de 5,5 km (ou 10 km pour les plus courageux) s’est déroulée au centre-ville de Mulhouse et a permis de récolter des fonds pour la ligue contre le Cancer !

Cette année, **le Groupe Poulaillon a encouragé les collaborateurs à porter un T-shirt à l’honneur de Marie-France POULAILLON, spécialement conçu pour l’occasion.**



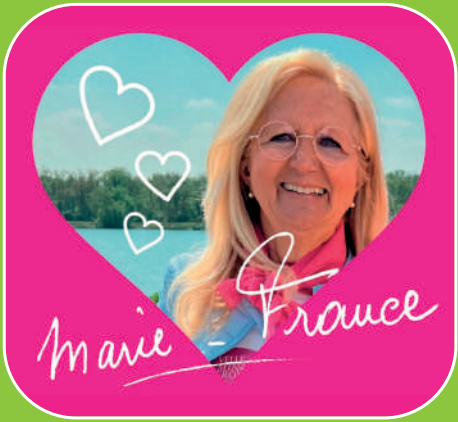
Au mois d’octobre 2025 le réseau de magasin a également participé à l’opération en proposant la « **La Brioche d’Octobre Rose, façon tropézienne** » vendue à 3,90€ dont **0,50 cents** ont été reversés à la **Ligue contre le cancer du Haut-Rhin**.



Indépendamment de l’opération **Octobre Rose**, **Poulaillon a également réalisé une édition spéciale Velleminfroy** en hommage à **Marie-France POULAILLON**.

Ce ne sont pas moins de **100 000 bouteilles Velleminfroy** qui font l’objet d’une **édition spéciale** afin de **rendre hommage à Marie-France POULAILLON**, co-fondatrice du Groupe Poulaillon.

Distribuées uniquement dans le réseau des magasins Poulaillon, **pour chaque bouteille achetée, 0,20 €** seront reversés à la **Ligue contre le Cancer du Haut-Rhin** pour soutenir la lutte contre le cancer du pancréas, et ce jusqu’à décembre 2025.



► **Développement des compétences des employés**

La formation des collaborateurs constitue une priorité afin de garantir le maintien et le développement des compétences au sein des sites de production et magasins. Ces formations obligatoires sont le **CACES** (Certificat d’Aptitude à la Conduite d’Engins en Sécurité), les autorisations de conduite, la formation sauveteur et secouriste au travail (SST), formations incendie, habilitations électriques, sans oublier les formations volontaires dont le groupe prends l’initiative de dispenser comme une formation sur le management, une formation sur l’entretien annuel, sur le diagnostic de pannes ou encore une formation soudage.

► **Fournir aux employés un cadre d’évolution de carrières**

Le Groupe s’attache à offrir à ses employés un cadre structuré pour l’évolution de leur carrière.

Dans cette perspective, un guide d’entretien a été formalisé afin d’harmoniser la revue annuelle de performance et a été transmis aux équipes RH.

**Indicateurs de performance**

Gestion des talents	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Nombre de jours de formation dispensé par le Groupe apprentis compris	NC	3 378	4 000	6 129	5 000	✓

Sur l'année comptable - Groupe

**Zoom** sur une initiative

**Promotion des métiers de l'artisanat boulangerie et restauration dans les collèges**

L’équipe RH contacte chaque année, les collèges de la région mulhousienne afin de proposer aux élèves une intervention sur une demi-journée, soit directement sur le site de production de Wittelsheim, soit en salle de classe.



L’objectif de ces rencontres est double :

- Sensibiliser les collégiens, en cours d’orientation, aux opportunités de carrières qu’offrent les métiers de la boulangerie, pâtisserie et autres métiers de bouche
- Rapprocher le milieu éducatif et le milieu professionnel

C’est dans ce cadre que **le Groupe Poulaillon a prolongé cette action sur l’année 2025** et a rencontré les élèves de la Maison Familiale et Rurale de Fougerolles, du collège de Guebwiller, Lutterbach, Mulhouse Kennedy mais également du lycée Amélie ZURCHER de Wittelsheim.

