





Le mot de

Jacques
Trottier

Président du Groupe
Labeyrie Fine Foods

Depuis des décennies, nous cultivons chez Labeyrie Fine Foods les plaisirs de la table. En cette rentrée 2024, nous avons révélé notre nouvelle raison d'être : « Ensemble, donnons l'envie de Ré-Unir autour de la même table ».

L'envie de

RÉ 

Parce que nous sommes convaincus que s'il y a bien un endroit qui nous rassemble, qui nous réunit, c'est la table. En proposant de très bons produits au plaisir intense, des produits conçus dans la plus grande responsabilité possible et avec une variété de goûts (produits végétaux, produits de la mer, produits du terroir), Labeyrie Fine Foods permet de réunir autour d'une même table toutes les envies, tous les goûts, avec Responsabilité. **Réunir Plaisir Intense & Responsabilité.**

Lorsque j'ai pris la Présidence du Groupe Labeyrie Fine Foods, j'ai décidé d'intégrer la responsabilité comme un pilier de notre stratégie d'entreprise, en définissant une feuille de route RSE ambitieuse. Et chaque jour, pour chaque décision, à tous les niveaux de l'entreprise, nous nous efforçons de maintenir ce cap essentiel non seulement pour l'avenir du Groupe, mais pour l'avenir, tout simplement. C'est toujours intéressant, lors de la publication de notre rapport RSE, de faire un pas de recul et de regarder les défis que nous avons réussi à relever, les efforts que nous avons encore à faire.

“ Lorsque j'ai pris la Présidence du Groupe Labeyrie Fine Foods, j'ai décidé d'intégrer la responsabilité comme un pilier de notre stratégie d'entreprise. ”

Ma plus grande satisfaction cette année est sans aucun doute le travail de fond qui est fait sur la sécurité au travail. C'est un ensemble de mesures et d'actions remarquables comme les Visites Comportementales de Sécurité mises en place, la sensibilisation au quotidien, l'attention de chacun portée aux autres, qui nous ont permis cette année de réduire le taux et la gravité des accidents. Je félicite sincèrement l'ensemble des équipes sur nos sites et je réaffirme cet objectif de « zéro accident » que nous devons viser sans relâche.

En tant que leader, notre mission est sans aucun doute d'être moteur sur nos marchés, sur nos filières. En effet, cette année encore, notre Groupe est à l'origine d'initiatives innovantes qui nous permettent de faire avancer nos filières. A titre d'exemple, la création de l'association « Un Pacte Positif », à l'initiative de notre Groupe, réunit différents acteurs de la filière végétale, dans l'objectif d'accompagner les agriculteurs dans leur transition vers une agriculture durable. Autre exemple, le programme Kalytera qui aide les cultivateurs d'olives en Grèce, démontrent l'implication concrète de notre Groupe dans le végétal.

Être moteur, c'est aussi oser ! C'est comme cela que nous avons pris la décision de retirer tous les couvercles en plastique de nos olives, ou encore réussi à passer en plastique 100% recyclable nos emballages de Saumon Fumé au Royaume-Uni.

En prenant ce pas de recul, ma véritable satisfaction est de voir toute l'énergie positive qui réunit les collaborateurs du Groupe, quel que soit leur rôle dans l'entreprise, autour de cet enjeu majeur : **Réunir « Avenir de notre Groupe » et « Avenir de notre Planète »**. Ensemble, je suis convaincu que nous aurons un impact positif sur le monde qui nous entoure, en rendant possible l'union du Plaisir Intense et de la Responsabilité, socle de notre stratégie d'entreprise.



L'interview de

Gaëlle
Quarri

Directrice RSE,
Communication &
Stratégie des Marques

Cette année, nous publions notre 4^e Rapport RSE. C'est avec fierté que nous regardons ces 4 années écoulées pendant lesquelles nous avons pris des décisions stratégiques, mis en place des chantiers structurants et débuté la transformation de notre Groupe vers un modèle plus durable. Nous admirons le chemin parcouru par les collaborateurs du Groupe, de plus en plus convaincus, de plus en plus engagés, de plus en plus responsables. Nous nous réjouissons également de l'évolution, à nos côtés, de nos fournisseurs et partenaires dans un premier temps, mais aussi de nos clients et des différentes organisations avec qui nous partageons une vision commune.

Et pourtant, plus que ce sentiment de fierté, c'est un sentiment d'humilité qui nous habite au quotidien. Le chemin vers la durabilité est long et complexe. Il demande résilience, patience et ténacité. Et tant mieux.

