

Édition 2020

# LES ENTREPRISES AGISSENT

**POUR DES PRODUITS APÉRITIFS  
À CROQUER RESPONSABLES**



SYNDICAT DES  
APÉRITIFS  
À CROQUER

Engagements sociétaux  
et environnementaux des entreprises

## SOMMAIRE



### TENDANCES

Les apéritifs à croquer en chiffres .....	4
L'apéritif, une tradition qui se réinvente .....	6



### QUALITÉ

Un défi majeur .....	9
Des recettes qui évoluent pour plus de plaisir et d'équilibre.....	10
Des aliments sous haute surveillance.....	11
Priorité aux matières premières d'origines françaises et européennes.....	12
Informez les consommateurs : une priorité partagée .....	14



### DÉVELOPPEMENT DURABLE

Des objectifs prioritaires .....	17
Donner une seconde vie aux déchets.....	18
À la recherche des meilleures économies d'énergie.....	21



### SOCIAL

Des engagements solidaires .....	24
Le cercle vertueux de l'engagement.....	25
Des entreprises engagées pour relever les défis sociaux.....	31



## NOS ENJEUX

**Les apéritifs à croquer accompagnent nos temps festifs.** Apéritif rime avec convivialité, liberté, plaisir partagé et légèreté. En France, ce temps prend la forme d'un refuge face à la morosité et à l'individualisme. Selon la Digest étude NellyRodi réalisée pour le Syndicat des Apéritifs à Croquer en 2017, plus de 8 personnes sur 10 en France conçoivent même l'apéritif comme un « acte de résistance positive ».

**L'apéritif évolue selon des tendances sociétales fortes.** Au sein des néotribus que constituent les réseaux familiaux et amicaux actuels, on invite et on est régulièrement invité à partager un apéritif dînatoire, toutes générations confondues. Assis ensemble autour de goûts variés, dans un savant cocktail d'apéritifs faits maison ou prêts à consommer, on goûte les saveurs sans contrainte, dans une liberté que les repas traditionnels n'offrent pas toujours. La préparation est source

de plaisir, autant que la dégustation, réunissant les générations dans ces moments de partage.

**Face à cet engouement, et aux nouvelles attentes des consommateurs -citoyens,** les entreprises du Syndicat des Apéritifs à Croquer se mobilisent depuis plusieurs années déjà pour proposer de bons produits sur les plans gustatif, nutritionnel et environnemental. Elles reviennent leurs manières de faire chaque fois que nécessaire et s'engagent aussi pour leurs salariés et dans la société. Entreprises du secteur alimentaire, elles sont pleinement conscientes de leurs responsabilités et se montrent très proactives par rapport aux évolutions réglementaires pour accompagner les consommateurs dans leurs nouvelles envies.

**Nous vous invitons à une balade gourmande** pour découvrir les actions mises en place au fil des pages de ce panorama d'engagements.

**Panorama des engagements sociétaux et environnementaux des entreprises dans la filière des apéritifs à croquer.** 9 Boulevard Malesherbes, 75008 Paris. **Directeur de la publication :** Nelly Bonnet, secrétaire générale du Syndicat des Apéritifs à Croquer, Mars 2020. **Conception et réalisation :** Agence Bergamote

**Crédits photos :** iStockphoto/bhofack2, iStockphoto/AnnaPustynnikova, iStockphoto/anilakkus, Photo by Appolinary Kalashnikova on Unsplash, iStockphoto/Rachaphak, iStockphoto/undefined, ©Intersnack, Happyfeed, ©Intersnack x2, iStockphoto/MaksimVasic, iStockphoto/chinaface, ©INRA/Oqali, ©Cornu SA, iStockphoto/Premyuda Yospim, Boheli, iStockphoto/lionvision, iStockphoto/Björn Forenius, iStockphoto/undefined, iStockphoto/alexsl, iStockphoto/SDI Productions, iStockphoto/SeventyFour, ©Top Employer, iStockphoto/Imgorthand, iStockphoto/martin-dm, iStockphoto/mixetto, iStockphoto/Quanthen, stock.adobe.com/FOOD-micro, illustrations Freepik, NoonProject.

# LES APÉRITIFS À CROQUER EN CHIFFRES

## UN MARCHÉ DYNAMIQUE ET INNOVANT

**28** entreprises

Près de **2 000** emplois directs

**250** variétés d'apéritifs à croquer

biscuits, crackers, bretzels, tuiles, tortillas, cacahuètes, pistaches, noix de cajou, amandes...



Le secteur économique des apéritifs à croquer est un marché très dynamique, avec une croissance en 2019 de 2,9 % pour un chiffre d'affaires de 1,7 milliard d'euros.

En 5 ans, le marché en volume a progressé de 12 % selon le Syndicat (source IRI).



## Les Français et l'apéritif

**2,52** kg par an et par habitant (en 2019)

**90 %** des consommations d'apéritifs à croquer se font essentiellement le week-end (en 2018)

**1 698** M€

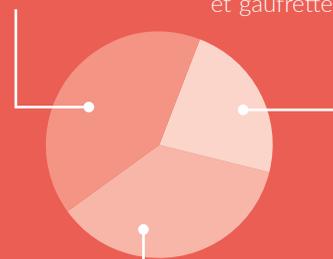
correspondant à 168 491 tonnes d'apéritifs à croquer vendus en France (pour 2019)

**330** M€

correspondant à 82 000 tonnes vendues à l'export (pour 2019)

## Vente en France en GMS en volume

**40,4 %** de graines salées  
**21,8 %** de biscuits et gaufrettes salées



**37,8 %** de tuiles et extrudés

Sources : IRI, HM, SM, Proxy, HD, e-commerce et douanes françaises

Source : IRI, HM, SM, Proxy, HD et e-commerce

## L'APÉRITIF EN FRANCE : UN ACTE DE PARTAGE ET DE RÉSISTANCE

DANS UN ENVIRONNEMENT OÙ TOUT VA TRÈS VITE, L'APÉRO S'IMPOSE COMME UN REFUGE RASSURANT, UNE BULLE DANS LAQUELLE CHACUN REVENDIQUE SON MOMENT DE LIBERTÉ.



**47 %**

**des Français** partagent le moment convivial de « l'apéro » au moins une fois par semaine, et 20 % au moins 2 fois par semaine (Source : IFOP)



Pour

**61 %**

**des Français** l'apéritif va de pair avec le plaisir de recevoir chez soi



**63,6 %**

**des Français** organisent de plus en plus souvent des apéritifs dînatoires



**79,4 %**

**déclarent aimer** cuisiner ou être créatifs quand ils organisent un apéritif



**81 %**

**des Français** conçoivent l'apéritif comme un acte positif de résistance



Pour

**81,9 %**

**des personnes interrogées** l'apéritif est synonyme de bonne humeur



**89,3 %**

**des Français** organisent régulièrement un apéritif



Pour

**92,9 %**

**des Français** l'apéritif est un moment de détente où l'on se permet davantage de liberté de ton et de comportement



Pour

**98 %**

**des Français** l'apéritif est un vrai moment de chaleur humaine

Source : étude réalisée pour le Syndicat des apéritifs à croquer avec l'agence NellyRodi.

# L'APÉRITIF, UNE TRADITION QUI SE RÉINVENTE

LES ADEPTES DES APÉRITIFS À CROQUER ONT DE NOUVELLES ATTENTES. PLAISIR ET GOÛT DOIVENT RIMER AVEC ÉQUILIBRE ET RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT. FACE À CES NOUVEAUX DÉFIS, LES ENTREPRISES DU SYNDICAT DES APÉRITIFS À CROQUER RÉINVENTENT LEURS PRODUITS AVEC DE NOUVELLES RECETTES ET DE NOUVEAUX PROCÉDÉS POUR DES TEXTURES ET DES GOÛTS INATTENDUS ET SURPRENANTS.



L'apéritif, qui fait partie de nos us et coutumes, est une véritable institution qui rassemble toutes les générations. Pas moins de 98 % des Français indiquent aimer leur « moment apéro ». Ils sont même 87,5 % des sondés à se sentir « concernés par l'apéritif » et plus des deux tiers de la population (67,6 %) à considérer la prise d'un apéritif comme un « besoin fondamental ». Ces chiffres révèlent l'importance d'une pratique à la fois profondément ancrée dans notre culture et en perpétuel renouvellement.

Dans un monde hyper connecté, l'apéritif est une pause salutaire et conviviale, un espace de liberté et d'échange autour de plaisirs salés ou sucrés. Les extrudés et les tortillas ont le vent en poupe avec une croissance respective de +3,6 % et 4,3 % en 2019\*. Les « mélanges de graines et fruits séchés » et autres graines salées sont aussi très plébiscités : +4,8 % et +25,1 %.\*

L'apéritif se fait de plus en plus healthy et créatif. Graines salées, produits soufflés, tuiles et tortillas se font la part belle sur nos tables récréatives.

Les produits contenant des fibres, à base de protéines végétales ou bien bio, sont plébiscités par les jeunes citadins ou les seniors soucieux de la qualité de leur alimentation, même pour les « instants plaisir » de l'apéritif. Pour répondre

à cette attente de nourriture saine sans compromettre le plaisir gustatif, la marque Off The Eaten Path (PepsiCo) propose des snacks originaux à base de légumineuses (pois, pois chiches, haricots noirs).