**De plus, le Groupe Poulaillon accueille de nombreux jeunes en stage d’observation.**

L’objectif est double : favoriser l’immersion professionnelle et l’orientation de ces collégiens et lycéens tout en promouvant les métiers de vente, de production ou ceux des services support.

Enfin, **le Groupe accueille de nombreux apprentis** sur les métiers de la boulangerie, de la vente, ou encore des fonctions supports, avec pour objectifs de transmettre les savoir-faire, favoriser l’immersion professionnelle et proposer des embauches en CDI à l’issue du contrat d’apprentissage.



4.2 Diversité, égalité et inclusion

La plus grande performance des équipes réside en l'innovation ce qui nécessite qu'elles soient diversifiées. En effet, le Groupe panache des profils complémentaires de par leurs différences de genre, de culture, d'âge, de handicap et d'origine sociale.

Actions mises en place pour favoriser la diversité et l'inclusion au sein des équipes

Les équipes recrutements du Groupe sont particulièrement attentives à identifier les bénéficiaires du **RSA** (Revenu de Solidarité Active) afin de permettre à ces profils, particulièrement éloignés de l'emploi, de se réintégrer socialement et économiquement grâce à l'emploi. Les femmes et les hommes bénéficient de conditions de rémunération égales à poste équivalent.

Les candidats seniors ne sont pas exclus du recrutement, bien au contraire.

Les personnes en situation de handicap bénéficient de l'inclusion dans le Groupe.

Un référent harcèlement a été mis en place sur le site d'embouteillage de Velleminfroy et d'autres nommés par les CSE des sociétés en charge du réseau de magasin et des sites de production.

Indicateurs de performance

Egalité Femme / Homme	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Taux de féminisation	63,3 %	63,7 %	60,0 %	61,7 %	60,0 %	

Sur l'année comptable - Groupe

Indicateurs de performance

Egalité Femme / Homme	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2024	Objectif 2026	
Taux de féminisation	NC	48,9 %	40,0 %	47,1 %	50,0 %	

Sur l'année comptable - Professionnels

Indicateurs de performance

Egalité Femme / Homme	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Taux de féminisation des cadres (hors intérimaires)	38,5 %	37,2 %	40,0 %	48,6 %	50,0 %	

Sur l'année comptable - Groupe

Indicateurs de performance

Diversité et inclusion	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Proportion de salariées en situation de handicap (hors intérimaires)	2,4 %	2,5 %	6,0 %	1,9 %	6,0 %	

Sur l'année comptable - Groupe

Zoom sur une initiative

Don d'une machine de Thermoformage pour L'ESAT de Bartenheim

Le vendredi 11 juillet 2025 le Groupe Poulaillon a fait don d'une machine de thermoformage pour l'Etablissement et Service d'Accompagnement par le Travail (ESAT) de Bartenheim.

D'une valeur de 30 000 €, la machine permettra à L'ESAT de renforcer sa présence sur le marché de l'économie sociale et solidaire de la région frontalière en lui donnant accès à de nouveaux procédés.



Zoom sur une initiative

Le recrutement des salariés issus de quartiers prioritaires à Mulhouse

Les candidats résidants dans les zones identifiées comme « Quartiers Prioritaires de Mulhouse » bénéficient d'un dispositif spécifique nommé « emploi Franc ».

L'objectif de ce dispositif est de favoriser, par l'octroi de subventions, l'emploi des habitants de ces quartiers pour réduire la complexité du maillage des zones socialement et économiquement défavorisées.

Ainsi, les équipes de recrutement sont particulièrement attentives à activer ce dispositif le cas échéant.



