

Rapport **RSE**

2023



Sustaining experiences in Hospitality & Care



Ceci est notre Communication sur le Progrès sur la mise en œuvre des Dix principes du Global Compact des Nations Unies et soutenant les objectifs des Nations Unies. Nous apprécierions vos commentaires sur son contenu.

Sommaire

02	Édito	
03	Présentation ECF Group	
14	Nos engagements RSE	
20	Partie 1 Réduire l'impact de nos activités sur l'environnement, aux côtés de nos collaborateurs	<p>Réduire notre empreinte carbone et notre impact sur le changement climatique</p> <p>Maîtriser notre consommation d'énergie</p> <p>Réduire l'impact des transports</p> <p>Contrôler l'impact de nos activités sur le vivant</p> <p>Réduire et recycler les déchets</p> <p>Former et sensibiliser aux enjeux environnementaux</p>
29	Partie 2 Proposer des solutions responsables et accompagner nos partenaires dans leur transition écologique	<p>Offrir des produits et services plus durables</p> <p>Créer des relations durables avec nos partenaires</p> <p>Assurer la qualité de nos services auprès des clients et partenaires</p> <p>S'engager avec nos fournisseurs dans une démarche achats responsables</p>
37	Partie 3 Développer et protéger le capital humain au sein de notre entreprise et au-delà	<p>Assurer le bien-être de nos collaborateurs</p> <p>Accueillir les nouveaux collaborateurs et développer une culture commune au sein du Groupe</p> <p>Promouvoir la diversité et l'inclusion au sein de notre organisation et lutter contre les discriminations</p> <p>Développer nos actions solidaires et inclusives</p>
44	Vision 2030	
47	Annexes	

Édito

Le Groupe ECF est engagé depuis la signature de la Charte des Nations Unis sur le climat en 2004 dans une démarche responsable pour intégrer progressivement les problématiques environnementales, sociales et sociétales dans son modèle d'affaires.

L'année 2023 marque cependant un tournant dans ces 20 dernières années d'engagement. En effet, avec l'acquisition de nouvelles enseignes qui rejoignent le Groupe en Europe et en Asie, nos efforts se sont concentrés sur la transformation de notre entreprise, avec des plateformes de marques simplifiées, des outils communs, des valeurs partagées et des approches concertées pour faire d'ECF un Groupe international réellement intégré.

Nous avons œuvré sur l'ensemble des piliers de notre politique RSE, avec des projets permettant d'assurer une vision commune et des outils et processus communs à l'ensemble des filiales internationales du Groupe, matérialisés ainsi :

- Une nouvelle gouvernance, avec un nouvel investisseur majoritaire PAI Partners, rejoint NAXICAP Partners, qui soutient, challenge et accompagne notre démarche RSE globale,
- Une stratégie climat lancée en 2023 et un premier Bilan Carbone établi au niveau du Groupe, qui sera complété par le volet Achats dès 2024 et la définition d'une trajectoire à moyen terme,
- Une approche RH plus globale, avec un travail important cette année sur l'accueil des nouveaux collaborateurs, la formation et sur la circulation de l'information en interne,

- Une redéfinition de nos exigences en termes de produits responsables ainsi que la formalisation d'une politique achats responsables Groupe, permettant un déploiement, dès 2024,

- Un nouveau dispositif et une feuille de route sur l'éthique des affaires, avec la formalisation d'un nouveau code de conduite et le choix d'outils d'alerte et de formation qui seront déployés et harmonisés sur l'ensemble des filiales du Groupe,

- Un suivi de la performance ESG/RSE harmonisé, grâce à des outils et processus centralisés, communs à tout le Groupe.

Nous sommes fiers des actions réalisées en 2023, qui traduisent notre engagement profond et notre motivation sans faille. Nous avons, chez ECF Group, encore de nombreux challenges et axes de progrès à relever, qui guident chaque année notre feuille de route.

Je vous souhaite une bonne lecture de ce rapport annuel qui reflète notre engagement continu envers un développement responsable, nos ambitions et les progrès que nous avons accomplis cette année.



Caroline SOHN
Directrice RSE du Groupe ECF



Présentation

ECF Group

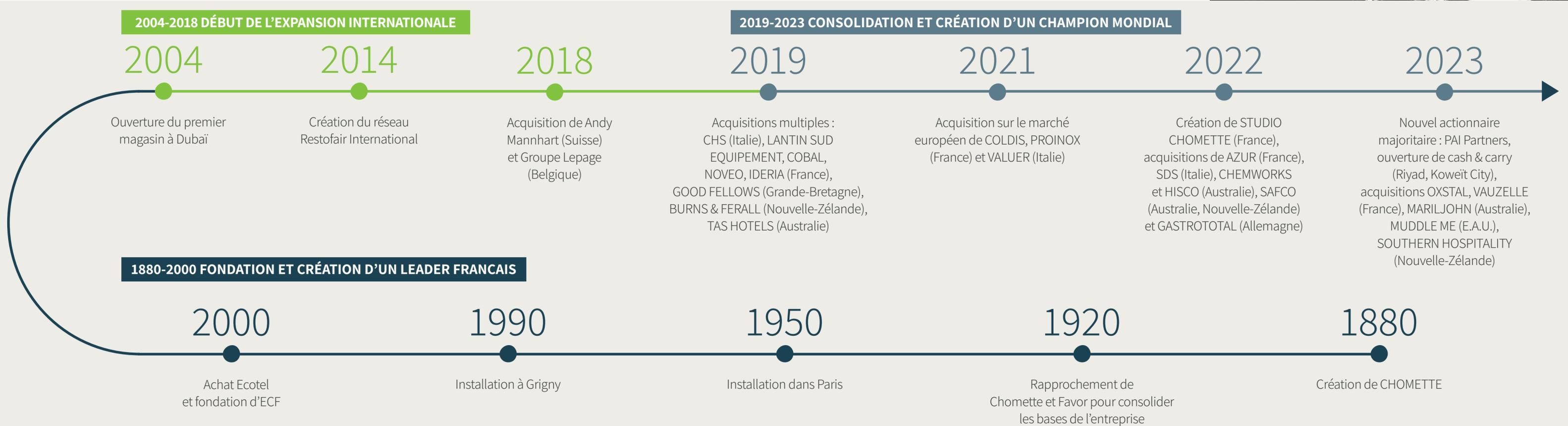
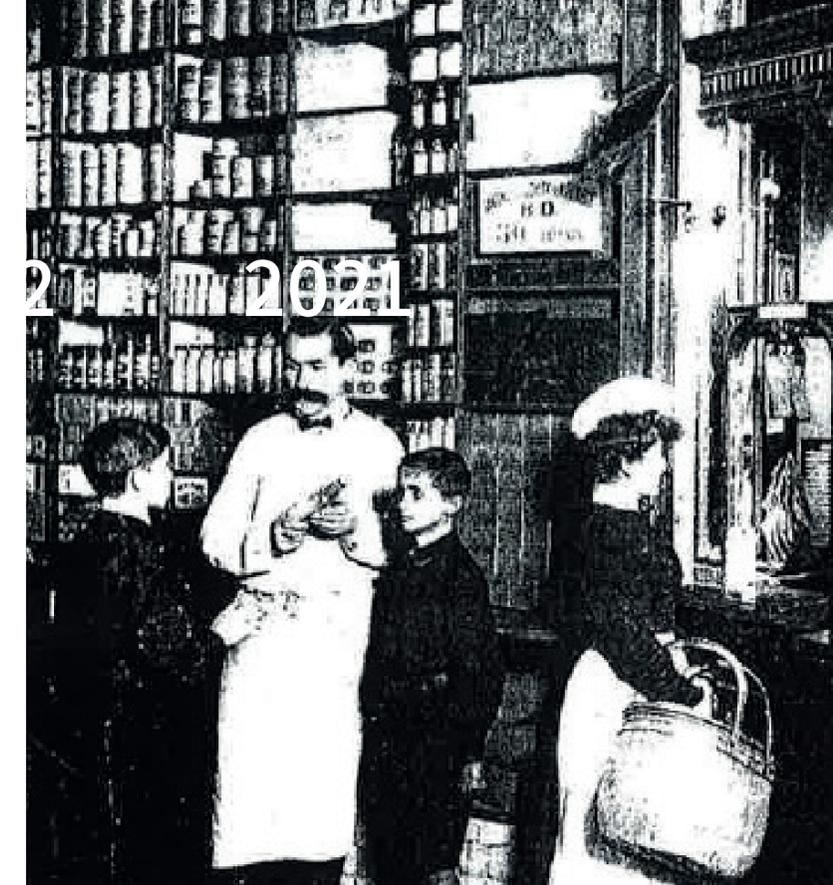
Notre histoire

ECF Group est une entreprise internationale de distribution spécialisée dans le développement de marques commerciales et de marques propres à destination des professionnels de l'hospitalité, du secteur santé-social et des métiers de bouche.

Depuis la création de la Maison Chomette, à Paris, en 1880, le Groupe ne cesse de grandir par croissance organique et par acquisitions. Ainsi, depuis plus de 140 ans, c'est en intégrant de nouvelles marques que le Groupe ECF apporte une large palette de solutions spécialisées, adaptées aux besoins des

professionnels confrontés en permanence à de nouveaux défis pour accueillir leurs clients.

Ces marques, nos enseignes, les accompagnent dans leur choix d'équipement d'arts de la table, de matériel de cuisine, de matériel d'hygiène, de matériel électrique, de mobilier, de buffet et des indispensables pour la vente à emporter ou la livraison. Sur trois régions principalement, en Europe, au Moyen-Orient et en Asie-Pacifique et dans 20 pays, les marques du Groupe ECF sont au service de leurs clients grâce à un réseau structuré et efficace.



Notre manifeste

Nous sommes ECF, un Groupe international de distribution spécialisée, partenaire de référence des métiers de l'Hospitality, du Care et des institutions. Pour faciliter leur activité, chaque jour, nous mettons en commun nos savoir-faire avec professionnalisme.

Nous sommes ECF, la plus grande palette de produits et services permettant aux professionnels de performer dans leur métier. Pour les aider à se concentrer sur l'essentiel, nous mobilisons nos ressources à la recherche constante de performance.

Nous sommes ECF, le collectif engagé pour nourrir l'expérience de nos clients.

Ils peuvent compter sur nos solutions omnicanales et sur la réactivité de notre supply-chain à même de répondre à toutes les demandes en temps réel, 7 jours sur 7.

Avec l'ensemble de nos équipes partout dans le monde, au plus près de nos clients et de leurs souhaits, nous formons un **réseau structuré et efficace capable d'agir avec une réelle proximité.**

Nos valeurs

Professionnalisme, performance, proximité : ces trois valeurs fondamentales définissent l'ADN de notre Groupe.

Elles guident notre action collective, nourrissent notre ambition commune et nous incitent à nous adapter en permanence à un marché toujours plus exigeant.



Performance

Garantir une qualité de service irréprochable et une croissance rentable pour notre Groupe, nos filiales et nos clients.



Professionnalisme

Être le partenaire de confiance qui fédère les meilleurs spécialistes dans chaque domaine et partage un engagement de tous les instants.



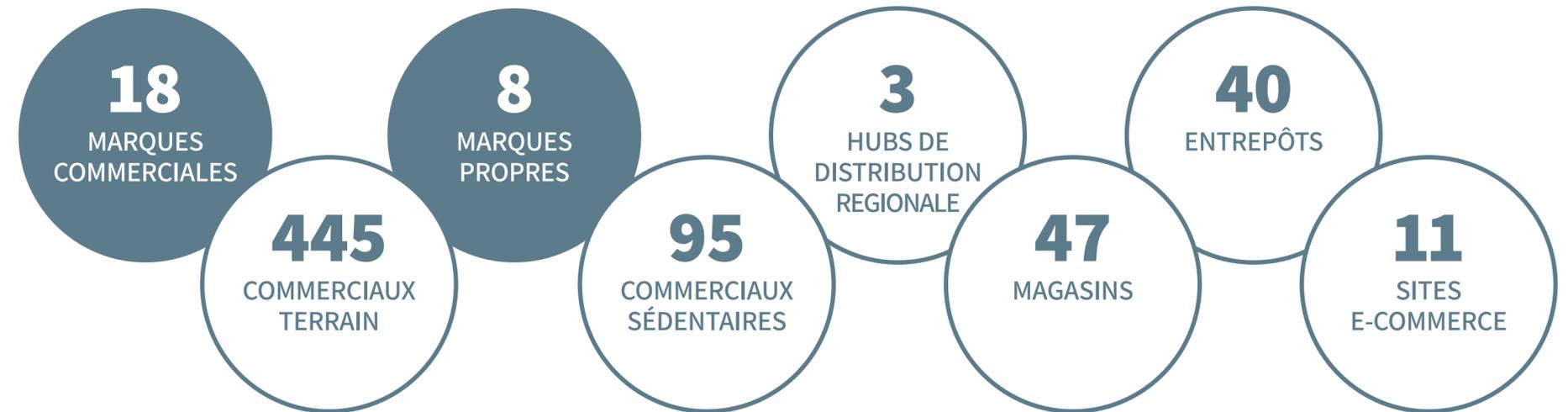
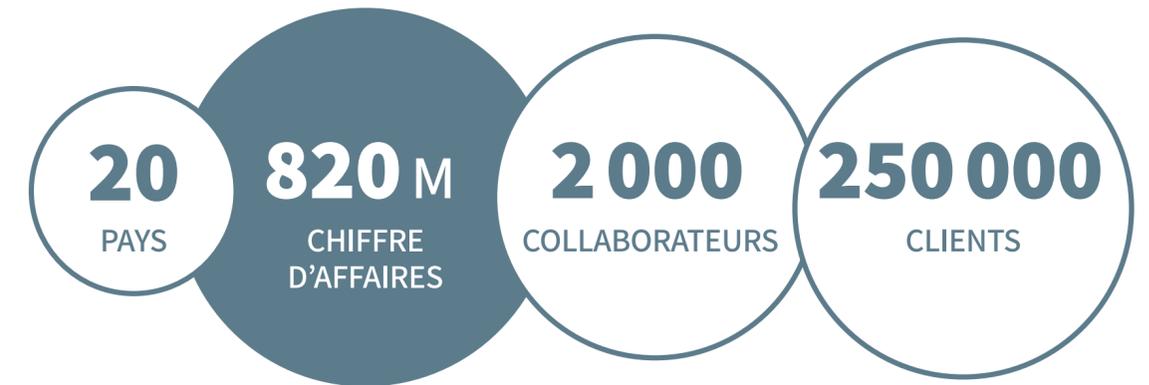
Proximité

Être à l'écoute tout en garantissant un accompagnement client inégalé, mêlant services et omnicanalité. Nous formons un réseau structuré et efficace capable d'agir avec une réelle proximité.