Vico (Intersnack) a mis au point des chips originales et légères à base de lentilles (avec 30 % de réduction de matière grasse en comparaison avec des chips classiques). L'aventure gustative est proposée par des saveurs déroutantes de Pringles Rice Fusion ou de la gamme des crêpes fourrées Gavottes de Loc Maria

“ L'APÉRITIF SE FAIT DE PLUS EN PLUS HEALTHY ET CRÉATIF. ”

\* Source : IRI

Biscuits. Plus classique, Boehli propose des bretzels et sticks bio, Cornu SA des bretzels à l'épeautre et des flûtes bio quand Mondelēz International a lancé en 2019 les Pita Cracks Belin composés à 100 % d'ingrédients naturels et en 2020 les P'tits Croquants et P'tits Sablés, des biscuits apéritif délicieusement bons, avec une liste courte d'ingrédients de qualité !

Les entreprises du Syndicat des Apéritifs à Croquer créent sans cesse de nouvelles recettes et de nouveaux procédés pour offrir des expériences gustatives renouvelées aux adeptes des apéritifs. L'apéritif se faisant souvent entrée, voire repas, les attentes sont en effet très fortes sur l'équilibre et le goût.

Nouvelles matières premières, nouveaux assemblages, nouvelles compositions, les apéritifs se réinventent pour continuer à donner rendez-vous aux Français dans leurs moments de pause et de convivialité. Jeux de saveurs et de textures, packagings étonnants, nouveaux gestes... L'apéritif est résolument un espace de liberté où s'expriment les nouvelles tendances.



**SYLVAIN ZAFFARONI**  
Cofondateur de Happyfeed  
du Top Employers Institute

## LES NOUVELLES TENDANCES DE L'APÉRITIF

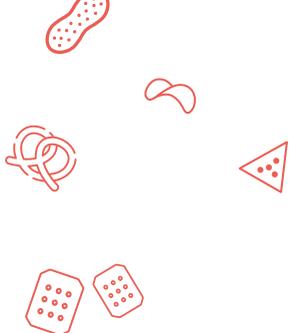
« Aujourd'hui, à l'heure des évolutions sociales et familiales, l'apéritif se recompose et devient dînatoire, c'est un moment de partage qui voit arriver sur la table des produits nouveaux et variés, mêlant le salé et le sucré. Les apéritifs se transforment en moments qui durent et remplacent progressivement le repas. Une autre tendance est que le moment apéritif n'hésite pas à se faire plus solitaire et nomade, en solo ou en couple. Le temps de l'apéritif entre amis avant le repas s'estompe, les grands-parents et les enfants s'y

invitent en même temps que les amis. Ces nouveaux usages de convivialité s'accompagnent de nouveaux produits, notamment des graines ou des recettes à base d'olive, très plébiscitées. Dans ces nouveaux apéros, chacun compose l'assiette qui lui plaît en fonction de ses envies. Houmous, pâte d'olives, graines, chips aux légumes, crudités, bretzel ou crackers cohabitent joyeusement sur les tables revisitées. Le rituel a aussi son importance, les toasts à tartiner font partie du plaisir. Les recettes sont revues pour améliorer les produits sous l'angle nutritionnel, mais les consommateurs restent très attachés au plaisir un peu transgressif de l'apéritif. C'est un vrai moment de liberté, avec des codes sans cesse réinventés. »

Sylvain Zaffaroni, cofondateur de Happyfeed en 2015 pour accompagner la transformation positive des entreprises agro-alimentaires françaises « pour nourrir demain ».



QUALITÉ



## UN DÉFI MAJEUR

**L**es consommateurs sont de plus en plus attentifs à la qualité des produits qu'ils consomment et les Français n'y font pas exception. Si l'exigence est croissante sur les qualités nutritionnelles des produits, elle ne recule pas pour autant sur les saveurs. Les entreprises du Syndicat des Apéritifs à Croquer se mobilisent efficacement pour améliorer sans cesse la qualité nutritionnelle de leurs produits. Elles ont ainsi réduit la teneur en sel de leurs produits de 4 à 10 % sur les 10 dernières années et celle d'acides gras saturés de 10 à 50 % selon les entreprises et selon les gammes de produits.

Résultat, selon le dernier rapport du Crédoc en date de 2013, l'huile de palme, quand elle est encore utilisée, est 100 % RSPO conformément à un engagement du Syndicat depuis 2018. D'autres huiles, de tournesol ou de colza, sont également introduites quand c'est possible (PepsiCo, Intersnack, General Mills, Boehli, Kellogg's/Pringles, Mondelēz International). Les efforts portent également sur l'absence de colorants artificiels (PepsiCo, Pringles, Intersnack, Mondelēz International), d'arômes artificiels (Cornu SA, Intersnack), de conservateurs ajoutés (Loc Maria Biscuits, PepsiCo, Intersnack) et d'exhausteurs de goût (Intersnack).

## DES RECETTES QUI ÉVOLUENT POUR PLUS DE PLAISIR ET D'ÉQUILIBRE

LES ENTREPRISES DU SECTEUR SE MOBILISENT POUR FAIRE BAISSER LES TENEURS EN GRAISSES (SATURÉES OU TRANS) ET EN SEL DE LEURS PRODUITS.

Chez **PepsiCo**, entre 2006 et 2017, la quantité d'acides gras saturés a diminué de 23 % pour les apéritifs à croquer, et les teneurs en sel de 19 %. Les tuiles **Sunbreaks** contiennent au moins 40 % de sel en moins que la moyenne des chips et biscuits pour apéritifs du marché. Elles sont élaborées sur la base d'un mélange de céréales complètes – maïs, blé et avoine. De nouvelles formulations de produits sont proposées avec des teneurs en sel de - 46 % voire - 62 % (**SunBreaks**) par rapport à la teneur moyenne du marché. Des gammes de noix nobles (amandes, cajou, pistaches) et de cacahuètes sont proposées sans sel ajouté. C'est également le cas pour **Vico** avec sa gamme de graines **Natur'&Bon**. En 2020, **Pringles (Kellogg's)** réduit la teneur en sel de ses 4 principales variantes de 10 % en moyenne.

Pour les nouveaux développements et les reformulations, **Loc Maria Biscuits** s'attache à ne pas dépasser 1,75 g de sel/ 100 g (hors produits de charcuterie). Dans certains produits, aucun sel n'est ajouté car des ingrédients salés,

fromage ou charcuterie y sont intégrés. **Vico (Intersnack)** a réduit de 39 % le sel dans les **Monster Munch** en 5 ans.

### SUBSTITUTION DE L'HUILE DE PALME

De son côté, depuis 2015, **Generals Mills** a renouvelé sa recette de tortilla **Old El Paso** en remplaçant l'huile de palme par de l'huile de tournesol. Les tortillas de blé complet offrent désormais 40 % de moins de matières grasses saturées. Quant aux tortillas de blé et aux tortillas de maïs, elles sont proposées désormais avec 58 % de moins de matières grasses saturées, et 5 % de sodium en moins.

Depuis 2018, **Mondelēz International** propose de nouvelles recettes à base d'huile de tournesol, et avec moins de sel, avec la préoccupation de faire progresser le profil nutritionnel des recettes. Par exemple, dans les **Tuc**, la teneur en graisses saturées a baissé de 70 % et celle en sel de 15 % à 25 % selon les recettes.

Chez **Vico**, à fin 2020, 100 % du portefeuille sera sans huile de palme (déjà 98 % à ce jour).

**PepsiCo** France a fait le choix de supprimer l'huile de palme dans les fritures ou dans les cuissons.

“ LES TORTILLAS DE BLÉ COMPLET OFFRENT DÉSORMAIS 40 % DE MOINS DE MATIÈRES GRASSES SATURÉES. ”

## DES ALIMENTS SOUS HAUTE SURVEILLANCE

### LA CHASSE AUX ADDITIFS ET CONTAMINANTS

Depuis 2018, **Loc Maria Biscuits** a établi une charte « Ensemble savourons demain » : « *Tous nos plans d'innovation et de rénovation tiennent compte de cette charte. Nous supprimons de nos recettes les ingrédients controversés* » précise Christelle Bernard, responsable R & D agroalimentaire **Loc Maria Biscuits**. « *Par exemple, pour la marque Gavottes, pour la nouvelle gamme de produits salés, nous n'utilisons ni arôme, ni additif, ni poudre à lever. De plus, nous avons banni la maltodextrine (composé issu du maïs, du riz, de pomme de terre ou du blé, utilisé comme agent de texture), et sur les autres gammes de produits existantes, nous explorons des pistes pour les supprimer.* »

Depuis plusieurs années, **Vico (Intersnack)** a engagé un travail sur le profil nutritionnel des produits et reformule tout son portefeuille en supprimant colorants, conservateurs, arômes artificiels et exhausteurs de goût (glutamate de sodium). À fin 2020, 100 % de ses produits seront sans colorant, sans conservateur, sans exhausteur de goût et sans arôme artificiel. **Pringles** n'utilise pas de colorants artificiels.