Cette année, nous avons fait le choix de revoir à la hausse certains de nos objectifs pour les années à venir, comme la parfaite égalité hommes/femmes dans nos équipes de direction. Notre responsabilité s'étend au-delà de notre propre activité. A titre d'exemple, le Bien-Être animal sur lequel nous sommes très engagés, nous permet de faire progresser les filières avec lesquelles nous travaillons. De plus, nous avons lancé le collectif Care Salmon, aux côtés du CIWF* et de Bankiva**, qui a pour mission d'identifier les enjeux de bien-être animal sur la filière saumon et de travailler sur des plans de progrès dans les pratiques d'élevage et conditions d'abattage. Cette année 23/24 a été marquée une nouvelle fois par le dépassement d'une des 9 limites planétaires : la ressource en eau douce. Alors, à chaque action, chaque décision que

“ Le chemin vers la durabilité est long et complexe. Il demande résilience, patience et ténacité. Et tant mieux. ”

nous prenons, nous devons penser ressources naturelles, nous devons penser impact. A notre niveau, nous pouvons agir et c'est ce qui doit continuer à nous animer au quotidien. Notre engagement pour réduire notre empreinte carbone nous oblige. Agir dans l'ensemble de nos activités, que ce soit par des investissements qui nous permettent de réduire nos émissions ou encore engager nos fournisseurs dans ce combat, doit être un critère important voire décisif dans nos choix et dans notre processus de décision.

La force chez Labeyrie Fine Foods est sans aucun doute la conscience et l'action de nos équipes dirigeantes, et de tous nos collaborateurs. La responsabilité se partage.

Je suis ravie de vous inviter à découvrir ce rapport détaillé de nos actions, nos progrès et les défis que nous devons encore relever pour atteindre les objectifs ambitieux que nous nous sommes fixés.



* Compassion in World Farming, ONG internationale pour un élevage durable

** Cabinet d'éthologie et bien-être des animaux d'élevage

NOTRE MODÈLE DE CRÉATION DE VALEUR :

Concilier performance économique et responsabilité sociétale

Nos ressources

Notre ADN : Un Groupe créé en 1946, convaincu depuis toujours que le plaisir de la table est le sel de la vie et que la notion de plaisir est désormais indissociable de celle de responsabilité.

DES SITES INDUSTRIELS

12 sites industriels :

**9 en France,
2 au Royaume-Uni,
1 en Belgique**



DES FEMMES ET DES HOMMES INVESTIS

près de **3200** collaborateurs

2 650 collaborateurs dans des sites de production spécialisés par filière, cultivant une expertise propre à Labeyrie Fine Foods. Une équipe R&D dédiée à chaque activité.



DES MARQUES RECONNUES



DES INVESTISSEMENTS ENGAGÉS

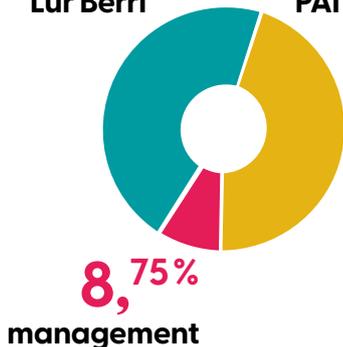
36% des investissements du Groupe dédiés à la stratégie RSE



UN ACTIONNARIAT SOLIDE!

45,63%
Lur Berri

45,63%
PAI Partners



NOTRE COMITÉ EXÉCUTIF

Le comité exécutif Labeyrie Fine Foods, dont la directrice de la RSE est membre depuis juillet 2020, construit la stratégie de l'entreprise et s'assure de son exécution.

Notre projet

3 filières de qualité

Produits végétaux et ingrédients (18%) :

Olive, pois chiche, avocat, blé

Produits de la mer (69%) :

Poissons et crustacés sauvages et d'aquaculture

Produits du terroir (13%) :

Canard, porc, oie

5 grandes catégories de produits

- Poissons fumés
- Poissons et crustacés
- Produits apéritifs frais
- Foie gras et viande de canard
- Charcuterie premium



Nos impacts / Données 23-24

COLLABORATEURS

- **Employeur local de référence :**
 - 12 sites implantés en Europe
- Note d'épanouissement collaborateurs : **7,8/10**
- **70%** des collaborateurs ont reçu au moins 1 formation
- Index égalité femmes / hommes : **94/100**
- **44%** de femmes dans le top management
- Baisse de **29** accidents du travail vs. N-1

FOURNISSEURS

- Partage des **engagements RSE** avec les fournisseurs, au travers de politiques achat et de rendez-vous clés
- **302 producteurs** de canards Sud-Ouest & Ouest

LA PLANÈTE

- Baisse de notre **empreinte carbone** de **25%** entre 2019 et 2023/2024 (et engagement 2030 validé par le SBTi)
- **Diagnostic Biodiversité** et priorisation d'une feuille de route 2030
- **82%** de nos emballages recyclables
- **52%** de nos emballages issus de recyclé
- **89%** de nos matières premières stratégiques² labellisées ou sous démarche de progrès



CONSOMMATEURS

- **Engagement Responsabilité Sociétale des Marques** visibles sur nos produits pour guider le choix des consommateurs sur des produits plus responsables : 1% L'Atelier Blini & Delpierre / Agri-Éthique / MSC / ASC / Engagement Qualité / Aquaculture Raisonnée / Agriculture Biologique

CLIENTS

- Membre de groupes de travail de clients partenaires pour contribuer à **l'alimentaire durable** (Pacte transition Carrefour / Forum Carbone Casino...).
- Adhésion à la plateforme **Open Climat** pour communiquer publiquement sur nos engagements en faveur du climat.