ECF Group : un réseau international de distributeurs leaders sur leur marché

Avec un réseau international structuré en trois grandes régions : Europe, Moyen-Orient et Asie-Pacifique, nous apportons une solution rapide et sur-mesure à tous nos clients à travers le monde.



Notre modèle de création de valeur

NOTRE CŒUR DE MÉTIER

Le Groupe ECF est la plateforme internationale de référence dans la distribution spécialisée de petits équipements d'art de la table, de produits d'hygiène, de mobilier et de gros matériel à destination des professionnels de l'hospitalité, du secteur santé-social et des métiers de bouche.

NOTRE ENVIRONNEMENT

- Situation macro-économique
- Dynamisme du secteur Tourisme Hôtellerie Restauration
- Evolution des tendances de consommation des clients (restauration hors foyer)
- Offres et innovation des fournisseurs
- Organisation mondiale de la supply chain
- Contexte réglementaire



Ressources et atouts

PLATEFORME

Des collaborateurs engagés :
2000 collaborateurs

Une présence internationale dans 20 pays :
répartis en 4 régions (France, Europe, Moyen-Orient, Asie Pacifique)

Des relations privilégiées avec nos fournisseurs :
plusieurs milliers de fournisseurs

Des marques fortes :
26 marques commerciales et marques propres

Des plateformes logistiques intégrées et régionalisées :
10 000 produits stockés, plusieurs centaines de catégories, 3 hubs régionaux, 40 centres logistiques

Des valeurs partagées :
Performance, Professionnalisme, Proximité



Modèle opérationnel : « les 5 S »

SOURCE*

Spécialistes catégoriels
Relations de confiance avec nos fournisseurs internationaux
Marques propres et marques blanches
Expertise produits responsables
Produits spécifiques à la demande
Personnalisation
Compétitivité

SEGMENT*

Segmentation Clients RFM
Restauration, hébergement, restauration collective, Santé, chaîne de restauration rapide
Offres adaptées à la segmentation du marché
Pricing personnalisé

SELL*

« One-stop shop »
Approche omnicanale du marché
Vendeurs terrains
Out calling
E-commerce & EDI
Cash & Carry
Showrooms
Systèmes de commandes intégrés

SUPPLY*

Livraison multi catégories
Livraison flexible : Direct, cross docking, éclatement, livraison magasin
Réseau de distribution global
Services sur-mesure
Délais de paiement adaptés
Expérience clients omnicanale

SERVICE*

Professionalisme et standards éthiques
Solutions RSE en ligne avec les objectifs de nos clients
Compétitivité au service de la profitabilité
Fiabilité et disponibilité
Rentabilité
Économie de coûts (produits, process, temps)



Création de valeur

Un chiffre d'affaires en constante progression
CA : 820M€

Un Ebitda solide et supérieur à 10%
Une fidélité client sur le long terme : 250 000 clients en 2023

Une excellence logistique :
80% de clients livrés en moins de 48 heures, taux de service de 97% en 2023

Un leadership éprouvé :
Leaders en France, Australie, UAE et Nouvelle Zélande

Des partenariats de longue durée avec nos fournisseurs :
397 nous accompagnent depuis plus de 10 ans

* Approvisionnement – Segmentation – Ventes – Logistique- Services

Nos produits et services



**ARTS
DE LA TABLE**



**USTENSTILES
DE CUISINE**



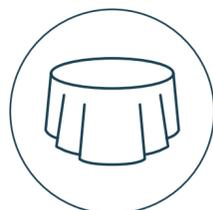
**VENTE
À EMPORTER**



ACCESSOIRES



**TEXTILE
& HÔTELLERIE**



**PETIT
MATÉRIEL**



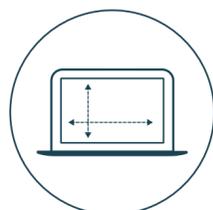
**CUISINE
PROFESSIONNELLE**



HYGIÈNE



MOBILIER



**CONCEPT
& DESIGN**

Nos clients

ECF Group a pour clients des professionnels des secteurs suivants :



RESTAURATION

Gastronomie, chaînes de restaurants, brasseries, pubs, bars, cafés



HÔTELLERIE

Groupes hôteliers internationaux, chaînes hôtelières locales, hôtels indépendants, nouveaux concepts hôteliers



RESTAURATION RAPIDE

Plats à emporter, livraison de nourriture, dark kitchens, hamburgers, pizzeria, sushis, poké bowls



MÉTIERS DE BOUCHE

Traiteurs, bouchers, charcutiers, poissonniers, pâtisseries



SANTÉ ET SERVICE PUBLIC

Hôpitaux, garderies, maisons de retraite, cliniques



COLLECTIVITÉ ET ÉDUCATION

Restauration collective, restaurants d'entreprise, cantines scolaires et universitaires



TOURISME

Campings, résidences de vacances, mobil-homes, parcs d'attractions

Les marques propres d'ECF Group

Fort de notre connaissance des marchés et de notre expertise pointue des produits, nous avons développé des marques propres pour répondre à tous les besoins de nos clients.



Une collection unique offrant un large choix de vaisselle tendance pour la gastronomie, en phase de déploiement mondial.



pro.mundi

Une offre complète de produits d'arts de la table et de décoration au meilleur rapport qualité prix, la référence pour les restaurateurs depuis 20 ans.



pro.cooker

Une marque de référence d'ustensiles de cuisine et de petits matériels de qualité pour les restaurateurs depuis 15 ans.



pro.equip

Une nouvelle marque dédiée aux gros équipements de cuisine professionnelle lancée en 2023.



soft.clean

Une gamme complète de consommables papier pour l'hygiène et le ménage.



kleaning essentials

Une gamme complète de produits d'hygiène et de ménage au meilleur rapport efficacité prix.



earth essentials

Une sélection de produits de Vente à Emporter au meilleur rapport qualité prix.



Essentials Collection

Une sélection variée de produits professionnels entrée de gamme pour l'équipement des restaurants et des collectivités.

Notre actionnariat

Depuis octobre 2023, ECF Group est majoritairement détenu par PAI Partners, un fonds de private equity européen de premier plan. PAI bénéficie d'une très solide expérience en matière de partenariat avec des équipes de direction pour faire évoluer rapidement les entreprises et créer des leaders mondiaux de l'industrie. Il possède une expertise du secteur, ainsi qu'une profonde expérience de la distribution B2B.

ECF Group bénéficie de l'accompagnement de PAI pour asseoir son leadership dans les métiers de la restauration et poursuivre sa stratégie de développement.

Preuve de la confiance accordée au Groupe, notre investisseur NAXICAP Partners a souhaité continuer à nous accompagner avec une participation minoritaire mais significative.

Aux côtés de nos investisseurs institutionnels et historiques, les **collaborateurs managers** ont été à nouveau associés à l'actionnariat du Groupe.



Instance clé de la gouvernance du Groupe, le Conseil de surveillance approuve les orientations stratégiques de l'activité de ECF Group et veille à leur mise en œuvre. Les 4 administrateurs apportent leur expertise de haut niveau et leur expérience dans les domaines qui intéressent ECF Group.

Le Conseil

Mathieu PAILLAT

Directeur représentant le fonds d'investissement PAI Partners, Président du Conseil de surveillance

Marlène BAZOUIN

Directrice représentant PAI Partners

Christophe ALAUX

Président et Directeur Général

Abigail ARON

Directrice représentant PAI Partners

Axel BERNIA

Directeur représentant Naxicap Partners

Arnaud LOUET

DG Groupe, DAF, Audit & Juridique

Soutien de nos investisseurs dans notre démarche RSE



PAI PARTNERS ET SA VISION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR SES PARTICIPATIONS



**Mathieu
PAILLAT**

Associé chez PAI Partners
et Président du conseil
de surveillance de ECF Group

« Chez PAI, nous travaillons activement avec les entreprises de notre portefeuille pour faire progresser les efforts de développement durable grâce à des mesures qui améliorent la maturité ESG et qui « préparent l'avenir » de leurs modèles d'entreprise spécifiques. Nous faisons cela car nous pensons que dans le monde d'aujourd'hui, la prise en compte des questions de développement durable est un élément clé de la création de valeur future. Nous sommes ravis de soutenir le Groupe ECF dans cette voie.

En tant que fournisseur direct de l'industrie hôtelière, l'amélioration de son profil de durabilité est une priorité pour ECF et fait partie intégrante de la feuille de route stratégique que nous avons élaborée avec l'équipe de direction.

Par exemple, nous constatons que les clients s'intéressent de plus en plus aux produits plus durables, y compris les produits recyclables et ceux fabriqués à partir de matériaux recyclés. Développer davantage cette catégorie et faire d'ECF un leader dans ce domaine sont des objectifs clairs pour le Groupe. »

NAXICAP PARTNERS ET SA VISION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR SES PARTICIPATIONS



**AXEL
BERNIA**

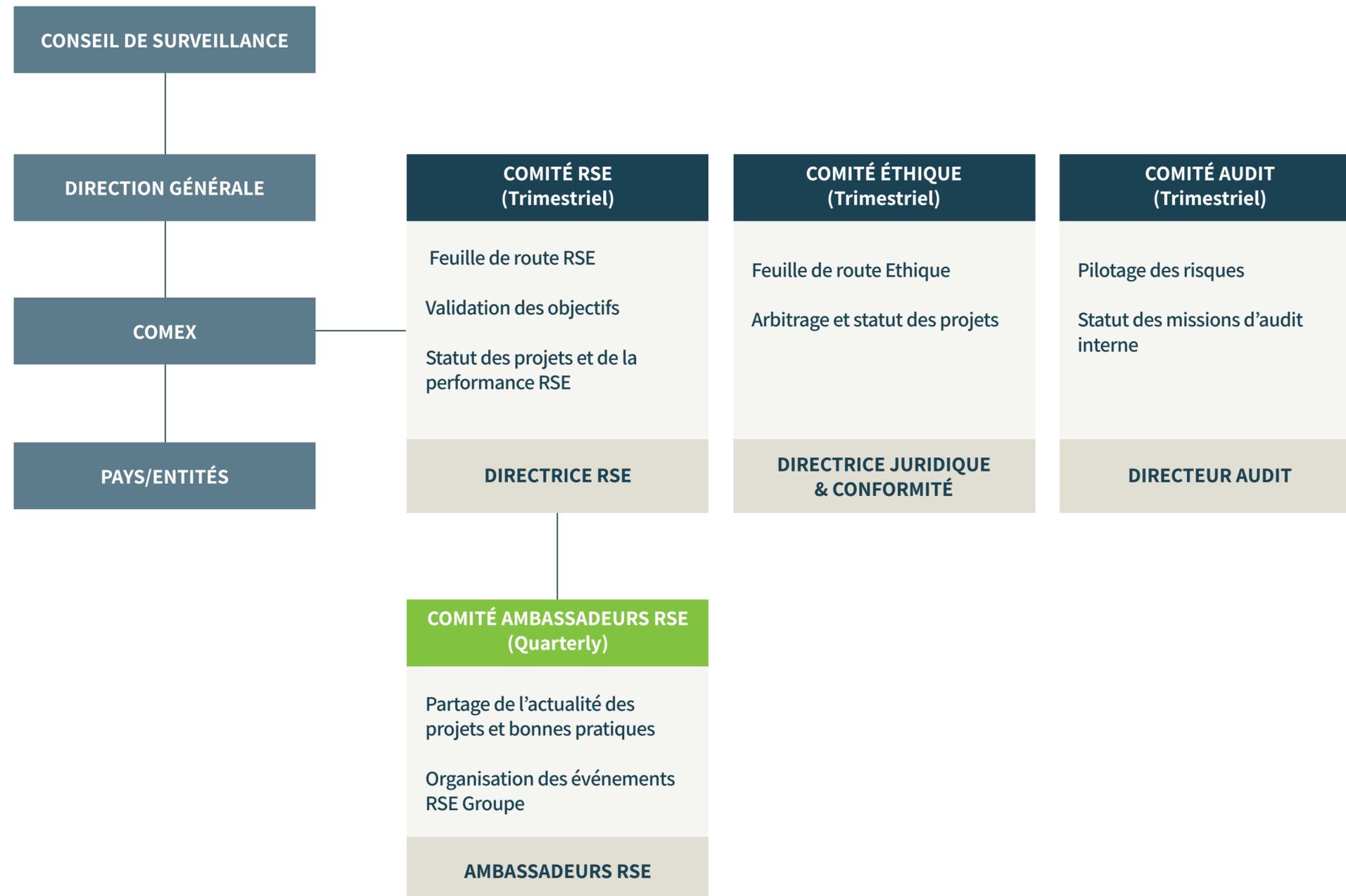
Managing Director, Naxicap
Partners & Membre du conseil
de surveillance de ECF Group

« Aujourd'hui, les dimensions ESG guident Naxicap Partners dans les stratégies de transformation, d'adaptation et de croissance des entreprises dans lesquelles nous investissons. Notre conviction est que les entreprises qui prennent en compte ces enjeux et font preuve d'actions concrètes sont immédiatement identifiées comme étant en phase avec les enjeux de leur temps, et promptes à s'adapter.

À cet égard, nous pensons qu'il est essentiel pour un distributeur d'équipements et de consommables de premier plan tel que le Groupe ECF, qui a une empreinte environnementale et sociale mondiale, d'intégrer les dimensions ESG au cœur de sa stratégie.

