



RAPPORT VOLONTAIRE DE DURABILITÉ 2025

SALAD & CO
Libre. Par Nature.

ÉDITO

En 2025, notre ambition est restée inébranlable : « Démocratiser le bien-manger ». L'ouverture de notre deuxième restaurant franchisé à Sin-le-Noble illustre la poursuite d'un développement maîtrisé qui nous permet de partager notre modèle tout en restant fidèles à notre ADN : offrir une alimentation de qualité, accessible à tous.tes, dans le respect de nos valeurs d'Engagement, de Bienveillance et d'Authenticité.

Cette année a également été marquée par un choix important : malgré la suspension des obligations de reporting issues de la directive CSRD et les simplifications introduites par la directive OMNIBUS, nous avons décidé de maintenir notre niveau d'exigence. Pourquoi ? Parce que nous sommes convaincus que notre démarche de durabilité n'est pas une contrainte réglementaire, mais un levier de robustesse face aux crises multiples que nous traversons – climatiques, économiques, sociales. C'est la raison pour laquelle nous publions ce rapport volontaire : non par obligation, mais par conviction que la transparence et la mesure de nos impacts sont essentielles à la pérennité de notre modèle.

Tout d'abord, face aux défis du dérèglement climatique, nous avons amorcé un travail approfondi d'analyse des risques liés aux aléas climatiques. Cette démarche n'est pas seulement prospective : elle vise à améliorer concrètement la résilience de notre modèle économique et à anticiper les impacts sur nos approvisionnements et nos opérations. Nous ne pouvons plus ignorer que les récoltes sont de plus en plus affectées par les conditions météorologiques extrêmes. Et cela affecte également nos salariés et nos clients. Nous devons adapter nos pratiques en conséquence ; ces analyses nous permettront de cibler juste.

Sur la question de l'atténuation des émissions de gaz à effet de serre et les autres volets environnementaux, notre approche se veut pragmatique : elle allie impératifs économiques et réduction de notre empreinte environnementale. En 2025, nous avons franchi une étape symbolique et concrète en signant de nouveaux contrats d'énergie 100% renouvelable pour l'ensemble de nos restaurants. Nous avons également mis en place des consignes d'exploitation claires pour la sobriété énergétique, généralisé l'utilisation de lessiviels durables dans nos cuisines, développé de nouvelles recettes anti-gaspi pour valoriser nos invendus, et poursuivi nos efforts pour limiter le gaspillage alimentaire.

Côté approvisionnement, nous poursuivons notre engagement en faveur de filières responsables, avec un travail soutenu sur l'intégration de produits certifiés Agriculture Biologique dans nos recettes, dont les premiers résultats sont attendus pour 2026. Chaque ingrédient compte, et nous restons fidèles à notre engagement de privilégier les circuits courts et les produits français.

Au-delà de l'environnement, notre responsabilité s'exerce pleinement envers nos collaborateurs. Nous avons structuré et formalisé nos processus RH pour garantir reproductibilité, équité et transparence dans toutes nos pratiques. La création de livrets d'accueil complets et le renforcement des formations managériales en particulier chez les nouveaux embauchés témoignent de notre volonté d'accompagner chaque équipe dans son développement. Nous avons également augmenté la prise en charge employeur pour la mobilité douce, encourageant ainsi des modes de déplacement plus respectueux de l'environnement.

Sur le plan de la gouvernance, nous avons structuré notre portefeuille de projets ESG en l'associant à un dispositif de management rigoureux : tableaux de bord, rituels de suivi, et indicateurs de performance. Cette organisation garantit la crédibilité de nos objectifs et nous permet de mesurer concrètement nos progrès. La création d'un Comité Stratégique a été déterminante : il nous a accompagnés dans la formalisation de nos politiques sociales et climatiques, que vous découvrirez dans ce rapport.

SOMMAIRE

L'année 2026 sera marquée par trois événements majeurs qui symbolisent notre engagement :

. D'abord, l'installation de notre siège social au sein de la Ferme du Recueil, un lieu qui entre en résonance profonde avec nos valeurs et notre attachement à la terre.

. Ce sera alors l'occasion pour Salad&Co de franchir une nouvelle étape en devenant Société à Mission, ancrant ainsi nos engagements dans notre raison d'être statutaire.

. Et nous sommes fiers d'annoncer que nous serons la première enseigne de restauration commerciale à adhérer au collectif "EN VÉRITÉ", qui compte de nombreux acteurs engagés de l'alimentation et dont l'ambition est d'apporter aux décideurs publics des solutions concrètes, opérationnelles et construites à partir du terrain.

Enfin, nous assurerons l'ouverture de notre premier atelier traiteur dédié à nos nouveaux restaurants OGU, situés dans plusieurs sièges sociaux de la métropole lilloise, marquant une nouvelle phase de notre développement.

C'est en restant fidèles à nos principes, en agissant concrètement au quotidien, et en plaçant l'humain et la planète au cœur de nos décisions que nous continuerons à grandir. Ensemble, continuons à rendre le bien-manger accessible à tous.tes.

BONNE LECTURE.



Vincent MONDOLONI,
Directeur Général de Salad&Co.

2 INTRODUCTION

- 4 FONDAMENTAUX
- 5 PRÉSENTATION GÉNÉRALE
- 8 MODÈLE D'AFFAIRES
- 10 GOUVERNANCE ET ORGANISATION
- 14 PRISE EN COMPTE DES INTÉRÊTS DES PARTIES PRENANTES
- 15 MATÉRIALITÉ D'IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS

18 ENVIRONNEMENT

- 20 CLIMAT
- 24 PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET DES ÉCOSYSTÈMES
- 25 ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

26 SOCIAL

- 28 PRENDRE SOIN DE NOS EFFECTIFS
- 31 MIEUX INFORMER ET NOURRIR SAINEMENT NOS CLIENT.ES

32 GOUVERNANCE

- 34 CONDUITE ÉTHIQUE DES AFFAIRES
- 36 LUTTE CONTRE LA MALTRAITANCE ANIMALE

37 RÉSULTATS ET OBJECTIFS

FONDAMENTAUX

NOTRE MISSION

« Démocratiser le bien-manger »

Depuis notre création en 2009, cette mission guide chacune de nos décisions. Nous croyons fermement que l'accès à une alimentation saine, gourmande et responsable ne doit pas être un privilège, mais un droit accessible à tous.tes. C'est pourquoi nous proposons une offre de restauration rapide qui réconcilie plaisir, santé et respect de l'environnement.

NOS VALEURS

Trois valeurs fondamentales structurent notre culture d'entreprise et orientent nos actions au quotidien :

ENGAGEMENT : Nous nous engageons pleinement dans nos actions, que ce soit envers nos collaborateurs, nos clients, nos partenaires ou la planète. Cet engagement se traduit par des objectifs clairs, des moyens concrets et une responsabilité assumée.

BIENVEILLANCE : Nous cultivons un environnement de travail bienveillant où chacun.e peut s'épanouir et grandir. Cette bienveillance s'étend également à nos clients, à qui nous offrons une expérience chaleureuse et conviviale, ainsi qu'à notre écosystème de fournisseurs et partenaires.

AUTHENTICITÉ : Nous restons fidèles à ce que nous sommes, sans artifice ni compromis sur la qualité. Nos produits, nos recettes et nos engagements reflètent notre authenticité : des ingrédients bruts et frais, des filières transparentes, et une communication sincère.

NOTRE CONTRIBUTION AUX ODD 2030



NOS 8 CLÉS D'UNE SALADE À NOTRE IMAGE

L'offre Salad&Co repose sur 8 incontournables qui guident l'ensemble de nos décisions, du choix des produits à la composition des recettes. Ces critères constituent le cœur de notre identité et définissent ce qu'est une vraie salade Salad&Co.

1. FIERTÉ

Des produits bénéfiques pour les gens & la planète

Chaque produit proposé doit être bénéfique à la fois pour la santé des consommateurs et pour l'environnement. Cet incontournable se traduit par le choix de filières responsables, des partenariats durables avec les agriculteurs, et une transparence totale sur l'origine des ingrédients.

2. GOÛT

Des produits marqueurs, gourmands avec du goût

Chaque ingrédient est sélectionné pour sa capacité à créer des associations de saveurs mémorables. Les vinaigrettes maison, les marinades et les cuissons au bouillon de légumes sont pensées pour sublimer le goût naturel des produits.

3. ORIGINALITÉ

Découverte de nouvelles saveurs

L'offre intègre régulièrement des produits atypiques et des légumes peu connus (radis bleu, chou romanesco...). Des inspirations culinaires variées (thaï, grecques, égyptiennes...) permettent d'élargir la palette gustative et de proposer une expérience renouvelée.

4. COMPOSITION

Des produits sains, bons pour la santé

Les buffets proposent un équilibre nutritionnel complet : féculents, légumineuses, légumes et fruits frais, protéines animales et végétales, graines, herbes et épices. Tous les produits sont sans colorant artificiel et respectent une charte interne excluant les additifs controversés. L'offre répond à tous les régimes alimentaires : végétariens, sans gluten, sans lactose.

5. COÛT

Une maîtrise des coûts pour proposer des offres accessibles

Démocratiser le bien-manger implique une accessibilité financière. L'optimisation de la chaîne d'approvisionnement et des process opérationnels permet de maintenir un ticket moyen autour de 15€ pour une salade complète, gourmande et équilibrée.

6. PROVENANCE

Des produits locaux et issus de filières

La priorité est donnée aux produits français et locaux (rayon de moins de 200 km). Des filières directes sont développées avec des agriculteurs partenaires pour certains produits clés (salades, tomates, potimarrons...). La viande bovine est 100% française et certifiée VBF depuis 2024.

7. MODE D'ÉLEVAGE / CULTURE

Respect de l'environnement & du bien-être animal

Les engagements incluent : Depuis 2025, 100% d'œufs coquilles bio et uniquement des ovoproduits provenant de l'élevage au sol 2025. D'ici 2028, 100% de l'approvisionnement en viande de poulet respectera les critères du European Chicken Commitment, avec 20% minimum issu d'élevages garantissant un accès au plein air. Les exploitations privilégiées limitent au maximum l'usage d'intrants chimiques.

8. SAISONNALITÉ

Des produits frais et toujours de saison

La saisonnalité des produits est strictement respectée. Les fruits et légumes sont livrés et découpés frais chaque matin. Les cartes changent tous les 3 mois pour s'adapter aux saisons, permettant de proposer des produits au meilleur de leur saveur tout en réduisant l'impact environnemental.

Ces 8 incontournables sont indissociables et se renforcent mutuellement.

Ils constituent le socle de l'identité Salad&Co et définissent les standards de qualité de l'offre.

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Salad&Co propose un bar à salade en libre-service qui se distingue par la richesse de son offre : plus de 50 ingrédients frais renouvelés au fil des saisons, majoritairement français et locaux, permettant à chacun.e de composer une salade personnalisée en fonction de ses goûts et de ses régimes alimentaires.

Au-delà des salades, notre offre s'est enrichie pour proposer une expérience de restauration complète : soupes, wraps, sandwiches, desserts maison, et notre gamme épicerie qui permet d'emporter chez soi des produits de qualité.

NOTRE SLOGAN « LIBRE. PAR NATURE. » résume parfaitement notre philosophie : la liberté de composer son assiette, dans le respect de la nature et de ses cycles.

DATES CLÉS DE LA MARQUE

2009 : Création de Salad&Co, enseigne pionnière des bars à salade en France, avec l'ambition de "démocratiser le bien-manger".

2009-2019 : Développement progressif du réseau en propre avec l'ouverture de restaurants dans le Nord de la France mais également dans le sud ouest et dans la région PACA.

2020-2023 : Consolidation du modèle, structuration des filières responsables, et modernisation des outils de gestion. Démarrage du projet d'autonomisation dans l'écosystème AGAPES RESTAURATION.

2023 : Premier bilan des émissions de GES, scope 3.

2024 : Ouverture du premier restaurant franchisé à Saint-Quentin, marquant le début d'une nouvelle phase de développement hybride (succursales + franchises). Reprise du restaurant de Lomme par un directeur illustrant le souhait d'accompagner les salariés dans leurs projets entrepreneuriaux. Mise en production de l'application mobile et du nouveau programme de fidélité. Réalisation de l'analyse de double matérialité.

2025 : Ouverture du deuxième restaurant franchisé à Sin-le-Noble. Cession du restaurant de Roncq. Conduite du projet d'alignement avec les exigences de la CSRD. Formalisation des politiques et structuration du dispositif de management des projets ESG.

2026 (prévisions) : Installation du siège à la Ferme du Recueil. Passage en Société à Mission. Adhésion au collectif "En Vérité". Ouverture du premier atelier traiteur pour les restaurants OGU, AGAPONIA et les kiosques SALAD&CO. Actualisation du bilan carbone scope 3. Publication du premier rapport volontaire de durabilité en autonomie.

NOS CHIFFRES ACHATS & ENGAGEMENTS QUALITÉ 2025

- Environ **1 500 tonnes d'achats alimentaires** dont près de **450 tonnes de fruits et légumes bruts**
- **25 fournisseurs alimentaires** principaux sélectionnés pour leur engagement qualité
- **100% d'œufs coquilles bio**
- **100% d'ovoproduits** provenant de l'élevage au sol
- **Seulement 8% d'ingrédients à base de viande** et moins de 1.5% de viande rouge
- **100% de viande bovine certifiée VBF** (Viande Bovine Française) depuis 2024
- Engagement pour **100% de poulet certifié BCC** à horizon 2028
- Engagement pour **50% de protéines végétales** dans l'offre à horizon 2030

NOS FORMATS DE RESTAURANTS

Pour répondre aux différentes attentes de nos clients et nous adapter aux spécificités des territoires, nous avons développé trois formats de restaurants complémentaires :

Salad&Co Resto (≈500 à 750 m²)

Un restaurant de proximité spacieux où il fait bon vivre, manger et partager de bons moments en famille ou entre amis. Brunch, déjeuner, goûter, dîner... toutes les occasions sont bonnes pour se faire plaisir. Ce format offre l'expérience Salad&Co dans toute sa richesse : salad bar complet, offre chaude, bar à desserts, et ambiance conviviale.

Salad&Co Street (≈200 m²)

Un restaurant de proximité développé pour des surfaces plus compactes, comprenant l'iconique salad bar pour une pause déjeuner sur le pouce, ainsi qu'un bar à dessert et ses fameuses glaces à l'italienne selon la configuration. Format idéal pour les centres-villes et zones commerciales.

Salad&Co Corner (≈30 m² minimum)

En shop-in-shop, ce sont de véritables cantines au cœur névralgique de lieux de vie et/ou de travail. Elles comprennent l'iconique salad bar accompagné d'une offre à emporter sur le pouce. Format adapté aux entreprises, campus universitaires, et zones de forte fréquentation.

Salad Business (≈200 m²)

Salad Business est une solution de restauration modulaire destinée aux employé.es des sièges sociaux. Pour un petit déjeuner, un déjeuner (sandwichs, salades, plats à réchauffer ou cuisinés sur place), ou un afterwork, Salad Business propose une offre variée à déguster sur place ou à emporter.



NOS IMPLANTATIONS

En 2025, le réseau Salad&Co compte :

- 11 restaurants SALAD&CO et 2 restaurants SALAD BUSINESS en succursale (gestion directe par l'enseigne)
- 3 restaurants SALAD&CO franchisés (Lomme, Saint-Quentin et Sin-le-Noble)

Nos restaurants sont principalement implantés dans le Nord de la France (Hauts-de-France), avec une concentration dans les agglomérations de Lille, Lens, Valenciennes et Douai. Cette stratégie d'ancrage territorial nous permet de maîtriser notre chaîne d'approvisionnement, de privilégier les circuits courts, et de cultiver une relation de proximité avec nos clients et nos partenaires.