4.3 Santé et sécurité des collaborateurs

Afin d'assurer le déroulement de ses activités tout en préservant l'intégrité de ses collaborateurs, le groupe POULAILLON a mis en place des initiatives visant à réduire les risques d'accidents ou autres risques pesant sur la santé de ses salariés, ce sur l'ensemble de ses sites.

Prévention des risques

Toutes les équipes de production sont formées à la sécurité et au port des équipements de protection. De nombreux affichages rappellent les règles à adopter sur les différents sites.

L'ensemble du personnel dispose d'Equipements de Protection Individuels, destiné à les protéger contre les risques professionnels.

L'optimisation des postes de travail avec la robotisation et l'automatisation partielle de certaines tâches, remplacent celles précédemment manuelles (notamment en matière de palettisation).

Une étude sur la réduction des risques d'accident a été réalisée (arbre des causes). La méthodologie de l'arbre des causes consiste à identifier les facteurs déclenchants des accidents, puis à identifier les mauvaises pratiques à ne pas renouveler.

Une formation hygiène, d'une durée d'une heure comprenant un volet sécurité lors de l'embauche des nouveaux collaborateurs, est dispensée sur site préalablement à la prise de fonction.

Une vigilance renforcée est portée à l'entretien des machines afin de minimiser les risques d'accidents.

L'installation de systèmes d'aspiration de la farine sur les lignes a été mise en place à titre de prévention de maladies professionnelles telles que notamment l'« asthme du boulanger »...

Engagement de trouver une solution de réemploi systématique pour les collaborateurs qui ne pourraient plus occuper leur fonction pour des raisons de santé.

Traitement des accidents

Chaque accident donne lieu à une déclaration et une enquête par la Direction RH afin d'analyser les circonstances et causes de l'accident, notamment par la méthodologie de l'arbre des causes. Les conclusions de ces investigations sont ensuite communiquées aux membres du CSE. Par ailleurs les accidents du travail sont répertoriés en fonction des ateliers dans lesquels ils se sont produits, ce qui permet de cibler plus efficacement les actions de prévention.

Indicateurs de performance

Sécurité des collaborateurs	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Nombre d'accidents du travail / effectif	11,0 %	11,0 %	10,0 %	9,0 %	10,0 %	
Nombre d'accidents du travail sans arrêt	33,0 %	35,0 %	NC	36,0 %	40,0 %	
Nombre d'accidents du travail avec arrêt	67,0 %	65,0 %	NC	64,0 %	60,0 %	
Proportion des arrêts inférieurs à 30 jours	NC	67,0 %	NC	80,3 %	90,0 %	

Accidents du travail dont accidents de trajets.  
Indicateurs sur l'année comptable - Groupe

Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable | Indicateur stable | Evolution défavorable



## Zoom sur une initiative

### Investissements liés à l'amélioration des conditions de travail et à la réduction des risques

Sur le site de Saint-Vit a été installé un robot palettiseur permettant la montée en hauteur des cartons de 8 à 15 kg. Divers aménagements ont été mis en place pour faciliter la prise en charge des déchets. Le travail de cariste a été facilité avec un raquet permettant d'éviter de soulever les charges. Les moules à pain sont en aluminium pour réduire les charges portées.

#### Sur le site de Wittelsheim

Installation d'évents de suppression (conduits pour l'échappement des gaz) sur 3 silos à farine en textile, limitant considérablement les risques d'explosion et leur impact potentiel. Deux robots palettiseurs ont été installés, permettant eux aussi la montée en hauteur des cartons de 8 à 15 kg. Investissement dans de nouvelles lignes d'emballages.

Toutes ces démarches visent à répondre aux risques liés à la perte de collaborateurs clés, aux difficultés à recruter, à la discrimination dans le traitement des collaborateurs ainsi qu'à l'atteinte physique de ceux-ci.