Concrètement, cela implique pour ECF et Naxicap des échanges réguliers avec notre équipe dédiée à l'ESG, qui peut apporter un soutien technique ou inspirer l'entreprise. Par exemple, ECF a participé à un événement dédié à la RSE qui s'est tenu en 2023. Cet événement a rassemblé plus de 50 PDG et responsables de la RSE de nos entreprises, qui ont pu apprendre et partager leurs connaissances sur les initiatives RSE concrètes qu'ils ont menées dans leurs propres entreprises. »

Notre gouvernance RSE



LA VISION DE LA DIRECTION GÉNÉRALE



Christophe ALAUX Président ECF Group

“ Cela fait exactement 20 ans que ECF Group s’est engagé de manière résolue sur la voie de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), plaçant au cœur de ses actions l’éthique, l’humain, l’environnement et ses produits.

Signataire de la **Charte Global Compact des Nations-Unies** depuis 2004, le Groupe ECF défend les Objectifs de Développement Durable (ODD), un développement rationnel de nos activités, une performance dans un esprit d’équité et de protection des intérêts de ses parties prenantes, dans le respect de la dignité humaine, des valeurs sociales, et de l’environnement.

Des labels comme la **médaille d’argent Ecovadis** pour Chomette ou la **certification Great Place to Work** au niveau du Groupe ECF, cette année encore nous confortent dans la direction que nous avons prise et nous motivent à aller encore plus loin.

Chez ECF Group, nous sommes convaincus que la responsabilité sociale et environnementale est une composante essentielle de notre identité. Nous croyons fermement qu’en adoptant un positionnement RSE réel et ambitieux, nous contribuons à façonner un monde meilleur pour les générations futures. »

Nos engagements éthiques



Dans le cadre de ses activités, le Groupe ECF s'engage à fonctionner conformément aux principes éthiques et de responsabilité d'entreprise.

Le respect des principes éthiques tels que l'intégrité et la loyauté, le respect des hommes et des femmes, la conformité avec les normes et standards internationaux ont toujours été au cœur de la stratégie de conduite des affaires et du système de va-

leurs du Groupe ECF. Ces principes sont formalisés au sein d'un système anticorruption complet qui peut être consulté et téléchargé à partir de [notre site Web](#).

Nous avons œuvré en 2023 à faire évoluer notre dispositif, avec pour objectif un déploiement dans l'ensemble des sociétés des pays du Groupe en y associant tous ses collaborateurs.

NOTRE SYSTÈME ÉTHIQUE DES AFFAIRES REPOSE SUR UN DISPOSITIF COMPLET, NOTAMMENT :



1 - Notre code de conduite. Établi en 2020 et mis à jour en 2023, pour intégrer les thématiques liées aux conflits d'intérêt, la politique anti-blanchiment d'argent et au financement des partis politiques.



2 - Une cartographie des risques. Sous l'impulsion du président du Groupe et son Co-mex, la cartographie sera mise à jour en 2024 et accompagnée de son plan d'action.



3 - Un dispositif sécurisé et confidentiel de signalement des alertes. Une plate-forme externe de signalements digitalisée et complétée d'une politique lanceur d'alerte à jour va permettre à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, nos partenaires d'affaires



et à des tiers de signaler des actes répréhensibles comme la corruption, l'abus de pouvoir, la discrimination et le harcèlement, l'atteinte aux droits humains ou à l'environnement.

4 - Un programme de formation. Destiné à sensibiliser l'ensemble de nos collaborateurs aux enjeux de la lutte contre la corruption, ce programme a été préparé en 2023 et lancé en 2024. Ces modules d'e-learning permettent aux collaborateurs de prendre connaissance des risques liés à la corruption, des règles à appliquer et du comportement à adopter le cas échéant pour chacun de leur périmètre.



Reward Hospitality a publié sa déclaration de politique contre **l'esclavage moderne** en 2021 et continue d'envoyer un questionnaire pour analyser ce risque parmi ses fournisseurs. 64 % d'entre eux y ont répondu. 76% des fournisseurs ont signé la charte d'engagement contre l'esclavage moderne. Ceci est conforme à la loi australienne, promulguée en 2018, qui est la deuxième législation au monde à lutter contre l'esclavage moderne.



Nos engagements
RSE

Notre politique RSE

Notre démarche RSE se déploie en quatre piliers fondamentaux **Environnement**, **Produit**, **Humain** et **Éthique** totalement intégrés à notre stratégie globale. Elle reflète les engagements que nous prenons envers l'ensemble de nos parties prenantes internes comme externes.

Piliers

Engagements

Objectifs

Challenges

Objectifs de Développement Durable associés



Environnement

Réduire l'impact de nos activités sur l'environnement, aux côtés de nos collaborateurs

Réduire notre empreinte carbone et notre impact sur le changement climatique.

Contrôler l'impact de nos activités sur le vivant (déchets, eau, biodiversité,...).

Former et sensibiliser aux enjeux de la RSE.

Contribuer à réduire l'impact de notre activité sur l'environnement



Produit

Proposer des solutions responsables et accompagner nos partenaires dans leur transition écologique

Offrir des produits et services plus durables.

Créer des relations durables avec nos partenaires.

Inciter nos partenaires à adhérer à une démarche responsable.

Accompagner nos partenaires dans la transition écologique



Humain

Développer et protéger le capital humain au sein de notre entreprise et au-delà

Assurer le bien-être et la sécurité de nos collaborateurs.

Promouvoir la diversité et l'inclusion au sein de notre organisation et lutter contre la discrimination.

Développer nos actions solidaires et inclusives.

Rendre nos employés fiers de leur entreprise



Éthique

Respecter les principes éthiques et réglementaires

Assurer la conformité aux normes et standards internationaux et aux réglementations locales.

Engager nos parties prenantes dans notre stratégie de conduite des affaires.

Agir avec respect et éthique



Un Groupe engagé



Goodfellow & Goodfellow, UK

Notre démarche RSE et développement durable a été initiée dès 2004.

WE SUPPORT



Cet engagement se traduit par notre adhésion à la charte du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2004, en adoptant ses principes fondamentaux : le respect des droits de l'homme, les conditions de travail et les normes internationales du travail, la lutte contre la corruption et le respect de l'environnement, mais aussi par des certifications et par une stratégie RSE structurée en 3 piliers d'engagement.

Nos certifications et évaluations



5 marques certifiées
ISO 9001



5 entités certifiées
avec une médaille
d'argent EcoVadis



ECF Middle East, Dubaï

Nos résultats de 2023

A l'échelle d'ECF Group, nous avons poursuivi notre progression sur les grands enjeux RSE avec des résultats tangibles sur chacun de nos piliers.

Piliers

Engagements

Résultats 2023



Environnement

Réduire l'impact de nos activités sur l'environnement, aux côtés de nos collaborateurs

SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

-12% de consommation énergétique des bâtiments à iso-périmètre (-5% pour l'électricité, -19% pour le gaz naturel)

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

50% des déchets sont recyclés ou valorisés

CLIMAT

1^{ère} collecte de données et calcul de l'empreinte carbone pour l'ensemble des entités du Groupe



Produit

Proposer des solutions responsables et accompagner nos partenaires dans leur transition écologique

OFFRES DURABLES

12,4% de produits durables dans les catalogues des deux distributeurs principaux (Chomette et Reward Australie)
ET
16,6%

SUPPLY CHAIN

392 de nos fournisseurs en France et en Australie ont plus de 10 ans d'ancienneté
ET
30% ont plus de 20 ans d'ancienneté



Humain

Développer et protéger le capital humain au sein de notre entreprise et au-delà

DIVERSITÉ

41% de femmes (39% femmes managers)

COLLABORATEURS

94% de collaborateurs en CDI

FORMATION

66% des salariés du Groupe ont été formés sur l'année

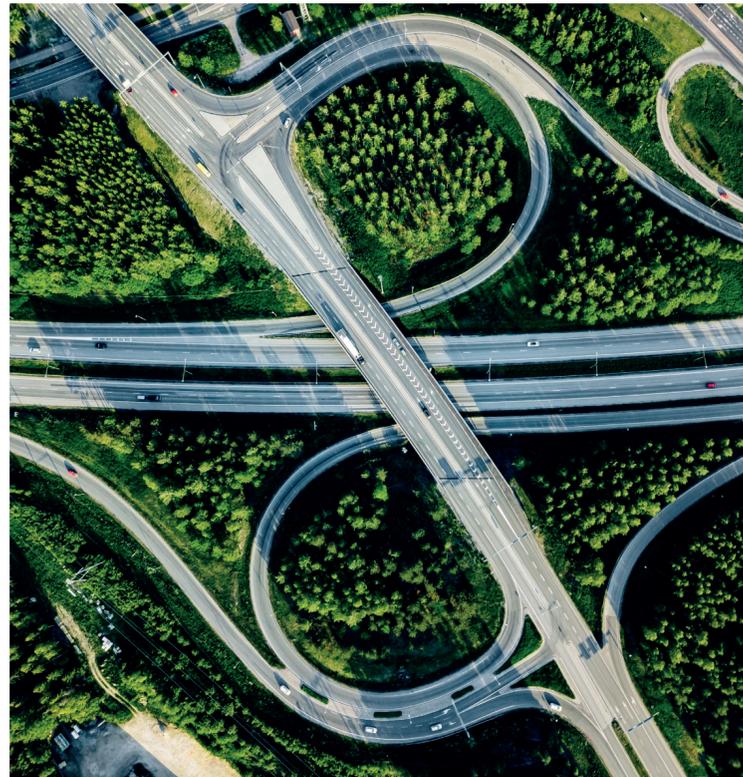
ENTREPRISE GREAT PLACE TO WORK

70% de score au Trust index

MÉCÉNAT

235k€ en dons matériels et financiers

Notre analyse de matérialité



En 2022, nous avons mené à l'échelle du Groupe et sur l'ensemble des zones notre première analyse de matérialité simple. Cet exercice vise à prioriser les impacts du Groupe ECF sur les grands enjeux RSE, selon leur importance et le niveau de maturité du Groupe sur ceux-ci. Cette analyse a permis d'aboutir à une matrice rassemblant nos enjeux classés par importance et par maturité du Groupe.

Les 5 grands enjeux RSE d'ECF Group



1. LA MARQUE EMPLOYEUR



2. LES OFFRES DURABLES



3. LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ



4. LA RESPONSABILITÉ DANS LA CHAÎNE DE VALEUR



5. L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES



CSRD ET DOUBLE MATÉRIALITÉ

A partir de 2024, le Groupe ECF mettra à jour sa matrice de matérialité et plus particulièrement une matrice de double matérialité. En effet, par sa taille, l'entreprise sera soumise à la Corporate Sustainability Reporting Directive, réglementation européenne en cours de déploiement, qui a pour objectif une harmonisation du reporting de durabilité des entreprises, une amélioration de la disponibilité des données ESG et une meilleure comparabilité des données des entreprises.

Au cœur de la CSRD, il y a la double matérialité, approche selon laquelle la matérialité d'impact (ou matérialité « simple », exercice réalisé par le Groupe en 2022) et la matérialité financière (identification des enjeux RSE ayant un impact financier sur le Groupe) sont indissociables.



FOCUS SUR LA CSRD

Arnaud LOUET

DG ECF Group
Finance, Compliance & IT group



Les équipes RSE, Finances, RH, Audit et Compliance sont mobilisées pour dérouler les différentes étapes d'analyses et de réflexions qui nous permettront de produire en 2026, notre premier rapport de durabilité présentant notre performance extra-financière. Cet exercice est l'opportunité pour nous de progresser dans notre démarche RSE mais également d'en faire un vrai outil utile et stratégique pour l'entreprise. »

Nos parties prenantes



Pour le Groupe ECF, dont les activités et le modèle d'affaire reposent sur des interactions entre un grand nombre de parties prenantes, entretenir des relations fondées sur la confiance et le respect mutuel est essentiel pour le développement économique, social et environnemental durable de l'entreprise.

Le Groupe ECF a ainsi fait le choix de s'inscrire dans un modèle de création de valeur partagée avec l'ensemble de ses parties prenantes, à la fois internes et externes, avec une attention particulière envers :