Notre modèle hybride succursales + franchises nous offre une flexibilité de développement tout en garantissant le respect de nos standards de qualité et de nos engagements RSE sur l'ensemble du réseau.

NOS RESSOURCES

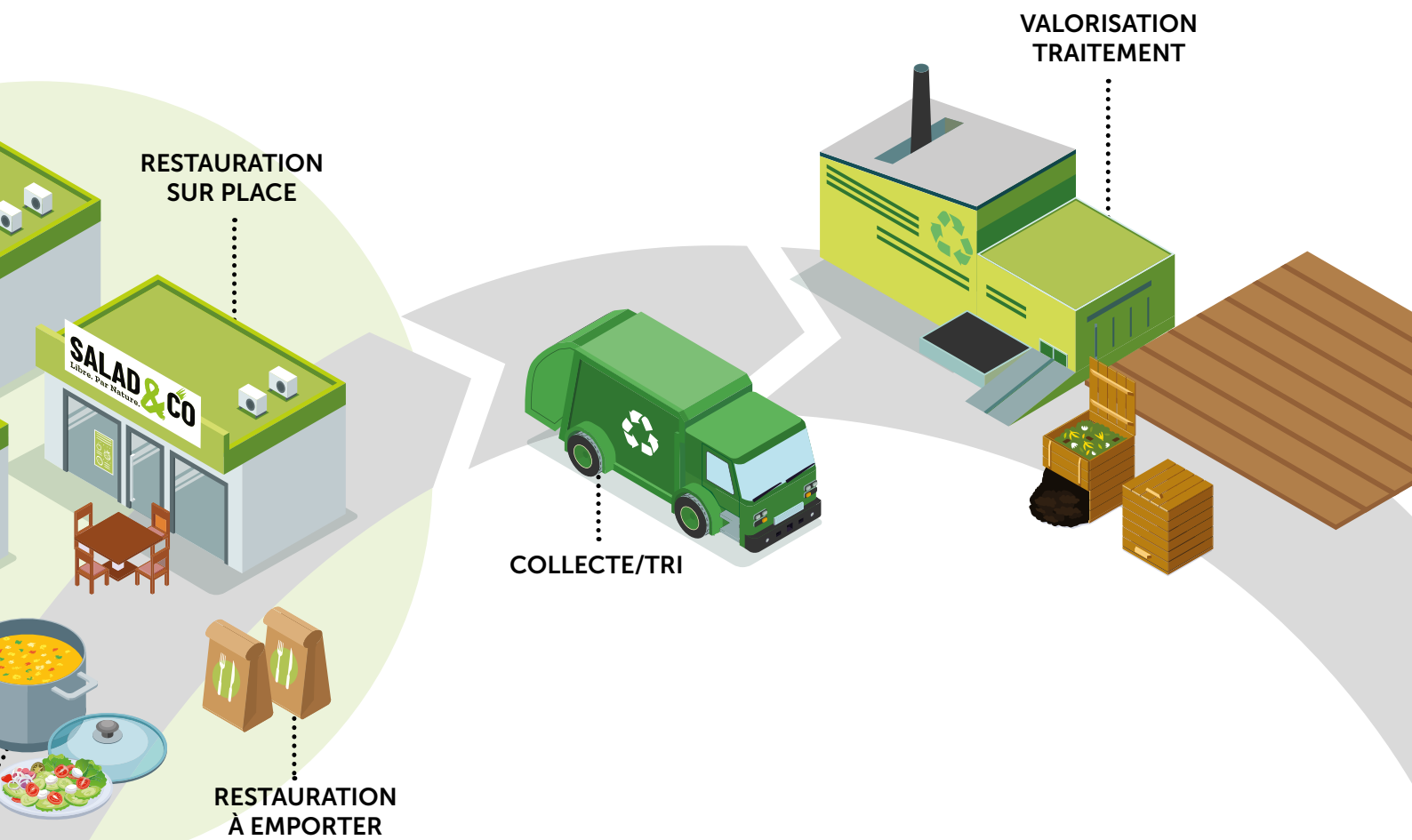
- **2** marques : Salad&Co et Salad Business
- **3** canaux de ventes : sur place, à emporter, en livraison
- **1** application mobile Salad&Co avec programme de fidélité
- **13** restaurants dont **10** succursales et **3** sites franchisés
- **3 183 m²** de surface de vente exploitée par nos succursales
- **2 492 048 KW** consommés par nos succursales, soit 0.15 KW/client
- **8 698 tonnes** de gaz à effet de serre émis au total
- **200** équivalents temps pleins au service des clients de nos succursales
- **941 tonnes** de denrées alimentaires réceptionnées (y compris boissons)

PRÉPARATION

DISTRIBUTION
COLLECTE
STOCKAGE

PRODUCTION/ ÉLEVAGE
PRÉLÈVEMENT EN MILIEU NATUREL

TRANSFORMATION



NOTRE CRÉATION DE VALEUR

- Près de **1,3 millions** de clients par an avec **85%** de repas pris sur place
- Environ **19 millions** d'euros de chiffre d'affaires HT
- Plus de **50** ingrédients au salad bar
- **8** cartes par an dont **20%** des produits sont renouvelés à chaque saison
- **25** fournisseurs alimentaires principaux sélectionnés pour leur engagement qualité
- **15,66€** de ticket moyen
- De **197 à 242** équivalent temps plein en fonction des périodes avec **94%** des contrats en CDI
- **6.5 kg CO2eq** par repas servi dont **2.39 kg CO2eq** liés aux intrants alimentaires
- **337 K€ht** d'investissement
- **104 tonnes** de biodéchets valorisés
- **1506** paniers To Good To Go

GOVERNANCE ET ORGANISATION

ENTITÉS JURIDIQUES

La société SALAD&CO SAS a pour activité principale la gestion de ses participations ainsi que la mise en valeur et le développement du savoir-faire de la marque Salad&Co.

Elle comprend deux filiales : SALAD&CO FRANCE pour la gestion de l'exploitation des restaurants et Foncico pour la gestion foncière.

SALAD&CO FRANCE regroupe 11 EURL et 1 SAS en activité :

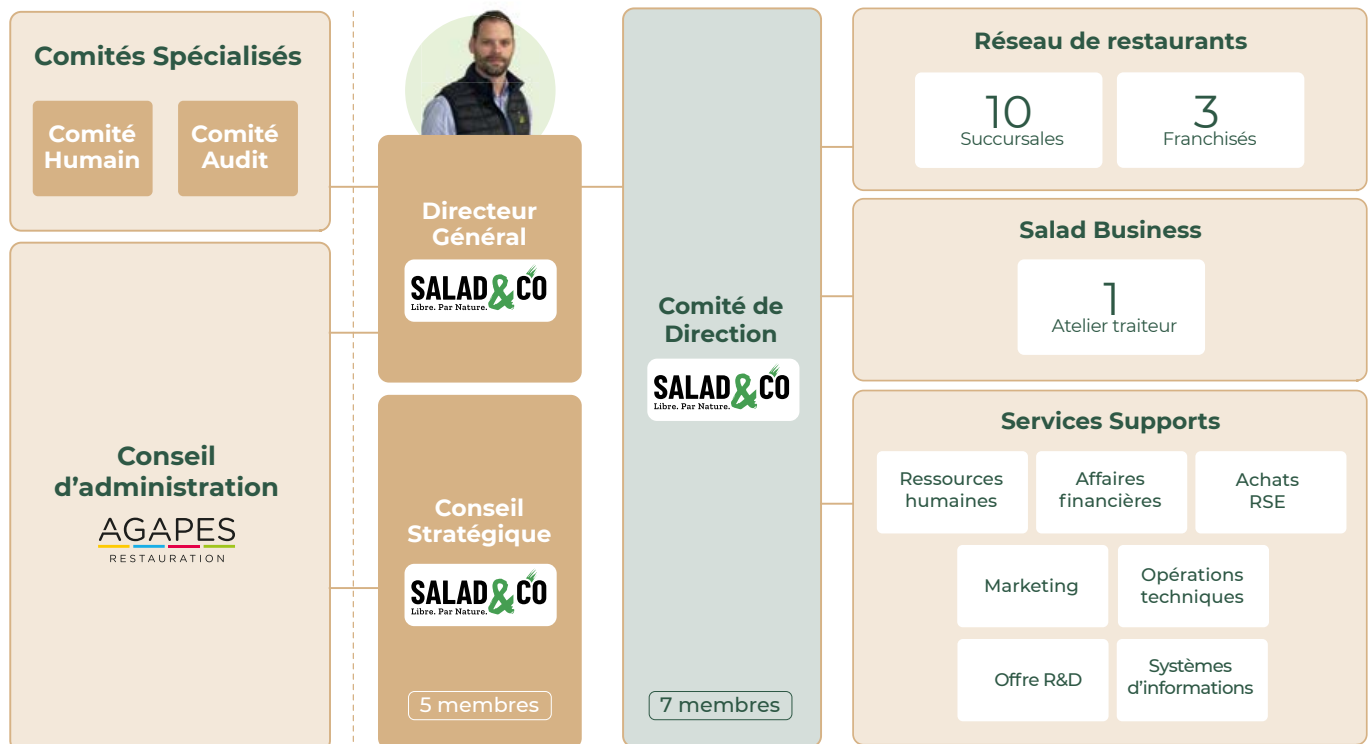
- **13 restaurants :** 10 restaurants : Salad&Co France Villenave d'Ornon, Salad&Co France B'Twin, Salad&Co France La Valette, Salad&Co France Mondeville, Salad&Co France Le Pontet, Salad&Co France Heron, Salad&Co France Lille Nationale, Salad&Co Blagnac, Salad&Co France Noyelles, Salad&Co France Campus, Salad&Co France Mérignac, Salad&Co France Neuville-en-Ferrain
- **1 atelier traiteur :** Salad Business
- **1 société de location gérance :** Salad&Co LG

L'ACTIONNARIAT

La société est une filiale à 100% du groupe Agapes Restauration et la société holding AGAPES SA, présidée par Marion MENET-BUCHSENSCHUTZ, actionnaire familial au sein de l'AFM.

LA CHAÎNE DE DÉCISION

Vincent Mondoloni est Directeur Général de SALAD&CO depuis juillet 2022. Il a été nommé par le Conseil d'Administration de Agapes, auquel il rend compte régulièrement de ses actions. La chaîne de décision comprend deux niveaux : le niveau stratégique et le niveau opérationnel.



Le Conseil d'Administration est la plus haute instance ; elle est chargée de définir les grandes orientations stratégiques, de contrôler la gestion de l'entreprise et approuver les comptes,

Le Comité stratégique accompagne le Directeur Général sur les orientations stratégiques à long terme, éclaire les décisions majeures, apporte une expertise externe sur les grands enjeux (notamment ESG), et contribue à la formalisation des politiques structurantes de l'entreprise.

Le CODIR définit et met en œuvre la stratégie opérationnelle de l'entreprise, pilote la performance, coordonne les actions entre les différentes directions, et prend les décisions managériales majeures au quotidien. Les directions des succursales sont managées par la direction des opérations.

Les rôles, responsabilités et composition de ces instances sont précisés dans les pages suivantes.

CONSEIL STRATÉGIQUE

Bien qu'il ne soit pas obligatoire légalement compte tenu du statut juridique, le Conseil Stratégique joue un rôle consultatif important dans la gouvernance de la marque.

Ce dernier accompagne le Directeur Général dans la définition des orientations stratégiques de l'entreprise, en apportant une expertise et un regard extérieur sur les décisions majeures. Il aide à identifier les opportunités et les risques, notamment ceux liés aux enjeux sociaux et environnementaux. Dans son rôle de soutien à la prise de décision, il analyse les projets de développement, évalue les options stratégiques et émet des recommandations sur les investissements majeurs, y compris les opérations de fusions-acquisitions. Le Conseil assure également une fonction de veille en suivant les évolutions du marché et de l'environnement concurrentiel, permettant d'anticiper les changements sectoriels et d'identifier les tendances émergentes.

Le Conseil Stratégique est composé de 5 membres, 1 femmes et 4 hommes, sous la présidence d'Annabelle VIALLY. Il comprend 3 membres indépendants choisis pour leur expertise sur les axes stratégiques prioritaires de la marque, 1 actionnaire et le Secrétaire général du Conseil représentant de l'actionnaire.

COMITÉ DE DIRECTION

Le Comité de Direction assure le pilotage opérationnel de l'entreprise en mettant en œuvre la stratégie définie et en coordonnant l'action des différentes directions. Il oriente les décisions managériales et définit les cadres d'action, tout en assurant le suivi des performances à travers une animation managériale forte des équipes. Sa responsabilité s'étend à la gestion budgétaire et financière, incluant le suivi des budgets et l'arbitrage des investissements courants. Le Comité veille également à l'optimisation de l'organisation et des processus, en définissant les priorités opérationnelles et en pilotant les projets structurants. Dans le cadre de sa mission, il assure un reporting régulier auprès du président et du conseil stratégique, tout en garantissant une communication interne efficace des décisions et le partage des meilleures pratiques entre les directions.

Le comité de direction est animé par le Directeur Général, Vincent MONDOLONI et comprend les 7 représentants des directions clés de l'entreprise, 4 femmes et 3 hommes.

Le management de proximité en restaurants est placé sous la responsabilité du Directeur des Opérations.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION AGAPES ET SES COMITÉS SPÉCIALISÉS

Salad&Co est une filiale du groupe Agapes Restauration, qui rassemble plusieurs enseignes de restauration (3 Brasseurs, Il Ristorante, Festin d'Alsace, Salad&Co). Cette structure de holding permet de mutualiser certaines fonctions support tout en préservant l'autonomie opérationnelle de chaque enseigne.

Le Conseil d'Administration Agapes

Le Conseil d'Administration du groupe Agapes définit la stratégie d'ensemble du portefeuille et les grandes orientations pour chaque enseigne. Il alloue les ressources financières entre les différentes marques, approuve les investissements majeurs, et valide les politiques transverses, notamment en matière de responsabilité sociétale et environnementale. Le CA nomme les Directeurs Généraux des filiales et contrôle la performance consolidée du groupe.

Le Directeur Général de Salad&Co, Vincent Mondoloni, dispose d'une autonomie opérationnelle dans le cadre du mandat confié par la holding. Il assure la gestion quotidienne de l'enseigne, met en œuvre la stratégie définie, et rend compte régulièrement de la performance et des orientations au Conseil d'Administration d'Agapes. Les décisions stratégiques majeures (nouveaux concepts, investissements structurants, changements de positionnement), sont discutées avec le Conseil Stratégique de la marque et sont validées par le CA de la holding.

Le Conseil d'Administration présidé par Marion MENET-BUCHSENSCHUTZ comprend 3 membres, 1 Femme et 2 Hommes et le Secrétaire Général des Conseils. Le CA compte 2 représentants de l'actionnaire et 1 indépendant expert sur les enjeux de gouvernance.

Le Conseil d'Administration s'appuie sur des comités spécialisés pour approfondir certains sujets avant décision :

- **Le Comité d'Audit** examine les comptes, évalue les risques (financiers, opérationnels, ESG), vérifie la qualité du contrôle interne, et s'assure de la conformité réglementaire. Il joue un rôle clé dans la supervision de la fiabilité de l'information financière et extra-financière.
- **Le Comité Humain** (ou Comité des Rémunérations et des Ressources Humaines) traite des politiques RH structurantes, de la rémunération des dirigeants, du développement des talents, et des questions sociales majeures. Il accompagne la définition des politiques sociales du groupe et veille à leur cohérence avec les valeurs et les engagements de l'entreprise.

Le Comité d'Audit

Le Comité d'Audit se réunit 4 fois par an. Il joue un rôle essentiel dans la surveillance financière et extra-financière de l'entreprise en examinant les comptes et en veillant à la fiabilité des informations produites. Il évalue l'efficacité des systèmes de contrôle interne et assure le suivi des risques majeurs, tout en supervisant les procédures de conformité. Dans le cadre de ses missions, il maintient une relation étroite avec les commissaires aux comptes, s'assure de leur indépendance et examine leurs recommandations. Le Comité veille également au respect des normes et réglementations, supervise l'application des procédures internes et assure une vigilance sur les questions d'éthique. Il rend compte régulièrement au Conseil d'Administration de ses travaux et formule des recommandations d'actions correctives dont il suit la mise en œuvre.