SOCIÉTÉ CIVILE

- **961 K€** de dons annuels aux banques alimentaires

867
millions €
de CA



5 réseaux de distribution

Le Groupe est présent en France, Royaume-Uni et 57 autres pays dans le monde, dans ces réseaux de distribution :

- Grandes surfaces alimentaires
- Enseignes spécialisées
- Food service (restauration hors domicile)
- Ventes industrielles
- E-commerce



¹Pourcentage exprimé en droits de vote au 30 juin 2024 - 2. Saumon, canard, cabillaud, hareng, maquereau, crevettes, pois chiche, avocat, olive.

NOTRE STRATÉGIE RSE

Notre mission :

**Rendre possible
le plaisir intense
responsable**

NOTRE STRATÉGIE RSE
SE STRUCTURE AUTOUR DE :

3
piliers

1
grand
combat

12
chantiers
prioritaires

12
engagements
clés

Pilier 1

Préserver

**LES ÉCOSYSTÈMES AVEC LESQUELS
NOUS INTERAGISSONS**

4 chantiers

1. L'approvisionnement responsable
2. Le bien-être animal
3. L'alimentation animale
4. La réduction de l'impact environnemental de l'amont

Pilier 2

Maîtriser

**NOS SAVOIR-FAIRE ET PROCESS
GRÂCE À DES PRATIQUES VERTUEUSES**

4 chantiers

5. Le clean label
6. L'éco-conception des emballages
7. L'impact environnemental de nos sites
8. La logistique et les déplacements responsables

Pilier 3

Respecter

**LES FEMMES ET LES HOMMES QUI
PRODUISENT, TRANSFORMENT, VENDENT
ET CONSOMMENT NOS PRODUITS**

4 chantiers

9. L'éthique
10. Le capital humain au cœur de notre réussite collective
11. La communication responsable
12. L'engagement sociétal responsable

12 engagements clés à horizon 2025/2026 :

LABELLISATION :

100% des matières premières stratégiques labellisées

BIEN-ÊTRE ANIMAL :

100% des fournisseurs de matières premières stratégiques engagés

ALIMENTATION ANIMALE :

100% du soja garanti
0% déforestation

IMPACT ENVIRONNEMENTAL :

core business retravaillé vs
affichage environnemental

CLEAN LABEL :

100% de TOUS nos produits sans
additif controversé*

ECO-CONCEPTION :

-20% de plastique, 100% recyclable,
(2/3 recyclé)

CONSOMMATIONS USINES :

-10% en eau ET en électricité & gaz

GASPILLAGE ALIMENTAIRE :

-20% des destructions alimentaires

ÉTHIQUE :

100% de nos fournisseurs-clés
signataires du Code de Bonne
Conduite

COLLABORATEURS :

note \geq 8/10 et taux de participation
 \geq à 75%**

SÉCURITÉ :

TF 1 de 10 et -20% sur TFli***

ÉGALITÉ HOMME-FEMME :

50% de femmes dans comité LFF

Grand Combat

S'engager **DANS LA LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE**

SCOPES 1&2 : -55% d'ici 2030 (en comparaison à l'année 2019)
de ses émissions absolues de Gaz à Effet de Serre

SCOPE 3 : -22% d'intensité physique des émissions indirectes
(en comparaison à l'année 2019) d'ici 2030

NOS ENGAGEMENTS SONT FORMALISÉS AU TRAVERS DE DIFFÉRENTES POLITIQUES

Code de bonne conduite fournisseurs

Alimentation animale

Bien-être animal

Clean Label

Éco-conception des emballages

Maîtrise de l'impact environnemental

Communication responsable

Diversité, Inclusion & égalité des chances

Tous ces documents sont disponibles sur le site Labeyrie Fine Foods et sont partagés avec nos partenaires.



PRODUITS DU TERROIR :

être toujours à la pointe des démarches de progrès sur nos filières.

PRODUITS DE LA MER :



ÉLEVAGE : contribuer à l'essor d'une aquaculture vertueuse en réduisant l'empreinte environnementale et carbone de la filière tout en assurant des pratiques d'élevage respectueuses du bien-être animal;



SAUVAGE : participer à la réduction de l'empreinte environnementale de la filière pêche pour assurer le renouvellement des stocks, réduire la pollution liée à ses activités et son empreinte carbone.



INGRÉDIENTS VÉGÉTAUX :

accompagner et soutenir les producteurs de nos filières végétales dans leur transition agricole.

L'identification des risques chez Labeyrie Fine Foods

Dans le cadre de la CSRD, nous avons réalisé l'exercice de double matérialité afin d'identifier de manière exhaustive les impacts, risques et opportunités dans nos activités et sur notre chaîne de valeur.

Notre gouvernance RSE

L'équipe RSE est sous la responsabilité de la directrice RSE, communication et stratégie des marques; elle est composée de 6 collaborateurs. Un comité de pilotage a lieu tous les six mois, réunissant l'équipe RSE et le Comité exécutif, afin d'échanger sur la feuille de route RSE et d'arbitrer sur les sujets structurants.

Des feuilles de route avec des objectifs spécifiques ont été définies pour chaque entité.