## Quelques chiffres clés

- Le nombre total de fournisseurs du Groupe s'élève à **259 en 2025**.
- A minima, **25 % de ces 259 fournisseurs**, sont évalués sur la qualité et la sécurité. Ils représentent **80 % du volume d'achats**.
- Les achats sont répartis par familles d'achats** : une trentaine de familles sont répertoriées en 2025, dont **farine et dérivants (20 % du CA total des achats)**, **fruits et légumes (9 % du CA total des achats)**, **fromages, œufs et lait (10 % du CA total des achats)** et **matières grasses (7 % du CA total des achats)**.
- 32 % des fournisseurs** sont localisés dans un **rayon de 150 kilomètres**.

## Un Code de Conduite des fournisseurs

Le Groupe Poulaillon a développé un Code de Conduite pour ses fournisseurs, le "Code", afin de préciser clairement ses exigences en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises et de conduite des affaires. Il est ainsi attendu de tous les fournisseurs, prestataires, contractants, consultants, agents et autres vendeurs qu'ils se conforment aux six points du code :

- Respect de la réglementation en vigueur
- Anti-corruption et concurrence loyale
- Exactitude des finances et des factures
- Santé et sécurité
- Protection de l'environnement
- Confidentialité des données

Déployé en 2024, ce Code intègre les différents engagements indispensables à une relation transparente et durable avec les fournisseurs tant sur les aspects légaux, que moraux.

Cette démarche a vocation à être généralisée à l'ensemble des fournisseurs. En 2024, une charte RSE à destination des fournisseurs sera également formalisée.

## Une synergie de 3 équipes

La fonction d'approvisionnement de la chaîne est tripartite et se répartit entre l'équipe **Achats, Qualité et R&D**.

**Le service Achats** procède au sourçage de nouveaux produits / fournisseurs et valide les prix ainsi que les approvisionnements.

**Le service Qualité** assure la sécurité alimentaire via l'étude ainsi que l'analyse des fiches techniques et des produits.

**Le service R&D** réalise :

- Les analyses et les validations des fiches techniques,
- Les échanges avec les fournisseurs et les clients sur les aspects techniques et qualité,
- Les tests et validations produits et emballages.

## Deux équipes Achats sont à l'oeuvre :

- Une pour les unités de production (avec validation de la Direction Générale et de l'Acheteuse).
- Une pour le réseau points de vente (avec validation de la Direction générale et de la Direction Magasins).

Magasins et usines gèrent leurs stocks de manière autonome, mais font appel aux équipes achats pour la négociation des prix.

## 5.1 Risques liés aux fournisseurs, transparence et relation durable avec les fournisseurs

Le Groupe s'engage à garantir une relation de transparence et durable avec ses fournisseurs tant en termes financiers et économiques que sur les sujets davantage éthiques. La conformité produit devant rester avant tout de rigueur.

## Evaluation des risques principaux liés aux fournisseurs pour le Groupe

Plusieurs actions sont mises en oeuvre :

- Réalisation d'un palmarès fournisseurs avec identification des fournisseurs stratégiques qui composent 80 % des dépenses d'achats, permettant de mesurer l'importance de la relation.
- Etude sur l'approvisionnement en matières premières dans le cadre de la gestion du risque de tentatives de fraude : tous les fournisseurs évalués ont un niveau de risque faible.
- Évaluation des risques liés aux fournisseurs dans les Conditions Générales d'Achats (mise à jour annuelle afin d'intégrer les risques émergents au cours de l'exercice).

Légende des indicateurs de performance

Evolution favorable



Indicateur stable



Evolution défavorable



## Zoom sur une initiative

### Du local !

Le Groupe a élaboré un pain à base de farine de blé du Sundgau (68), de qualité supérieure, « **la Farine de la Largue** ». Cette farine est issue de la production de la ferme DANGEL à Mooslargue (68), une exploitation agricole alsacienne à Haute Valeur Environnementale.