Le comité analyse et valide préalablement à son adoption par le Conseil d'Administration (ou le Conseil Stratégique) le présent rapport volontaire de durabilité.

Le Comité d'Audit est présidé par Yannick DUPOND. Il est composé de 4 membres, 3 Hommes et 1 Femme. En fonction du besoin, le Comité d'Audit peut faire appel à une expertise externe. Les membres ont été choisis pour leur expertise sur les enjeux financiers, de gestion des risques ou de gouvernance.

Une déclinaison par marque a été mise en place. Sont invités à cette occasion : le-la Président-e du Conseil Stratégique de la marque, le-la DG et les experts métiers jugés pertinents en fonction de l'ordre du jour (DAF, Responsable Conformité, Responsable RSE, ...).

Le Comité Humain

Le Comité Humain se réunit 2 fois par an. Il veille à l'alignement entre la stratégie RH et la vision globale de l'entreprise en examinant les politiques de gestion des talents et de développement du capital humain. Dans sa mission de surveillance, il évalue l'efficacité des politiques de rémunération et de gestion des performances, tout en veillant à l'équité et à la compétitivité des pratiques RH.

Le Comité rend compte régulièrement au Conseil d'Administration de l'avancement des chantiers RH majeurs et formule des recommandations pour renforcer l'attractivité et la performance sociale de l'entreprise.

Le Comité Humain est présidé par MENET-BUCHSENSCHUTZ. Il est composé de 4 membres, 2 Femmes et 2 Hommes, choisis pour leur expertise sur les enjeux de ressources humaines ou de gouvernance.

Une déclinaison par marque du Comité Humain a été mise en place en 2025 ; cette instance se réunit 2 fois par an. Sont invités à cette occasion : le-la Président-e du Conseil Stratégique de la marque, le-la DG et le-la DRH.

Ce comité est notamment chargé de suivre, pour le compte des marques :

- La Stratégie et feuille de route de la politique humaine pour accompagner le développement de l'entreprise.
- La pérennité et mise en oeuvre des valeurs de l'entreprise.
- La Politique de rémunération de l'entreprise (NAO, structuration des rémunérations, politiques incentives, leviers et accords collectifs, santé, prévoyance, actions sociales..).
- Le pilotage des mutations et transformation des business model et ses conséquences humaines.
- La Politique de relations sociales avec les différents acteurs de l'entreprise.
- La Gestion des ressources clés et les plans de succession identification et accompagnement des ressources clés.
- La projection des organisations et compétences nécessaires à l'accompagnement de la stratégie MT et LT.

ANIMATION DE LA RSE ET DE LA GESTION DES RISQUES

Vigilance raisonnable et gestion des risques

Salad&Co réalise des contrôles opérationnels tout au long de sa chaîne de valeur mais ne dispose pas de dispositif structuré de gestion des risques et d'audit interne. Cette ligne de contrôles est animée par la holding Agapes SA.

Une cartographie des risques majeurs est en cours de construction selon une approche de double matérialité, intégrant à terme un système unique d'évaluation des risques financiers et extra-financiers. L'embarquement de la première ligne de maîtrise (dispositif de contrôle interne) a également été organisé. L'ensemble du dispositif sera opérationnel d'ici fin 2025.

Animation de la RSE au sein de l'entreprise

L'animation des projets ESG est assurée par la Direction des Achats avec l'aide d'un consultant sénior du Cabinet Conseil HEADOP'S (<https://headops.fr/>), spécialiste des questions ESG et expert du pilotage de projets et gestion de portefeuille projets au sein de la branche PULSE.

Cette animation est réalisée en étroite collaboration :

- D'une part, avec le département du Contrôle de Gestion de la Direction Administrative et Financière (DAF) pour :
 - **Intégrer les critères extra-financiers** à l'analyse de la performance globale et du reporting des résultats de l'entreprise,
 - **Enrichir les grilles d'analyse interne.**

→ D'autre part, avec la Direction des Ressources Humaines (DRH) pour :

- **Animer les politiques**, cibles et actions en lien avec le droit du travail, le développement des compétences, l'inclusion, l'égalité des chances, la diversité ainsi que la formation à la durabilité.
- **Restituer les résultats** sur les principaux indicateurs.

La démarche implique d'autres directions à travers de nombreux projets ; il s'appuie sur les directions expertes suivantes pour traiter les enjeux sociaux et de gouvernance, chacune apportant son expertise spécifique :

- **Direction Marketing** : communication responsable, culture d'entreprise et sensibilisation des clients.
- **Direction des systèmes d'information** : cybersécurité et gestion des libertés informatiques,
- **Direction Technique** : performance des bâtiments et équipements, circularité et durabilité des infrastructures.
- **Direction Générale** : gouvernance et éthique des affaires.

PRISE EN COMPTE DES INTÉRÊTS DES PARTIES PRENANTES

PARTIE PRENANTE	INTÉRÊTS CRITIQUES IMPLICITES OU EXPLICITES	MODE DE CONSULTATION
Effectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilité et clarté des plannings pour faciliter l'organisation de chacun.e (équilibre vie professionnelle/personnelle) • Rémunération compétitive par rapport au marché • Ambiance d'équipe positive et respectueuse • Conditions de travail réduisant la pénibilité du métier • Fierté d'appartenance 	<ul style="list-style-type: none"> • eNPS • Rituels managériaux
Client.es / Convives	<ul style="list-style-type: none"> • Rapport qualité-prix hyper compétitif • Origine et qualité des produits frais • Information fiable sur les produits • Propreté irréprochable des lieux • Temps d'attente raisonnable • Facilité d'accès et de stationnement 	<ul style="list-style-type: none"> • Enquêtes de satisfaction • Analyse des avis clients
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Paiement dans les délais convenus pour maintenir sa propre trésorerie • Relation professionnelle de long terme basée sur la confiance • Anticipation des commandes (pas de commandes urgentes systématiques) • Retours clients sur la qualité des produits 	<ul style="list-style-type: none"> • Renouvellement des contrats • Rencontres régulières avec les fournisseurs
Franchisés	<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilité conforme aux projections présentées • Processus et méthodes éprouvés et efficaces • Marque forte et valorisante • Écoute et prise en compte des retours terrain 	<ul style="list-style-type: none"> • Animations spécifiques • Réunions du réseau de franchises
Actionnaires	<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilité croissante et durable • Vision claire du développement • Transparence dans la gestion • Pérennité de l'entreprise • Respect des politiques générales et notamment ESG 	<ul style="list-style-type: none"> • Assemblées Générales • Comités Stratégiques
Partenaires financiers	<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilité et retour sur investissement satisfaisant • Stabilité financière et viabilité à long terme de l'entreprise • Gestion rigoureuse des risques financiers et opérationnels • Conformité réglementaire et transparence dans la gestion 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports financiers détaillés • Audits externes • Comités d'investissement
ONG et Associations	<ul style="list-style-type: none"> • Engagement pour réduire les impacts environnementaux et sociétaux (maltraitance animale, santé, pollutions, ...) • Qualité et traçabilité des produits alimentaires • Crédibilité et Respect des engagements de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports et publications • Réunions
Collectivités locales et services publics	<ul style="list-style-type: none"> • Conditions de travail et respect des droits des employés • Création d'emplois locaux et développement économique • Respect des normes d'hygiène et de sécurité alimentaire • Contribution fiscale et développement du territoire • Contribution à la préservation des territoires 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports d'activité aux services d'hygiène • Plan Alimentation Territoriale • Règlement Sanitaire • Publications

MATÉRIALITÉ D'IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS

En vue de préparer l'évolution réglementaire en matière de reporting obligatoire de la performance extra-financière, Salad&Co a réalisé en 2024 l'analyse de double matérialité de ses principaux enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance, telle qu'attendue par la norme ESRS 2 de la CSRD avant le choc de simplification et l'adoption de la directive OMNIBUS par les instances Européennes.

Cette analyse a permis d'identifier les Impacts, Risques et Opportunités (IRO) présentant une matérialité financière et d'impacts dépassant le seuil de matérialité prédéfini par la marque, et pour lesquels des politiques, cibles et actions devraient être développés en vue de les atténuer, s'agissant de risques, ou au contraire les saisir, s'agissant d'opportunités¹.

MÉTHODOLOGIE D'IDENTIFICATION ET D'ÉVALUATION DES IRO

PHASE 1 Comprendre le contexte

La phase de compréhension du contexte s'est appuyée sur une analyse approfondie du secteur de la restauration commerciale et des enjeux spécifiques aux formats libre-service.

Cette phase a inclus :

- **L'analyse des documents internes** existants et de la stratégie RSE de Salad&Co.
- **Un benchmark des pratiques ESG** de 5 pairs représentatifs du secteur.
- **Une revue documentaire des enjeux sectoriels** pour la restauration commerciale, l'agroalimentaire et l'agriculture.
- **L'identification et la cartographie des parties prenantes** internes et externes.

PHASE 2 Identification des IRO réels et potentiels

L'identification des IRO s'est structurée autour de deux axes complémentaires :

- **Engagement des parties prenantes** : 14 entretiens avec des contributeurs internes représentatifs des fonctions et entités clés du groupe Agapes (Salad&Co, Flunch, 3 Brasseurs, Il Ristorante).
- **Revue systématique** : Les 92 sujets imposés par la CSRD ont été passés en revue pour déterminer leur pertinence. 19 sujets ont été considérés comme non pertinents et exclus de l'analyse. Les 73 sujets restants ont été regroupés en 19 thématiques pour une meilleure lisibilité.

PHASE 3 Évaluation des IRO

L'évaluation a été réalisée selon une double matérialité, conformément aux exigences CSRD :

- **Matérialité d'impact** (inside-out). Évalue les impacts de Salad&Co sur les personnes et l'environnement selon deux critères (notés sur un échelle de 1 à 4), à savoir : la Gravité (échelle de l'impact, portée géographique, irréversibilité des dommages) et la Probabilité d'occurrence de l'impact.
- **Matérialité financière** (outside-in). Évalue les effets financiers sur Salad&Co liés aux risques et opportunités identifiés. Critères d'évaluation : Importance des effets financiers potentiels (coûts, pertes de revenus, opportunités de croissance) et Probabilité d'occurrence du risque ou de l'opportunité.

Les évaluations ont été réalisées en risques bruts, sans prendre en compte les actions de mitigation déjà en place, permettant ainsi d'identifier les enjeux prioritaires nécessitant une attention particulière.

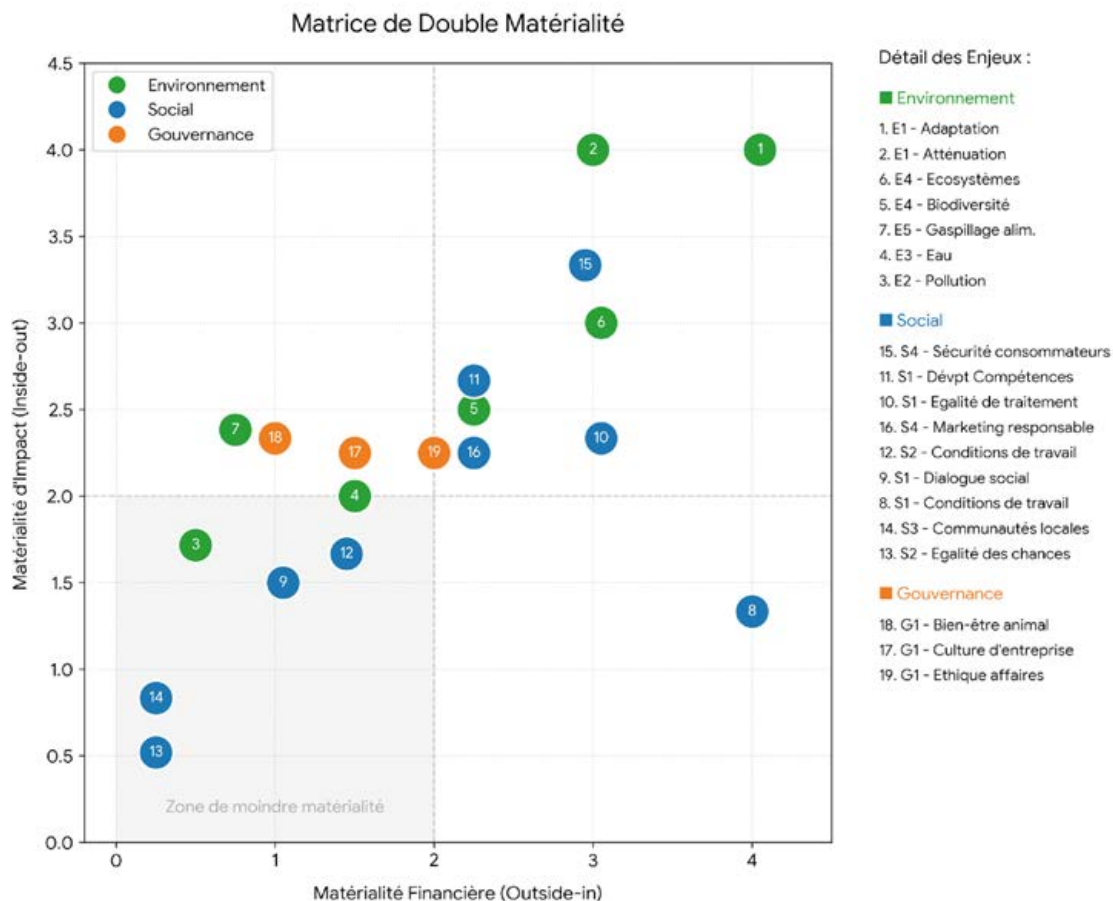
PHASES 4 & 5 Consensus et reporting

Les résultats de l'analyse ont été validés lors d'ateliers avec la direction et les équipes opérationnelles. Le seuil de matérialité retenu est une note strictement supérieure à 2 sur au moins une des deux dimensions (impact ou financière), permettant d'identifier les IRO devant faire l'objet d'un reporting complet selon les exigences CSRD.

¹ L'Analyse de Double Matérialité (DMA) a été réalisée avec l'aide du cabinet Deloitte, conformément à la norme ESRS 2 de la CSRD. Elle s'est accompagnée d'une phase de sensibilisation des dirigeants aux nouvelles obligations réglementaires en matière de communication obligatoire relative à la performance extra-financière. La DMA s'est inscrite dans un projet plus large, multimarques, nommé "Cap Durabilité", visant à structurer la gouvernance ESG des entreprises participantes. Projet piloté par le cabinet conseil Pulse by Headop's. Chef de projet : Sylvain LEMANG-CATEL.

RÉSULTATS : MATRICE ET DESCRIPTION DES IRO

Sur les 19 thématiques évaluées, 13 présentent une matérialité significative (note > 2) et font l'objet d'une description détaillée ci-après. Ces IRO couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur de Salad&Co, de l'approvisionnement à la consommation.



ENVIRONNEMENT

E1 - CHANGEMENT CLIMATIQUE (atténuation et adaptation)

Le secteur restauration contribue aux émissions de GES et doit adapter son modèle aux événements météorologiques extrêmes qui résultent du dérèglement climatique (canicules, sécheresses, inondations...).

Risques : Coûts de décarbonation (équipements, isolation, formation, R&D), ruptures d'approvisionnement, augmentation des coûts d'exploitation et d'assurance, impacts sur les conditions de travail.

Opportunités : Économies énergétiques, différenciation concurrentielle bas-carbone, avantage compétitif par anticipation, maintien d'une offre résiliente.