Dans le cadre de notre stratégie RSE, nous nous engageons à contribuer aux Objectifs de Développement Durable

définis par les Nations Unies et en priorité aux ODD suivants (en lien avec nos 12 chantiers prioritaires) :



NOTRE STRATÉGIE CLIMAT

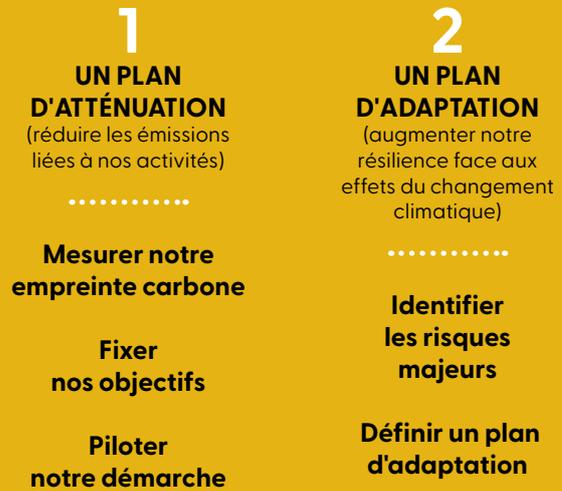
Pourquoi avoir une stratégie climat ?

Conscient que l'alimentation pèse pour 1/4 de l'empreinte carbone des ménages européens* et face à l'urgence climatique, le Groupe Labeyrie Fine Foods s'engage à faire de la lutte contre le changement climatique une de ses priorités.

Depuis 2019, nous mettons à jour notre empreinte carbone annuellement, en calculant notre bilan carbone qui prend en compte toutes les émissions, de l'amont (production de la matière première) à l'aval (fin de vie du produit). Ce calcul nous permet de mesurer l'impact de nos activités et de piloter une stratégie ambitieuse et adaptée pour répondre notamment aux accords de Paris et contenir le réchauffement sous le seuil des 1.5°C.

*Source : <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>

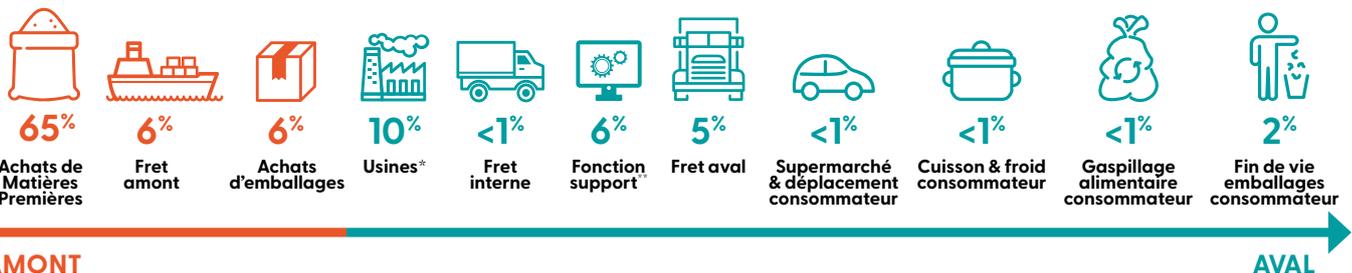
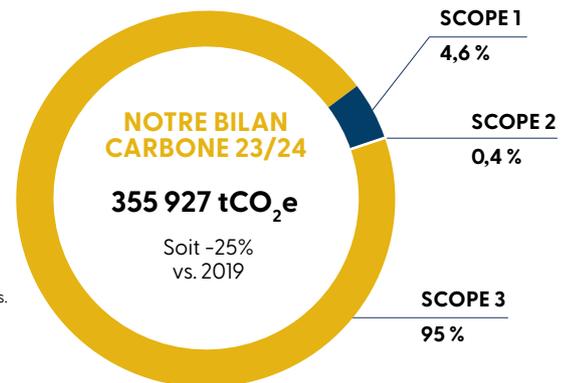
Notre approche



1. Plan d'atténuation

Mesurer notre empreinte carbone

* Usines : énergie, hors énergie, déchets, immobilisations industrielles.
 ** Fonction support : déplacements domicile-travail et professionnels, autres achats, autres immobilisations.
 Scope 1 : émissions directes générées par des sources possédées ou contrôlées par le Groupe.
 Scope 2 : émissions indirectes générées par la production d'énergie pour les activités de l'organisation.
 Scope 3 : émissions indirectes liées au cycle de vie de nos produits et de nos activités.



Le Groupe LFF a réduit son empreinte carbone de 25% en valeur absolue entre 2019 et 2023/2024, passant de 474 208 tCO₂e à 355 927 tCO₂e.

Cette comparaison n'a de sens que si elle se reflète également à la tonne de produit fabriquée : l'intensité carbone moyenne de nos produits a été réduite de 11% entre 2019 et 2023/2024, passant de 6,3 tCO₂e à 5,6 tCO₂e / tonne de produits fabriqués par LFF.