En avril 2018, **PepsiCo France** a répondu



à une attente des consommateurs en bannissant les acides gras trans des produits et en offrant une sélection de tuiles (**Sunbreaks**) à base de 3 céréales complètes, sans additif artificiel (y compris les conservateurs). Pour lutter

contre la formation d'acrylamide dans les process de fabrication, et avant même la mise en place de la réglementation, le Groupe a mis en œuvre des moyens pour éviter sa formation lors de la fabrication de ses produits.

# PRIORITÉ AUX MATIÈRES PREMIÈRES D'ORIGINES FRANÇAISES ET EUROPÉENNES

TOUTES LES ENTREPRISES DU SYNDICAT DES APÉRITIFS À CROQUER S'APPROVISIONNENT ESSENTIELLEMENT EN MATIÈRES PREMIÈRES FRANÇAISES ET EUROPÉENNES DÈS QUE LA RECETTE LE PERMET (HORS CACAHUËTES, FRUITS ET GRAINES EXOTIQUES).



**L**oc **Maria Biscuits** utilise des farines, du beurre et d'autres ingrédients d'origine française voire bretonne. C'est un axe fort de son engagement auprès des consommateurs. **Intersnack France** travaille avec des agriculteurs français la production de maïs qui sera transformé en féculé (**Curly**). Pour ses produits Old El Paso (fabriqués en Espagne), **General Mills** s'approvi-

sionne localement en tomates, oignons et poivrons. Le fabricant de bretzels **Boehli** privilégie un maximum la farine française pour l'ensemble de ses produits en s'approvisionnant auprès de meuniers locaux, et quand c'est possible, d'autres matières premières d'origine française. « Pour tout ce qui est huile, on travaille avec un fournisseur belge qui nous donne une qualité d'huile de tournesol exceptionnelle. Le fait de changer l'huile de palme pour

“  
LE FABRICANT DE BRETZELS BOEHLI PRIVILÉGE UN MAXIMUM LA FARINE FRANÇAISE POUR L'ENSEMBLE DE SES PRODUITS.”

*l'huile de tournesol fin 2013 a été un réel engagement.* »

Chez **Cornu SA**, les matières premières sont issues de cultures locales (Suisse, Europe) non OGM.

Et chez **Mondelēz International**, les matières premières locales s'inscrivent dans le programme Harmony qui promeut une culture durable du blé, par exemple pour fabriquer ses crackers Belin dans son usine de La Haye-Fouassière (44). Initié il y a 10 ans, le programme Harmony compte 1 500 agriculteurs français partenaires des neuf usines biscuits de Mondelēz International en France et commence à se développer en Europe. Il prévoit une charte de bonnes pratiques agricoles afin de préserver la biodiversité locale. Par exemple, chaque champ agricole partenaire doit être constitué de 3 % de bordures fleuries afin de préserver la pollinisation – ce qui représente plus de 900 hectares soit 6 % de la surface mellifère en France. Aujourd'hui, 98 % des biscuits de l'entreprise vendus en France sont fabriqués avec de la farine "Harmony".



## FOCUS : MONDELÉZ INTERNATIONAL PROMEUT LA CULTURE DURABLE DU BLÉ

« Harmony est le programme de Mondelēz International pour une culture plus durable du blé. Il s'agit d'un partenariat avec 1 500 agriculteurs locaux situés au plus près de nos usines de biscuits. Les agriculteurs partenaires reçoivent une prime pour mettre en œuvre les exigences d'une charte de bonnes pratiques agricoles. Des audits externes sont réalisés tous les ans chez nos partenaires pour contrôler le respect de la charte. Le programme Harmony a notamment pour objectif de préserver les sols, la biodiversité, la qualité de l'eau et de réduire les émissions carbone ainsi que l'utilisation de pesticides. » **Stéphanie Roguet** - Harmony Program Manager Europe



**GHISLAINE NARAYANANE**  
Responsable de l'Oqali à l'INRA

L'observatoire de l'alimentation (Oqali), qui mesure l'évolution de la qualité nutritionnelle des produits transformés, a réalisé une grande étude sur les apéritifs à croquer en 2013. Ghislaine Narayanane, responsable de l'Oqali à l'INRA, apporte son éclairage sur le secteur.

### Quels étaient les principaux enseignements de la dernière étude sectorielle 2009-2013 réalisée par Oqali à l'échelle du secteur des apéritifs à croquer ?

On a observé une amélioration du niveau de détail de l'étiquetage,

avec une augmentation significative de la fréquence de présence de repères nutritionnels (46 % contre 68 %), de portions indiquées (57 % contre 75 %) et de valeurs nutritionnelles par portion (42 % contre 72 %) entre 2009 et 2013. En termes de composition nutritionnelle, on a noté des améliorations nutritionnelles pour certaines familles de produits.

### Quels sont les principaux progrès et améliorations réalisés ces dernières années au niveau de la reformulation des apéritifs à croquer ?

Un effort de reformulation dans le sens des recommandations nutritionnelles a été réalisé en ce qui concerne les matières grasses, les acides gras saturés et le sodium. Par exemple, au sein de la famille des feuilletés, la teneur moyenne en sodium est passée de 0,97 à 0,92 g/100 g (-5 %) et pour les tortillas,

les teneurs moyennes en matières grasses sont passées de 24,3 à 23,1 g/100 g (- 5 %) et celles en acides gras saturés de 9,7 à 6,3 g/100 g (- 35 %) entre 2009 et 2013. Plus largement, on note une nette diminution de l'utilisation d'huile de palme au profit d'huiles comme celles de tournesol ou de colza.

### Quelles sont les améliorations possibles ?

L'effort de reformulation reste encore centré sur quelques familles de produits. Et si on note un effort sur le renouvellement de l'offre dans le sens des recommandations nutritionnelles (6 familles sur 19 pour les matières grasses, les acides gras saturés et/ou le sodium), pour avoir des effets sensibles au niveau des apports nutritionnels, ils devraient aussi être appliqués de façon plus généralisée, à l'échelle des familles entières de produits.

## INFORMER LES CONSOMMATEURS : UNE PRIORITÉ PARTAGÉE

LES MEMBRES DU SYNDICAT DES APÉRITIFS À CROQUER COMMUNIQUENT SUR L'INSTANT PLAISIR QUE PROCURENT LEURS PRODUITS DANS UN CADRE CONVIVAL, CE QUI NE LES EMPÊCHE PAS DE RESTER TRÈS VIGILANTS SUR LA QUALITÉ DE L'AFFICHAGE DES VALEURS NUTRITIONNELLES DE LEURS PRODUITS.