E4 - BIODIVERSITÉ ET ECOSYSTÈMES

Le modèle salad bar repose sur la disponibilité de produits frais issus d'écosystèmes sains. Les pratiques agricoles intensives menacent directement cette viabilité.

Risques : Dégradation des rendements agricoles, raréfaction des ressources, volatilité des approvisionnements, hausse structurelle des coûts.

Opportunités : Partenariats agroécologiques, filières résilientes et régénératrices, différenciation par une offre durable, pérennisation des approvisionnements.

E5 - CIRCULARITÉ, DÉCHETS ET LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Un tiers de la production alimentaire mondiale est perdu ou gaspillé. Dans la restauration, particulièrement pour un concept free-flow comme le salad bar, la démarque constitue une préoccupation majeure. L'activité génère principalement des déchets organiques (préparations, invendus, assiettes) et des emballages (vente à emporter). Par ailleurs, la loi AGEC impose des obligations strictes : tri et valorisation des déchets organiques, interdiction des emballages plastiques à usage unique, limitation des déchets non alimentaires.

Risques : Sanctions financières, démarque source de pertes, coûts de mise en conformité.

Opportunités : Amélioration de la rentabilité par réduction de la démarque, emballages réutilisables, gain de clientèle sensible aux efforts environnementaux.

MATÉRIALITÉ D'IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS

SOCIAL

S1 - CONDITIONS DE TRAVAIL, ÉGALITÉ ET EMPLOYABILITÉ

Le secteur fait face à des défis structurels : horaires atypiques, pénibilité physique, précarité économique, faible accès à la formation. Ces conditions génèrent un taux de rotation des effectifs élevé, pouvant être aggravé par des inégalités qui se creusent entre femmes et hommes ou entre catégories, des perspectives de progression faibles et inégalement réparties, et des difficultés de recrutement.

Risques : Pénurie de main-d'œuvre, absentéisme, turnover, désorganisation opérationnelle, baisse de qualité, atteinte à l'image employeur, coûts de recrutement et de formation.

Opportunités : Attractivité renforcée, fidélisation, amélioration de la productivité, positionnement comme tremplin professionnel et employeur responsable, fierté d'appartenance.

S4 - SÉCURITÉ DES CONVIVES ET COMMUNICATION RESPONSABLE

Pour un salad bar axé sur le frais et le sain, la maîtrise des risques sanitaires (hygiène, traçabilité) et une communication transparente et responsable sont au cœur du contrat de confiance.

Risques : Coûts et atteinte réputationnelle majeure en cas de problème sanitaire, sanctions RGPD, contentieux, exposition médiatique négative en cas de greenwashing.

Opportunités : Différenciation par une offre saine, confiance et fidélité renforcées, leadership nutritionnel, valorisation de la transparence et de l'authenticité.



Cette analyse de double matérialité constitue le socle de la stratégie de durabilité de Salad&Co. Elle identifie les enjeux prioritaires sur lesquels l'entreprise doit concentrer ses efforts pour réduire ses impacts négatifs, saisir les opportunités et construire un modèle économique résilient.

Sur cette base, Salad&Co a défini des politiques, cibles et actions pour éviter ou atténuer ces risques en s'inspirant des normes ESRS E1 (climat), ESRS S1 (Effectifs propres) et ESRS G1 (Gouvernance). Dans le sens d'une simplification, les informations relatives aux autres thématiques matérielles ont été traitées et publiées mais dans un format allégé.

Les pages suivantes présentent ces éléments en trois parties :

- **Volet Environnemental :** politiques, cibles et actions en matière d'atténuation des émissions de gaz à effet, d'adaptation au dérèglement climatique, de réduction des impacts sur le vivant et les écosystèmes, et de préservation des ressources ;
- **Volet Social :** politiques, cibles et actions en matière d'amélioration de la situation socio-économique des salarié.es, de qualité de vie au travail, de développement de leurs compétences et employabilité, d'égalité des chances au sein de l'entreprise, ou encore de sécurité alimentaire pour les clients ;
- **Volet Gouvernance :** politiques, cibles et actions en matière d'éthique dans les affaires (garantie des droits humains, lutte contre la corruption...), ainsi que de la lutte contre la maltraitance animale.

GOUVERNANCE

G1 - CULTURE D'ENTREPRISE ET RÔLE EMPLOYEUR

La restauration commerciale peut jouer un rôle de tremplin professionnel pour des populations en insertion ou en reconversion. Une culture d'entreprise forte, incarnée par la gouvernance et le management, établit les valeurs éthiques, favorise l'inclusion et crée un environnement propice au développement des compétences.

Risques : Difficulté à attirer et retenir les talents sans proposition de valeur employeur forte, manque de cohésion et d'engagement des équipes, incapacité à accompagner les évolutions nécessaires.

Opportunités : Positionnement différenciant comme employeur responsable et formateur, contribution positive à l'emploi local, reconnaissance comme acteur de l'insertion professionnelle, fierté d'appartenance renforcée.

G1 - BIEN-ÊTRE ANIMAL

Par ses choix d'offre et d'achat, l'entreprise peut peser pour l'amélioration des conditions d'élevage et de pêche. Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à ces enjeux.

Risques : Atteinte réputationnelle en cas de pratiques jugées insuffisantes, exposition médiatique négative via campagnes d'ONG, investissements initiaux plus élevés pour l'adhésion à des pratiques respectueuses, nécessité de conformité avec des régulations futures plus strictes.

Opportunités : Anticipation des évolutions législatives, différenciation concurrentielle par une filière respectueuse du bien-être animal, augmentation de la fidélité client, amélioration de l'image de marque, positionnement de précurseur.

G1 - ÉTHIQUE DES AFFAIRES

L'éthique des affaires concerne les principes moraux appliqués aux opérations quotidiennes : gestion des relations fournisseurs, rémunération, lobbying notamment. Elle se traduit par un code de conduite éthique, des procédures de conformité, et des engagements clairs avec les parties prenantes. Les pratiques commerciales peuvent impacter positivement ou négativement les fournisseurs avec des effets sur leurs conditions de travail.

Risques : Sanctions en cas de non-respect des lois (Sapin 2 en particulier), dépendances, contentieux contractuels, atteinte à la pérennité de l'entreprise, perte de confiance des parties prenantes.

Opportunités : Relations fournisseurs durables et mutuellement bénéfiques, sécurisation des approvisionnements par des partenariats de long terme, valorisation de pratiques d'achats responsables, contribution au développement des territoires.

ENVIRONNEMENT

ENJEUX

1 2 5 6 7

ODD

12 CONSOMMATION
ET PRODUCTION
RESPONSABLES



13 MESURES RELATIVES
À LA LUTTE CONTRE
LES CHANGEMENTS
CLIMATIQUES



14 VIE
AQUATIQUE



15 VIE
TERRESTRE



PÉRIMÈTRE

France, Compagnie

CONTEXTE GÉNÉRAL²

Selon l'Organisation Météorologique Mondiale (OMM) et Copernicus :

- Si 2024 reste l'année la plus chaude jamais enregistrée au niveau mondial (première année à dépasser 1,5°C par rapport aux niveaux préindustriels), 2025 se situe en deuxième position, à égalité avec 2023 (avec une moyenne en France de 14,03°C, soit +1.06°C par rapport à 1991-2000)
- La température moyenne mondiale pour janvier-novembre 2025 était de +1,48°C par rapport à l'ère préindustrielle

L'année 2025 a été marquée par une succession d'événements climatiques extrêmes en France et dans le monde. L'été 2025 a enregistré des canicules intenses, des incendies dévastateurs (particulièrement dans le sud de la France, en Grèce et au Portugal) et des inondations meurtrières. En France métropolitaine, le sud-est a été frappé par des précipitations exceptionnelles en septembre, tandis que la Bretagne a subi de violentes tempêtes en janvier. Le cyclone Garance a dévasté La Réunion en février. Ces événements confirment l'accélération du dérèglement climatique et son impact croissant sur la production agricole.

La crise agricole s'est intensifiée et structurée en France. Après les mobilisations du début d'année 2024, le mouvement a repris en décembre 2025 avec de nouveaux blocages d'autoroutes. Les agriculteurs dénoncent la signature de l'accord de libre-échange UE-Mercosur (finalisé en janvier 2026 malgré l'opposition française) et les conséquences de l'épidémie de dermatose nodulaire contagieuse affectant les élevages bovins. La multiplication des aléas climatiques (sécheresses, inondations) continue de fragiliser les exploitations. Météo-France a publié en 2025 un rapport sur la trajectoire de réchauffement (TRACC), qui anticipe un réchauffement de +4°C d'ici 2100 avec des impacts majeurs sur l'agriculture.

La COP30 sur le climat s'est tenue en novembre à Belém (Brésil), dans un contexte géopolitique difficile. Dix ans après l'Accord de Paris, cette COP marque un tournant mitigé : elle a abouti à un engagement de tripler les financements pour l'adaptation d'ici 2035 (1 300 milliards de dollars annuels) et a adopté le "Paquet de Belém" avec 55 décisions. Cependant, aucune obligation claire de sortie des énergies fossiles n'a été adoptée, et les contributions nationales (CDN) présentées restent insuffisantes pour maintenir le réchauffement sous 1,5°C. La France, qui prendra la présidence du G7, s'engage à poursuivre l'ambition climatique.

La biodiversité demeure au cœur des préoccupations internationales. En juin 2025, la France a accueilli la troisième Conférence des Nations Unies sur l'Océan (UNOC 3) à Nice. Le Congrès mondial de la nature de l'UICN s'est tenu en octobre à Abu Dhabi, avec 45 recommandations portées par la France. Paris a également accueilli en novembre la réunion des auteurs de l'évaluation mondiale de l'IPBES, qui dressera à l'horizon 2028 un nouvel état des lieux de la perte de biodiversité mondiale. Le Salon de la Biodiversité à Paris a rassemblé les acteurs autour des solutions fondées sur la nature pour l'adaptation climatique.

L'économie circulaire s'est vu renforcé par de nouvelles réglementations européennes. Le règlement sur les emballages et déchets d'emballages (PPWR) a été adopté en décembre 2024 et publié en janvier 2025, fixant des objectifs ambitieux de recyclage (70 % en 2025, 75 % en 2030) et de réemploi. Le règlement ESPR sur l'écoconception des produits durables a publié ses premiers actes délégués en avril 2025. En France, la loi AGECE continue son déploiement progressif. Toutefois, fin 2025, la Commission européenne a présenté plusieurs "omnibus de simplification" qui assouplissent certaines obligations environnementales au nom de la compétitivité.

Mais dans un contexte politique défavorable à la transition écologique et à toute forme de normalisation/régulation des marchés, la dynamique environnementale qui pouvait s'appuyer sur le Green Deal Européen, a connu plusieurs reculs importants avec notamment le choc de simplification Omnibus et les reports de plusieurs directives comme celle sur la déforestation.

ACTUALITÉS DE LA MARQUE

À l'issue d'un processus d'analyse des risques climatiques, de ses leviers d'actions et des moyens mobilisables à court/moyen terme, la marque a rédigé une politique climatique ambitieuse mais crédible, visant d'une part à atténuer les émissions de gaz à effet de serre, avec une cible clarifiée à horizon 2030, et d'autre part à adapter son modèle aux effets du dérèglement climatique. Partagée et validée en Comité de Direction début d'année 2026, elle sera ensuite présentée au Comité Stratégique de la marque avant d'être diffusée aux collaborateurs, marquant l'engagement volontaire de la marque à agir.

Les équipes de direction et de management ont suivi plusieurs parcours de sensibilisation sur les impacts environnementaux du modèle d'affaire et sur la nécessité d'agir pour la régénération des milieux : Convention des Entreprises pour le Climat, The Week, les Ateliers de l'Adaptation au Changement climatique, Formation aux Achats Durables, ont permis de développer la culture environnementale de la marque.

Le plan d'actions ESG, incluant les actions d'atténuation des impacts environnementaux a été structuré début 2025 et fait l'objet d'un suivi de progression régulier avec restitution en Comité de Direction.

Nous avons engagé le recrutement de producteurs locaux en agriculture biologique ou respectant les principes de l'agroécologie ; les premiers contrats devaient être signés début.

Pour garantir l'excellence et l'objectivité de notre démarche, nous collaborons avec un expert externe issu du Cabinet Conseil Pulse by Headop's. Cet expert enrichit nos connaissances et améliore notre compréhension des sujets environnementaux et nous conseille sur les axes d'amélioration continue à prioriser. Il est chargé de l'animation de notre plan d'actions ESG et assure les suivis de progression auprès du Comité de Direction.

² Sources : France 24 - "Été 2025 : un mois de déchainement climatique" (août 2025) ; CCR (Caisse Centrale de Réassurance) - Base de données catastrophes naturelles ; Météo-France - Rapport TRACC (novembre 2025) ; Vert.eco - "2025 sera moins chaude que 2024" (février 2025) ; Ministère de l'Agriculture - Communication février 2025 ; Greenpeace France - "Crise agricole : les raisons de la colère" ; I4CE - "Agriculture : sortir de la crise perpétuelle" (janvier 2025) ; Sami.eco - Actualités CSRD décembre 2025 ; Ministère des Affaires étrangères français - Bilan COP30 (novembre 2025) ; UICN Comité français - Congrès mondial 2025 ; Ministère des Affaires étrangères - IPBES novembre 2025 ; CCI Paris Île-de-France - Règlement PPWR (janvier 2025) ; Bpifrance - Règlement ESPR ; Banque des Territoires - Loi DDADUE (novembre 2025)

NOTRE POLITIQUE

Chez SALAD&CO, nous sommes **engagés pour une alimentation plus durable et accessible au plus grand nombre**. Conscients de l'urgence climatique, nous nous inscrivons dans une démarche volontariste de réduction de notre empreinte carbone et nous engageons à mobiliser l'ensemble de nos équipes, fournisseurs et clients autour de cette démarche, dans un esprit de transparence et de progrès continu.

Notre ambition est de suivre une trajectoire de réduction alignée avec les enjeux scientifiques, tout en maintenant la qualité et l'attractivité de notre offre Salad Bar. Nous privilégions des **actions sans investissements lourds** pour soutenir notre croissance et notre stabilité économique.

Face aux impacts croissants du changement climatique, nous avons également formalisé une stratégie d'adaptation pour **assurer la résilience de nos activités** et préserver l'authenticité de notre concept. Notre approche, fondée sur une analyse approfondie des risques physiques et de transition, nous permet d'identifier les vulnérabilités potentielles sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

Cette ambition d'adaptation, complémentaire à **nos efforts de réduction des émissions**, témoigne de notre engagement global pour un modèle de restauration durable et résilient face aux défis du changement climatique.

NOS ENGAGEMENTS

Atténuation des émissions de Gaz à Effet de Serre

Notre objectif est de réduire significativement notre empreinte carbone en optimisant notre modèle et nos pratiques, sans compromettre notre performance économique.

Notre bilan carbone 2022 révèle que le scope 3 représente 89% de nos émissions, avec deux postes majeurs : les **intrants alimentaires (36%)** et les **déplacements clients (34%)**. **D'ici 2030, notre cible est une réduction de l'émissivité par repas de -7.4% par rapport à 2022, soit une réduction en volume de -29%**, passant de 7 898 tCO₂e (5,90 kg/repas) en 2022 à 5 597 tCO₂e (5,46 kg/repas) en 2030.

Cette baisse de -2 300 tCO₂e (équivalent aux émissions annuelles de près de 4 restaurants) intègre deux effets :

- **L'effet « réduction du parc »** : -1 180 tCO₂e (51% de la réduction totale), du fait du passage de 12 à 10 succursales
- **L'effet « plan d'atténuation »** : -1 120 tCO₂e (49% de la réduction totale), résultant des leviers d'action volontaires

Pour atteindre nos objectifs, nous avons choisi de prioriser les axes d'amélioration suivants :

Approvisionnement durables et transformation de l'offre

Les intrants alimentaires constituent notre principal levier d'action. Nous nous engageons à :

- Poursuivre le développement des alternatives végétales aux produits carnés, et la mise en avant des produits à faible impact carbone.
- Maintenir le renouvellement saisonnier de la carte tous les 3 mois.
- Engager nos clients à réduire leur consommation de protéines animales grâce à une information claire.
- Développer les filières d'approvisionnement durables et locales en partenariat avec les Chambres d'Agriculture.
- Intégrer des critères environnementaux dans la sélection des fournisseurs.