### La Bièricette®

Plus récemment, le Groupe créateur de la Moricette® et la brasserie de Saint-Louis (68) se sont rapprochées pour la création de la Bièricette®, bière artisanale à la Moricette®. La collaboration et du savoir-faire des deux entreprises familiales régionales amène à de nouvelles créations originales !

Ces collaborations sont complémentaires à celles déjà en place depuis de nombreuses années notamment avec la charcuterie de la Thur à Bitschwiller-lès-Thann (68) ou encore avec les établissements Beyer, fournisseur de confiture à Pfstatt (68), sans que cette liste ne soit exhaustive.



Evaluation de la maturité des fournisseurs sur les enjeux RSE afin de favoriser la transparence des affaires

Un questionnaire qualité est soumis à chaque création de compte fournisseur, accompagné de la Charte des achats ainsi qu’un rappel des règles de la maîtrise du risque de Fraude Alimentaire par Poulaillon.

Le questionnaire qualité est une prise de renseignement sur le fournisseur afin de connaître son niveau de certification et d’exigence Qualité et en même temps de communiquer réciproquement nos engagements sur le sujet.

Aussi, un travail de collecte des certifications et labels RSE est en cours auprès des fournisseurs afin de consolider les initiatives RSE. Ce questionnaire est renouvelé tous les trois ans.

La Charte des achats permet de communiquer aux futurs fournisseurs les valeurs appliquées aux achats Poulaillon et donc, attendues des fournisseurs (engagement local, bien-être animal, respect et transparence, intégrité humaine, lutte contre le gaspillage alimentaire, éthique professionnelle, confidentialité préservée...).

Ainsi, tous ces éléments permettent au Groupe de réaliser une évaluation EcoVadis, démarche volontaire qui a pour but d’évaluer la maturité et l’engagement des organisations en matière de RSE sur l’environnement, l’aspect social et droits humain, sur l’éthique et sur les achats responsables, et ce sur de nombreux axes tels que les politiques mises en place, la quantité de mesures ou encore la qualité des collectes de données et des rapports fournis.

Indicateurs de performance

Gestion des impacts environnementaux de la chaîne d'approvisionnement	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Proportion des achats réalisés en local dans un rayon de 150 kilomètres	43,2 %	26,9 %	NC	27,2 %	30,0 %	

Sur l'année comptable - Professionnels

Zoom sur une initiative "Poulaillon à la ferme" le magasin de Pfastatt

Poulaillon à la ferme est un nouveau concept de Boulangerie Restaurant situé sur le domaine de la Ferme du Château à Pfastatt (68), un pôle paysan basé sur une production respectueuse de l’environnement et une distribution circuit court.

Ce magasin propose majoritairement des produits BIO et notamment des pains BIO à l'Eau Minérale de Velleminfroy, façonnés et cuits sur place dans un four à feu de bois.

Poulaillon à la Ferme propose également une cuisine du terroir authentique élaborée avec des produits frais et locaux.



5.2 Risques liés aux fournisseurs, bien-être animal

Acteur régional engagé, la démarche responsable du Groupe Poulaillon débute dès la décision d’achat auprès des fournisseurs par la sélection rigoureuse des matières premières.

Le Groupe s’approvisionne également, dès que possible, en matières premières alimentaires issues de productions locales ou Françaises. La farine achetée est majoritairement d’origine française.

Le Groupe Poulaillon, soucieux du soin apporté aux animaux d’élevage et de la cause animale, s’engage en concertation avec l’association L214 à plusieurs niveaux.



Approvisionnement en oeufs

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021, le Groupe s’est engagé à se fournir exclusivement en oeufs de ponte au sol pour élaborer ses produits.