 **SES COLLABORATEURS**

 **SES CLIENTS**

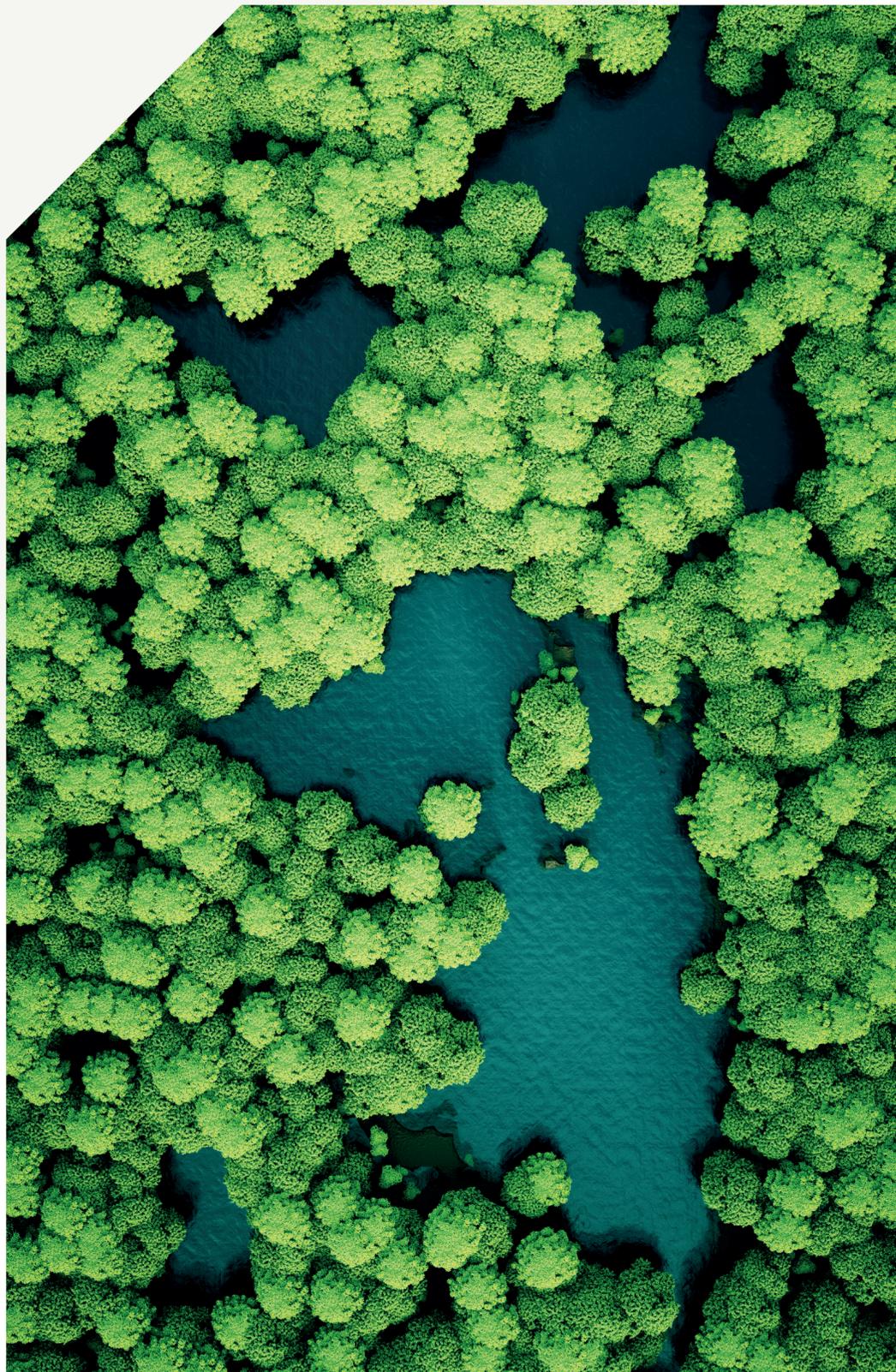
 **SES PARTENAIRES D'AFFAIRES**

NOTRE ÉCOSYSTÈME DE PARTIES PRENANTES INTERNES ET EXTERNES



● Parties prenantes internes

● Parties prenantes externes



Partie 1



Réduire

l'impact de nos activités sur
l'environnement, aux côtés
de nos collaborateurs

Réduire notre empreinte carbone et notre impact sur le changement climatique



Le changement climatique constitue un des principaux facteurs de mutations de la société et un défi majeur.

Afin de contribuer à son atténuation mais également à s'y préparer, le Groupe déploie sa stratégie climat.

Nous sommes conscients que nos activités ont un impact sur le climat et plus globalement sur l'environnement, notamment à travers la fabrication des produits que nous vendons, leur transport, la logistique, la mobilité de nos collaborateurs et la consommation énergétique de nos bâtiments.

Le dépassement des limites planétaires a, à l'inverse, un impact sur notre activité, celles de nos fournisseurs et celles de nos clients.

Les pays de l'ONU, l'Europe et la France se sont engagés à réduire leurs émissions de carbone, conformément à l'Accord de Paris signé en 2015, afin de limiter l'élévation de la température à 1,5°C d'ici 2100 (par rapport aux niveaux préindustriels), mais aussi de renforcer notre capacité d'adaptation, et de réduire les vulnérabilités au changement climatique.

C'est pourquoi le Groupe est engagé et déploie sa stratégie climat.



FOCUS SUR NOTRE STRATÉGIE CLIMAT

Caroline SOHN Directrice RSE de ECF Group

“ Quels sont les grands enjeux du Groupe ECF sur le volet climat ?

Notre enjeu est de mesurer annuellement et de façon robuste, notre impact pour l'ensemble du Groupe et ses nombreuses filiales. Notre empreinte étant majoritairement liée aux produits que nous distribuons, maîtriser les risques physiques sur notre chaîne de valeur, avancer avec nos partenaires sur les innovations produits et leur stratégie climat seront autant de leviers pour nous aider à réduire et à mesurer nos progrès.

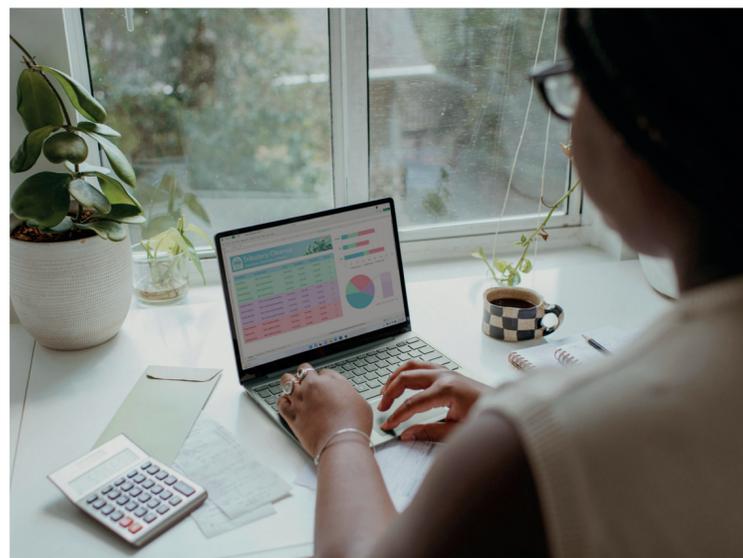
Que s'est-il passé sur ce volet en 2023 ?

Nous avons déployé dans différents pays du Groupe des ateliers personnalisés pour sensibiliser les équipes aux enjeux du changement climatique. Nos filiales ont pu réfléchir à des actions concrètes et initier leur plan d'action Climat.

Quelles sont les prochaines étapes ?

Notre prochaine étape sera de déterminer nos objectifs de réduction alignés sur le référentiel standard international SBTi et de définir notre stratégie climatique.

Une étape importante pour renforcer les actions déjà engagées et surtout planifier des projets à moyen et long terme. »



MESURER NOS IMPACTS

Mesurer notre empreinte carbone est essentiel pour comprendre et définir des plans d'action ciblés et suivre nos progrès.

Le périmètre de calcul de notre empreinte carbone a évolué **régulièrement depuis notre tout premier bilan en 2009. Les périmètres opérationnels et géographiques se sont élargis, tout comme les différents postes d'émissions** à prendre en compte.

Cette année, nous avons pu établir un premier bilan carbone complet au niveau Groupe, sur tous les périmètres (pays et postes d'émission, hors la fin de vie des produits vendus). L'intégration des achats de produits à l'échelle du Groupe est une évolution importante, puisqu'ils représentent l'essentiel de nos émissions, environ 97%.

Ce bilan est compatible avec le GHG Protocol et les exigences de la CSRD.

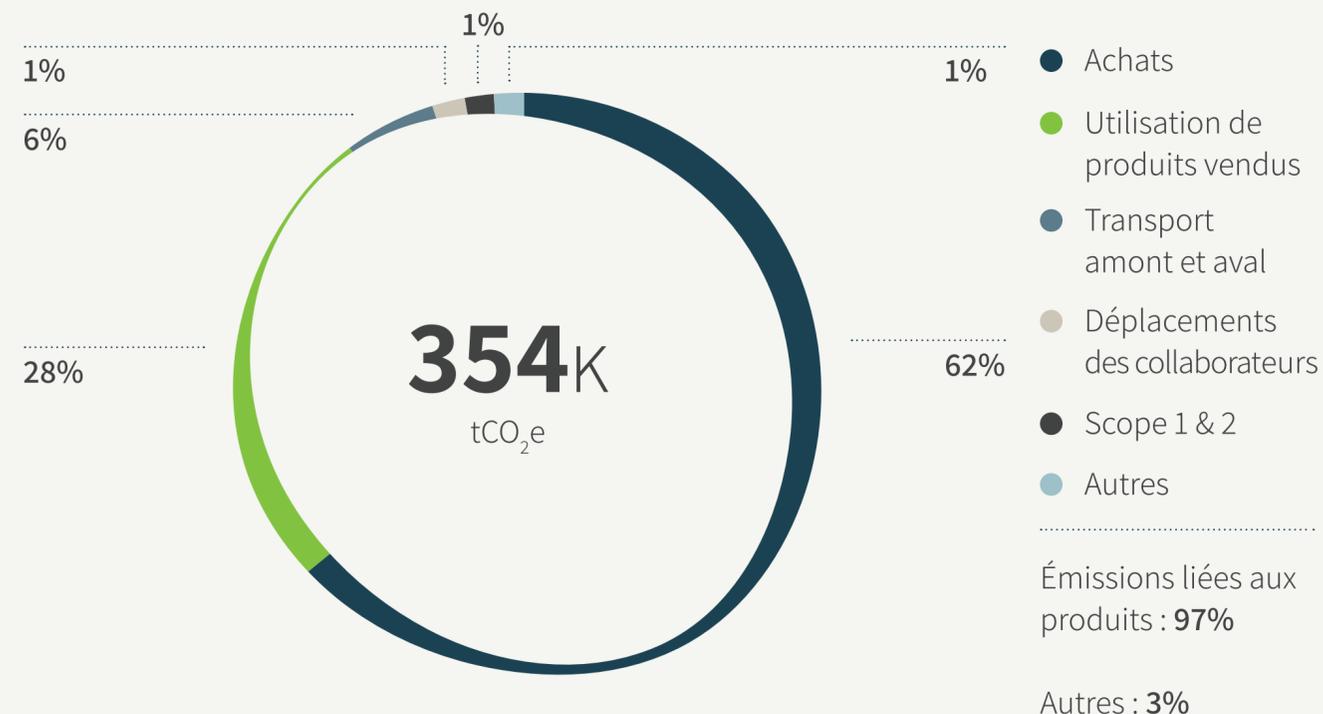


NOTRE PLAN D'ACTION

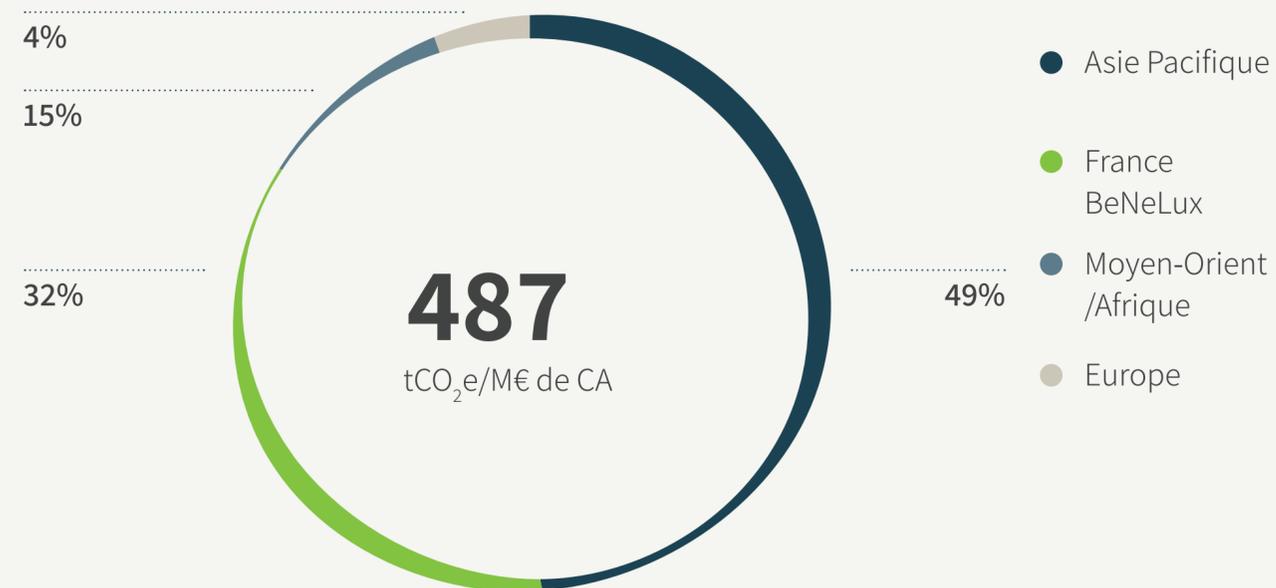
Notre plan d'action se concentre principalement sur ces 3 axes de travail :

- **Des Produits et Services plus soutenables :**
 - Innover avec des produits et services toujours plus responsables
 - Maîtriser et réduire avec nos partenaires l'empreinte de nos produits
- **Des Déplacements : moins carbonés**
 - Augmenter notre flotte de **véhicules électriques**
 - Engager nos transporteurs
- **Une Énergie : sobre et renouvelable**
 - Optimiser nos consommations énergétiques
 - Viser 100% d'énergie renouvelable

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO₂ PAR POSTE



RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO₂ PAR RÉGION



Maîtriser notre consommation d'énergie

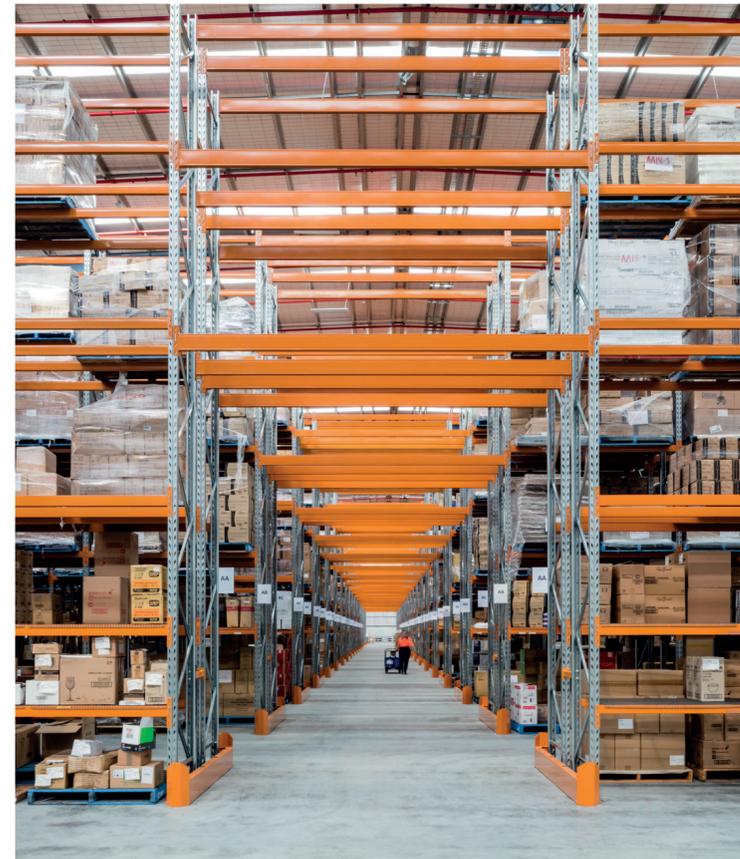
En 2023, la consommation énergétique de nos installations représentait 0,9% de nos émissions.