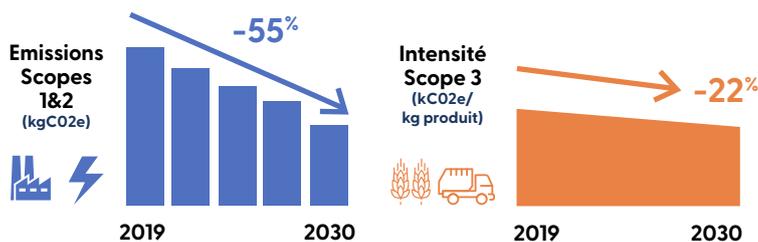




Fixer nos objectifs



Notre trajectoire climat



Le SBTi a validé les objectifs de réduction des émissions de carbone du Groupe Labeyrie Fine Foods.

Notre trajectoire de décarbonisation a été reconnue alignée avec les objectifs de l'Accord de Paris, à savoir contenir le réchauffement global à 1,5°C.

Notre trajectoire Scope 3 est en cours de réévaluation pour prendre en compte les nouvelles exigences du standard FLAG du SBTi.



Embarquer tous les collaborateurs

Un des facteurs clés de succès de la démarche climat du Groupe Labeyrie Fine Foods réside dans la sensibilisation, la mobilisation et l'embarquement de tous nos collaborateurs pour adresser concrètement les enjeux climatiques et atteindre nos objectifs de réduction.

Mobiliser les acteurs-clés: nous avons créé la communauté Climat LFF qui regroupe l'ensemble des contributeurs clés au pilotage du plan opérationnel de réduction de notre empreinte carbone.

Former pour agir ! Nous avons mis en place un plan de sensibilisation interne :

- **Formation digitale** dédiée aux enjeux climatiques : la Climate School LFF. Plus de 800 collaborateurs du Groupe formés aux notions clés liées au changement climatique.
- **Webinaires internes** dédiés au climat ont été diffusés et ont rassemblé plus de 400 collaborateurs.



Piloter le déploiement opérationnel

Nous avons un plan d'action concret couvrant l'ensemble des postes d'émissions de nos activités et l'engagement de nos fournisseurs. Quelques exemples d'actions :

USINES SCOPE 1+2



- Remplacement de gaz frigorigènes = -22 000 tCO₂e
- Passage à 100% d'approvisionnement en électricité renouvelable d'ici 2030 : = -7500 tCO₂e
- Efficacité énergétique de nos sites industriels, réduction des consommations de gaz, installation de pompes à chaleur...

EMBALLAGES SCOPE 3



- Réduction du poids des emballages, augmentation de la part de recyclé dans les matériaux d'emballage
- > Objectifs : 100% emballages recyclables, 2/3 de nos emballages issus de recyclé, réduction de nos quantités d'emballage entre -10 et -20% d'ici 2025 = -3000 tCO₂e

ACHATS MATIÈRES PREMIÈRES SCOPE 3

- Accompagnement de nos fournisseurs dans la réduction de leur empreinte carbone = -10 000 à -50 000 tCO₂e

FRET SCOPE 3

- Actions de réduction de l'empreinte transport amont - interne - aval
- Objectif interne de réduire de 30% les émissions de FRET d'ici 2030 = -23 000 tCO₂e
- Réflexion en cours sur le passage en bioGNV pour les flux intersites LFF = > -1000 tCO₂e

2. Plan d'adaptation

Pourquoi réaliser une analyse de risques climatiques ?

La Terre se réchauffe et les effets du changement climatique sont multiples : vagues de chaleur extrêmes, sécheresses agricoles, fortes précipitations, montée du niveau des mers, acidification des océans... En tant que groupe agroalimentaire, en lien permanent avec le Vivant, nous sommes au cœur de ces préoccupations : baisse des rendements de cultures végétales, modification des conditions d'élevage, raréfaction des ressources et matières premières... C'est pourquoi réduire notre empreinte carbone

est indispensable afin d'atténuer les impacts du changement climatique, mais l'adaptation de nos filières et nos modèles à ces derniers, à court, moyen et long terme est également indispensable, afin de réduire leur vulnérabilité.

Le Groupe a initié un travail collaboratif ayant rassemblé plus de 20 fonctions en interne, piloté par la RSE et le Service Audit / Risques, ayant permis d'identifier et analyser les risques majeurs auxquels sont exposées les activités du Groupe (sur l'ensemble de ses chaînes de valeur). Ces travaux de long terme se poursuivront sur l'exercice 24-25 afin d'élaborer des plans d'adaptation spécifiques et adaptés, visant à améliorer notre résilience et ainsi pérenniser nos activités à long terme.

LE MOT DES MEMBRES DU COMITÉ EXÉCUTIF

“ En quoi la RSE est essentielle
pour la pérennité de votre activité ? ”



LABEYRIE | FINE FOODS | PREMIUM

Stanislas Giraud

Directeur général LFF Premium

En tant que leader, nous avons une grande responsabilité envers nos filières stratégiques des Produits de la Mer et des Produits du Terroir.

Notre priorité est de collaborer avec nos partenaires pour rendre ces filières plus responsables, en abordant des enjeux majeurs tels que le bien-être animal et l'alimentation du saumon et du canard. De plus, nous nous engageons dans l'éco-conception de nos emballages afin de minimiser notre impact environnemental.