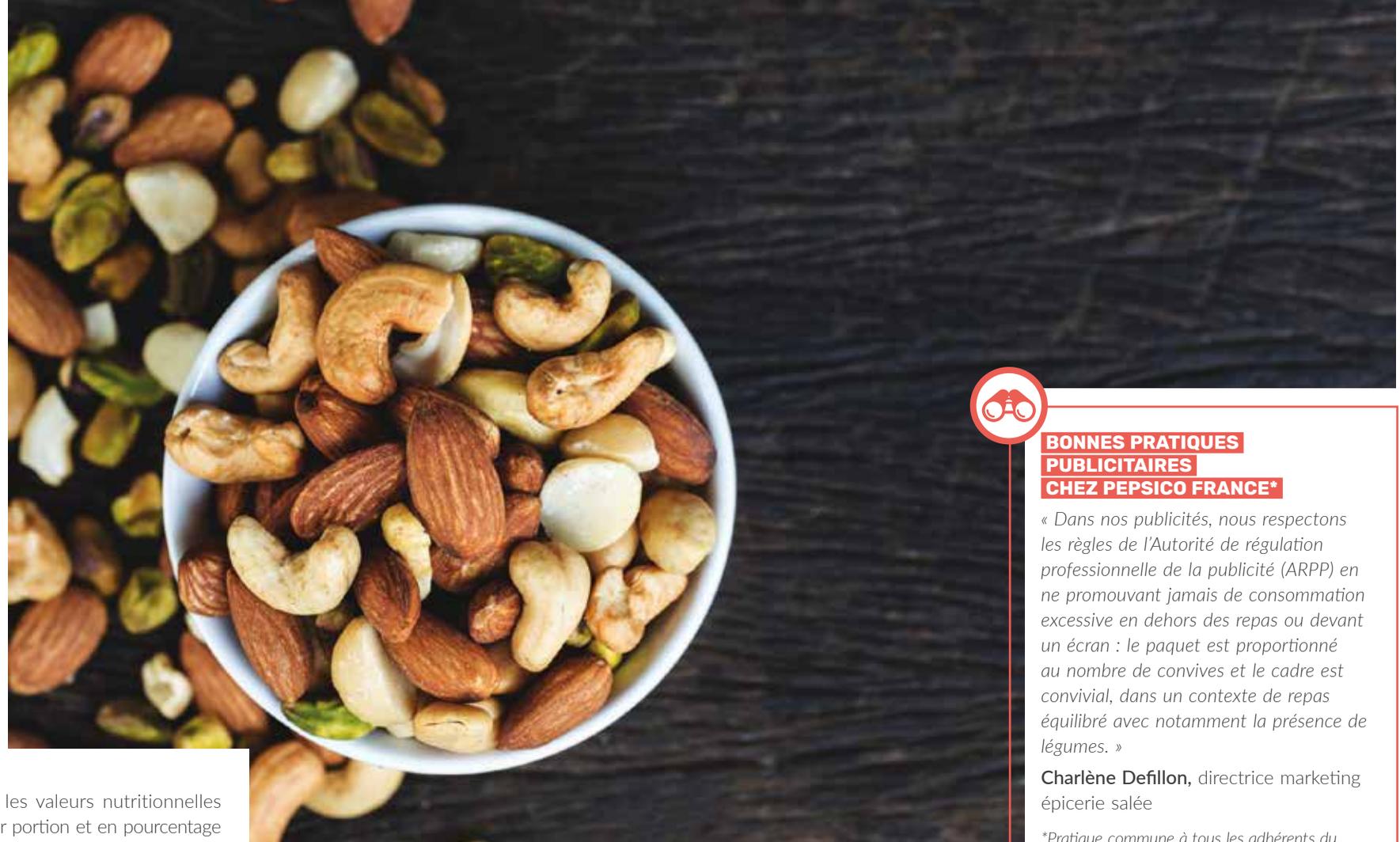


**U**nited Biscuits (Pladis) incite à une consommation modérée de ses produits en proposant des paquets de portion individuelle et invite le consommateur à les consommer dans le cadre d'une alimentation et d'un mode de vie équilibrés et sains. Dès 2009, Mondelēz International avec sa marque Belin lançait la Belin Box, une boîte refermable permettant de conserver le goût et le croustillant du produit pendant 10 jours environ après ouverture. Cette boîte est déclinée sous plusieurs produits (Monaco et Best Of) pour que les consommateurs puissent profiter de leurs gâteaux apéro plus longtemps. **PepsiCo** indique, en plus des valeurs nutritionnelles comme c'est le cas pour Vico

“ **UNITED BISCUITS (PLADIS) INCITE À CONSOMMER[...] DANS LE CADRE D'UNE ALIMENTATION ET D'UN MODE DE VIE ÉQUILIBRÉS ET SAINS.** ”

pour 100 g, les valeurs nutritionnelles moyennes par portion et en pourcentage des apports de référence pour un adulte sur les emballages de ses chips et apéritifs à croquer, et présente de nouveau sur la face avant des emballages les valeurs nutritionnelles de chaque nutriment par portion en pourcentage des apports de référence (AR).

« La nature a bon goût » reste la signature de **Vico (Intersnack)**. Le « goût de bien faire » en est une déclinaison utilisée par la marque pour mettre en avant la reformulation de ses produits : sans colorant, sans conservateur, sans huile de palme, sans exhausteur de goût, dans une nouvelle campagne de communication. L'usine **Cornu SA** de Fontain (Doubs) propose des visites guidées de sa ligne de production pour faire découvrir ses savoir-faire et la qualité de ses produits.



### BONNES PRATIQUES PUBLICITAIRES CHEZ PEPSICO FRANCE\*

« Dans nos publicités, nous respectons les règles de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) en ne promouvant jamais de consommation excessive en dehors des repas ou devant un écran : le paquet est proportionné au nombre de convives et le cadre est convivial, dans un contexte de repas équilibré avec notamment la présence de légumes. »

**Charlène Defillon**, directrice marketing épicerie salée

\*Pratique commune à tous les adhérents du Syndicat.



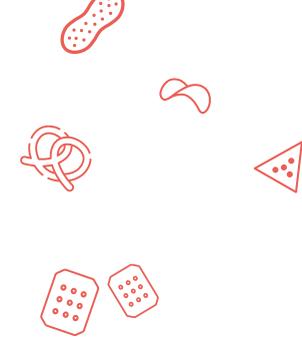
### BOEHLI OUVRE LES PORTES DE SON USINE AU GRAND PUBLIC

« Dans cette démarche de transparence vis-à-vis de nos produits, nous avons ouvert un espace de visite en 2017 qui permet aux consommateurs de découvrir l'intérieur de notre usine à travers des baies vitrées et d'observer tout le processus de fabrication de nos produits. Le parcours est libre et peut être guidé pour les groupes.

En 2019, nous avons accueilli plus de 20 000 visiteurs, avec des retours extrêmement positifs. Nous en profitons pour leur faire goûter une nouvelle recette et recueillons leurs avis. »

**Anita Schaeffer**, directrice commerciale Boehli.





# DÉVELOPPEMENT DURABLE

# 2

## DES OBJECTIFS PRIORITAIRES

**L**es membres du Syndicat des Apéritifs à Croquer, pleinement conscients de l'importance fondamentale de préserver l'environnement et de favoriser le développement durable, sont engagés dans des programmes ambitieux visant à réduire leur empreinte environnementale. Du recyclage des déchets issus de la production aux emballages écoconçus, ils s'engagent à toutes les étapes de leurs processus de production pour la planète.

Dès le *sourcing*, ils se mobilisent pour améliorer l'origine des matières premières. De nombreuses entreprises privilégient les approvisionnements au plus près des lieux de production et le recyclage des emballages selon Citeo a permis d'éviter l'émission de plus de 9 500 tonnes de CO<sub>2</sub>. 100 % des entreprises du Syndicat des Apéritifs à Croquer utilisent de l'huile de palme durable, pour celles qui en utilisent encore.

Les entreprises du Syndicat agissent aussi bien en amont de la fabrication, dès le *sourcing* des matières premières, qu'en aval sur le recyclage. Mais les défis restent nombreux.

# DONNER UNE SECONDE VIE AUX DÉCHETS

VALORISER LES DÉCHETS ISSUS DE LA PRODUCTION EST UNE PRÉOCCUPATION CLÉ POUR LES ENTREPRISES. CES DÉCHETS SONT EN GÉNÉRAL VALORISÉS EN EXTERNE PAR DES ENTREPRISES PARTENAIRES SPÉCIALISÉES OU RETRAITÉS PUIS UTILISÉS EN INTERNE COMME COMBUSTIBLES.



**P**our tous ses déchets organiques, **Boehli** a passé un partenariat avec une société spécialisée dans l'alimentation animale. Au niveau des autres déchets, notamment les plastiques des boîtes à bretzels, ils sont tous collectés dans des bennes spécifiques pour être revalorisés par des entreprises partenaires. Il en est de même pour tous les cartons et papiers. Depuis 2008, **General Mills** a réduit sa production de déchets solides de 15 % dans son usine de San Adrian (Navarre) qui produit la gamme Old El Paso. Chez **Intersnack**, les déchets alimentaires

(épluchures, miettes, etc.) sont à 100 % valorisés en aliments pour les animaux ou brûlés pour être valorisés en énergie, tandis que les épluchures de pommes de terre de chez **PepsiCo** sont transformées en biogaz ou en aliments pour animaux. De son côté, **Cornu SA** recycle les déchets papier et carton de la production et de l'administration et limite au maximum ces pertes de matières premières grâce à des systèmes performants au niveau des processus de fabrication de ses biscuits. Tous les déchets **Loc Maria Biscuits**, carton, plastique, bois, coproduits alimentaires, etc., sont valorisés par différentes sociétés spécialisées dans la revalorisation.

## RÉDUIRE ET RECYCLER LES EMBALLAGES

La réduction des emballages des produits finis est un enjeu majeur pour les entreprises du Syndicat des Apéritifs à Croquer. Elles en réduisent l'épaisseur, la hauteur ; elles recherchent des matières recyclables et issues de filières respectueuses de

l'environnement, par exemple du carton fabriqué à partir de bois issus de forêts exploitées durablement (labels PEFC, FSC), enfin des programmes de recherche et développement (R & D) sont engagés avec Citeo pour optimiser le recyclage de plastiques spécifiques.