OPTIMISER NOTRE CONSOMMATION :

Notre priorité est d'optimiser notre consommation d'énergie : depuis une dizaine d'années, le Groupe et ses filiales mènent de nombreuses initiatives pour réduire leurs consommations énergétiques. **Pour les renforcer**, nous avons déployé dans le Groupe, en 2022, un **plan de sobriété énergétique**. Nos axes de travail concernent principalement la modernisation des technologies d'éclairage, l'efficacité énergétique des équipements et la maîtrise des consommations.

Nous avons pu constater en 2023 l'efficacité des mesures de sobriété entreprises dans chaque pays sur **79% des sites du Groupe** : **ECOTEL Annecy** a enregistré une baisse de 30% tandis que **CHS** en Italie, a observé des diminutions de 37% à Bergame et de 26% à Milan...

Par ailleurs, **Reward Hospitality** qui a déménagé dans un nouvel entrepôt à Perth fin 2022, a pu bénéficier toute l'année d'un éclairage naturel. De larges puits de lumière dans la toiture évitent l'usage d'éclairage en journée, optimisant ainsi sa consommation annuelle d'énergie.



Reward Hospitality, Yatala, Australie

VERS UNE ÉNERGIE DÉCARBONÉE :

Nous souhaitons également opérer une transition progressive des énergies que nous consommons vers des énergies renouvelables.

CHS, en Italie et **Reward Hospitality**, en Australie, ont déjà des projets d'équipement de toitures de certains entrepôts avec des panneaux solaires.



FOCUS SUR LES PERFORMANCES DU nouvel entrepôt de CHS – Italie

Carlo SCALABRINI

DG de CHS, Italie



Notre nouvelle plate-forme en construction prévue pour 2024 permettra de regrouper 5 entrepôts existant en Italie et ainsi d'optimiser les acheminements et le stockage. Elle sera **entièrement équipée de panneaux photovoltaïques** permettant de produire jusqu'à 500 kWh et d'autres équipements et aménagements permettront de réduire notre consommation en eau et en énergie.

Nous espérons obtenir une **certification LEED**, une des meilleures références en bâtiment durable ! »



Indicateurs clés Groupe 2023

79%

des sites ont observé de réductions de consommation énergétique

66%

de surfaces de nos bâtiments sont éclairées par des technologies LED

-12%

de consommation d'énergie totale à périmètre équivalent (2022-2023) (-5% pour l'électricité, -19% pour le gaz naturel)

Réduire l'impact des transports

En 2023, les transports de marchandises représentaient 7% de nos émissions. Les déplacements des collaborateurs en représentaient 1%.



APPROVISIONNER LIVRER NOS CLIENTS

Depuis plusieurs années, nous améliorons le transport de nos livraisons, grâce à des chargements optimisés pour réduire la manutention lors des transits, des tournées par zone géographique et en travaillant sur nos emballages pour réduire la casse et les retours.

L'intégration de nouvelles filiales dans le Groupe est également l'occasion de travailler sur **l'optimisation des approvisionnements** et le stockage au sein d'un même pays. Le transport aérien doit rester exceptionnel.

Nos **partenaires s'engagent** dans la réduction des émissions carbone et de la pollution, en utilisant des véhicules moins polluants et en développant petit à petit un parc de véhicules bas-carbone.

En France, nos principaux transporteurs ont adhéré à la **charte Objectif CO₂** de l'ADEME, et assurent la livraison de nos clients avec des solutions adaptées à chaque ville, dans les zones à faible émissions (ZFE).

OPTIMISER ET RÉDUIRE LES DÉPLACEMENTS DOMICILE-TRAVAIL

ECF Group s'engage dans la mobilité durable, conscient de son impact sur le climat, l'environnement, la santé et le bien-être.

En 2019, un **Plan Mobilité** a été mis en place au siège et à la centrale d'achat ECF France.

Des actions concrètes ont suivi, telles que la création d'un poste de responsable mobilité pour la France, l'installation de 4 nouvelles **bornes de recharge électriques sur le site du siège et du hub ECF France** en 2023 (portant leur nombre à 8), ainsi que l'offre d'un abonnement vélo par l'entité GastroTotal en Allemagne.

De plus, le **télétravail** a considérablement réduit les déplacements domicile-travail, et un mode de travail hybride est maintenu lorsqu'il est possible grâce à une charte de télétravail mise en place en 2021 avec les partenaires sociaux pour l'UES (ECF, Chomette, Ecotel, Corpo).

DES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS MOINS ÉMETTEURS

Nous avons commencé à déployer sur nos principaux hubs des politiques de déplacement professionnel.

La **politique voyage** formalisée en 2022, favorise l'usage du train (en France) et des véhicules à faibles émissions sur place, la responsable mobilité assurant un rôle de validation et de suivi.

Dans le cadre de notre plan d'action climat, nous avons déployé pour l'ensemble des filiales en France, notre nouvelle **politique automobile bas carbone**. Des véhicules électriques sont proposés en priorité pour tous les grades avec installation d'une borne de recharge à domicile prise en charge par l'entreprise.

Pour les mêmes raisons, **Chomette** a formé l'ensemble de sa force commerciale à **l'éco-conduite**, avec des casques de réalité virtuelle, à l'occasion de sa convention annuelle 2023.

Contrôler l'impact de nos activités sur le vivant



ECF, Chomette, France : gestion différenciée des espaces verts

Maîtriser l'impact de nos installations

Afin de réduire l'impact environnemental et protéger nos collaborateurs, nous nous conformons à la réglementation en vigueur dans chaque pays pour nos installations classées pour la protection de l'environnement et nos magasins. Nous assurons des contrôles réguliers et améliorons en continu la performance de nos équipements et de nos processus, que ce soit concernant nos matières dangereuses ou la sécurité de nos entrepôts.



Reward Hospitality, Australie, collecte d'eau pluviale

EAU

Nos activités opérationnelles, par leur nature, n'émettent pas de rejets dans l'eau, mais nous traitons la question de la ressource en eau à notre échelle, en suivant et en optimisant notre consommation sur nos principaux sites, sur 2 axes :

- **Réduction** : le paillage des plantations de nos espaces verts, au siège du **Groupe ECF et de Chomette** permet de se passer d'arrosage et réduit le désherbage.
- **Récupération** : récupérer et stocker les eaux pluviales pour l'arrosage et les sanitaires, comme sur notre hub en Australie et siège social de **Reward Hospitality** (Yatala).



ECF, Chomette, siège social, Grigny, France

BIODIVERSITÉ

La biodiversité est un sujet d'attention au sein du Groupe en particulier dans nos pratiques d'entretien des espaces verts ainsi que par des contributions externes auxquelles nous pouvons modestement participer.

Pour favoriser la biodiversité, la **gestion différenciée** (fauche tardive, fleurs mellifères,...) a été mise en place en 2023, au siège social et hub d'ECF, Chomette, ECOTEL et du site de production de GastroTotal, en Allemagne. Les arbres font l'objet d'attention, et de préservation pour les 68 arbres du siège et les fruitiers anciens du site de GastroTotal.

Nous poursuivons notre **contribution annuelle à la reforestation** et à la biodiversité, avec nos partenaires comme Ecotree, avec cette année 500 arbres supplémentaires plantés en France.

Réduire et recycler les déchets

NOTRE APPROCHE DU TRI ET DU RECYCLAGE DES DÉCHETS

Nous appliquons partout où nous avons des solutions, au moins **le tri 5 flux** (papier, carton, plastique, bois, métaux ferreux), et les déchets dangereux font l'objet d'une collecte dédiée. En Australie, **Reward Hospitality** a introduit en 2023 le recyclage des films plastiques, papier bulle inclus, sur tous les sites disposant de cette filière de recyclage sur leur territoire.

Les **équipements informatiques** en fin d'usage sont, en France, soit réutilisés au sein du Groupe, soit collectés par notre **partenaire Ecologic**.

De même, depuis des années, les **produits en bon état retirés de la vente** (retours client, fins de série, salons...) font l'objet de **dons annuels** auprès de nos associations et ONG partenaires (Secours Populaire, Emmaüs Connect...), ou de nos collaborateurs lors de « vide placard, seconde vie ».

Le Groupe ECF agit avec ses filiales pour améliorer en continu le tri et sa production de déchets, avec comme cadre les 5R: **Refuser, Réduire, Réparer/Réutiliser, Recycler** et **Rendre à la Terre**.

RÉDUIRE ET OPTIMISER NOTRE CONSOMMATION DE CARTON

Le carton est le principal déchet que nous produisons. Nombreuses sont nos filiales qui ont déployé des initiatives pour en réduire l'utilisation et pour favoriser leur réemploi, comme **CHS, Coldis, Oxstal, Noveo, ECF Middle East** entre autres, qui sélectionnent les cartons vides et assurent leur réemploi en interne comme pour les livraisons.

Le **recyclage des cartons** est déployé au Moyen-Orient (**ECF Middle East** et **Restofair Rak**). Les cartons sont transformés sur place **en calage** pour protéger nos marchandises (en remplacement du calage neuf ou du papier bulle).

LIMITER NOTRE CONSOMMATION DE PLASTIQUE

Le plastique (films d'emballage) est le second déchet que nous produisons le plus. Des actions sont mises en œuvre pour réduire la quantité de film utilisée en 2023 : **Southern Hospitality** a, par exemple, réduit l'épaisseur des films plastiques utilisés pour l'expédition de marchandises sur palettes et **ECF Middle East** a travaillé sur l'optimisation de la quantité utilisée.



Indicateurs clés Groupe 2023

50%

des déchets non dangereux sont recyclés et valorisés dans le Groupe dont 67% en France BénéLux et 58% en Europe

63%

des filiales ont lancé des initiatives sur l'année écoulée pour réduire les déchets générés par notre activité, mieux les trier et les recycler

Former et sensibiliser aux enjeux environnementaux

Sensibiliser les équipes au cours de grands temps forts annuels



Reward Hospitality, Australie

Depuis 2008, nous avons mis en place des temps forts au sein du Groupe pour informer et sensibiliser nos collaborateurs sur différents sujets sociaux et environnementaux (déchets, collectes, handicap...).

SEMAINE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Depuis 2012, chaque année, la Semaine Européenne du Développement Durable est un moment clé qui nous permet de rappeler nos engagements, sensibiliser et impliquer nos collaborateurs.

En 2023, nous avons choisi le thème du Changement Climatique lors de la Semaine du Développement Durable : le Groupe ECF a déployé un programme de sensibilisation et d'événements sur les sujets climat (mobilité, circularité, alimentation, énergie). À cette occasion, des collaborateurs se sont engagés personnellement sur des actions concrètes en faveur du climat, lors du défi du Groupe #ECFenAction. Les filiales ont aussi décliné d'autres défis, par exemple une journée sans voiture, journée co-voiturage, repas végétarien, l'organisation d'un troc... Ces événements sont aussi l'occasion de se retrouver autour d'un repas convivial.

NUMÉRIQUE RESPONSABLE

Concernant nos usages numériques et les consommations énergétiques associées, plusieurs filiales (France, Italie, Moyen Orient) ont participé en 2023 au Digital Cleanup Day, journée de sensibilisation au numérique responsable, qui se concentre notamment sur le stockage, la consommation de données informatiques, la fin de vie et le réemploi.

RÉDUIRE ET RÉUTILISER

Nous avons différents temps forts annuels pour sensibiliser nos collaborateurs sur les déchets (journée grand tri, « vide placard second vie », collecte des terminaux mobiles ou équipements électriques en fin de vie...). Nous avons en 2022 choisi le thème de l'économie circulaire lors de la Semaine du Développement Durable du Groupe.

A l'occasion de la Semaine Européenne des déchets SERD 2023, sur le thème du Packaging, nous avons pu constituer une compilation des bonnes pratiques illustrées et partagées par toutes nos filiales participantes.



Restofair Rak, UAE

Sensibiliser aux enjeux climatiques

Déployer une stratégie climat passe par la sensibilisation et la formation, l'adhésion de nos équipes étant essentielle à sa réussite, à commencer par celle des équipes de direction et d'une partie des collaborateurs à des postes de management.

À cet effet, nous avons lancé en 2023 un programme de formation aux enjeux du changement climatique dans les différents pays du Groupe.

Ce programme de formation d'une durée de 3h30 a pour objectif de présenter la stratégie climat, le bilan carbone et intègre une session Fresque du climat et de réflexion collective pour réduire notre impact.