Maîtrise de notre consommation énergétique et émissions fugitives

- Réduire notre consommation d'énergie par une exploitation optimisée.
- Passer à 100% d'énergies renouvelables.
- Améliorer l'efficacité énergétique de nos établissements.
- Remplacer progressivement les équipements utilisant des

gaz frigorigènes à haut PRG.

Optimisation de nos investissements et achats non alimentaires

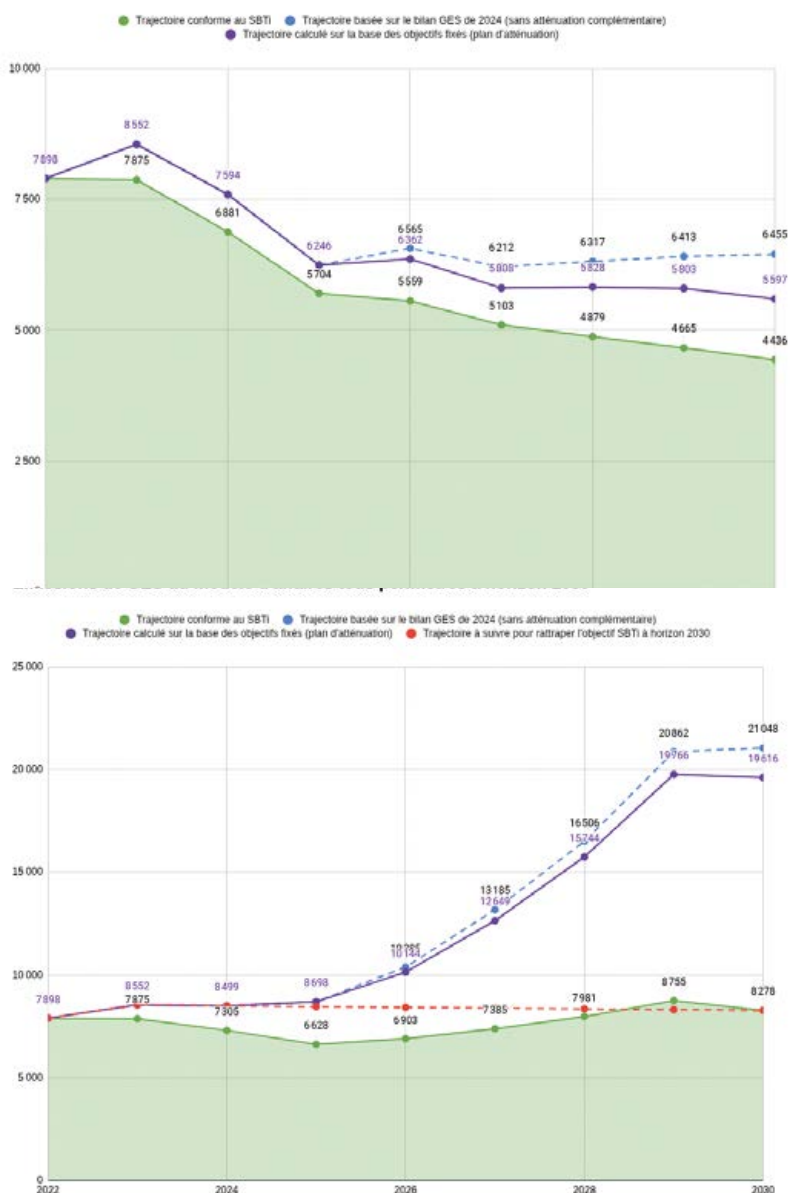
- Privilégier l'achat d'équipements de seconde main reconditionnés.
- Optimiser les conditionnements des produits à emporter (vrac, kraft, consigne).

Gestion et réduction de nos déchets

- Améliorer la qualité du tri et réaliser des audits réguliers.
- Engager les fournisseurs à réduire le volume d'emballages.
- Poursuivre la lutte contre le gaspillage alimentaire (transformation des fruits trop mûrs, recettes utilisant l'intégralité des végétaux, partenariat Too Good To Go).

	2022 (tCO2e)	2030 (tCO2e)	RÉDUCTION (tCO2e)
SCOPES 1 & 2 – EMISSIONS DIRECTES ET INDIRECTES LIÉES À L'ÉNERGIE	859	115	-744 (-87%)
Remplacement des gaz frigorigènes à PRG élevé Cible : · 100% des gaz avec PRG ≤ 150 à horizon 2030	720	61	-659 (-92%)
Mesures de sobriété énergétique et fourniture en EnR Cibles : · Contrats de fourniture d'électricité 100% renouvelable · Consommation maximum par client de 2,69 KWh · Consommation moyenne par client de 2,47 KWh · Suppression du Gaz Naturel (2030 au plus tôt)	128	54	-74 (-58%)
SCOPE 3 – ÉMISSIONS INDIRECTES	7 039	5 784	-1 255 (-18%)
Réduction des émissions liées aux intrants alimentaires Cibles : · Réduction de l'émissivité par repas de -1%/an entre 2026 et 2030 en réduisant la part de protéine animale et le fret	2 825	2 530	-295 (-10%)
Réduction des déchets et Optimisation du tri Cibles : · Réduction de 50% du volume de déchets en mélange · Réduction de 10% du volume d'emballage	83	75	-8 (-10%)

Emissions de GES du modèle d'affaires hors franchises à horizon 2030



Adaptation au dérèglement climatique

Notre objectif est d'assurer la résilience de nos activités face aux impacts croissants du changement climatique. Nous avons identifié trois axes majeurs de vulnérabilité nécessitant une stratégie d'adaptation structurée.

Nous porterons une attention particulière aux risques suivants :

- Les conditions de travail et d'accueil de notre clientèle en période de forte chaleur.
- L'évolution des conditions climatiques affectant les cultures et l'élevage.
- L'impact des événements climatiques extrêmes sur notre outil de production.

Pour répondre à ces enjeux, nous avons formalisé et déployons un plan d'action global incluant :

Sécurisation des approvisionnements en matières premières.

- Identifier et hiérarchiser les produits clés vulnérables via une matrice de priorisation multi critères.
- Rechercher des alternatives viables aux produits les plus vulnérables.
- Constituer un réseau de producteurs locaux en agriculture biologique ou agroécologique Développement d'un partenariat avec la Chambre d'Agriculture du Nord.

OBJECTIFS : Identifier 100% des enjeux clés à fin 2025, atténuer les risques de 100% des enjeux clés à fin 2027.

Adaptation des bâtiments et équipements

- Analyse d'exposition et de vulnérabilité des 14 sites (succursales et franchises).
- Montage des projets d'adaptation sur 2 sites prioritaires (Toulon La Valette et Mondeville)
- Développement de solutions intégrées dès la conception (réduction de la vulnérabilité).
- Intégration de critères climatiques dans la stratégie immobilière et choix d'implantation (réduction de l'exposition).

OBJECTIFS : Analyser 100% des sites à fin 2025 et Réaliser 100% des cadrages projets sur le top 3 des sites les plus à risque.

Protection des collaborateurs

- Les conditions de travail en restaurant sont particulièrement exposées aux vagues de chaleur. Nous nous engageons à :
- Mettre à jour le **Document Unique d'Évaluation des Risques** pour intégrer le risque de vagues de chaleur
- Former les équipes managériales à la gestion des périodes de forte chaleur
- Rédiger des **plans de continuité opérationnelle** intégrant les procédures canicule

OBJECTIFS : Intégration et Gestion du risque canicule dans l'ensemble des référentiels de prévention des risques à horizon 2025.

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

SALAD&CO anime sa politique climatique en assurant :

Gouvernance au plus haut niveau

La politique climatique est portée par la Direction Générale et le Comité de Direction, formé en 2025 à la gestion des risques climatiques. La Directrice des Achats coordonne les actions d'atténuation avec un **suivi mensuel en CODIR** via un tableau de bord des actions ESG permettant l'information et l'arbitrage des priorités.

Responsabilités clairement définies

- **Direction Générale :** validation stratégique et arbitrage des ressources
- **Direction des Achats :** pilotage et coordination des actions climatiques
- **Direction de l'Offre :** évolution vers des produits à faible impact
- **Direction des Opérations :** déploiement terrain et protection des collaborateurs
- **Direction Administrative et Financière :** suivi financier et exécution des bilans carbone
- **Directions de restaurant :** mise en œuvre quotidienne

Le **portefeuille d'actions ESG** précise pour chaque action les responsables, moyens, livrables, échéances et avancement.

Formation et sensibilisation

- Parcours CEC Agri-Agro réalisé en 2024 par le Directeur Général et la Directrice des Achats.
- Atelier d'Adaptation au Changement Climatique (AdACC) réalisé en 2025 avec le CODIR.
- Formation des équipes aux achats durables (2025).
- Sensibilisation des collaborateurs aux mobilités douces et gestes d'économie (2026).

Mesure et suivi

- Réalisation de **bilans carbone complets** (scope 3) tous les 2 à 3 ans selon la méthode GHG Protocol. Prochain bilan prévu en 2025-2026.
- **Actualisation annuelle** de la trajectoire d'atténuation en fonction des leviers activables et du potentiel de réduction constaté.
- **Revue mensuelle** des indicateurs clés en CODIR pour pilotage réactif.

Transparence et reporting

- Publication annuelle du **rapport volontaire de durabilité** intégrant les indicateurs climatiques quantitatifs et qualitatifs.
- Communication régulière aux équipes sur les avancées des plans d'action.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

Formation à l'adaptation au dérèglement climatique

L'année 2025 a marqué une étape décisive dans le déploiement de notre politique climatique avec la mobilisation de l'ensemble du Comité de Direction qui a participé aux Ateliers de l'Adaptation au Changement Climatique (AdACC). Cette formation collective a permis de renforcer la prise de conscience des enjeux et d'ancrer la dimension climatique au cœur de nos décisions stratégiques.

Analyse de risques liés au changement climatique pesant sur nos enjeux principaux

Sur le volet adaptation, nous avons réalisé une analyse exhaustive de l'exposition de l'ensemble de nos sites aux risques climatiques, en nous appuyant sur un scénario d'augmentation de la température de +4°C à horizon 2100 en France, conformément au scénario du Plan National d'Adaptation au Changement Climatique (PNACC3). Cette étude nous a permis d'identifier les sites prioritaires et d'élaborer une stratégie d'adaptation graduée.

Concernant la sécurisation de nos approvisionnements, nous avons mené un travail approfondi de cartographie exhaustive de nos produits et zones de production, en croisant ces données avec les informations d'exposition climatique issues du projet Cap Durabilité. Cette analyse multicritères nous a permis d'évaluer la criticité business de chaque produit ainsi que sa substituabilité potentielle. En parallèle, nous avons lancé le projet de diversification de nos approvisionnements en recherchant activement des producteurs locaux engagés dans l'agriculture biologique et les circuits courts. La rédaction d'un cahier des charges pour la sélection de ces producteurs a été finalisée, et des discussions ont été engagées avec la Ferme du Fort à Englos. Nous avons également noué des échanges constructifs avec la Chambre d'Agriculture des Hauts-de-France en vue d'organiser des rencontres avec des producteurs pratiquant l'agroécologie dans la région.

Sur le plan de la protection de nos collaborateurs, le risque canicule a été formellement intégré dans notre Document Unique d'Évaluation des Risques et de Prévention, traduisant ainsi notre engagement à garantir la santé et la sécurité de nos équipes face aux vagues de chaleur croissantes.

Actualisation du bilan des émissions de gaz à effet de serre

En matière de mesure et de pilotage, nous avons lancé la campagne de sondages et d'analyses dans les restaurants retenus pour constituer l'échantillon représentatif de notre parc en vue de la réalisation du prochain bilan des émissions de gaz à effet de serre. Cette démarche s'inscrit dans notre engagement de suivi régulier de notre empreinte carbone.

Formalisation de la Politique climatique

Enfin, l'année s'est achevée par la formalisation de la politique climatique de la marque, document structurant qui définit nos ambitions, nos engagements et nos leviers d'action en matière d'atténuation et d'adaptation pour la période 2025-2030.

AU MENU DE L'ANNÉE 2026

Contrat d'énergie 100% Renouvelable

L'année 2026 sera marquée par des avancées concrètes sur plusieurs fronts. Dès le début de l'année, nous démarrerons notre contrat de fourniture d'électricité 100% renouvelable avec Place des Énergies, une étape majeure dans notre stratégie de réduction des émissions des scopes 1 et 2.

Produits d'entretien moins impactants pour l'environnement

Par ailleurs, nous déploierons un nouveau contrat relatif aux produits lessiviels intégrant des critères renforcés de protection environnementale, témoignant de notre volonté d'étendre notre démarche de durabilité à l'ensemble de nos achats non alimentaires.

Développement du local et de la part de produits porteurs de labels favorables à l'environnement

Sur le volet approvisionnements durables, nous organiserons la rencontre avec les producteurs et acteurs de l'agroécologie avec l'appui de la Chambre d'Agriculture du Nord, permettant ainsi d'accélérer la constitution de notre réseau de partenariats en circuits courts. Cette dynamique territoriale sera renforcée par le lancement de la phase de recherche et de test de substituts pour les produits identifiés comme les plus vulnérables au changement climatique, garantissant ainsi la pérennité de notre concept Salad Bar face aux aléas climatiques.

Actualisation du bilan des émissions de GES

En matière de mesure et de pilotage, nous procéderons à l'actualisation de notre bilan des émissions de gaz à effet de serre sur les données de l'exercice 2025. Cette mise à jour nous permettra d'ajuster notre trajectoire d'atténuation en fonction des résultats obtenus et d'affiner nos plans d'action pour les années suivantes.

Plans de communication interne et à destination des convives

L'année 2026 verra également la validation formelle de notre politique climatique par les instances de décision de l'entreprise, suivie de sa diffusion auprès de l'ensemble des collaborateurs. Cette étape d'appropriation interne sera accompagnée de l'élaboration et de la mise en œuvre d'un plan de communication ambitieux à destination de nos clients et de nos collaborateurs, permettant de valoriser nos engagements et de mobiliser toutes nos parties prenantes autour de notre démarche de transition climatique.

PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ ET DES ÉCOSYSTÈMES

NOTRE POLITIQUE

Chez Salad&Co, nous nous engageons à préserver la biodiversité à chaque étape de notre chaîne de valeur. Nous sommes conscients que la restauration en libre-service peut avoir un impact sur le vivant (notamment par l'achat de produits issus de pratiques intensives de culture et d'élevage ou de pêche industrielle) et que le modèle d'affaires dépend fortement de la santé des écosystèmes terrestres et marins. Nous assumons notre responsabilité dans la préservation du capital naturel pour les générations futures et avons orienté notre politique en matière de protection de la biodiversité autour des quatre leviers suivants :

- La promotion des pratiques agricoles durables et l'intégration progressive de produits issus d'exploitation mettant en oeuvre ces pratiques,
- L'intégration de produits méconnus au sein de notre offre et le développement de la diversité variétale dans les fruits et légumes proposés à notre clientèle,
- La lutte contre la déforestation importée,
- La réduction de notre impact sur le changement climatique et par conséquent sur les écosystèmes (voir page 22)

NOS ENGAGEMENTS

Promotion des pratiques agricoles durables

- Respecter la saisonnalité des produits.
- Développer les partenariats avec des producteurs locaux engagés pour des pratiques fondées sur le rétablissement et le renforcement des services écosystémiques, sans intrants chimiques.
- Nouer des liens directs avec les producteurs et faire leur promotion auprès de notre clientèle.
- Adhérer au collectif En Vérité œuvrant pour plus de transparence dans le secteur alimentaire et notamment l'impact environnemental des produits commercialisés.