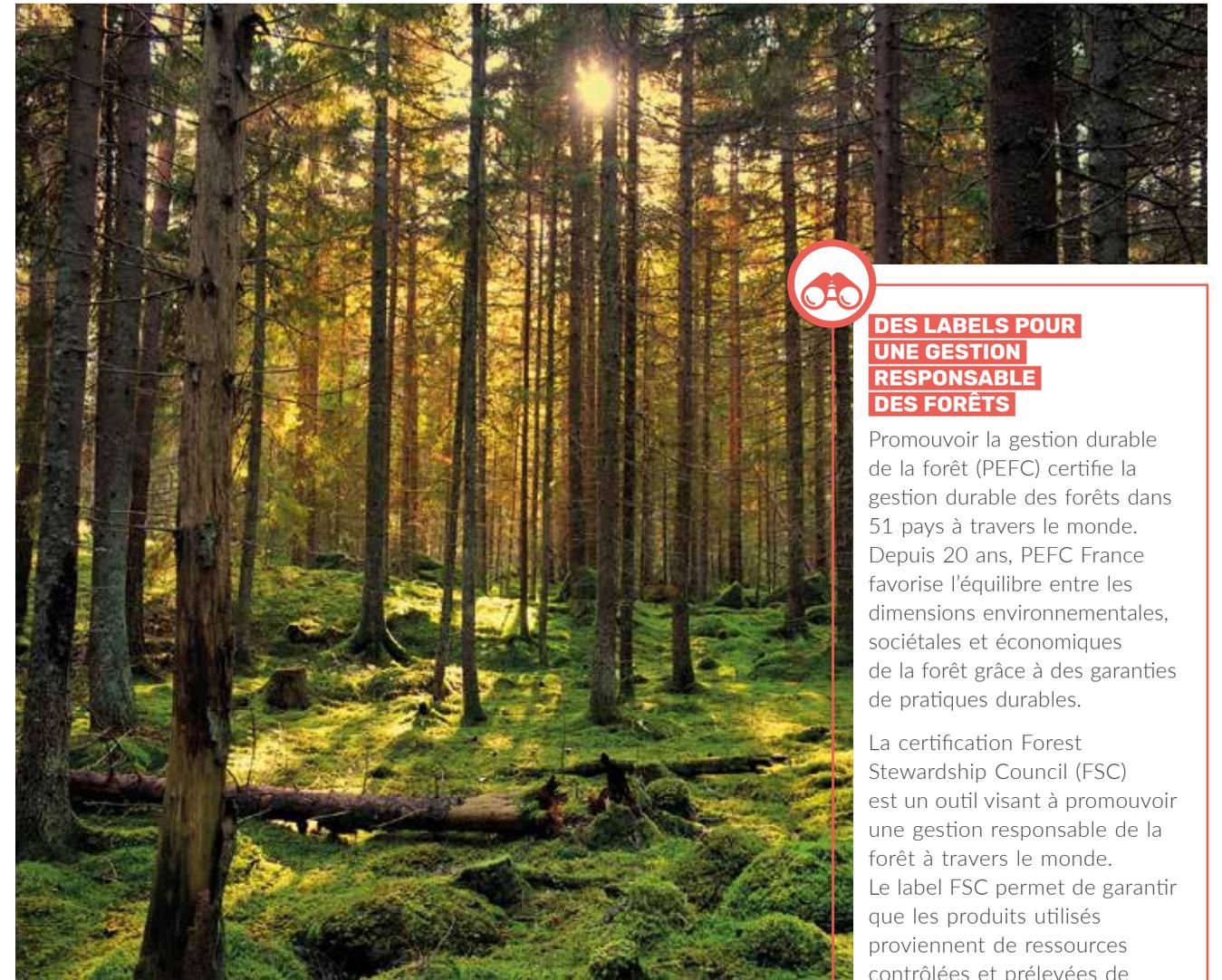
**Mondelēz International** s'est engagé à n'utiliser que des emballages recyclables d'ici 2025. En outre :

- D'ici fin 2020, tous les emballages à base de papier seront fabriqués de manière durable et 65 millions de kg de matériaux d'emballages seront éliminés dans le monde.

- D'ici 2025, **Mondelēz International** diffusera également des campagnes de sensibilisation sur le recyclage à travers ses différents marchés mondiaux. La stratégie durable de **Mondelēz International** vise à concrétiser sa vision à long terme d'emballages zéro déchet en répondant à deux objectifs : faciliter le recyclage des emballages

par les consommateurs et soutenir les coalitions industrielles pour améliorer les taux de recyclage.

“  
**DES PROGRAMMES DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT (R & D) SONT ENGAGÉS AVEC CITEO POUR OPTIMISER LE RECYCLAGE DE PLASTIQUES SPÉCIFIQUES.**”



## DES LABELS POUR UNE GESTION RESPONSABLE DES FORÊTS

Promouvoir la gestion durable de la forêt (PEFC) certifie la gestion durable des forêts dans 51 pays à travers le monde. Depuis 20 ans, PEFC France favorise l'équilibre entre les dimensions environnementales, sociétales et économiques de la forêt grâce à des garanties de pratiques durables.

La certification Forest Stewardship Council (FSC) est un outil visant à promouvoir une gestion responsable de la forêt à travers le monde. Le label FSC permet de garantir que les produits utilisés proviennent de ressources contrôlées et prélevées de manière responsable.

**Kellogg's/Pringles** suit l'engagement global du Groupe sur la fin de vie des emballages qui devront tous être soit recyclables, soit compostables, soit réutilisables d'ici 2025.

En 2017 chez **PepsiCo**, la part des emballages recyclables, compostables ou biodégradables était de 85 %. Concernant certains emballages comme les sachets de ses produits **Benenuts**, **PepsiCo** mise dans un premier temps sur une meilleure collecte de ces sachets qui seront intégrés progressivement dans les consignes de tri : au niveau national d'ici 2022 mais c'est déjà le cas à Paris. L'objectif est d'augmenter le taux de collecte dans un premier temps pour éviter que ces emballages ne deviennent des déchets sauvages, mais aussi pour massifier un gisement qui permettra à l'entreprise

d'étudier et de tester les différentes solutions de recyclage qui s'offrent à elle.

**Boehli** a des préoccupations similaires et se mobilise pour revoir ses emballages avec Citeo afin que d'ici 2022 tous les emballages en plastique passent dans une filière de recyclage. « *Nous nous inscrivons dans cette démarche en proposant déjà des plastiques qui vont pouvoir être recyclés. Citeo a développé des filières de recyclage seulement sur certains plastiques, du coup, nous étudions des solutions pour n'utiliser que des plastiques qui pourront être recyclés à 100 % par le consommateur.* » Anita Schaeffer, directrice commerciale **Boehli**.

Du côté de **Loc Maria Biscuits**, depuis l'été 2019, le Groupe a opté pour des étuis en carton fabriqués à partir de bois issus de forêts durables (labels PEFC, FSC) pour toute la gamme.

100 % des cartons utilisés par **Intersnack** sont fabriqués à partir de bois issus de forêts labellisées FSC. En attendant de trouver des emballages 100 % recyclables, le nombre des emballages secondaires (ceux qui regroupent les différents produits) et primaires (l'emballage au contact du produit) a été réduit, avec un engagement de -10 % d'emballages sur le marché d'ici 2022.

**General Mills** s'est fixé les objectifs de 100 % d'emballages en carton et papier durables d'ici 2020 et 100 % d'emballages recyclables d'ici 2025.



## À LA RECHERCHE DES MEILLEURES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

**LES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE SONT UN OBJECTIF PRIORITAIRE DES ADHÉRENTS DU SYNDICAT DES APÉRITIFS À CROQUER. RÉUTILISATION, BAISSÉ DES PERTES D'ÉNERGIE ET ÉNERGIES VERTES ONT LE VENT EN POUPE. ÉNERGIE ÉOLIENNE, PANNEAUX SOLAIRES, LED, TOITS VÉGÉTALISÉS, ÉCOTRANSPORT DES SALARIÉS... TOUR D'HORIZON DES ACTIONS ENTREPRISES.**

**C**ornu SA a investi dans des LEDs pour l'éclairage de ses usines et a créé des toits végétalisés sur ses sites. La chaleur émise par les fours de fabrication des produits est récupérée pour le chauffage des bâtiments et de l'eau. Depuis 2008, l'usine de **General Mills** qui produit la gamme **Old El Paso** a réduit sa consommation d'énergie de près de 10 %. Dans cette usine, 100 % de l'électricité utilisée provient de sources renouvelables : énergies

éolienne, hydraulique et solaire grâce aux 4480 panneaux solaires qui ont été installés sur son toit depuis 2012. **Kellogg's/Pringles** a pris des engagements en matière d'énergie et d'électricité. En 2017, l'entreprise s'est engagée à soutenir l'initiative RE100 visant à acheter 100 % d'électricité renouvelable d'ici 2050. En quelques mois, elle a déjà réussi à accroître de 20 % ses achats en électricité renouvelable en Europe et aux États-Unis.

En Europe, **PepsiCo** travaille à la certification ISO 14001 de tous ses sites, afin d'attester qu'ils suivent de près leurs impacts sur l'environnement. Concrètement, le siège de PepsiCo France à Colombes s'approvisionne à 100 % en énergie verte. Sachant que ses émissions de gaz à effet de serre (GES) en France proviennent en majeure partie des déplacements des services commerciaux, **PepsiCo France** forme tous les commerciaux à l'écoconduite et les transports en train sont privilégiés à ceux en avion.

“ **DEPUIS 2008, L'USINE DE GENERAL MILLS QUI PRODUIT LA GAMME OLD EL PASO A RÉDUIT SA CONSOMMATION D'ÉNERGIE DE PRÈS DE 10 %.** ”

Chez **Boehli**, la chaleur émise par les fours est récupérée pour chauffer presque en intégralité la zone de stockage. Les éclairages classiques ont été remplacés par des LEDs et des détecteurs de présence ont été installés pour éteindre automatiquement la lumière lorsque les bureaux sont vides en vue de limiter la consommation d'électricité. Cette maîtrise de la consommation d'électricité se justifie par le fait qu'elle est fournie par un contrat « énergie verte », donc sensiblement plus onéreuse. »



Dans le groupe **Loc Maria Biscuits**, l'achat de l'électricité est soumis à une exigence de 50 % d'électricité d'origine renouvelable depuis 2019 et de 100 % à partir de 2021. Le site de Lanvallay (22) est intégré dans ces critères et la centrale solaire de Lanvallay produit l'équivalent de la consommation totale du siège sur une année.