Indicateurs clés Groupe 2023

79% du Top management a été formé aux enjeux du changement climatique en 2023

5 pays du Groupe ont décliné dans leurs entités la formation climat



Partie 2



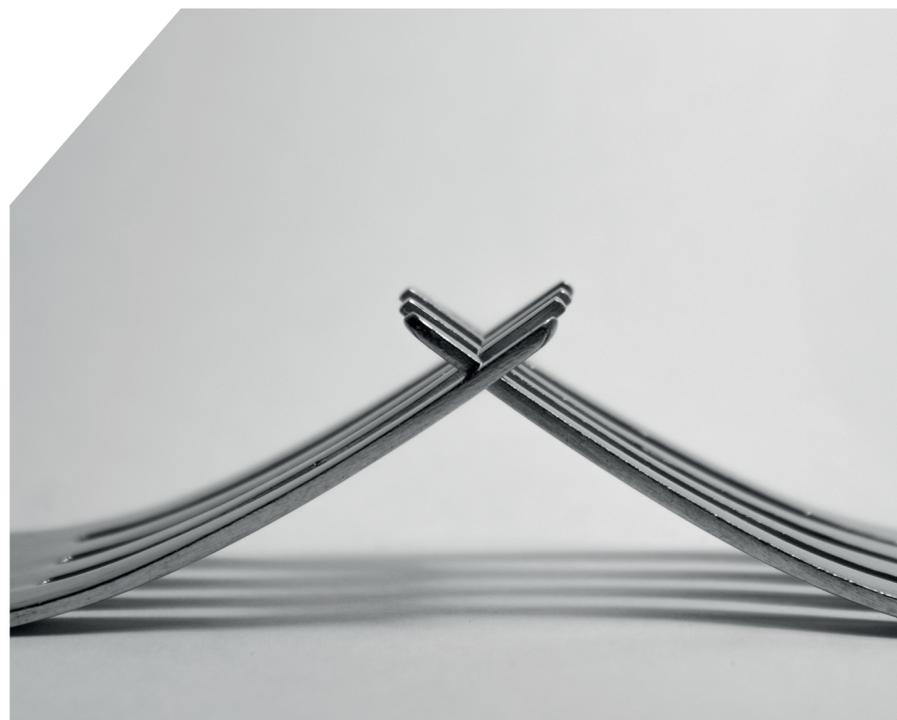
Proposer

des solutions responsables
et accompagner nos
partenaires dans leur
transition écologique

Offrir des produits et des services responsables

Accompagner les clients dans leur transition environnementale est une volonté partagée par toutes les filiales du Groupe ECF.

Nous sommes en veille permanente d'alternatives et de solutions innovantes afin de proposer toujours plus de produits et services responsables.



DES PRODUITS RESPONSABLES ET TOUJOURS PLUS DE PRODUITS LABELLISÉS



Nos produits, en grande majorité, sont fabriqués à base de **matériaux durables** : le verre, la céramique et l'inox sont les matières phares de notre offre. Ces produits ne font pas l'objet de labellisation mais peuvent utiliser dans leur processus de fabrication des matières recyclées.

Pour les autres univers produits, comme les consommables de table, la vente à emporter, l'hygiène, le textile ou l'équipement électrique, nous augmentons progressivement la part des produits bénéficiant de **labels rigoureux ou fabriqués avec des matières biosourcées ou recyclées**.

En 2024, notre ambition est de poursuivre le développement et la valorisation auprès de nos clients des gammes et des produits responsables.

QU'EST-CE QU'UN PRODUIT RESPONSABLE POUR LE GROUPE ECF ?

Un produit responsable ayant obtenu, au moins, un label environnemental, dont nous avons reçu et contrôlé les certificats et/ou un produit composé de tout ou partie de matière recyclée ou biosourcée.



Indicateurs clés Groupe 2023

CHOMETTE, ECOTEL, LA CORPO

12%

des produits proposés sont responsables, et représentent 22% des ventes en chiffre d'affaires

REWARD AUSTRALIE

17%

des produits proposés sont responsables, pour 19% du chiffre d'affaires



FOCUS SUR L'ENGAGEMENT DE NOTRE FOURNISSEUR SANTOS ET SA GAMME LABELLISÉE LONGTIME

Alexandrine
STRICKER

Directrice Marketing
Santos

“ Depuis 1954, Santos est engagé, que ce soit au travers de ses innovations, des matériaux utilisés ou de son réseau local de fournisseurs, à développer et concevoir des appareils fiables, durables et réparables.

Avec **Longtime®**, le label des produits conçus pour durer, nous souhaitons mettre en avant cette politique et cette volonté qui font partie intégrante de l'ADN de la marque. Le choix de cette labellisation a été retenu, car elle est effectuée par un organisme de contrôle indépendant, qui authentifie la **fiabilité et la réparabilité des produits** qu'il certifie à partir d'un référentiel de 41 critères. De plus, notre entreprise est régulièrement auditée pour vérifier que les conditions sont toujours respectées.

Nous avons passé, fin 2023, la barre des 75% de produits labellisés Longtime avec la récente certification de notre gamme de moulins à café. Désormais, c'est l'ensemble de nos presse-agrumes, blenders, moulins à café (équipés de meules Ø63,5mm) et centrifugeuses qui sont certifiés Longtime. Prochaine étape, poursuivre nos efforts en matière de durabilité, mais aussi aller un cran plus loin en matière de reconditionnement et d'éco-conception de produits innovants, toujours fabriqués en France. »

Cette année, nous avons intégré de nouveaux produits labellisés Longtime, un label qui valorise la durabilité des produits, avec de nombreux critères liés à la réparabilité, la disponibilité des pièces détachées, le service après-vente...

Nos partenaires Santos (appareils électriques), Deglon (coutellerie) et Tournus ont développé des produits labellisés Longtime. Nous en avons référencé 112.

REDUIRE LES EMBALLAGES

En Australie, **Reward Hospitality** a fait le choix de s'engager dans un **programme volontaire (APCO)** portant sur la production de ses déchets ainsi que sur les emballages des produits vendus.

Les fournisseurs sont encouragés, entre autres, à supprimer le plastique des emballages produits ou ajouter les consignes de tri.



DES ALTERNATIVES AU PLASTIQUE ET À L'USAGE UNIQUE

Nous sommes attentifs et en veille pour proposer à nos clients des produits permettant de réduire ou remplacer le plastique.

Les produits d'emballage de la vente à emporter ont fait l'objet, depuis 2017, d'une réflexion globale dans le Groupe (Europe et Asie Pacifique), pour anticiper et accompagner nos clients dans les évolutions réglementaires de chaque pays en proposant des solutions alternatives et innovantes.

Notre marque **Earth Essentials**, qui propose des emballages en papier ou carton pour la vente à emporter continue chaque année d'approfondir sa gamme dans chaque pays du Groupe.

Pour illustrer les innovations, cette année **OXSTAL** a développé une gamme innovante de gobelets zéro plastique, avec un intérieur étanche réalisé avec de la pâte à papier et un ajout végétal. Ces gobelets sont labellisés FSC, OK Compost et Flustix.

De même, pour préparer la **transition du jetable au réutilisable**, le Groupe propose des solutions de contenants en verre, de formats différents et adaptés à la consigne, par exemple avec la gamme **So Urban d'Arcoroc**.



DES PROCESSUS DE FABRICATION CIRCULAIRES

Nous développons et proposons à nos clients toujours plus de gammes de produits fabriqués à partir de **matières recyclées**, sur différents univers de produits comme la verrerie, la céramique, les plateaux...

À titre d'exemple, pour la verrerie, 100% de la collection distribuée par nos 2 principaux fournisseurs est produite depuis 2022 à partir de **30% de verre recyclé**.

Parmi les nouveautés 2023, notre **gamme Lily** de pro.mundi propose des verres colorés fabriqués **à partir de 100% de verre recyclé**.



DES PRODUITS D'HYGIÈNE MOINS IMPACTANTS POUR L'ENVIRONNEMENT

Pour réduire l'impact sur la santé et l'environnement, nous travaillons à sélectionner et à élargir nos gammes de produits d'hygiène et d'entretien avec des produits innovants.

À titre d'exemple, nous avons lancé la marque **Kleaning Essentials**, en France en 2017, une gamme de 17 produits d'hygiène à base de tensioactifs 100% d'origine végétale, efficaces et sans étiquetage des risques.

Les produits d'entretien concentrés sont des actifs à diluer dans l'eau, ils ont l'avantage d'apporter un gain en plastique, emballage, transport et stockage ! Nos marques novatrices en proposent déjà depuis quelques années et continuent à développer leurs gammes. Parmi les nouveautés 2023, **Santor** a lancé une gamme de produits concentrés SANTOROOM labellisé **Ecolabel européen**, dans un contenant recyclable, ou encore **COLDIS**, avec sa gamme **IDEGREEN**, une gamme de capsules à diluer pour recharger des sprays prêts à l'emploi pour le nettoyage de surface.

Créer des relations durables avec nos partenaires



DÉVELOPPER DES PARTENARIATS DURABLES

Nous développons des relations solides et durables avec l'ensemble de nos parties prenantes, que ce soit avec nos fournisseurs, nos prestataires ou nos clients.

Dans le Groupe, nos filiales développent partout dans le monde des partenariats avec nos fournisseurs clés afin de proposer des innovations répondant aux attentes de nos clients, aux évolutions réglementaires ainsi qu'aux enjeux de durabilité.

Pour nourrir ces relations, des conventions annuelles sont organisées par Chomette et Reward Hospitality auxquelles participent nos fournisseurs et toutes nos forces commerciales. Ces événements sont l'occasion de mettre en avant et récompenser nos fournisseurs, d'échanger sur les nouveautés, mais aussi de communiquer sur notre stratégie d'achats responsables.



Indicateurs clés Groupe 2023

392

fournisseurs ont plus de dix ans d'ancienneté. Soit 57% pour nos centrales d'achat France et Australie

Assurer la qualité de nos services auprès de nos clients et partenaires

Le Groupe ECF est engagé à nourrir l'expérience de ses parties prenantes de manière soutenable, que ce soit en protégeant les données en ligne, ou en proposant auprès de ses clients des produits et services de qualité.

SÉCURITÉ DES DONNÉES

Nous nous soucions de la **protection des données** personnelles de nos clients, collaborateurs et fournisseurs et nous attachons à déployer les procédures de sécurité des données sur l'ensemble de nos filiales.

Dans le cadre de sa politique informatique, le Groupe a mis au cœur de ses priorités la **cybersécurité** en renforçant son dispositif, avec l'arrivée, en 2023, d'un **responsable Sécurité des Systèmes d'Information** (RSSI) Groupe. Il a aussi déployé une **campagne de formation** via des modules e-learning visant à impliquer et responsabiliser les collaborateurs face aux risques liés aux cyberattaques.

SANTÉ ET SÉCURITÉ DES UTILISATEURS

La santé et la sécurité de nos clients est une priorité. Tous les produits commercialisés sont rigoureusement contrôlés et respectent les normes et réglementations françaises, européennes et internationales.

Nous assurons une veille permanente sur les produits impactant la santé ou l'environnement, afin d'assurer le référencement de nouveaux produits entre autres sans substance dangereuse ou agents CMR (Cancérogène, Mutagène, Toxique pour la reproduction).

MANAGEMENT DE LA QUALITÉ

Le Groupe ECF est soucieux de garantir auprès de ses clients des services de qualité pour l'ensemble de ses processus, en particulier ceux liés aux produits et sa chaîne logistique. Nous nous engageons au respect et à l'homogénéité de la qualité de nos services pour l'ensemble des filiales du Groupe.

Pour cela, nous avons déployé un système de management de la qualité, pour lequel plusieurs filiales du Groupe, dont notre centrale d'achat France (ECF, Chomette, CHS et GastroTotal), ont obtenu la certification ISO 9001, depuis 2007, en France.

Nos indicateurs de suivi et les enquêtes annuelles de satisfaction clients nous permettent d'être à l'écoute de nos clients pour améliorer la qualité de nos services.



Indicateurs clés Groupe 2023

GROUPE ECF

4

filiales certifiées ISO 9001
(ECF, Chomette, CHS, GastroTotal)

S'engager avec nos fournisseurs dans une démarche achats responsables

Dans le cadre de notre politique d'achats responsables, nous privilégions le partenariat avec des fournisseurs souscrivant à notre démarche RSE. Le Groupe ECF souhaite développer des partenariats basés sur le respect des principes humains fondamentaux et de l'environnement.

Pour matérialiser cette vision, depuis 2007, nos fournisseurs s'engagent chaque année dans une relation contractuelle en signant notre « charte fournisseurs ». En 2023, nous avons choisi de faire évoluer notre dispositif vers une **charte fournisseurs et achats responsables**. L'approbation du fournisseur à cette charte sera une condition pour établir une relation pérenne avec le Groupe ECF. Notre objectif est d'atteindre 70% de signataires en 2024 et 100% d'ici 2029.

Nombreux sont nos partenaires et fournisseurs clés ayant une démarche RSE toujours plus engagée, récompensée par des certifications ou faisant l'objet d'évaluations de performance RSE. **Nous sommes fiers de leur parcours et de leurs progrès et innovations.**

Afin de mieux connaître l'ensemble de nos fournisseurs, nous avons créé en 2023 un questionnaire RSE. C'est aussi l'opportunité de sensibiliser nos fournisseurs à ces enjeux.

Notre nouvelle charte fournisseurs et le questionnaire RSE vont être déployés par les filiales du Groupe à partir de 2024.



Indicateurs clés Groupe 2023

56%

des fournisseurs des deux principales centrales d'achat du Groupe (France et Australie) ont signé notre charte fournisseurs 70% : objectif 2024

CETTE NOUVELLE CHARTE ENGAGE LES FOURNISSEURS DU GROUPE SUR 4 ENJEUX :

- **Enjeux réglementaires** : le fournisseur s'engage à appliquer toutes les lois et règles locales et les conventions internationales portant sur les droits de l'homme, les conditions de travail, l'environnement et l'éthique.
- **Enjeux éthiques** : le fournisseur veillera à conduire ses activités conformément aux principes de loyauté, d'intégrité et d'équité, notamment sur les volets de lutte contre la corruption, la transparence, la confidentialité.
- **Enjeux sociaux** : le fournisseur s'engage vis-à-vis de ses salariés, pour assurer leur santé et leur sécurité, refuser le travail forcé, le travail des enfants, la discrimination en matière d'emploi.
- **Enjeux environnementaux** : le fournisseur s'engage à veiller à limiter son impact environnemental (consommation d'énergie, d'eau, de ressources, production de déchets...) et à mettre en œuvre toutes les actions possibles dans ce sens.

Par ailleurs, nous avons travaillé en 2023 à la création d'un questionnaire RSE à destination de nos fournisseurs, dans l'objectif d'évaluer leur maturité sur les enjeux de durabilité et de les y sensibiliser. Les différents sujets abordés sont les labels et certifications RSE, l'empreinte carbone, les produits (emballages, éco-conception, REP), les flux et les ressources (eau, énergie, déchets).

Notre charte fournisseurs et le questionnaire RSE vont être déployés par les différentes filiales du Groupe à partir de 2024.