Indicateurs de performance

Bien-être animal	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Part des articles relatifs aux oeufs certifiés "ponte au sol" parmi les 80% les plus achetés	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

Groupe

Approvisionnement en viande de poulet

D’ici fin 2026, la totalité des produits bruts, surgelés et élaborés de viande de poulets proviendront d’élevages et d’abattoirs respectant l’ensemble des critères de l’ECC (European Chicken Commitment). De façon additionnelle et à la même échéance, au moins 20 % de ces volumes proviendront d’élevages garantissant aux animaux un accès au plein air ou à un jardin d’hiver. À l’origine, le Groupe avait fixé l’échéance temporelle à fin 2025. Malheureusement cet objectif a été revu à la baisse compte tenu des difficultés d’approvisionnement convenable permettant de remplir cet objectif.

Cet engagement concerne l’ensemble des magasins Poulaillon (y compris nos franchisés) mais aussi notre réseau B to B.

Sans attendre ces échéances, le magasin de Pfastatt (68), sous l’enseigne «Poulaillon à la Ferme», propose d’ores et déjà à ses clients de la viande de poulets élevés en plein air exclusivement. De même, tous les produits de boulangerie et de pâtisserie y sont élaborés avec des œufs certifiés Bio, issus d’une ferme locale (circuit court).

Indicateurs de performance

Bien-être animal	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Proportion des volumes de poulets certifiés ECC utilisés dans les magasins	66,2 %	63,7 %	65,0 %	67,0 %	80,0 %	

Approvisionnement difficile - Rareté des intrants

Indicateurs de performance

Bien-être animal	Réel 2023	Réel 2024	Objectif 2025	Réel 2025	Objectif 2026	
Proportion des volumes de poulets certifiés ECC utilisés dans les activités BtoB	60,2 %	66,5 %*	65,0 %	60,0 %*	75,0 %	

\* La variation entre 2024 et 2025 est exclusivement liée à la correction du périmètre de calcul

Approvisionnement en viande de porc

D’ici 2030, 100% de l’approvisionnement en viande de porc (fraîche, surgelée et transformée) de Poulaillon sera issu d’élevages et d’abattoirs respectant l’ensemble des critères du Pig Minimum Standards qui bannit les pires pratiques d’élevage. Cet engagement concerne l’ensemble des activités (y compris nos activités B to B) et des magasins du groupe, y compris les franchisés.

Approvisionnement en lait

Le Groupe achète 100 % du lait qu’il utilise en France et la plupart de ses produits dérivés tels que la crème ou le fromage blanc sont d’origine Alsace, soit à moins de 150 kilomètres du site de production principal !

Légende des indicateurs de performance | Evolution favorable | Indicateur stable | Evolution défavorable





Zoom

## sur une initiative

Poulaillon relève le défi

# VEGANUARY



Depuis 2022 Poulaillon est partenaire de Veganuary, une opération historiquement relayée en France par l'association L214 puis plus récemment par l'AVF, l'association des végétariens de France. **Veganuary, contraction de « Vegan » et de « January » est un défi mondial qui consiste à adopter une alimentation végane tout au long du mois de janvier.** L'objectif de ce défi : permettre de réduire l'impact sur l'environnement et d'épargner de nombreux animaux tout en préservant notre santé. En 2025, les clients ont pu découvrir **un dessert végan, le Chichi Mango®.**

Le goût de la mangue, du lait de coco et des graines de chia se marient à merveille pour créer cette douceur originale, à la fois onctueuse et légère. C'est aussi l'occasion de faire (re)découvrir également le Bretz'Burger®, notamment à travers le site internet et les réseaux sociaux du Groupe.

Toutes ces démarches visent à répondre aux risques liés à la perte de traçabilité des produits, au non-respects des réglementations en vigueur ainsi qu'au non-respect du bien-être animal et ce, tout en limitant les impacts environnementaux de la chaîne d'approvisionnement.

LE CHICHI MANGO

Gelée de mangue  
coco et graines  
de chia



## 5.3 Gouvernance, risque éthique et conformité

“ Agir avec intégrité est une composante clé de la performance ”

### Les engagements relatifs à l'éthique du Groupe

#### Le projet d'adoption d'un Code de conduite interne

Le Groupe condamne la corruption sous toutes ses formes et s'engage à se conformer strictement à la législation en la matière.