LABEYRIE | FINE FOODS | UK

Mark Newton

Directeur général LFF UK

La RSE est clé pour assurer que nous aurons demain des marchés viables. Le respect et la protection de la biodiversité sont essentiels.

Avec nos partenaires (clients et fournisseurs), nous sommes les gardiens de ces ressources fragiles et nous avons un rôle majeur à jouer.



LABEYRIE | FINE FOODS | Océan

Stéphanie Pargade

Directrice générale LFF Océan

La mer est notre identité et notre ressource. En tant que transformateur de produits de la mer, nous sommes intimement liés à cet écosystème fragile.

La RSE pour LFF Océan est plus qu'un engagement, c'est une nécessité pour garantir la pérennité de notre activité en préservant les ressources marines.





LABEYRIE | TRENDY
FINE FOODS

Nathalie Reyé-Lacroix

Directrice générale LFF Trendy

Avec notre démarche engagée sur nos marques l'atelier Blini, Blini et Père Olive, nous souhaitons être acteur de la transition vers le végétal et accompagner la transition agro-écologique sur nos filières stratégiques.

De plus, nous nous engageons à produire à moindre impact pour répondre à nos enjeux ambitieux en matière de Climat ainsi qu'aux attentes des consommateurs et des distributeurs.



LABEYRIE | PEOPLE & CORPORATE
FINE FOODS

Bertrand Delmas

Directeur People & Corporate

Notre responsabilité est de créer les conditions de succès d'aujourd'hui et de demain. La pérennité du Groupe est au cœur de nos activités.

Et cela ne passe que par une attitude responsable dans tous les compartiments du jeu et avec toutes les parties prenantes.



LABEYRIE | FINANCE
FINE FOODS

Frank Lada

Directeur Finance

La RSE est devenue un sujet incontournable pour nos investisseurs, et c'est tant mieux parce qu'ils nous poussent à réconcilier performance financière et RSE qui vont de pair pour construire l'entreprise et le monde de demain.



LABEYRIE | GLOBAL SUPPLY
FINE FOODS

Olivier Courty

Directeur global Supply

En collaborant étroitement avec nos fournisseurs et nos clients, nous établissons des partenariats solides en intégrant des enjeux RSE tels que l'approvisionnement responsable, l'éthique, la logistique et les déplacements responsables, toujours au service de la performance et de la satisfaction de nos clients.



TABLEAU DE BORD DE NOS INDICATEURS RSE

LA PRÉSERVATION

Chantiers Groupe Labeyrie Fine Foods	KPIs	21/22	22/23	23/24	Objectifs 25/26	Objectifs 30/31
	Approvisionnement responsable	86%	88%	89%	100%	Déploiement aux autres matières premières achetées par le Groupe
	Bien-être animal	97%	96%	96%	100%	
	Alimentation animale	77%	85%	79%	100%	
	% des volumes de matières premières stratégiques achetées issus de fournisseurs ayant signé la politique alimentation animale	90%	97%	96%	100%	

LA MAÎTRISE

	Clean label	65%	84%**	91%**	100%	ND	
	Eco-conception emballage	% d'emballages recyclables	78%	78%	82%	100%	100%
		% d'emballages issus de recyclé	58%	51%	52%	66%	80%
	Maîtriser l'impact environnemental de nos sites	L d'eau consommés par kg de produits finis fabriqués	13,65	14,56	14	12,5 (-10% vs 20/21)	11,2 (-10% vs 25/26)
		kwh consommés par kg de produits finis fabriqués (gaz + électricité)	1,54	1,78	1,76	1,31 (-10% vs 20/21)	1,24 (-10% vs 25/26)
		% de déchets valorisés	85%	85%	90%	95%	100%
		% de co-produits valorisés en alimentation humaine (en CA)	ND	44%	39%	50%	70%
		Destruction packaging K€	521	447	870	677 (-15% vs 20/21)	576 (-15% vs 25/26)
	Destruction alimentaire K€	2 558	2 953	1 789	1 147 (-15% vs 20/21)	975 (-15% vs 25/26)	
	Logistique et déplacements responsables	Empreinte carbone du fret (amont + aval + interne) en tCO2e	47 336	40 157	37 836	ND	40 568 (-30% vs 2019)
% de véhicules hybrides rechargeables ou électriques dans le renouvellement de la flotte		18%	21%	28%	25%	50%	

Pour chaque chantier prioritaire de notre stratégie RSE, nous avons défini en collaboration avec les métiers concernés les indicateurs de performance à suivre ainsi que nos objectifs à horizon 25/26 et 30/31.

Le suivi régulier de ces indicateurs est clé pour nous assurer que nous sommes alignés avec la feuille de route que nous nous sommes fixée et pour mettre en œuvre les plans d'action nécessaires.