Lutte contre la déforestation importée

- Appliquer une politique zéro-déforestation, en cohérence avec le règlement européen sur la déforestation (RDUE).
- Assurer la traçabilité des produits à risque (soja, huile de palme, bœuf, cacao, café).
- Privilégier les produits certifiés (FSC, Rainforest Alliance, PEFC) et les fournisseurs engagés contre la déforestation.

Atténuation du changement climatique et protection des écosystèmes

- Lutter contre le gaspillage alimentaire
- Développer et promouvoir des alternatives végétales

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Direction des Achats est chargée d'intégrer des critères de protection de la biodiversité et des écosystèmes dans ses grilles de sélection de produits et de nouer des partenariats avec des fournisseurs susceptibles de progresser dans ce domaine tout en maintenant des prix acceptables.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

- Rédaction du cahier des charges en vue de sélectionner les maraîchers locaux capables de répondre à la fois à nos exigences de qualité (produit, parcours culturel) et aux contraintes de service.
- Formation aux achats durables ayant abouti à la création d'une grille d'évaluation RSE des fournisseurs et des produits clés (volumes réceptionnés importants, impact environnemental élevé a priori).

AU MENU POUR 2026

- Adhésion au Collectif "En Vérité" et participation active au travail de sensibilisation visant à améliorer l'information des clients vis-à-vis de l'origine, de l'impact environnemental et de la valeur nutritionnelle des produits
- Développement d'une solution d'information des clients sur les produits vendus
- Développement d'indicateurs spécifiques au suivi de la performance de la politique en faveur de la préservation de la biodiversité (diversité variétale dans l'offre, ...)
- Rédaction d'une charte biodiversité associée à la grille d'évaluation des fournisseurs
- Contractualisation et Mise en place de circuits courts avec de nouveaux partenaires, engagés dans une agriculture durable dans les Hauts de France
- Finalisation du contrat lessiviel permettant de réduire l'impact environnemental des produits d'entretien utilisés.

NOTRE POLITIQUE

Le gaspillage alimentaire représente un défi sociétal fondamental à l'échelle mondiale, où coexistent malnutrition et dilapidation des ressources naturelles. En notre qualité de restaurateurs, il nous incombe de réduire ces impacts en agissant contre le gaspillage alimentaire à chaque étape de la filière, du champ jusqu'à l'assiette.

Au-delà de l'alimentation, ce principe de sobriété s'étend à l'ensemble des biens et services en amont de notre chaîne de valeur. La recherche d'une consommation raisonnée des ressources nécessaires au fonctionnement de notre modèle d'affaires guide tant nos politiques économiques qu'environnementales.

Par ailleurs, nous sommes pleinement conscients que nos déchets constituent la principale source potentielle de pollution des écosystèmes. Notre volonté est de transformer progressivement et structurellement nos pratiques opérationnelles pour réduire au maximum notre empreinte environnementale. Cette transformation reposera sur une diminution significative des volumes de déchets potentiels (conditionnements, matières plastiques, articles jetables...), le recours au réemploi et la prolongation de la durée d'usage de nos équipements, une valorisation optimisée des coproduits, ainsi que sur l'utilisation de circuits de distribution alternatifs tels que Too Good to Go.

NOS ENGAGEMENTS

Lutte contre le Gaspillage alimentaire

- Optimiser l'utilisation des produits bruts issus de l'agriculture biologique dans l'offre (réduction de la découpe, utilisation des fanes de carottes, betteraves, navet, céleri, radis, fenouil, oignon et feuilles de brocoli ou de chou fleur).
- Développer et mettre en oeuvre des recettes anti-gaspis attractives.
- Estimer au plus juste les quantités à préparer pour éviter les surplus.
- Adapter la taille des contenants aux portions normales pour un adulte.
- Mettre en place des solutions de redistribution de nos repas invendus.
- Réfléchir à des aménagements du concept avec "service à volonté".

Réduction des déchets et actions en faveur de la circularité

- Améliorer le tri de nos déchets et augmenter la part des déchets valorisés (en particulier les bio déchets par compostage).
- Favoriser les approvisionnements durables en évaluant nos fournisseurs sur leur performance environnementale et sociale.
- Réduire les besoins en emballages jetables et privilégier des alternatives réutilisables.
- Privilégier l'achat d'équipements de seconde main issus de l'ESS (téléphonie, informatique, équipements spécifiques)
- Garantir un service de dépannage/entretien des équipements pour allonger leur durée de vie.
- Augmenter la part du renouvelable dans l'énergie consommée et fixer des objectifs de réduction des consommations d'énergie par client.

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Direction des Achats est chargée du pilotage de la politique qui nécessite un embarquement des fournisseurs (optimisation des conditionnements, réduction des emballages à usage unique, solutions innovantes pour la valorisation des sous-produits). La Direction des Opérations est également fortement impliquée dans la mesure où les équipes en restaurant jouent un rôle central à travers :

- Une gestion précise des stocks adaptée aux flux d'activité.
- L'application stricte des protocoles de tri des déchets.
- La formation continue du personnel aux bonnes pratiques.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

- Réalisation de pesées dans 4 restaurants retenus comme échantillon dans le cadre du bilan des émissions de gaz à effet de serre, permettant d'affiner la connaissance sur les pratiques en matière de tri et d'identifier les améliorations possibles
- Déploiement des nouveaux vêtements professionnels pour les collaborateurs en restaurants : plus résistants et facilement nettoyables, leur durée de vie en sera nettement allongée
- 100% des équipements utilisés pour l'encaissement des clients ont été renouvelés par des produits reconditionnés
- Signature d'une convention pour l'évacuation des matériels électroniques via BAK2 (au profit des Clowns de l'Espoir)
- Réalisation de test d'enrôlement de téléphones sous android, reconditionné par l'entreprise de l'ESS locale BAK2
- Les paniers Too Good To Go continuent de rencontrer du succès, avec 1506 paniers vendus en 2025.

AU MENU POUR 2026

- Finalisation du déploiement des nouveaux vêtements professionnels dans les restaurants
- Recherche et développement de nouvelles recettes de smoothies et desserts permettant l'utilisation de fruits mûrs.
- Remplacement de la vaisselle en porcelaine par une vaisselle en mélamine, plus résistante et légère, qui allie durabilité et design attrayant.
- Analyse du mode actuel de conditionnement des articles réceptionnés et identification des solutions alternatives par famille d'articles et par articles : gros conditionnement, vrac, kraft, consigne...
- Réalisation de test de PC reconditionnés (Portables pour le siège et les directions de restaurants, fixes pour les restaurants et les écrans).

SOCIAL

ENJEUX

8 10 11 15 16 17

ODD



PÉRIMÈTRE

France, Compagnie (hors franchisés).

CONTEXTE GÉNÉRAL

Effectifs salariés des entreprises

- L'année 2025 a été marquée par une **stabilité du SMIC**, maintenu à 11,88€ brut/heure (1 801,80€ brut mensuel) tout au long de l'année, suite à une revalorisation anticipée de +2% en novembre 2024. Cette stabilité s'explique par une inflation modérée à 1,5% en 2025. Les minima conventionnels du premier échelon (11,70€) étant inférieurs au SMIC légal dans la convention nationale des cafétérias et assimilés, c'est le SMIC qui s'applique de facto pour ces niveaux (comme c'est également le cas pour la convention HCR mais avec un écart moindre). Une nouvelle négociation salariale sera nécessaire pour remettre les minima conventionnels au-dessus du SMIC, conformément à l'esprit de la convention collective.
- L'année 2025 a également été marquée par une **profonde refonte du système de formation professionnelle**, entrée en vigueur au 1^{er} juillet 2025. La réforme de l'apprentissage introduit plusieurs changements : participation obligatoire des employeurs de 750€ pour les contrats de niveau Bac+3 et plus, proratisation des financements selon la durée réelle de formation, minoration de 20% pour les formations majoritairement à distance (>80%), et réduction des aides à l'embauche d'apprentis (5 000€ pour les entreprises de moins de 250 salariés, contre 6 000€ auparavant). Le CPF voit son reste à charge revalorisé à 102,23€ (indexé sur l'inflation) et ne finance plus que les formations certifiantes inscrites au RNCP ou au Répertoire Spécifique depuis février 2025. Cette réforme s'inscrit dans un contexte de **restrictions budgétaires avec une baisse de près de 4 milliards d'euros du budget formation professionnelle**.
- L'Index égalité professionnelle 2025, calculé sur les données 2024, montre des progrès encourageants : 80% des entreprises concernées ont publié leur index (contre 78% en 2024), et 94% obtiennent une note égale ou supérieure à 75/100 (+1 point). Seules 2% des entreprises atteignent la note parfaite de 100/100 (560 entreprises). **La Loi Rixain, visant la parité dans les instances dirigeantes des entreprises de 1 000 salariés et plus, montre des avancées** : 73% des entreprises comptent encore moins de 40% de femmes parmi leurs cadres dirigeants (contre 76% en 2022), et 64% dans les instances dirigeantes (contre 72% en 2022). L'objectif intermédiaire de 30% de chaque sexe doit être atteint au 1^{er} mars 2026, puis 40% au 1^{er} mars 2029.
- La transposition en droit français de la directive européenne 2023/970 du 10 mai 2023 sur la transparence des rémunérations imposera dès juin 2027 à toutes les entreprises quelle que soit sa taille, une **transparence accrue en matière de politique de rémunération et d'égalité de traitement**, avec notamment : l'indication de la rémunération ou d'une fourchette salariale dans les offres d'emploi ou avant le premier entretien, l'interdiction de demander l'historique salarial des candidats, des précisions sur les critères de rémunération et de progression, et l'introduction d'un droit des salariés à l'information sur leur niveau de rémunération individuel et sur les niveaux moyens par sexe et catégorie. Pour les entreprises de plus de 100 salariés, un reporting écarts de rémunération sera exigé (moyenne de rémunération par sexe et par catégorie de travailleurs, écarts de primes et autres composantes variables, taux de promotion par sexe, justification des écarts constatés) et des mesures correctives dès 5% d'écart non justifié devront être mises en place. Ce texte vise à faire respecter le **principe fondamental "à travail égal, salaire égal"**, et à la volonté de **développer la transparence et le droit à l'information des salariés**.

- L'année 2025 a été marquée par une **mobilisation renforcée contre les accidents du travail graves et mortels (ATGM)**. En 2024, plus de 710 000 accidents du travail avaient été enregistrés, dont 555 803 avec arrêt, et près de 764 décès (soit 2 décès par jour). Les troubles musculo-squelettiques restent la première cause de maladies professionnelles (68 000 cas reconnus), tandis que les maladies psychiques (stress, burn-out) progressent fortement. Le ministère du Travail a donc lancé deux campagnes nationales de communication : en octobre 2024 puis de novembre 2025 à janvier 2026, avec le message "Sécurité au travail : responsabilité de l'entreprise, vigilance de tous, la prévention n'est pas une option". Ces campagnes ont ciblé particulièrement les jeunes et nouveaux arrivants, sachant que 15% des accidents graves surviennent dans les 3 premiers mois d'embauche. Par ailleurs, le Plan Santé au Travail 4 (2021-2025) a priorisé la lutte contre les ATGM. Un nouveau Plan Santé au Travail n°5 est annoncé pour succéder au PST4 (2021-2025). Autres points d'importance : un décret d'avril 2025 modifie les règles de tarification AT/MP mortels et la LFSS 2025 améliore l'indemnisation des victimes d'AT/MP.

Santé et Sécurité alimentaire

- 2025 a vu l'entrée en vigueur du **nouvel algorithme Nutri-Score V2** (arrêté du 14 mars) avec une notation plus stricte pour les boissons édulcorées, la viande rouge, les céréales sucrées, les yaourts à boire et une meilleure notation pour les huiles végétales riches en acides gras insaturés (olive, colza, noix : B au lieu de C). Au final, 30 à 40% des produits verront leur score évoluer. Recommandé par le Programme National Nutrition Santé, (PNNS), son affichage reste volontaire dans la restauration collective et commerciale. De nombreuses entreprises de restauration collective ont commencé à expérimenter cet affichage.
- L'année a également été marquée par la **révision des références nutritionnelles** de l'ANSES pour faire la promotion des légumineuses, des produits céréaliers complets, légumes, fruits, huiles végétales riches en oméga-3, et maintenir ses conseils en termes de limitation de consommation de viandes (hors volailles), charcuteries, boissons sucrées.

ACTUALITÉS DE LA MARQUE

- 2025 a été la première année de **sous-traitance du processus de paie**. Conséquence de l'autonomisation de la marque vis-à-vis de la holding amorcé en 2023, le traitement de la paie a été externalisé fin 2024 et de nouveaux outils ont été déployés. Ceci a conduit les équipes RH à travailler prioritairement sur la sécurisation et la fiabilisation des processus mais aussi la responsabilisation de la chaîne managériale ; ce qui s'est notamment traduit par davantage de formalisation et par un renforcement des contrôles en amont du traitement pour garantir une paie juste.
- La marque a rédigé et validé au plus haut niveau sa **Politique Sociale** clarifiant ainsi ses engagements, les objectifs poursuivis et moyens mobilisés sur les 8 enjeux sociaux évalués comme étant matériels (voir pages 15 à 17). Cette politique se veut crédible car construite sur la base des accords existants, des actions envisagées et réalisables pour répondre aux besoins implicites et explicites des parties prenantes en matière d'amélioration des conditions de travail, d'égalité des chances et de diversité.
- Fin 2025, la marque a décidé d'adhérer au **Collectif "En Vérité"** et de participer au travail de sensibilisation visant notamment à **améliorer l'information des clients de la valeur nutritionnelle des produits vendus**.

PRENDRE SOIN DE NOS EFFECTIFS

CARACTÉRISTIQUES DE NOS EFFECTIFS

Salad&Co compte 216 collaborateurs à la fin de l'année 2025 (contre 226 en 2024), soit une baisse de 4,4%. Malgré cette réduction d'effectifs, l'entreprise maintient une forte stabilité contractuelle avec 93,9% de CDI. La structure reste caractérisée par une population jeune (âge moyen de 28,3 ans) et une parité quasi-équilibrée entre femmes (54%) et hommes (46%).

Évolution de la structure des effectifs

INDICATEUR	2024	2025
Effectif total	226	216
Femmes	124 (54,9%)	117 (54,0%)
Hommes	102 (45,1%)	99 (46,0%)
Âge moyen	28,9 ans	28,3 ans
CDI	215 (95,1%)	203 (93,9%)
Temps complet	111 (49,1%)	116 (53,8%)
Temps partiel	115 (50,9%)	100 (46,2%)
ETP	221	200
Ancienneté moyenne	3,4 ans	3,3 ans

Pyramide des âges

TRANCHE D'ÂGE	2024	2025
< 30 ans	145 (64,2%)	140 (64,9%)
30-50 ans	70 (31,0%)	65 (30,1%)
Nombre d'effectif >50 ans	11	11 (5%)

Structure hiérarchique

	EFFECTIFS DE L'ENCADREMENT	PART D'ENCADRANTES FEMMES (%)
2024	72 (32%)	37 (51%)
2025	62 (29%)	29 (46%)

NOTRE POLITIQUE

Convaincus que l'épanouissement professionnel est indissociable de la performance collective, nous plaçons le capital humain au cœur de notre stratégie.

Notre politique sociale vise à mettre en place des équipes compétentes, autonomes et épanouies, capables de répondre efficacement aux besoins du business et des client-es, tout en garantissant le respect des droits fondamentaux et le bien-être de l'ensemble de nos collaborateurs-trices.