Toutes les actions du Groupe doivent être en totale conformité avec les lois et règlements en vigueur. Ceci se traduira dans l'écriture, **la mise en oeuvre et la diffusion d'un Code de conduite, futur document de référence destiné à l'ensemble des collaborateurs, dirigeants, administrateurs de toutes les sociétés du groupe POULAILLON.**

**Ce Code, dont le projet est rédigé, sera illustré par des cas concrets couvrant notamment les sujets suivants :**

la lutte contre la corruption, les conflits d'intérêts, la fraude, le blanchiment d'argent, les pratiques anticoncurrentielles, la protection et la sécurité de l'information, la protection des actifs du Groupe.

Le Code sera porté à la connaissance des employés par un affichage physique sur chaque site et chacun sera informé des sanctions disciplinaires encourues en cas de violation.

#### La protection des données personnelles

Conformément aux dispositions du Règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD), le Groupe applique le droit communautaire et procède aux traitements nécessaires des données, assurant une protection optimale de celles-ci.

**Pour mener à bien cet exercice de mise en conformité, un délégué de la protection des données (DPO) a été nommé, prenant en charge les missions suivantes :**

- Veiller au respect du cadre légal (ensemble des normes applicables au RGPD, Registre de Traitement ou sous-traitants).
- Informer et conseiller le responsable de traitement et les employés, mais aussi les sous-traitants si nécessaire.
- Dispenser des conseils sur les analyses d'impact relatives à la protection des données et veiller à leur bonne exécution.
- Coopérer avec l'autorité de contrôle (CNIL).
- S'assurer de la bonne tenue de la documentation relative aux traitements.
- Garantir les droits des personnes concernées en matière de données personnelles (droits à l'information et à l'accès des données traitées, à la rectification et modification des données, à l'effacement des données, à la limitation et opposition au traitement des données, à la portabilité).

Aussi, le DPO est chargé de réaliser le registre des traitements portant sur les données personnelles des consommateurs, fournisseurs ou collaborateurs du Groupe.

### La cartographie des risques

Dans une démarche de mise en conformité avec la loi Sapin II, le Groupe POULAILLON a élaboré une cartographie des risques liés à la corruption. **Elle recense les principaux risques rencontrés en matière de corruption (active ou passive) par les différents services de l'entreprise** (ressources humaines, achats, direction ...).

Son actualisation annuelle permet d'identifier les principales zones de faiblesse et d'améliorer les pratiques de manière continue.

### Les mécanismes d'alerte

Les engagements du Groupe avec le travail sur le Code de conduite mis en place conformément aux dispositions de la loi Sapin II, permet de renforcer la sensibilisation des collaborateurs et le contrôle en matière de normes anti-corruption.

**La procédure permet aux collaborateurs de signaler, tous les faits d'ordre financier, de corruption, d'harcèlement, constituant :**

- Une violation du règlement intérieur
- Un crime ou un délit
- Une violation grave et manifeste des lois et engagements internationaux
- Une violation grave et manifeste de la loi ou du règlement national
- Une menace ou un préjudice pour l'intérêt général

Le dispositif informe les collaborateurs sur les modalités à suivre et à respecter afin de procéder au signalement, qu'il soit interne ou externe au Groupe. Tous ces dispositifs nécessitent des contrôles et des sanctions en cas d'inobservation des règles. La Direction ne tolère aucune violation du Code de conduite ou de toutes lois et réglementations en vigueur, et a mis en place un système de remonté afin de permettre le signalement des comportements qui y sont contraires.

Pour signaler un comportement inadéquat, les employés disposent de divers canaux de signalement. En interne, ils peuvent en référer directement auprès de leur supérieur hiérarchique.