POLITIQUE ACHATS RESPONSABLES ECF GROUP



**Corinne
LEDUC**

Directrice
Générale
ECF Group

« Dans le cadre de sa démarche RSE et pour répondre aux attentes de nos clients, le Groupe ECF poursuit le développement de son offre de produits responsables et s'engage dans une démarche achats responsables.

Afin d'harmoniser dans le Groupe la notion de « produits responsables », nous avons établi en 2023 une définition commune, sur laquelle nous avons déjà aligné les référentiels articles de nos centrales d'achat en France et en Australie. Ceux-ci sont maintenant identifiés visuellement d'une feuille verte sur nos supports digitaux et sur nos communications imprimées.

Par ailleurs, nous avons amorcé, avec l'appui de nombreux fournisseurs très investis, des projets pour améliorer notre approche environnementale des gammes, étudier les innovations de nos fournisseurs mais aussi les solutions pour réduire les emballages.

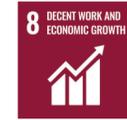
Nos sélections et évaluations fournisseurs intègrent de plus en plus cette approche environnementale.

Nous allons poursuivre notre politique en 2024 sur 2 axes:

- 1) **Produit** : continuer à déployer et harmoniser les processus de référencement des produits responsables auprès de l'ensemble des filiales toujours plus nombreuses du Groupe.
- 2) **Supply** : soutenir et avancer avec nos fournisseurs dans notre démarche d'achats responsables, le travail d'innovation et de labellisation des produits et commencer à intégrer progressivement l'empreinte carbone de leurs produits. »



Partie 3



Développer

et protéger le capital
humain au sein de notre
entreprise et au-delà

Assurer le bien-être de nos collaborateurs



LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL ET L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS, AU CŒUR DE NOTRE DÉMARCHE

Soucieux du **bien-être des collaborateurs** et de l'**amélioration de nos pratiques**, nous réalisons depuis 2021, une enquête annuelle sur l'ensemble des filiales du Groupe avec **Great Place To Work**, label international spécialisé dans la mesure de la qualité de vie au travail. Début 2024, plus de 2000 collaborateurs ont été sollicités pour faire le bilan de l'année 2023. Avec un taux de participation de 80% (vs 68% l'an dernier), **le Groupe ECF a obtenu la certification Great Place To Work** avec un score de 70%. Par ailleurs, 20 de nos filiales ont obtenu la certification soit 90% des pays du Groupe.

L'enquête Great Place To Work montre combien les collaborateurs perçoivent l'entreprise comme bienveillante et inclusive : un collectif où les individus sont traités respectueusement, quels que soient leur origine, leur religion, leur sexe ou leur genre.

De même, 80% des collaborateurs sont fiers de leur travail.

Pour engager les collaborateurs, Reward Australie a déployé sa plate-forme Reward me, qui permet aux collaborateurs d'accéder à des entraînements sportifs ou de bien-être et à bénéficier de réductions sur leurs achats personnels.

Des événements très variés et conviviaux sont également organisés dans toutes les filiales du Groupe pour favoriser la collaboration et l'engagement.



Indicateurs clés Groupe 2023

Great Place To Work®

Certified

MAR 2024-MAR 2025

70% indice de confiance GPTW

80% taux de participation

90% des pays du Groupe sont certifiés GPTW

Accueillir les nouveaux collaborateurs et développer une culture commune au sein du Groupe



ACCUEILLIR LES NOUVEAUX COLLABORATEURS

Bien accueillir et intégrer nos nouveaux collaborateurs est une priorité, notamment dans le cadre de l'intégration fréquente de nouvelles entités au sein de notre Groupe.

Les données de notre enquête en témoignent : pour l'année 2023, **85% (+2% vs 2022) des personnes considèrent que les nouveaux collaborateurs sont bien accueillis**, favorisant ainsi la bonne intégration dans les équipes. Cette année, nous avons continué à améliorer l'accueil des nouveaux collaborateurs, en déployant un nouveau programme d'onboarding en France et au Benelux. Le programme sera ensuite déployé dans d'autres pays (Asie Pacifique en premier lieu).

DÉVELOPPER UNE CULTURE COMMUNE

Pour développer une culture commune au travers de nos différents marchés et filiales, nous avons lancé en 2023 un intranet Groupe, **ECF4ME**.

Cette plate-forme de communication interne permet de partager avec l'ensemble des collaborateurs du Groupe les outils et les actualités du Groupe et des Régions, offrant ainsi plus de visibilité sur les initiatives des entités du Groupe.

C'est également l'opportunité de **partager** auprès de tous la **vision et les valeurs communes** du Groupe pour guider nos actions vers nos objectifs stratégiques.



FOCUS SUR NOTRE STRATÉGIE RH

Pablo PARETS

Directeur des Ressources Humaines
ECF Group

“ **Quel a été le principal enjeu pour votre stratégie RH cette année ?**

Notre stratégie RH soutient pleinement la stratégie globale du Groupe, mobilisant ainsi tous les collaborateurs autour de notre projet d'entreprise. Face à notre forte croissance récente, notre principal défi RH a été de créer des outils, des pratiques et des valeurs communes pour renforcer notre esprit de Communauté et de Groupe.

Cela inclut des actions pour renforcer le sentiment d'appartenance, où que l'on soit, et la mise en place de nouveaux outils de communication pour partager les actualités du Groupe à tout moment et en tout lieu. Nous avons également amélioré nos outils de gestion des talents, notamment en lançant un « Succession Plan Program » à l'échelle du Groupe. Ce programme prépare l'avenir en identifiant les besoins pour les fonctions clés et en favorisant les mobilités internes et internationales.

Quelles sont les prochaines étapes de cette stratégie ?

Nos prochaines étapes visent à renforcer l'utilisation des outils de communication internes pour les rendre plus accessibles et interactifs, jusqu'à créer un véritable esprit de Groupe via un réseau social interne. Nous continuerons également à déployer nos outils et pratiques RH au niveau du Groupe, comme l'institutionnalisation du processus de « Succession Plan », l'harmonisation des pratiques d'évaluation pour les cadres, et l'amélioration de la communication sur les postes ouverts en interne. Notre objectif est de développer une véritable culture de mobilité internationale et de faciliter les mobilités internes.

Un message aux candidats ?

Rejoignez-nous ! ECF est un Groupe leader dans de nombreuses régions et continuera de croître pour renforcer ses positions sur ses marchés. Avec des valeurs fortes de Proximité, Performance et Professionnalisme, nous sommes un collectif dédié à nos clients, offrant de superbes opportunités d'évolution interne et des aventures humaines passionnantes. »

Assurer la sécurité de nos collaborateurs

Le Groupe ECF s'engage pour la santé et la sécurité de ses collaborateurs, s'assurant que l'ensemble de ses activités respecte les législations et réglementations en vigueur dans le pays au sein duquel il opère.



PRÉVENTION POUR NOTRE SÉCURITÉ

Le Groupe œuvre constamment à **améliorer les conditions de travail** en suivant rigoureusement tous les incidents humains, environnementaux et de sécurité.

En région Asie-Pacifique, le suivi des incidents et la prévention des accidents sont entièrement numérisés. De même, des réunions mensuelles sont organisées avec tous les sites pour **partager les bonnes pratiques**, discuter des incidents et **rappeler les consignes de sécurité** aux équipes.

Pour prévenir les accidents du travail, tous les collaborateurs suivent **une formation sur la santé et sécurité, dès leur intégration**. La sensibilisation aux risques professionnels est entièrement numérique à travers le Groupe, couvrant **tous les aspects de la prévention des risques**.

Des formations en présentiel régulières permettent de former à la **prévention des risques incendie, aux matières dangereuses et aux gestes et posture en logistique**, en particulier.

FOCUS SUR LA FORMATION GESTES ET POSTURES

Cette formation dispensée sur notre hub en France (à Grigny) vise à **protéger la santé et la sécurité des équipes logistiques**. Dispensée par des experts, elle combine théorie et pratique pour enseigner des postures adéquates et des techniques de manutention sûres, permettant de **minimiser les risques quotidiens**.

Les retours des collaborateurs sont positifs, notant une amélioration de leur confort, efficacité et une réduction des blessures. En 2023, 80% des équipes logistique, ont été formées.



Indicateurs clés Groupe 2023

89%

des collaborateurs considèrent l'entreprise comme **un lieu où les conditions de sécurité sont remplies** (4% de plus par rapport à l'année précédente) source GPTW

70%

des filiales ont formé leurs équipes à la santé et la sécurité au travail

3,5%

d'absentéisme (-21% par rapport à 2022)

Former les collaborateurs tout au long de leur carrière

Pour **soutenir la progression professionnelle** de nos collaborateurs et développer leurs compétences, nous avons diversifié notre catalogue de formations depuis 2020.

Cela inclut des options d'e-learning disponibles sur nos plateformes internes : « The Venue » en Australie et « Académie ECF » en France. En 2023, « ECF Academy » a été déployée dans les filiales au Moyen-Orient et en Italie, renforçant ainsi nos efforts pour le développement des compétences à travers des sessions courtes et modulaires, pour l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Les formations clés de 2023 déployées dans tous les pays du Groupe ont été axées sur la **cybersécurité**, dispensée à tous les collaborateurs numériques du Groupe, et sur la **formation aux enjeux climat**, notamment l'atelier « Fresque du Climat » destiné aux responsables de chaque entité et métier dans nos filiales.



FORMATION VENDEURS D'ÉLITE

En 2023, Chomette a organisé une formation innovante en neuropsychologie pour ses forces de vente afin de répondre aux nouveaux défis du marché. Dispensée par la société « Vendeurs d'Elites », cette initiative visait à faire évoluer nos vendeurs en conseillers commerciaux adaptés aux attentes des clients et au digital. Au-delà des compétences techniques, cette formation a renforcé la cohésion d'équipe et l'esprit collaboratif. Nous sommes fiers d'investir dans le développement de nos collaborateurs, convaincus que cette initiative soutient notre engagement envers la responsabilité sociale tout en renforçant notre capacité à apporter une valeur ajoutée unique à notre clientèle.



Indicateurs clés Groupe 2023

1 570 employés formés en 2023

19 900 heures de formation

1 306 employés formés en présentiel

1 110 employés formés en e-learning



FOCUS SUR « A LA CARTE », LE NOUVEAU PROGRAMME DE FORMATION D'ECF ASIE PACIFIQUE

Kim MANNION

Directrice des Ressources humaines de Reward Australie

« Le développement des compétences de nos collaborateurs ainsi que leur évolution de carrière au sein du Groupe nous tiennent à cœur.

C'est pour répondre à cet enjeu que nous travaillons depuis plusieurs mois sur la conception d'un nouveau programme de formation, appelé « À la carte » pour ECF Asie Pacifique.

Ce programme, prévu pour 2024, proposera une variété de parcours et de modules interactifs de formation adaptés à chaque métier. Ainsi, nous avons créé des modules adaptés aux métiers de la logistique à propos de la santé et de la sécurité au travail. Une attention particulière a été portée sur la manutention manuelle, la manipulation de produits chimiques, le travail en hauteur et la sensibilisation aux dangers. Le programme offrira aussi aux employés nos premiers programmes de développement de carrière adaptés.

Ce nouveau programme a aussi pour ambition de diffuser une connaissance commune de l'identité, des politiques et des règles de notre entreprise. C'est un outil indispensable pour accueillir de nouveaux collaborateurs.

Notre prochain défi sera de poursuivre la déclinaison des parcours pour les autres fonctions : vente, commerce de détail, service client et leadership. »

Promouvoir la diversité et l'inclusion au sein de notre organisation et lutter contre les discriminations



Nous reconnaissons notre diversité comme une force et une source d'innovation, de créativité et d'opportunité de croissance personnelle et professionnelle. Au sein du Groupe ECF, nous croyons que la diversité sous toutes ses formes est essentielle à notre succès en tant qu'organisation internationale et que nos différences nous rendent plus forts.

Les collaborateurs, en France, considèrent que leur entreprise traite équitablement les employés indépendamment de leur origine ethnique (89%), de leur genre (87%), de leur orientation sexuelle (92%), de leur âge (82%). L'ensemble de ces indicateurs est en progression par rapport à l'année précédente.

Nous ne tolérons aucune forme de discrimination à l'encontre des collaborateurs en matière de recrutement et d'emploi, d'intégration, de traitement et d'évolution notamment quant à l'origine culturelle et l'ethnicité, l'âge, le genre, le handicap ou toute autre forme de discrimination. Nous appliquons également les exigences réglementaires locales des pays d'implantation de nos filiales.

Nous souhaitons former les cadres dirigeants du Groupe aux sujets de diversité et d'inclusion, avec pour objectif d'avoir 70% des managers formés d'ici 2025 et 90% en 2030.



Indicateurs clés Groupe 2023

41%

de femmes dans les effectifs (ETP)

39%

de femmes managers (ETP)

88%

des collaborateurs considèrent être traités équitablement quel que soit leur genre, leur origine ethnique, leur orientation sexuelle ou leur âge

INDICATEURS FRANCE

84%

index égalité professionnelle F/H (UES France)

3,3%

part des personnes en situation de handicap en France BénéLux

Développer nos actions solidaires et inclusives

Depuis 2004, le Groupe ECF et ses marques soutiennent des ONG ou des associations locales. Nous apportons des contributions financières, matérielles et logistiques, nous organisons aussi parfois des collectes pour des causes qui nous tiennent à cœur.

Nombreuses sont nos filiales qui ont réalisé en 2023 des dons ou actions solidaires.

Voici quelques exemples sur les 4 thématiques solidaires pour lesquelles nous sommes investis :

L'ENGAGEMENT AUPRÈS DES ENFANTS MALADES :

OXSTAL a contribué financièrement à hauteur de 5000 euros à l'association des **Magic Poppins** qui intervient auprès des enfants malades de l'Hôpital Fondation Adolphe de Rothschild en proposant des ateliers créatifs, auxquels 3 collaborateurs participent une fois par mois.

Le siège de **Reward** à Yatala, comme chaque année, s'est mobilisé pour faire don de plusieurs centaines de jouets au Queensland Children Hospital. **GastroTotal**, quant à lui, a soutenu l'association **CiniClown**, en Autriche, qui organise des animations dans les hôpitaux, entre autres, pour les enfants atteints de maladies chroniques et graves, avec un don de 2000 euros.