Les 2 usines de **Vico (Intersnack)** sont certifiées ISO 50001. Dans son usine de Vic-sur-Aisne, des systèmes de récupération de l'énergie ont été mis en place pour produire de l'eau chaude grâce à la chaleur dégagée par les vapeurs de cuisson des friteuses. L'énergie produite

par les compresseurs est également récupérée afin de chauffer leur propre local. **Intersnack** (Vic-sur-Aisne et Charvieu-Chavagneux), passent en éclairage LED, un moyen supplémentaire de réduire l'impact énergétique. Bilan : une baisse de 25 % d'émission de CO<sub>2</sub> (à la tonne produite) en 10 ans.

**L'AUTOCONSOMMATION D'ÉNERGIE SOLAIRE APPORTERA ÉGALEMENT UNE DIMINUTION DES COÛTS DE CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ. ♪**

**Mondelēz International** fait le choix de l'autoconsommation d'énergie en s'associant avec l'entreprise ValEnergies pour équiper ses usines de La Haye-Fouassière, Granville et Besançon avec des installations photovoltaïques EllyBox. Composé de panneaux solaires et d'une armoire pilotant le flux

électrique généré, le système EllyBox permet également de suivre en temps réel la production et la consommation d'électricité solaire. Ainsi les usines de Mondelēz International vont pouvoir réduire leur empreinte carbone en offrant la possibilité de produire et consommer localement leur propre électricité, limitant ainsi au maximum le transport et donc la perte d'énergie. L'autoconsommation d'énergie solaire apportera également une diminution des coûts de consommation d'électricité.

#### LE SITE PILOTE DE LOC MARIA BISCUITS À PONT-AVEN (FINISTÈRE)

Le périmètre du site qui comprend une unité de production est certifié ISO 50001. Cette certification traduit l'engagement du site de Pont-Aven dans la gestion énergétique de ses procédés de fabrication. Un système

de management de l'énergie, déployé depuis 2018, permet des réductions de consommations de gaz et d'électricité avec la participation de l'ensemble des collaborateurs. La certification a permis de remplacer les équipements par des solutions plus économes, de sensibiliser et de former les collaborateurs aux économies d'énergie, de déployer des pratiques d'analyses plus innovantes (avec la mise en place de compteurs), de garantir une amélioration continue sur la performance énergétique. L'objectif de réduction de consommation est respectivement de -1,5 % pour l'électricité et de -2 % pour le gaz. Le siège social de Lanvallay est quant à lui récemment certifié ISO 14001, reconnaissant ainsi le système de management de l'environnement du site.

#### PROTÉGER LES RESSOURCES EN EAU DE LA PLANÈTE

Consommer le moins d'eau possible et la retraiter avant de la rejeter dans la nature, et ce, à toutes les étapes. Les

entreprises du Syndicat des Apéritifs à Croquer cherchent à maîtriser la consommation et le maintien de la qualité de l'eau, de la production des matières premières par les partenaires en amont à celle de leurs produits finis. Pour cela, ils incitent leurs partenaires agriculteurs à des pratiques raisonnées qui limitent l'utilisation des produits phytosanitaires et la présence de résidus dans les eaux infiltrées dans les sols. Par exemple, les agriculteurs partenaires des usines **Vico (Intersnack)** et **General Mills** sont membres du GLOBALG.A.P. (Good Agricultural Practices). Autre levier, une moindre consommation de l'eau et son recyclage dans les unités de production. Au niveau des sites de production, depuis 2008, l'usine de San Adrian (Navarre) General Mills, qui produit la gamme **Old El Paso**, a réduit sa consommation d'eau de 33 %. Les usines **Intersnack** sont dotées d'une station d'épuration qui permet de gérer l'eau en circuit fermé.

#### AGIR POUR LA BIODIVERSITÉ

Le groupe **General Mills** s'engage dans le maintien de la biodiversité en soutenant, financièrement par l'intermédiaire de sa fondation, les activités de l'Observatoire français d'apiculture (OFA) depuis 2015. L'OFA est une association qui s'est donné pour mission d'agir en faveur du repeuplement et de la sauvegarde des abeilles et pour objectifs d'ici 2025 de former 30 000 nouveaux apiculteurs, de créer 10 millions de nouvelles colonies d'abeilles en Europe et de planter chaque année 1 milliard de fleurs. Avec le programme Harmony de **Mondelēz International**, la biodiversité et notamment l'action des pollinisateurs est clé dans l'agriculture : 70 % des fruits et légumes que nous mangeons dépendent directement des insectes pollinisateurs. Les agriculteurs Harmony protègent et améliorent cette biodiversité en allouant 3 % de leurs champs de blé à des fleurs mellifères ou des haies permettant aux insectes pollinisateurs de se nourrir tout au long de l'année.



**VALENTIN FOURNEL**  
Directeur R&D  
et écoconception de Citeo

#### Quelles sont les grandes problématiques liées aux emballages aujourd'hui ?

Les deux grands axes sont la réduction des emballages et la recyclabilité. Les entreprises peuvent aller vers du mono matériau (carton, verre, aluminium, acier ou plastique), privilégier

les matériaux recyclables et en particulier certaines résines plastiques. Ces résines font l'objet de recherches et les filières de tri restent à mettre en place pour ces nouveaux matériaux.

#### Quelles sont les problématiques spécifiques aux apéritifs à croquer ?

La difficulté est qu'il y a beaucoup d'emballages souples, qui ne sont pas tous recyclables. Ce n'est pas simple parce qu'il faut des matériaux barrières à l'oxygène et à l'humidité, ce que n'apportent pas forcément aujourd'hui les emballages recyclables mono matière. Pour assurer à la fois la sécurité alimentaire et la

préservation du goût, il est souvent nécessaire de combiner les matériaux.

#### Quelles sont les initiatives innovantes et les perspectives d'avenir ?

Avec les adhérents du Syndicat des apéritifs à croquer notamment, nous travaillons à la fois à l'élargissement des filières de tri, sur le recyclage de matériaux hybrides grâce aux nouvelles technologies et sur des plastiques innovants. Il est possible de créer des molécules polymères pour fabriquer du plastique en partant de canne à sucre, de sucre de betterave ou d'amidon de maïs.



SOCIAL

3



## LE CERCLE VERTUEUX DE L'ENGAGEMENT

**E**n France, près de deux tiers des consommateurs (65 %) choisissent d'acheter (ou de boycotter) une marque en fonction de ses prises de position ! Ce chiffre, qui progresse, fait écho aux attentes des salariés vis-à-vis de leur employeur. En effet, les salariés qui peuvent profiter d'initiatives de la part de celui-ci pour s'engager sont globalement plus fiers de leur entreprise (90 % contre 66 %). Ils sont aussi plus épanouis et adhèrent plus aux valeurs et à la culture de leur société.

Face à ces nouvelles attentes, très marquées, des consommateurs et des collaborateurs, les entreprises sont mobilisées. Elles permettent à leurs salariés de progresser tout au long de leur carrière et leur garantissent des conditions optimales de travail, mais elles leur offrent aussi des formations personnelles et des occasions de s'engager sur des causes sociétales, en soutenant des associations caritatives, éducatives ou sportives. Elles s'engagent aussi dans leurs bassins d'emplois locaux.

Les entreprises du Syndicat des Apéritifs à Croquer, dont les produits sont associés à des instants plaisir et festifs, veillent à être des vecteurs de lien et de développement humain et social, en interne comme en externe.

*Sources : Elan Edelman, Earned Brand, 2018 - Korn Ferry, étude sur l'engagement des employés, 2018*

# FORMATION CONTINUE DES SALARIÉS

RECRUTER ET FORMER DES TALENTS, ASSURER LA TRANSMISSION DE SAVOIR-FAIRE ET FAIRE PROGRESSER LEURS COLLABORATEURS TOUT AU LONG DE LEUR CARRIÈRE SONT AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS SOCIALES DES EMPLOYEURS DU SECTEUR.



**F**ormer ses salariés permet d'optimiser le professionnalisme et l'expertise technique pour tout employeur. Elle devient un enjeu stratégique chez **Cornu SA**, **Loc Maria Biscuits** ou **Boehli** qui possèdent des machines uniques propres à la fabrication de leurs produits (bretzels, crêpes dentelles...). L'expertise spécifique requise pour faire fonctionner et assurer en interne la maintenance des outils de production est assurée par la transmission organisée de savoir-faire spécifiques. C'est particulièrement nécessaire par exemple pour des groupes labellisés « Entreprise du patrimoine vivant » comme **Loc Maria Biscuits**.

Pour faire progresser ses collaborateurs, **PepsiCo France** consacre chaque année plus de 800 000 € à la formation (896 417 € en 2018). Le plan de formation de **PepsiCo France** permet aux collaborateurs de développer à la fois leur expertise métier et de nouvelles compétences. En 2018,

47 % des collaborateurs **PepsiCo France** ont bénéficié d'une formation avec des propositions combinées de formations professionnelles et de développement personnel. Chez **Kellogg's/Pringles**, en 2018, 85 % des formations internes réalisées ont été dédiées au développement personnel des collaborateurs.