LE RESPECT

Objectifs Groupe Labeyrie Fine Foods	KPIs	21/22	22/23	23/24	Objectifs 25/26	Objectifs 30/31
Ethique tout au long de la chaîne de valeur amont	% de nos volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs à risque faible ou maîtrisé sur l'éthique (base outil FNET)	95%	97%	96%	100%	Déploiement aux autres matières premières
	% de nos volumes de matières premières stratégiques issus de fournisseurs ayant signé le code de bonne conduite (ex RS Policy)	96%	96%	96%	100%	Déploiement aux autres fournisseurs
Le capital humain au cœur de notre réussite collective	Taux de fréquence 1	23,5	18,9	16,8	10	5
	Taux de gravité	1,6	1,9	1,4	1,5	1
	Taux d'absentéisme	8,1	8,2	8,3	6	5
	Turnover non souhaité (démission)	11,9	8,9	7,5	<8	<5
	Index zest / 10	7,7/10	7,8/10	7,8/10	8/10	8/10
	Taux de participation** Bloom at work	70%	72%	76%	75%	75%
	% de postes pourvus via l'interne (vs. recrutement externe)	51%	53%	88%***	50%	50%
	% de salariés ayant reçu au moins une formation dans l'année	49%	52%	70%	75%	90%
	% de femmes dans le top management	31%	34%	44%	50%	50%
	Index égalité homme femme (note / 100) (en France)	93	88	94	95	98
	% de travailleurs handicapés (en France)	5,4%	6,2%	7%	7%	8%
	% de travailleurs alternants (en France)	1,2%	1,4%	1,3%	2,5%	3%
Communication responsable	Mouvements sociaux	4	0	0	0	0
	Note moyenne /3 au programme FAIRE de l'UDM (Union des marques)	1,9	2,1	2,25	2,5	2,5
Engagement sociétal	Nb réclamations / million d'unités vendues (ppm)	8,6	10,4	10,9	7	6
	Montant des dons à la banque alimentaire (en K€)	1 113	872	961	ND	ND
	% de collaborateurs participants à l'arrondi sur salaire	4,5%	4,3%	2,6%	5%	5%

ND : donnée non disponible - * Additifs controversés : additifs comportant un risque pour la santé de nos consommateurs et listés par nos clients distributeurs (23/24 = élargissement à 100% des produits LFF) - ** Population Connectée
 *** Périmètre France uniquement. Le Groupe LFF a privilégié des évolutions internes vs recrutements externes sur 23/24.

NOS SUCCÈS

“ 2023-2024 : une année riche en initiatives et réalisations ”

Pilier 1 *Préserver*

LES ÉCOSYSTÈMES AVEC LESQUELS NOUS INTERAGISSONS

CHANTIER N°1

Approvisionnement responsable

· Afin de définir une vision commune sur une **filière Avocat Responsable** et pour améliorer l'impact environnemental et social de nos approvisionnements, nous avons co-créé un collectif engagé regroupant des experts techniques comme Earthworm et certains de nos distributeurs.



· Signature d'une **charte éthique** avec Lur Berri garantissant la juste rémunération de tous nos producteurs de canards Sud-Ouest et Ouest.

CHANTIER N°2

Le bien-être animal

· En partenariat avec CIWF France et le bureau Bankiva, nous avons co-fondé **le collectif CARE Salmon**, qui a pour mission d'identifier les enjeux de bien-être animal sur notre filière saumon et de travailler sur des plans de progrès sur les pratiques d'élevage et conditions d'abattage. D'autres part, nous continuons nos actions de sensibilisation de nos parties prenantes externes notamment avec des Newsletters et des Webinaires dédiés aux enjeux du Bien-être Animal du saumon avec l'intervention d'experts sur le sujet.



· **Publication scientifique sur le bien-être animal canard**, une première au sein de toute la filière.

· Participation de Labeyrie Fine Foods dans des **travaux de recherche sur la crevette** en partenariat avec Sainsbury's, le cabinet éthologue Bankiva et le CIWF.

CHANTIER N°3

L'alimentation animale

· **Labeyrie Fine Foods participe au projet Millennial Salmon**, coordonné par NOFIMA et financé par the Research Council of Norway. L'objectif est de réduire l'empreinte écologique de la filière saumon d'élevage notamment en expérimentant une alimentation à base d'ingrédients innovants, afin de réduire la pression sur les ressources marines.



· **Labeyrie Fine Foods devient signataire du Manifeste Soja** sous l'égide d'Earthworm. Cet engagement collectif vise à assurer des approvisionnements de soja sans lien avec des pratiques de déforestation ni de conversion des écosystèmes.



CHANTIER N°4

La réduction de l'impact environnemental de l'amont

· **En adhérant au mouvement 'Pour une Agriculture du Vivant'**, Labeyrie Fine Foods souhaite contribuer activement dans la mise en place de plans d'actions en faveur de l'agroécologie auprès de nos agriculteurs partenaires au sein des filières végétales françaises.



· Journées agronomiques autour du **programme Kalytera en Grèce** pour partager les enjeux de la filière olive, les actions lancées avec les agriculteurs et les premiers résultats visibles.