Cette politique s'inscrit dans une approche pragmatique reposant sur quatre piliers fondamentaux :

- 1. Sécuriser l'entreprise** à travers le cadrage et l'ancrage des processus RH
- 2. Former, accompagner et évaluer** de l'intégration à la performance
- 3. Valoriser les métiers** et structurer les parcours internes
- 4. Booster l'expérience collaborateur** au service du business

NOS ENGAGEMENTS

- Salad&Co garantit la stabilité contractuelle de ses collaborateurs avec un taux de CDI maintenu au-delà de 90%. Nous nous engageons également sur des conditions de travail respectueuses de l'équilibre vie pro. / perso.
- Nous développons une culture de prévention partagée pour maîtriser les risques professionnels et psychosociaux. Tous nos collaborateurs bénéficient d'une couverture complète en accidents du travail, maladie, décès et prévoyance.
- Nos grilles salariales sont alignées sur le secteur via un benchmarking rigoureux. Nous nous engageons à identifier et corriger les écarts de rémunération femmes/hommes. Au-delà du salaire fixe, nous proposons un intéressement collectif, une rémunération variable, des avantages collaborateurs (panier, transport, chèques vacances, Action Logement) et une mutuelle de qualité.
- Chaque collaborateur bénéficie d'une intégration encadrée et d'une offre de formation adaptée à son métier. Nous identifions et accompagnons les talents à haut potentiel pour favoriser la mobilité interne et l'évolution de carrière.
- Salad&Co recrute exclusivement sur compétences. Nous formalisons les procédures de signalement des discriminations et du harcèlement, protégeons les lanceurs d'alerte et accompagnons les collaborateurs en situation de handicap.
- Nous cultivons un climat de confiance en structurant le dialogue social, en créant des moments de cohésion et en reconnaissant régulièrement les contributions de nos équipes.

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Gouvernance

La Politique Sociale est révisée annuellement en janvier et portée par la Direction Générale et la Direction des Ressources Humaines, avec les managers de proximité comme garants de l'application opérationnelle.

Les Leviers d'action

- **Sécurisation des processus RH (point transverse) :** Nous documentons l'ensemble de nos processus RH (recrutement, paie, intégration, formation, sortie) dans un référentiel centralisé. Nous formons régulièrement nos managers à leur application homogène et conduisons des audits RH annuels en restaurants, complétés à chaque changement de direction.
- **Conditions de travail :** Nous appliquons la Charte de Planification RH et proposons un télétravail flexible au siège (max 2 jours/semaine). Un suivi trimestriel de la charge de travail et des entretiens annuels nous permettent d'ajuster rapidement et de maintenir le dialogue.
- **Santé et sécurité :** Un réseau de Référénts Sécurité et Santé au Travail (RSST) anime la prévention en restaurants. Nous formons continuellement aux gestes et postures, mettons à jour régulièrement le DUERP et organisons des campagnes de sensibilisation annuelles. Les équipements de protection sont fournis et renouvelés systématiquement.
- **Rémunération et avantages :** Nous mettons à jour annuellement nos grilles salariales avec benchmarking sectoriel. Des audits réguliers des écarts femmes/hommes conduisent à des plans d'action correctifs. Nous communiquons de manière transparente sur tous nos dispositifs et sensibilisons nos managers aux principes d'équité salariale.
- **Formation et développement :** L'intégration est structurée par des livrets d'accueil et des passeports de formation traçant les compétences. Nous désignons des sites-écoles labellisés pour former nos managers, enrichissons régulièrement nos modules e-learning et organisons des entretiens annuels de développement. Des People Reviews identifient et accompagnent les talents à haut potentiel.
- **Diversité, inclusion et non-discrimination :** Une charte managériale formalise nos valeurs et principes de respect mutuel. Nous formons nos managers à la détection des discriminations. Une procédure de signalement formalisée et multicanale garantit que chaque collaborateur peut exprimer ses préoccupations en toute confiance. Les réclamations sont traitées de manière confidentielle et impartiale. Nous protégeons explicitement les lanceurs d'alerte.
- **Engagement et fidélisation :** Une enquête eNPS annuelle mesure le climat social par équipe et restaurant. Nous répondons par des plans d'action ciblés, créons du lien par un calendrier d'événements et communications régulières, et assurons des moments d'échange entre collaborateurs et direction.

Dispositifs de suivi

Le dispositif repose sur un suivi de progression des actions et d'analyse de performance sur la base d'indicateurs clés. Cette

démarche assure le pilotage RH et alimente le reporting ESRS S1 annuel.

Mesure et suivi

- **Revue mensuelle** de progression des actions inscrite dans la feuille de route annuelle en CODIR pour arbitrages éventuels.
- Suivi trimestriel des indicateurs clés dans le cadre du reporting extra-financier pour permettre un pilotage réactif par le CODIR.

Transparence et reporting

- Publication annuelle du **rapport volontaire de durabilité** intégrant les indicateurs sociaux quantitatifs et qualitatifs.
- Communication régulière aux équipes sur les avancées des plans d'action.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

Diversité, inclusion et lutte contre la discrimination

L'année 2025 marque une évolution contrastée en matière d'égalité professionnelle. Si l'écart de rémunération femmes-hommes se réduit significativement (de 473€ à 292€, soit -38%), la représentation des femmes dans l'encadrement diminue de 37 à 29 personnes. En revanche, l'inclusion des personnes en situation de handicap progresse fortement, passant de 7 à 11 collaborateurs (+71,7%).

Réduction des inégalités salariales femmes/hommes

INDICATEUR	2024	2025
Rémunération hommes	2 184 €	2 349 €
Rémunération femmes	1 711 €	2 097 €
Écart F/H	-473 €	-252 €
Écart en %	-21,7%	-11,7%

L'écart de rémunération se réduit de 47%, passant d'une différence de 473€ à 252€. Cette amélioration résulte principalement d'une hausse de 23% de la rémunération moyenne des femmes.

Inclusion des personnes en situation de handicap

Avec un taux de 5,3%, Salad&Co se rapproche de l'obligation légale de 6% et affiche une progression de 80% en un an, démontrant un engagement fort en faveur de l'emploi inclusif.

Structuration et sécurisation de l'organisation RH

L'année 2025 constitue une phase fondatrice de structuration organisationnelle. Nous avons procédé à la réécriture complète des organisations et classifications en restaurants pour formaliser et sécuriser le cadre structurel de chaque équipe. Les livrables incluent des schémas d'organisation adaptés à chaque typologie de restaurant, accompagnés de fiches de poste intégrant les cursus de formation, les compétences minimales requises et les expériences nécessaires, ainsi que les trajectoires d'évolution professionnelle possibles.

En parallèle, nous avons documenté l'ensemble de nos processus internes pour garantir une paie juste et une application homogène des règles RH. Cette documentation exhaustive récapitule les étapes clés de chaque processus, associées à un RACI explicite et à l'identification précise des outils et modes opératoires mobilisés à chaque étape. Cette démarche

PRENDRE SOIN DE NOS EFFECTIFS

responsabilise l'encadrement dans la mise en œuvre cohérente des processus et assure la prévisibilité de nos pratiques.

Nous avons également développé une base documentaire RH accessible à tous nos collaborateurs, centralisant l'ensemble de nos politiques, règles, supports et ressources pratiques (boîtes à outils). Cette plateforme numérique organisée selon une arborescence claire héberge les principaux documents RH existants, avec des procédures de révision, d'actualisation et de gestion des droits d'accès qui assureront sa pertinence continue. Les procédures de communication interne relatives à cette base seront finalisées en 2026.

Renforcement de la formation et du développement des compétences

En 2025, Salad&Co a dispensé 1 300 heures de formation, représentant 0,42% des heures travaillées contractuelles (307 551 heures). Les formations sont équitablement réparties entre les employés (47%) et l'encadrement (53%), avec toutefois une sous-représentation des femmes qui ne bénéficient que de 45,5% des heures alors qu'elles représentent 54% des effectifs. Par ailleurs, 5 mobilités internes ont été réalisées, soit un taux de mobilité de 2,5%.

Nous avons par ailleurs évalué la pertinence et l'efficacité du dispositif de formation en restaurants pour identifier les opportunités d'amélioration.

Parallèlement, nous avons amélioré significativement l'intégration des nouveaux encadrants par l'enrichissement de leur parcours de formation et la formalisation de leur évaluation avant la fin de la période d'essai initiale. Le passeport de formation encadrant est mis à jour, les contenus pédagogiques actualisés pour couvrir les processus clés et les outils managériaux essentiels, et un dispositif d'évaluation formalisé garantit un accompagnement structuré de chaque nouveau manager.

Nous avons également amélioré l'intégration de l'ensemble des nouveaux embauchés, quel que soit leur emploi, en proposant des welcoming packs attractifs incluant dotation, goodies et livrets d'accueil. Chaque nouveau collaborateur est désormais associé à un tuteur expérimenté et bénéficie d'un parcours de formation obligatoire adaptant son profil et son métier. Ces deux initiatives convergent pour créer une expérience d'intégration professionnelle positive et efficace.

Rémunération équitable et avantages valorisés

La rémunération moyenne progresse légèrement de 1 917€ à 1 961€ (+2,3%).

Nous avons valorisé notre politique d'avantages collaborateurs en complément de la rémunération fixe et variable. Cette démarche débute par un recensement exhaustif des éléments de rémunération extra-salariale proposés, suivi par la production d'un document de présentation claire et attractive des avantages existants. Cet effort de communication interne renforce la perception de l'engagement de Salad&Co envers le bien-être de ses collaborateurs et améliore la compréhension de la valeur totale de leur rémunération.

Prévention et sécurité du travail

Nous réalisons une collecte et une analyse détaillée de nos accidents du travail pour identifier les récurrences, typologies et causes sous-jacentes. Ces apprentissages alimentent directement la mise à jour de notre Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP) qui intègre les nouveaux risques identifiés et les plans de traitement des récurrences. En parallèle, nous poursuivons le développement d'un plan d'animation du réseau des Référents Sécurité et Santé au Travail (RSST) qui structure les actions préventives décentralisées en restaurants.

Des indicateurs fiables pour mesurer l'accidentologie au sein de Salad&Co ont été mis en place cette année. Chaque indicateur bénéficie d'une fiche descriptive auditable, assortie d'un processus

formalisé de collecte des données nécessaires au calcul et à l'analyse. Cette rigueur méthodologique nous permet de suivre précisément notre performance en sécurité et d'identifier les tendances.

En 2025, Salad&Co a enregistré 15 accidents du travail comptabilisables ayant généré 387 journées de travail perdues. Le taux de fréquence s'établit à 48,8 accidents pour un million d'heures travaillées, et le taux de gravité à 1,26 jour perdu pour 1000 heures travaillées. Un cas de maladie professionnelle a été comptabilisé. Le réseau de 10 RSST (Référents Santé et Sécurité au Travail) a mené 10 actions de prévention, et 4 collaborateurs ont été formés aux gestes et postures.

AU MENU POUR 2026

Audit d'équité salariale et consolidation des classifications

L'année 2026 verra la réalisation d'un audit complet des politiques de rémunération pour identifier et corriger les écarts salariaux injustifiés. Cet audit, fondamental pour honorer notre engagement d'égalité de traitement, aboutira à des plans d'actions correctives si nécessaire, consolidant ainsi la confiance de nos collaborateurs dans l'équité de nos pratiques salariales.

Développement de l'excellence managériale

Nous définirons en 2026 un ou plusieurs sites référents (écoles) dédiés à l'intégration et à la formation des équipes d'encadrement. Ces sites seront les lieux privilégiés où les futurs managers développeront leurs compétences en situation réelle, créant une cohérence de culture managériale au sein de Salad&Co.

Sécurisation du dialogue et protection contre les discriminations

Nous assurerons la diffusion et la bonne compréhension de la procédure formalisée de signalement et de gestion des cas de discrimination ou harcèlement. Cette communication transparente garantit que tout collaborateur comprend ses droits, les canaux disponibles et la protection dont il bénéficie.

Gestion des talents et carrières

Nous relancerons en 2026 le processus d'identification des talents et de gestion des carrières, revitalisant ainsi notre démarche de détection et d'accompagnement des collaborateurs à haut potentiel. Cette initiative renforce la mobilité interne et crée des parcours de progression clairs pour les talents identifiés.

Bien-être et qualité de vie

Nous initierons les premières formations liées au bien-être de nos collaborateurs, répondant ainsi à un enjeu croissant de qualité de vie au travail. Ces formations adressent des thématiques comme la prévention du stress, les gestes et postures, ou l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle.

Structuration du dialogue social

Nous structurerons enfin un dialogue social direct et régulier entre l'employeur et nos salarié-es, notamment par la remise en place de moments conviviaux en présence du Directeur Général. Ces échanges directs, au-delà des instances formelles, créent une proximité et une confiance essentielles à un dialogue social de qualité.

MIEUX INFORMER ET NOURRIR SAINEMENT NOS CLIENT.ES

NOTRE POLITIQUE

Notre entreprise s'engage à garantir la sécurité, la santé et le bien-être de nos convives dans l'ensemble de notre chaîne de restaurants, mais également une information juste et honnête.

Nous nous engageons par ailleurs à maintenir les plus hauts standards d'hygiène et de sécurité alimentaire dans l'ensemble de nos établissements. Aussi, l'enjeu de la santé de nos convives allant bien au-delà des questions d'hygiène, nous leur proposons une alimentation diversifiée et saine en leur permettant de prendre des repas équilibrés sur le plan nutritionnel.

NOS ENGAGEMENTS

Excellence en matière d'hygiène

- Appliquer rigoureusement les normes HACCP dans tous nos établissements.
- Former en continu notre personnel aux bonnes pratiques d'hygiène : respect de la chaîne du froid des aliments, application stricte des protocoles de nettoyage et de désinfection, etc...
- Réaliser des audits réguliers et des contrôles qualité inopinés, avec des organismes indépendants.
- Assurer une traçabilité totale des produits de la réception au service.
- Piloter un management de la sécurité alimentaire avec une direction spécialisée, composée de professionnels qualifiés (Direction Qualité Sécurité et Environnement (QSE)).

Qualité nutritionnelle, diversité et accessibilité de l'offre

- Proposer une gamme variée de légumes en libre-service.
- Promouvoir des alternatives végétariennes, végétaliennes innovantes et gourmandes à la viande.
- Afficher les valeurs nutritionnelles de nos plats cuisinés.
- Participer au travail d'influence du collectif "En Vérité" visant à l'amélioration de l'information des consommateurs dans le secteur alimentaire

Sécurité des Produits

- Respecter l'interdiction de 21 substances controversées depuis 2019.
- Suivre le programme de retrait progressif de 5 substances additionnelles.
- Minimiser le taux d'ingrédients ultra-transformés dans nos recettes.
- Sélectionner rigoureusement nos produits et nos fournisseurs.

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

En matière de santé, Salad&Co a signé en 2018 une CHARTE ENGAGEMENT PRODUIT qui bannit 16 substances controversées et vise l'élimination progressive de 5 autres substances. La Direction des Achats vérifie systématiquement la composition des produits avant leur référencement, afin d'éliminer ceux qui ne respectent pas les engagements de la charte. Par ailleurs, Salad&Co tient compte des orientations du PROGRAMME NATIONAL NUTRITION SANTÉ (PNNS) dans le cadre de ses activités de Recherche et Développement.

En matière d'hygiène et de sécurité alimentaire, la Direction des Opérations est chargée de veiller au respect des objectifs, tandis que les audits sont réalisés par des organismes indépendants. Au total, ce sont plusieurs centaines d'audits qui sont réalisés chaque année dans nos restaurants.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

- Ouverture des négociations avec des producteurs locaux en agriculture biologique.

AU MENU POUR 2026

- Publication d'un ratio protéine Végétal / protéine animal avec un objectif à horizon 2030.
- Développement de la part de produits issus de l'agriculture biologique.



GOUVERNANCE



ENJEUX

18 19

ODD



PÉRIMÈTRE

France, Compagnie (hors franchisés).