La formation de jeunes en entreprise sous forme de contrats d'apprentissage, de stages ou de contrats d'alternance fait partie des bonnes pratiques chez **Intersnack** : les jeunes sont souvent

embauchés après leur stage et des contrats en alternance sont proposés que ce soit en usine ou comme cadre. Pour sa part, **Kellogg's/Pringles** recrute en France une trentaine de stagiaires et d'alternants chaque année, ces stages étant le plus souvent transformés en contrats (en moyenne 70 % des

stagiaires sont embauchés sur des postes junior). En effet, ils constituent un vivier important pour l'entreprise. D'ailleurs, depuis 2016, **Kellogg's/Pringles** reçoit le label "Happy Trainees"

“  
**PEPSICO FRANCE  
ACCORDE UNE PLACE  
ESSENTIELLE AU  
BIEN-ÊTRE DE SES ÉQUIPES,  
CE QUI EXPLIQUE  
LA FAIBLE ROTATION  
DE SES EFFECTIFS.**”



## FOCUS BOEHLI

« Nous essayons de motiver les jeunes à venir travailler en industrie par notre présence assidue sur des salons de l'emploi locaux, par l'accueil dans nos unités de production d'élèves, des groupes d'étudiants que ce soit dans le domaine commercial ou agroalimentaire. Nous organisons des rencontres dans les collèges et lycées de notre secteur pour présenter nos métiers. Nous essayons d'orienter les jeunes vers des métiers pour lesquels nous avons aujourd'hui beaucoup de mal à recruter : la maintenance, l'informatique industrielle, la production ».

**Anita Schaeffer**, directrice commerciale de Boehli.

(un label qui valorise les entreprises qui soignent l'accueil, l'accompagnement et le management de leurs stagiaires) chaque année. Pour assurer la pérennité des savoir-faire, **Loc Maria Biscuits** ou **Boehli** misent sur l'embauche et la formation des jeunes dans leurs unités de production.

## CULTIVER LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Certifiée "Top Employers" pour la 8<sup>e</sup> année consécutive et numéro 1 en 2019, **PepsiCo France** accorde une place essentielle au bien-être de ses équipes, ce qui explique la faible rotation de ses effectifs, les collaborateurs restant en moyenne 9,4 ans dans l'entreprise (2018). Cette reconnaissance récompense la qualité des conditions de travail et des pratiques en matière de ressources humaines de l'entreprise.

**PepsiCo France** promeut le télétravail,

ainsi 100 % des collaborateurs peuvent travailler depuis leur domicile au moins un jour par semaine. Des espaces sportifs sont mis à disposition des collaborateurs. Afin de faciliter leur quotidien, un service de conciergerie dans les locaux leur est également offert. Une ZenWeek a été organisée durant 3 jours en 2019, rythmée par des ateliers et conférences autour du bien-être. Au programme : sessions de yoga, pilates, gestion du stress, conseils nutrition et ergonomie.

**Kellogg's/Pringles** promeut également le télétravail : tous les salariés ont droit à un jour de travail à domicile par semaine depuis plusieurs années. En 2019, à l'occasion de la Semaine nationale de la qualité de vie au travail, **Kellogg's/Pringles** a organisé une semaine rythmée de plusieurs activités autour du bien-être au travail et de l'amélioration des conditions de travail.

Avec des formations pour se sentir bien au travail "Be at my best", "Mindfulness", "Resilience", **Mondelēz International** n'est pas en reste. Le dispositif est complété par des événements spécifiques, une à deux fois par an, sur le bien-être au travail et des conférences proposées régulièrement sur la pleine conscience, la nutrition, le sommeil ainsi que des ateliers de yoga, yoga at work, yoga du ►►



**LA CHARTRE ÉTHIQUE DÉFINIT LES BASES DES RELATIONS AU SEIN DES ÉQUIPES DE PRODUCTION, MAIS AUSSI AVEC LES FOURNISSEURS, LES CLIENTS ET LES AUTRES PARTENAIRES ÉCONOMIQUES. »**

rire, méditation... Les managers ont suivi des formations pour apprendre à donner un feedback de manière appropriée (respect, bienveillance et permettant à chacun de voir comment se développer) ainsi que sur l'attention spécifique aux comportements valorisants et le bien-être au travail. Concernant les risques psychosociaux, les managers ont suivi des formations spécifiques et des documents d'information sur ce thème ont été mis à la disposition de tous les collaborateurs. Il s'agit de favoriser un environnement

de travail positif et une culture d'entreprise, associés à un cadre de vie agréable (salle de gym, cantine, potager, animations). Concernant la sécurité et la santé, des formations aux gestes de premiers secours et de sécurité routière sont proposées. Enfin, un accord sur le télétravail est en place depuis 2013.

Chez **Loc Maria Biscuits**, une chartre éthique définit les bases des relations au sein des équipes de production mais aussi avec les fournisseurs, les clients et les autres partenaires économiques. Des plans de formation pour les salariés en termes de qualité, d'ergonomie et de sécurité sont déployés chaque année chez **Boehli**. Et en parallèle, en 2019, des ateliers axés sur le bien-être ont été organisés, animés par une nutritionniste, une sophrologue et une professeure de gym.

#### **POUR LA PARITÉ ET L'ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES**

**PepsiCo France** œuvre depuis plus de dix ans pour l'égalité hommes-femmes. En France, les femmes représentent 48 % des effectifs : collaborateurs, managers et top managers, et le comité de direction est composé à 44 % de femmes. Le label international Gender Equality European and International Standard (GEEIS) décerné à **PepsiCo France** en 2017 reflète ses engagements volontaristes en matière d'égalité professionnelle hommes-femmes. Un emploi aux  $\frac{4}{5}$  de temps payé à 100 % est proposé aux femmes revenant d'un congé maternité. **Kellogg's/Pringles** a signé un index obligatoire sur l'égalité des salaires et à partir de mars 2020, tous les écarts de salaires qui pouvaient subsister entre hommes et femmes ont été supprimés. La parité hommes-femmes est atteinte au niveau de la direction France et les postes de direction commerciale sont occupés par des femmes. Chez **Intersnack**, il y a une forte proportion d'emploi féminin à tous types de postes : que ce soit en usine, dans des fonctions support ou managériales, jusqu'au comité de direction, qui affiche la parité hommes-femmes.



**VINCENT BINETRUY**  
Directeur France  
du Top Employers Institute

#### **Pouvez-vous nous parler de votre organisme et des certifiés 2020 ?**

En 2020, 91 organisations ont obtenu la certification Top Employers 2020 en France et près de 1 700 dans le monde. Cette année, 21 organisations ont fait leur entrée dans la communauté des Top Employers France. PepsiCo France est certifiée pour la 9<sup>e</sup> année consécutive. Le Top Employers Institute est un organisme de certification indépendant international qui évalue et valorise les meilleures pratiques RH des organisations depuis plus de 25 ans.

#### **Quelles sont les grandes tendances et les nouvelles attentes des salariés ?**

L'une des grandes attentes des salariés est que l'entreprise prenne en compte leur employabilité

à moyen et long terme dès l'embauche. Aujourd'hui, on ne fait plus toute sa carrière dans une entreprise. L'autre tendance est de rendre les collaborateurs plus autonomes, dans un rapport de confiance avec la hiérarchie. Les attentes sont fortes en termes de télétravail et de participation active aux différents plans d'action RH de l'entreprise (refonte de certains process RH, améliorations suite à une enquête d'engagement...).

#### **Quel est l'intérêt pour une entreprise de recevoir cette certification ?**

La certification Top Employers distingue les employeurs qui créent les conditions optimales pour le développement de leurs collaborateurs, tant sur un plan professionnel que personnel. Nos certifiés vont de l'ETI (Entreprise de taille intermédiaire) à de grands groupes internationaux. C'est un atout indéniable pour la marque employeur afin d'attirer de nouveaux talents et un élément de fierté pour fidéliser les collaborateurs. C'est aussi un gage de qualité vis-à-vis des actionnaires et des clients.