Pilier 2 *Maîtriser*

NOS SAVOIR-FAIRE ET PROCESS GRÂCE À DES PRATIQUES VERTUEUSES

CHANTIER N°5

Le clean Label

La poursuite de nos efforts pour supprimer ou limiter le nombre d'additifs controversés dans nos recettes nous permet d'affirmer que 91% des produits du Groupe ne contiennent aucun additif controversé. 2 illustrations majeures cette année :

- . Élimination progressive des nitrates dans nos Produits du Terroir
- . Retrait du carmin de cochenille (conservateur) sur tarama extra L'atelier Blini



CHANTIER N°6

L'éco-conception des emballages

Nous poursuivons notre engagement à réduire la quantité d'emballage, à développer la recyclabilité de nos packagings et l'utilisation de matière recyclés :

- . -30 tonnes de plastique grâce à la réduction de l'épaisseur des pots de tartinables l'atelier Blini & Blini
- . 14 tonnes de réduction de plastique de nos emballages de crevettes Lyons Seafood fabriquées au Royaume-Uni
- . -6 tonnes de plastique grâce à la suppression des couvercles sur les pots Père Olive



CHANTIER N°7

L'impact environnemental des sites

Engagés à réduire notre empreinte carbone, nous réalisons des audits énergie sur tous nos sites. **Quelques exemples d'économies :**

- . -3% de consommation électrique sur le site de St Geours grâce à la mise en place sur les centrales froides des hautes pressions flottantes
- . -50% de consommation de gaz naturel suite à l'optimisation de la pompe à chaleur de Fécamp
- . -5% d'eau froide consommée à Saint Geours grâce à un ajustement des débits de rinçage de ligne de production
- . -7% d'eau consommée à Troarn grâce à un suivi quotidien et correction des dérives



CHANTIER N°8

La logistique et les déplacements responsables

Amélioration du pilotage des flux de transport contribuant ainsi à réduire l'empreinte carbone du fret (amont+aval+interne) de **2321 tonnes de CO2e**



Pilier 3 *Respecter*

LES FEMMES ET LES HOMMES QUI PRODUISENT, TRANSFORMENT, VENDENT ET CONSOMMENT NOS PRODUITS

CHANTIER N°9

L'éthique

- Nouvelle **plateforme d'alerte** en place et fonctionnelle



CHANTIER N°11

La communication responsable

La marque l'atelier Blini a fortement **communiqué sur son engagement de reverser 1% des bénéfices issus de la vente de ses houmous et falafels à UN PACTE POSITIF** pour soutenir les agriculteurs de nos coopératives partenaires. Cette association a pour ambition de développer des filières françaises productives, durables et équitables en accompagnant les agriculteurs fournisseurs de Labeyrie Fine Foods, dans des pratiques de transition agroécologiques.



CHANTIER N°10

Le capital humain au cœur de notre réussite collective

- Définition d'une politique en faveur de la **Diversité et de l'Inclusion**
- **Santé & Sécurité** de nos sites : sensibilisation aux enjeux de sécurité, réduction du nombre d'accidents vers objectif « zéro accident » et tenue de conférences sur des thématiques de QVCT.



CHANTIER N°12

L'engagement sociétal

De nombreuses **initiatives solidaires** sont organisées pendant l'année : comme à Warminster avec une collecte de dons au profit de l'association MacMillan Cancer Support, à Saint-Aignan en participant à la course solidaire interentreprise organisée par Special Olympics France, au profit des personnes en situation de handicap mental ou encore à Fécamp en participant à la Course de la Rose.



Grand Combat *Climat*

S'ENGAGER DANS LA LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

. **Déploiement de la Fresque du Climat et autres ateliers de sensibilisation** : tout le comex, les comités de direction et plus de 300 collaborateurs jusque sur nos sites industriels ont participé à des ateliers de sensibilisation aux enjeux climatiques

. **Adhésion Open Climat**, une plateforme web qui référence en toute transparence les engagements climatiques des entreprises



NOS GRANDES INFLEXIONS POUR 2024-2025



Préserver

- Dynamique sourcing responsable sur les filières végétales
- Plan d'action bien-être Animal, dont le Comité Parties Prenantes en septembre 2024



Maîtriser

- Éco-conception : réduction poids plastique et recyclabilité des packagings
- Déploiement des plans d'actions usine suite audits énergétiques



Respecter

- Politique zéro accident
- Déploiement plans d'actions Diversité et Inclusion



Gouvernance

- Evolution du code de bonne conduite en politique achats responsables



Climat

- Plan de transition CLIMAT
- Plan d'adaptation & d'atténuation Biodiversité

Ce rapport RSE est une version synthétique de la version précédente, car nous travaillons parallèlement à un rapport de durabilité plus complet dans le cadre de la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), qui offrira une analyse plus approfondie de nos actions et de nos progrès.

Si vous avez des questions sur les actions ou sur les engagements RSE détaillés dans ce rapport, ou si vous souhaitez échanger sur ces sujets, vous pouvez contacter Manon DURBEC
manon.durbec@labeyrie-fine-foods.com



Retrouvez toutes les informations sur notre entreprise sur labeyrie-fine-foods.com

LABEYRIE FINE FOODS
39, route de Bayonne
40230 Saint-Geours-de-Maremne

Imprimé sur du papier recyclé par l'IMPRIMERIE SOLIDAIRE.

L'IMPRIMERIE SOLIDAIRE est une entreprise inclusive qui compte 80% de salariés en situation de handicap dans ses effectifs. L'entreprise s'engage également pour la protection des forêts en utilisant notamment des matières premières végétales.

LABEYRIE
FINE ♦ FOODS