**Dans tous les cas, la Direction garantit :**

- L'absence de représailles envers la personne à l'origine du signalement.
- La mise en place rapide d'une enquête en interne pour vérifier la matérialité des faits.
- La prise de sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement des personnes impliquées.

### Les autres actions du programme de conformité

**Pour parfaire son programme de conformité, le Groupe POULAILLON a entrepris plusieurs autres actions, comme notamment :**

- **La sensibilisation des équipes les plus exposées :** notamment pour l'acceptation d'avantages en nature ou en espèce (cadeaux, invitations, prise en charge de frais de déplacement)
- **Une procédure de vérification des tiers** ayant vocation à prévenir la corruption de toutes les parties contractant avec le Groupe
- **La sécurisation des informations privées** via le ramassage et la destruction sur place des documents sensibles par Shred-it et la mise en oeuvre d'une **procédure de stockage des documents en interne**
- **L'engagement d'un marketing responsable et éthique** via la sincérité de la publicité délivrée par le Groupe

Zoom

## sur une initiative

Les Musicales  
de Velleminfroy

Un nouvel événement organisé par le Groupe Poulaillon, **Les Musicales de Velleminfroy**, a animé notre centre d'embouteillage le dimanche 18 mai 2025. De 11h à 17h30, **une quinzaine d'artistes locaux se sont succédé sur scène, offrant un moment de partage musical authentique et chaleureux, gratuit pour le public.**

Les visiteurs ont pu profiter d'une restauration sur place et d'une buvette conviviale. **Cet événement a été l'occasion de célébrer les talents de notre territoire tout en rassemblant habitants et visiteurs autour d'un rendez-vous simple, festif et accessible.** Une belle manière de faire vivre la culture locale au cœur de Velleminfroy.



Légende des indicateurs de performance

Evolution favorable



Indicateur stable



Evolution défavorable







## 6 - ANNEXES

### 6.1 Note méthodologique

Le périmètre couvert par le présent rapport coïncide avec le périmètre du Groupe consolidé POULAILLON dont les comptes sont publiés par la société mère POULAILLON SA. Les magasins franchisés sont exclus des données fournies sauf mention contraire.

#### Période de déclaration

Les données collectées couvrent la période du 1<sup>er</sup> octobre 2024 au 30 septembre 2025. Selon les indicateurs, il s'agit :

- D'une consolidation annuelle des données de la période,
- De la donnée mesurée en fin de période au 30 septembre 2025.

Ceci, sauf mention expresse de donnée à l'année civile.

Lorsque la donnée n-1 n'est pas présentée c'est qu'il s'agit de sa première année de reporting.

#### Périmètre de la déclaration

Le périmètre de consolidation comprend tous les pôles d'activité du Groupe consolidé, composé des activités suivantes :

- Le BtoC pour le réseau de magasin,
- Le BtoB pour les professionnels,
- L'embouteillage de l'eau minérale,
- Le portefeuille de marques

La franchise, dont les données ne sont pas collectées (ni consolidées), est exclue des indicateurs.

#### Méthode de collecte

Les informations recensent les risques de l'entreprise dans ses activités, pour ensuite établir la liste des indicateurs à collecter pour la déclaration de performance extra-financière auprès des contributeurs en charge.

*"Certaines thématiques n'ont pas été abordées dans ce document, lorsqu'elles sont jugées non pertinentes sur la base des résultats de l'analyse de matérialité, au regard de l'activité de POULAILLON. Ces informations concernent notamment l'environnement avec le thème relatif aux actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves et aux actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives".*

#### Vérification externe

Le groupe a fait vérifier les informations contenues dans le présent rapport par un organisme tiers indépendant.





# POULAILLON

Siège social  
8, rue du Luxembourg  
ZAE Heiden Est  
68310 WITTELSHEIM  
FRANCE

Tél : +33 (0)3 89 33 89 89

[www.poulaillon.fr](http://www.poulaillon.fr)



Nous suivre sur