## **LE PURPOSE DAY CHEZ PEPSICO FRANCE**



### **P**epsiCo France incite ses salariés à l'engagement avec la journée d'action solidaire "Purpose Day"

qui mobilise les collaborateurs au siège France sur des thèmes comme le gaspillage et l'alimentation, l'économie circulaire avec le ramassage des déchets... En 2019, cette journée d'engagement a été organisée en association avec une dizaine de jeunes en réinsertion professionnelle de la commune de Colombes (Hauts-de-Seine), où est implanté le siège de PepsiCo France. « Ce Purpose Day est une journée singulière, souligne Olivier Péchereau, directeur général de PepsiCo France. Elle symbolise notre volonté d'être un acteur majeur et engagé de l'économie circulaire. Nos colla-

borateurs sont les premiers ambassadeurs de l'entreprise, aussi, nous souhaitons les sensibiliser davantage aux comportements responsables. »

« Nous travaillons avec différentes associations pour cet événement, explique Louise Le Bret, responsable des affaires publiques et de la RSE PepsiCo France. En 2019, avec PikPik Environnement, association de sensibilisation à l'écocitoyenneté, une équipe de salariés s'est rendue sur l'Île-Saint-Denis pour nettoyer la Seine et ses quais à pied ou en canoë-kayak. En matière d'économie circulaire, nous souhaitons ainsi contribuer à bâtir un monde où le plastique ne devienne jamais un déchet. Et nous participons à des campagnes nationales pour sensibiliser aux bons gestes de tri en partenariat avec Citeo et l'association Gestes Propres. »



## **DES ENTREPRISES ENGAGÉES POUR RELEVER LES DÉFIS SOCIAUX**

**DANS LA SOCIÉTÉ, LES DÉFIS SONT NOMBREUX POUR AIDER LES PERSONNES AU CHÔMAGE À RETROUVER LE CHEMIN DE L'EMPLOI, ACCOMPAGNER LES PLUS FRAGILES PAR DES ACTIONS DE SOLIDARITÉ OU SOUTENIR LES JEUNES SPORTIFS. TOUR D'HORIZON D'ENGAGEMENTS VARIÉS.**

### **EMPLOI DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP**

Employer des personnes en situation de handicap fait partie des objectifs de **Kellogg's/Pringles** qui a fait appel à une entreprise qui emploie des handicapés pour l'aide administrative à la gestion des candidatures. Grâce à un partenariat direct avec les Établissements et services d'aide par le travail (ESAT) de Cornouaille, **Loc Maria Biscuits** possède un atelier adapté intégré qui effectue une permanence au minimum une fois par semaine dans l'usine pour des travaux de conditionnement. Sur 2019, 60 000 boîtes ont été conditionnées par les équipes de l'ESAT. À cela s'ajoutent des contrats avec des agences de travail temporaire spécialisées dans le recrutement de personnes en situation de handicap pour l'entretien des espaces extérieurs, le nettoyage, etc.

### **FAVORISER LE RETOUR VERS L'EMPLOI**

**Intersnack France** soutient la réinsertion vers l'emploi de personnes en situation éloignée du marché de l'emploi. « *Nous les formons pour ensuite leur permettre*

*d'intégrer un poste en usine* », explique Rémy Delabays, directeur des ressources humaines du groupe.

L'équipe RH de **Boehli** participe régulièrement à des rencontres Pôle Emploi pour aider les personnes en recherche d'emploi à retrouver un poste.

### **SOUTENIR LES CHAMPIONS DE DEMAIN**

Un partenariat de 3 ans a été noué entre la Fondation **Mondelēz International** et Sport dans la ville. Objectif : développer le programme « Sport et Nutrition » en vue de sensibiliser les jeunes à une alimentation équilibrée. La Fondation Mondelēz International apporte une subvention de 450 000 dollars qui devrait permettre d'accompagner 5 000 jeunes et leurs familles à travers 36 centres en Île-de-France, Auvergne, Rhône-Alpes et dans les Hauts-de-France.

**Cornu SA** par l'intermédiaire de sa marque de crackers Roland encourage et soutient une quinzaine de jeunes athlètes suisses en biathlon, snowboard, ski, BMX et VTT : la Team Roland. ►►



**ACCOMPAGNER  
LES POPULATIONS  
LES PLUS FRAGILES**

**Boehli** s'engage avec la Banque alimentaire, réseau auquel près de 2 tonnes de produits sont envoyées chaque année. **Boehli** privilégie les petites associations ou manifestations locales : plus de 150 ont pu bénéficier de dons en nature en 2019.

**Loc Maria Biscuits** apporte son soutien sous forme de dons à des associations sportives et caritatives. Elle est aussi mécène du musée de Pont-Aven.

Depuis 2013, **PepsiCo France** est partenaire du réseau d'épicerie solidaires ANDES, qui vient en aide aux personnes précaires sous forme de dons en nature (100 000 litres de produits Tropicana chaque année) et de dons financiers à des associations.

L'une des priorités de **Kellogg's/Pringles** est de lutter contre la précarité alimentaire dans

tous les pays où l'entreprise est présente, notamment par des dons de produits et des soutiens financiers aux Banques alimentaires et aux Restos du Cœur. Par ailleurs, deux fois par an, les salariés qui le souhaitent peuvent participer, sur leur temps de travail, aux collectes nationales de ces deux partenaires. « *Il faut garder à*

*l'esprit que le produit alimentaire, quel qu'il soit, est créateur de lien social, et la marque Pringles l'illustre très bien* », nous indique le service communication de Kellogg's/Pringles.

**General Mills** œuvre pour la réduction du gaspillage alimentaire et la lutte contre la faim en effectuant des dons de produits à la Banque alimentaire et en soutenant Action contre la Faim. Le partenariat avec la Banque alimentaire se

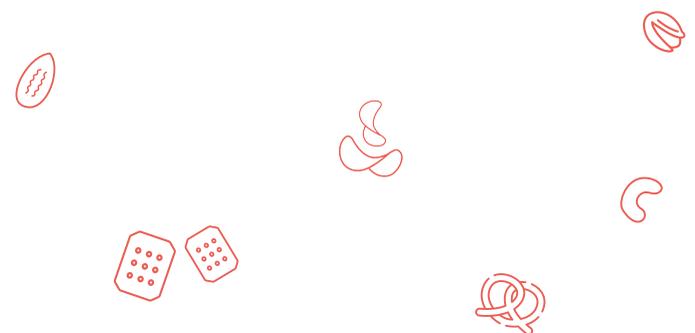
traduit également par des demi-journées de bénévolat (tri de denrées, préparation de colis) des salariés tout au long de l'année, dans les entrepôts des banques alimentaires locales. Les collaborateurs participent également à la collecte nationale de la Banque alimentaire.

Depuis 2018, les salariés General Mills participent au « Challenge contre la Faim » de Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine), l'événement annuel sportif et solidaire au profit de l'association Action contre la Faim qui permet de générer un don financier en fonction des performances sportives de chacun.

En 2019, ce sont plus de 260 collaborateurs en France qui ont donné de leur temps pour soutenir ces associations.

“ **EN 2019, CE SONT PLUS DE 260 COLLABORATEURS EN FRANCE QUI ONT DONNÉ DE LEUR TEMPS POUR SOUTENIR CES ASSOCIATIONS.** ”





## PERSPECTIVES

Si ce tour d'horizon révèle un engagement collectif de nos entreprises, aux impacts mesurables en termes environnementaux, nutritionnels, humains et sociaux, nous n'en sommes qu'au début du chemin.

Nous, entreprises du Syndicat des Apéritifs à Croquer, avons mis en place des projets d'envergure ou plus modestes pour mieux prendre soin de la planète, diminuer notre empreinte environnementale, mieux former et accompagner nos collaborateurs tout au long de leur carrière et proposer à tous des produits sains et bons à la fois.

Mais nous comptons aller plus loin. Produits liés à des valeurs de partage et de convivialité, les apéritifs à croquer peuvent et veulent poursuivre les engagements portés par la profession. C'est pourquoi les entreprises ne cessent d'innover, au service de produits plus respectueux de l'environnement et répondant aux nouvelles attentes des consommateurs. C'est ce qui explique

que le Syndicat des Apéritifs à Croquer soit aussi engagé auprès des entreprises afin de les aider à décrypter les attentes des consommateurs de demain et à anticiper les risques futurs pour les éviter.

Dans un environnement en constante et rapide évolution, nous poursuivrons les efforts engagés pour continuer à améliorer la qualité nutritionnelle de nos produits, sans sacrifier le goût et le plaisir recherchés dans la pause apéritive. Nous innovons et remettons en question nos manières de faire pour offrir le meilleur en partage, aussi bien à nos consommateurs qu'aux femmes et aux hommes qui œuvrent au sein de nos entreprises pour créer les produits d'aujourd'hui et de demain. L'un de nos prochains défis sera aussi de renforcer la filière sur le plan du recyclage et du tri.

Nous continuerons à informer nos parties prenantes et les consommateurs sur les efforts engagés, les avancées réalisées et les défis restants à relever ensemble.



## ZOOM SUR SUR LE SYNDICAT DES APÉRITIFS À CROQUER

Le Syndicat des Apéritifs à Croquer a été créé en 2014 autour d'une ambition commune : pérenniser le moment de l'apéritif chez les Français tout en améliorant continuellement la qualité de leurs produits. Ses missions sont d'accompagner les entreprises membres dans la valorisation de la profession et de la diversité des familles de produits, de coordonner une démarche d'amélioration continue sur la sécurité sanitaire et les efforts de reformulation nutritionnelle et l'information du consommateur.

Le Syndicat accompagne les entreprises du secteur sur les enjeux majeurs que sont l'amélioration continue de la qualité des produits, les engagements sociaux et le développement durable.

## LES MEMBRES DU SYNDICAT

BOEHLI  
CORNU SA FONTAIN  
GENERAL MILLS LANDES  
INTERSNACK FRANCE  
KELLOGG'S/PRINGLES  
LOC MARIA BISCUITS  
MONDELÉZ INTERNATIONAL  
PEPSICO FRANCE  
UNITED BISCUITS FRANCE



Syndicat des Apéritifs à Croquer  
9 Boulevard Malesherbes  
75008 Paris

 @aperitifsacroquer  
[www.aperitifsacroquer.fr](http://www.aperitifsacroquer.fr)