OXSTAL, atelier mensuel avec Magic Poppins

LE SOUTIEN AU SPORT ET À LA SANTÉ :

Plusieurs filiales soutiennent des clubs sportifs. **ECF France** soutient, par exemple, le sport féminin au sein de l'USG Omnisports Grigny, club de sport local, à hauteur de 10 000 euros. En Australie, **Reward Newcastle** soutient le Newcastle Jockey club avec une donation de 5000 dollars. **Chomette France** participe également à la Course des étoiles, en soutien à l'association Laurette Fugain.

LE SOUTIEN AUX MÉTIERS DE LA RESTAURATION :

Chomette France a effectué un don de 4000 euros pour l'installation d'un restaurant « La belle étincelle » à Paris, qui emploie des jeunes porteurs de handicap. **Novéo** effectue des donations de matériel d'une valeur de 1000 euros

par restaurant, pour 3 restaurants en France.

LES ACTIONS DE SOLIDARITÉ AUPRÈS DES PLUS PRÉCAIRES :

Des dons matériels sont régulièrement effectués auprès d'associations de solidarité, par exemple la **Croix Rouge** (CHS Group et SDS en Italie), **Emmaüs Connect** (ECF, Eco-tel Anancy), le **Secours Populaire** (ECF)...

CHS et **SDS** soutiennent aussi **Terre des Hommes**, sur des sujets de protection et de défense des droits des enfants dans le monde : santé, migration, accès à la justice.



Chomette, Course des 10km des étoiles, Mars 2023



Vision 2030

Perspectives

Pour les années à venir, ECF Group porte de nouvelles ambitions et acte la poursuite de son engagement.

POURUIVRE LE DÉPLOIEMENT DE NOTRE POLITIQUE RSE

Nous allons continuer à faire évoluer notre stratégie et politique RSE, en prenant en compte les attentes, risques et opportunités inhérents à notre secteur.

Notre ambition est d'être un Groupe intégré avec une culture d'engagement partagé pour atteindre des objectifs communs, avec les meilleures pratiques en matière d'éthique, de responsabilité sociale et environnementale.

UNE VISION CONSOLIDÉE DE NOTRE PERFORMANCE RSE

Maîtriser notre performance RSE est essentiel pour assurer le pilotage de notre stratégie RSE, pour définir nos objectifs et décliner notre plan d'action pluriannuel.

Nous allons continuer à travailler pour assurer le déploiement de notre politique RSE et assurer une mesure robuste des indicateurs, auprès de l'ensemble de nos filiales et pays d'implantation.

Cela est d'autant plus capital, que dès 2026, nous assurerons notre reporting extra-financier du référentiel aligné sur la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive).

DÉVELOPPER UNE APPROCHE DE MOYEN ET LONG TERME

Face aux enjeux, notre stratégie doit s'inscrire dans la durée avec une vision long terme.

Nous allons continuer à enrichir nos objectifs à échéance 2030, et les plans d'actions associés, pour l'ensemble des piliers de notre politique RSE. Cela inclut également notre trajectoire climatique et notre objectif de réduction de notre empreinte carbone.

Nos objectifs Groupe à l'horizon 2030

Piliers

Engagements

Objectifs 2030



Environnement

Réduire l'impact de nos activités sur l'environnement, aux côtés de nos collaborateurs

100% d'énergie renouvelable pour la consommation électrique, dans toutes nos activités au sein du Groupe

Empreinte carbone annuelle scope 1,2 et 3 pour **100% de nos entités**



Produit

Proposer des solutions responsables et accompagner nos partenaires dans leur transition écologique

100% des fournisseurs signataires de notre charte fournisseur et achats responsables



Humain

Développer et protéger le capital humain au sein de notre entreprise et au-delà

Parité hommes-femmes dans les fonctions d'encadrement et au sein du personnel

100% des managers formés à la diversité et à l'inclusion



Éthique

Respecter les principes éthiques et réglementaires

100% des employés exposés formés à l'éthique des affaires

Protection des données : **100% des filiales conformes à la RGPD**

Intégrer la RSE dans la stratégie de croissance externe

ECF Group a une ambition forte de croissance externe afin de renforcer et étendre son offre de produits et services dans ses zones d'activité. **Notre objectif est d'assurer la transformation de notre entreprise avec des plateformes de marques simplifiées, des outils communs, des valeurs partagées et une approche concertée pour faire d'ECF un Groupe international intégré.**

NOTRE STRATÉGIE D'ACQUISITION (M&A)

La stratégie M&A* du Groupe consiste à identifier les acteurs les plus pertinents de notre marché (distribution d'équipement Foodservice) dans les zones géographiques du Groupe (Europe, Moyen-Orient, Asie Pacifique).

Notre ambition est de consolider le marché local et de nouveaux marchés (expansion géographique, extension du portefeuille clients ou produits) en acquérant des sociétés à fort potentiel, avec des valeurs communes à celles d'ECF.

* M&A : Mergers and Acquisitions / Fusions et Acquisitions

INTÉGRER LES CRITÈRES ESG DANS LE PROCESSUS D'ACQUISITION

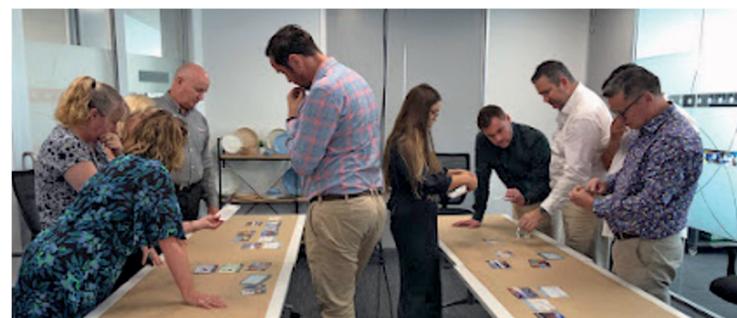
Avec la montée en puissance des considérations environnementales, sociales et de gouvernance (ESG), nous avons, en 2022, dans le cadre du processus de changement d'actionnaire, réalisé notre 1^{ère} due diligence ESG. Un atout incontestable, dont nous nous sommes inspirés pour décliner un questionnaire ESG que nous déployons progressivement auprès de nos acquisitions de plus de 25M€ de CA.

L'ESG DANS LE PROCESSUS D'INTÉGRATION

Fort de notre expérience de PMI (« post merger integration »), clé du succès de notre Groupe, nous avons mis en place **un programme d'intégration post-acquisition structuré, pour déployer les synergies et la valeur ajoutée du groupe.** Le programme assure la coordination de l'intégration autant sur le volet Finance que sur les volets RSE, Social, Achats & Supply, IT et Marketing.

La prise en compte des sujets RSE dès le processus de due diligences permet de répondre aux attentes croissantes des parties prenantes, d'assurer la gestion des risques, de saisir des opportunités de création de valeur durable, tout en s'alignant sur les politiques, les objectifs et ambitions du Groupe. Cette phase d'intégration est l'opportunité de s'enrichir mutuellement sur le chemin de la responsabilité et de la durabilité.

Southern Hospitality, Atelier Climat, Jan 2024



FOCUS SUR NOTRE STRATEGIE M&A

David
BULL

DG ECF Group
CEO ASPAC & Reward

“

Nous sommes devenus en Australie, Nouvelle-Zélande le leader incontesté grâce à des acquisitions pertinentes ces 2 dernières années, qui ont permis de :

- ancrer notre présence sur certaines zones géographiques: Southern Hospitality (n°1 néo-zélandais), Hisco (n°1 de l'Ouest Australien), Chemworks (leader dans la région de Canberra)
- diversifier le portefeuille clients : Safco (leader du marché fastfood)
- diversifier l'activité : Mariljohn (projets de cuisines professionnelles)

Les bénéfices de ces acquisitions sont, avant tout, un enrichissement mutuel humain sur nos offres et nos pratiques. Nous avons pu renforcer les forces managériales et l'exécutif grâce à l'intégration et la promotion des principaux managers et des fondateurs.

Notre processus post-acquisition a, bien sûr, intégré le volet RSE, incluant l'alignement sur notre politique RSE, une culture et des objectifs communs, l'intégration de nos nouvelles enseignes à nos événements RSE Groupe, notre enquête annuelle de satisfaction des collaborateurs et le reporting annuel de performance extra-financière.

Ce processus est également l'opportunité d'enrichir la maturité RSE du Groupe grâce au partage de bonnes pratiques et aux initiatives locales lancées par ces enseignes avant leur intégration.



Annexes

Tableau des indicateurs par région

	Indicateurs	Unité	GROUPE			FRANCE, BÉNÉLUX		EUROPE		ASIE PACIFIQUE		MOYEN-ORIENT	
			2023	% Evolution vs. 2022	% Evolution iso-périmètre 2022*	2023	% Evolution vs. 2022	2023	% Evolution vs. 2022	2023	% Evolution vs. 2022	2023	% Evolution vs. 2022
EFFECTIFS	Effectif total	ETP	1 732,3	26%	7%	806,5	15%	292	252%	483,8	7%	150	4%
	Effectif physique au 31/12	NB	1 876	25%	6%	839	14%	314	234%	567	10%	156	3%
	Embauches	NB	582	-	-	246	-4%	49	-	261	-	26	-
	Départs	NB	528	-	-	175	-4%	42	-	289	-	22	-
	Turnover	%	29,6%	-	-	25,1%	-20%	14,5%	-	48,5%	-	15,4%	-
	Part de l'effectif ETP permanent	%	94,1%	-1%	-1%	96,1%	-0,3%	97,6%	6%	86,9%	-4%	100,0%	0%
DIVERSITÉ	Part des femmes dans l'effectif ETP	%	41,3%	-5%	0%	45,0%	1%	30,3%	-32%	44,6%	-3%	32,2%	2%
	Effectif managers ou équivalent total	ETP	439	13%	3%	298,7	18%	35	94%	82,2	-19%	23,3	55%
	Part des femmes managers dans l'effectif ETP	%	39,43%	-1%	1%	39,8%	-4%	28,6%	-43%	43,6%	20%	36,2%	36%
	Age moyen	ans	41,9	4%	4%	41,9	0,1%	42,1	8%	44,1	11%	34,6	2%
	Part Effectif - Plus de 55 ans	%	15,8%	16%	12%	14,4%	-18%	16,3%	27%	22,8%	99%	0,0%	0%
	Part Effectif - Moins de 25 ans	%	7,7%	-27%	-23%	7,1%	22%	7,3%	-22%	7,0%	-46%	14,0%	-51%
	Ancienneté moyenne	Ans	5,8	-	-	5,9	-	6,8	-	6	-	3,5	-
	Personnes handicapées	ETP	32,6	44%	30%	27,1	22%	3,5	600%	2	0%	0	0%
FORMATION	Part des salariés formés	%	0,7%	-17%	-9%	0,8%	-1%	0,3%	-61%	0,8%	-	0,1%	-
	Nb heures de formation par effectifs présents sur l'année	Heures	8,4	-51%	-44%	8	50%	3	-66%	12	-74%	3	-40%

*iso-périmètre 2022 : Ce pourcentage d'évolution ne prend pas en compte les nouvelles entités qui ont intégré le groupe en 2023. La liste des entités concernées est la même que celle de 2022.

Tableau des indicateurs par région

	Indicateurs	Unité	GROUPE			FRANCE, BÉNÉLUX		EUROPE		ASIE PACIFIQUE		MIDDLE EAST	
			2023	% Evolution vs. 2022	% Evolution iso-périmètre 2022*	2023	% Evolution vs. 2022	2023	% Evolution vs. 2022	2023	% Evolution vs. 2022	2023	% Evolution vs. 2022
SANTÉ, SÉCURITÉ AU TRAVAIL	Taux d'absentéisme	%	3,5%	-21%	-26%	4,6%	-32%	4,9%	91%	2,3%	-17%	1,1%	-50%
	Nombre d'accidents du travail	NB	86	95%	82%	52	93%	4	-	30	88%	0	-100%
	Nombre d'accidents mortels	NB	0	0%	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
DÉCHETS	Total déchets générés	tonnes	970	31%	4%	480	10%	77	-	390	29%	22	
	Taux des déchets recyclés/valorisés	%	50,4%	-15%	-12%	67,5%	-3%	58,4%	-	29,4%	-32%	36,2%	-
PRODUITS	Nombre de produits responsables***	NB	2915	56%	54%	1823	63%	-	-	1092	44%	-	-
	% du CA vente	%	20,7%	25%	25%	22,5%	42%	-	-	18,7%	7%	-	-
	% des produits responsable du total produit	%	13,7%	64%	64%	12,4%	86%	-	-	16,6%	44%	-	-
ÉNERGIE	Consommation d'énergie totale	kWh	8 997 009	18%	-12%	4 452 478	-7%	2 170 890	198%	1 838 681	12%	534 960	14%
	Consommation d'énergie totale/m ²	kWh/m ²	44	-10%	-15%	47,1	-30%	72,4	74%	28,8	-11%	36,9	14%
	Consommation d'électricité	kWh	5 497 182	16%	-5%	2 446 274	0,03%	677 821	276%	1 838 127	12%	534 960	14%
	Consommation de gaz	kWh	2 841 969	-3%	-19%	2 224 890	-15%	616 463	95%	616	-95%	-	-
CLIMAT	Emissions Scope 1	teqCO ₂	3 706	14%	-3%	1869,27	0%	686	453%	642	-26%	509	27%
	Emissions Scope 2	teqCO ₂	1 884	9%	-7%	163	12%	282	137%	1 153	-6%	287	20%
	Emissions Scope 3**	teqCO ₂	348 261	-	-	97 053	-	12 052	-	180 503	-	58 654	-

**Un produit responsable a obtenu au moins un label environnemental, dont nous avons reçu et contrôlé les certificats et/ou un produit composé de tout ou partie de matière recyclée ou biosourcée.

***Le scope 3 inclut les déplacements professionnels et déplacements domicile-travail, les achats, fret amont et aval et l'usage des produits et est aligné avec la méthodologie GHG protocol. En 2022, il n'incluait que les déplacements et le fret.



Sustaining experiences in Hospitality & Care