CONTEXTE GÉNÉRAL

Devoir de vigilance

La directive européenne sur la divulgation d'informations de durabilité (Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD), qui traite notamment des questions de gouvernance responsable, d'éthique des affaires, y compris les pratiques de paiement et de lutte contre la maltraitance animale, a été transcrite en droit français fin 2024 pour une entrée en vigueur initialement prévu en 2026 pour les entreprises de la vague 2. Mais les dernières élections européennes de juin 2024 ont bousculé le Pacte Vert et les ambitions politiques européennes en matière de durabilité du dernier mandat. L'année 2025 a vu l'échéance de l'entrée en vigueur du texte repoussée de 2 ans sous l'effet de la directive Omnibus, dont l'objectif est de simplifier et réduire le niveau d'exigence de la CSRD d'ici 2028.

Dans la même lignée, la directive sur le devoir de vigilance des entreprises en matière de durabilité (Corporate Sustainability Due Diligence Directive - CS3D), publiée le 5 juillet 2024, a été profondément modifiée par la directive Omnibus. Les seuils d'application ont été relevés à 5000 salariés minimum, plaçant ainsi Salad&Co et l'ensemble du groupe Agapes hors du champ d'application obligatoire. Néanmoins, conscients de notre responsabilité sociétale, nous maintenons notre engagement volontaire en matière de vigilance raisonnable sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

La réglementation EUDR (European Union Deforestation Regulation), dont l'application a été reportée d'un an, impose aux opérateurs de garantir que les produits mis sur le marché européen ne contribuent pas à la déforestation. Sept matières premières sont concernées : soja, bœuf, cacao, café, huile de palme, bois et caoutchouc.

Ce cadre réglementaire évolue dans un **contexte politique mondial marqué par des pressions croissantes vers la dérégulation des marchés**, notamment sous l'impulsion de l'administration américaine et la signature de traités de libre-échange tels que le MERCOSUR. L'émergence de plateformes de vente en ligne à bas coûts comme Shein ou Temu, peu regardantes sur les standards sociaux et environnementaux, interroge la capacité des entreprises européennes à maintenir des exigences éthiques élevées tout en restant compétitives. Dans ce contexte, Salad&Co réaffirme son engagement à ne pas céder à la facilité du moins-disant social et environnemental.

Protection des données personnelles

En 2025, l'application du RGPD en France s'intensifie après une année 2024 marquée par un doublement des sanctions (87 sanctions prononcées contre 42 en 2023) et un record de plaintes reçues (17 772, soit +8%). Les TPE et PME sont désormais au cœur de l'action répressive de la CNIL, représentant 8 sanctions sur 10, ce qui confirme que la conformité RGPD n'est plus l'apanage des grandes entreprises. Les violations massives de données personnelles se multiplient, avec un doublement constaté en 2024.

Les sanctions record prononcées en 2024-2025 envoient un signal fort au marché : 325 millions d'euros pour Google (prospéction commerciale sans consentement dans Gmail), 150 millions pour Shein (cookies publicitaires illégaux), ou encore 42 millions pour Free Mobile début 2026. Les manquements récurrents concernent la prospection commerciale sans consentement, la gestion des cookies, la sécurité des données et le défaut de coopération avec l'autorité de contrôle. L'entrée en vigueur de l'IA Act européen ajoute de nouvelles obligations de conformité pour les entreprises utilisant des systèmes

d'intelligence artificielle.

Lutte contre la maltraitance animale

En 2025, la question du bien-être animal en élevage fait l'objet de débats intenses en France et en Europe. L'initiative citoyenne européenne «End the Cage Age», soutenue par 1,4 million de signatures, continue de réclamer l'interdiction progressive des cages pour tous les animaux d'élevage. La révision annoncée de la législation européenne sur le bien-être animal reste en suspens dans un contexte d'instabilité politique et de tensions entre objectifs de protection animale et compétitivité économique des filières.

En France, les associations de défense animale comme L214 et le CIWF poursuivent leur travail de documentation des conditions d'élevage et d'abattage, multipliant les plaintes pour maltraitance animale. L'amendement controversé adopté fin 2024 dans le projet de loi de finances, visant à priver les associations de leur capacité à délivrer des reçus fiscaux à leurs donateurs, illustre les tensions persistantes autour de la transparence des pratiques d'élevage.

Le Better Chicken Commitment (BCC), engagement volontaire de plus de 200 entreprises agroalimentaires européennes pour améliorer les conditions d'élevage des poulets de chair, a vu son échéance reportée de 2026 à 2028 en raison du manque de maturité de la filière française. Ce report s'inscrit dans un contexte difficile pour l'élevage avicole français : les crises successives d'influenza aviaire ont touché 25 millions d'animaux entre 2022 et 2024, et la production nationale ne couvre plus que 49% de la consommation intérieure. Cette dépendance croissante aux importations (majoritairement issues de pays tiers aux standards de bien-être souvent inférieurs) complexifie l'atteinte des objectifs de protection animale tout en maintenant une offre accessible économiquement.

ACTUALITÉS DE LA MARQUE

Depuis 2022, Salad&Co déploie progressivement son dispositif de vigilance raisonnable et de lutte contre la corruption, en conformité avec la loi Sapin II. Cette démarche a débuté avec l'élaboration d'une cartographie des risques (actualisée en 2024) et la formation de l'ensemble des acheteurs et managers exposés aux risques de corruption. Elle s'est poursuivie par l'adoption d'un code de conduite et le déploiement de la plateforme d'alerte Whispli en 2023, complétée par des canaux internes.

En 2025, un audit complet des dispositifs a été réalisé par le cabinet GGV à la demande de notre actionnaire, portant sur l'ensemble des processus liés à la loi Sapin II et au devoir de vigilance. Les recommandations formulées ont donné lieu à un plan d'action 2026 visant à atteindre 100% de conformité sur les huit piliers de la loi Sapin II.

Concernant le bien-être animal, Salad&Co s'approvisionne exclusivement en œufs coquille et ovoproduits hors-cage depuis 2023. Signataire du Better Chicken Commitment (BCC) depuis 2018, l'enseigne ambitionne d'atteindre 100% de poulet conforme aux critères BCC d'ici 2028, en tenant compte des contraintes de maturité de la filière française.

CONDUITE ÉTHIQUE DES AFFAIRES

NOTRE POLITIQUE

Chez Salad&Co, nous nous engageons à conduire nos activités avec intégrité, transparence et responsabilité, en respectant les réglementations en vigueur, notamment :

- La loi Sapin II relative à la transparence et à la lutte contre la corruption.
- Les obligations de devoir de vigilance et la directive CS3D.
- Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).
- Le Code de commerce concernant les relations commerciales.

Les principes directeurs de notre politique en matière d'éthique sont : la tolérance zéro pour la corruption et les pratiques contraires à notre code de conduite, la promotion d'une culture de transparence et d'intégrité, un respect sans faille des droits humains fondamentaux ainsi qu'un engagement constant dans la prévention des risques d'atteinte à nos valeurs et à notre culture d'entreprise.

NOS ENGAGEMENTS

Lutte contre la corruption (Loi Sapin II)

- Mettre à jour annuellement notre cartographie des risques de corruption.
- Former régulièrement nos collaborateurs exposés aux enjeux de corruption.
- Garantir un mécanisme d'alerte professionnelle sécurisé et confidentiel.
- Déployer un processus de due diligence pour les relations avec les tiers à risque.
- Mettre en place des contrôles comptables anti-corruption.
- Réaliser des audits et des évaluations périodiques de l'efficacité du dispositif.
- Encadrer les procédures de déclaration des cadeaux et avantages, des mécénats et sponsorings.
- Renforcer les sanctions disciplinaires en cas de manquement.

Devoir de vigilance et responsabilité dans la chaîne de valeur

- Améliorer continuellement notre connaissance de la chaîne de valeur et en particulier l'origine et les conditions de production de nos produits.
- Intégrer des critères ESG dans la sélection des fournisseurs via une grille d'évaluation multicritères.
- Mettre en œuvre le dispositif de déclaration de diligence raisonnable (DDR) pour les produits soumis à l'EUDR.
- Inclure des clauses relatives aux droits humains et à l'environnement dans les contrats fournisseurs.

Protection des données personnelles (RGPD)

- Garantir la sécurité, la confidentialité et l'intégrité des données personnelles, notamment par la mise en œuvre des éléments suivants :
 - Politique de sécurité des systèmes d'information (PSSI) et moyens adaptés associés tels que : authentification à double facteur, chiffrement des données personnelles en transit, sauvegardes régulières et sécurisées, surveillance active des violations de données et un plan de réponse aux incidents, inventaire à jour des équipements et des accès au réseau.
 - Encadrement de l'utilisation de l'intelligence artificielle (charte d'utilisation de l'IA générative, formations aux risques de l'IA et en particulier la fuite de données, ...).
 - Souveraineté et localisation des données (UE privilégiée

pour l'hébergement, documentation des flux de données transfrontaliers, ...).

- Assurer la transparence dans la collecte et le traitement des données.
- Respecter les droits des personnes concernées (accès, rectification, effacement).
- Former les collaborateurs aux bonnes pratiques de protection des données.
- Réaliser des audits réguliers de conformité RGPD.

Pratiques et délais de paiement

- Respecter strictement les délais légaux de paiement
- Mettre en place la facturation électronique et assurer la traçabilité complète
- Optimiser le processus de validation pour plus de rapidité et de transparence

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Direction Générale a fixé les règles en matière de déontologie et d'éthique des affaires dans un code de conduite disponible pour l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices. Elle pilote directement la politique en matière d'éthique des affaires, avec le soutien actif de la Direction des Ressources Humaines et de la Direction Financière.

Pour garantir l'excellence et l'objectivité de notre démarche, nous collaborons avec deux experts externes issus du **Cabinet Conseil Headop's** :

Le Compliance Officer intervient sur quatre axes majeurs :

- 1. Formation** : Des programmes de sensibilisation et de formation sont dispensés aux collaborateurs exposés (achats, management, direction).
- 2. Gestion des risques** : Une cartographie détaillée des risques est régulièrement mise à jour et validée par la Direction Générale.
- 3. Cadre normatif** : Élaboration et actualisation des politiques et procédures internes (code de conduite, procédures de due diligence, règlement intérieur).
- 4. Mesure de performance** : Suivi régulier d'indicateurs clés (KPI) pour évaluer l'efficacité des dispositifs.

Le Délégué à la Protection des Données (DPO) accompagne les équipes dans la mise en œuvre de la conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) pour l'ensemble des traitements mis en œuvre par Salad&Co. Le DPO assure notamment :

- Le conseil et l'accompagnement sur les obligations RGPD
- La tenue du registre des traitements
- La réalisation d'audits de conformité
- La formation des équipes aux bonnes pratiques
- Le point de contact avec la CNIL

Le dispositif d'alerte Whispli, déployé en 2023, permet à tout collaborateur ou partie prenante externe de signaler de manière sécurisée et confidentielle tout manquement aux règles éthiques. Un Comité d'Analyse des Alertes (CAA) traite les signalements et garantit la protection des lanceurs d'alerte conformément à la loi Waserman de 2022.

RÉSULTATS ET ACTIONS PRINCIPALES 2025

Lutte contre la corruption

- Réalisation d'une première procédure de Due Diligence visant la mission externalisée de développement du réseau de franchise de la marque.
- Réalisation d'un audit par le cabinet GGV. À l'issue de cet audit, trois axes de progrès prioritaires ont été identifiés pour atteindre 100% de conformité au premier semestre 2026 :
 - **Due diligence** : Déploiement d'un processus systématique d'évaluation des tiers à risque (fournisseurs, partenaires, franchisés), avec utilisation d'outils de screening et application de critères ESG.
 - **Contrôles comptables** : Mise en place de contrôles ciblés sur les opérations comptables à risque de corruption (dépenses de représentation, commissions, sponsoring).
 - **Contrôle du dispositif** : Instauration d'un processus d'amélioration continue avec indicateurs de suivi et revue annuelle.

Devoir de vigilance

- Intégration des risques éthiques, sociaux et environnementaux de la cartographie du devoir de vigilance dans la matrice de double matérialité produite dans le cadre de la mise en oeuvre de la directive CSRD.
- Création d'une grille d'évaluation ESG des fournisseurs élaborée lors de la formation aux achats durables dispensée par Les Nouveaux Géants.

Protection des données

- Maintien à jour du registre des traitements.
- Formation à l'utilisation de l'IA pour les personnels du siège social.

Pratiques et Délais de paiement

- Mise en œuvre de contrôles préalables à la validation des campagnes de paiement afin de sécuriser les règlements et de réduire le temps nécessaire à leur validation.

AU MENU POUR 2026

Anti-corruption

- Déploiement de la procédure de due diligence sur les opérations à risque.
- Rédaction et Déploiement de la procédure de contrôles comptables sur les opérations «à risque».

Devoir de vigilance

- Procédure de déclaration de diligence raisonnable (DDR) EUDR déployée dans 100% des services achats (S2 2026).
- Grille d'évaluation ESG des fournisseurs/produits utilisée dans 100% des appels d'offres alimentaires à partir de septembre 2026.

Protection des données

- Renouvellement de la formation du personnel au RGPD (dernière formation réalisée en 2024, avec l'ensemble des filiales du groupe). Réflexion sur un format adapté à Salad&Co.
- Actualisation du registre de traitement RGPD.
- Audit de la souveraineté des données (hébergement, transferts, sous-traitants).
- Rédaction et diffusion d'une charte d'utilisation de l'IA générative définissant les usages autorisés et proscrits, avec interdiction stricte de traiter des données personnelles ou sensibles via des outils publics.
- Création d'un module de formation aux risques de l'IA.

Pratiques et Délais de paiement

- Facturation électronique dans le cadre de la réforme nationale. Amélioration de la traçabilité et de la fiabilité du traitement des factures.



LUTTE CONTRE LA MALTRAITANCE ANIMALE

NOTRE POLITIQUE

Chez Salad&Co, notre politique s'appuie sur le Code Rural et de la Pêche Maritime, tout en allant au-delà de la conformité réglementaire. Nous souhaitons être des acteurs proactifs du changement, en promouvant une approche éthique et responsable de l'élevage, tout en tenant compte des contraintes économiques de notre modèle de restauration libre-service qui s'adresse au plus grand nombre.

Notre politique vise à améliorer progressivement nos pratiques en matière de bien-être animal, tout en maintenant :

- Une offre accessible financièrement.
- Une qualité alimentaire constante.
- Une démarche éthique réaliste et cohérente.

En collaboration avec des organismes spécialisés dans la protection animale (CIWF, L-214), Salad&Co s'est engagé à :

- S'approvisionner en œufs coquille et ovoproduits issus de poules élevées hors cage (100% depuis 2023).
- Sélectionner des volailles de chair élevées dans le respect des critères de bien-être stricts définis par le Better Chicken Commitment (BCC).
- S'approvisionner en viande bovine exclusivement élevée et abattue en France.

Ces engagements concernent les approvisionnements considérés comme les plus critiques, mais notre ambition est d'améliorer progressivement les conditions d'élevage et de pêche sur l'ensemble de nos filières.

NOS ENGAGEMENTS

Politique d'approvisionnement raisonnée

- Mettre en place une grille d'évaluation multicritères incluant le bien-être animal.
- Négocier des contrats favorisant une transition économiquement viable vers des filières plus vertueuses.
- Privilégier les labels et certifications garantissant le respect des animaux à chaque fois que cela est possible (balance coût/bénéfice favorable).

Traçabilité et transparence

- Développer un système de traçabilité complet, de l'élevage à l'assiette.
- Réaliser un reporting annuel sur nos pratiques et nos progrès.
- Communiquer de manière transparente auprès de nos clients.

Recherche et innovation

- Assurer une veille active sur les meilleures pratiques sectorielles
- Maintenir une collaboration avec des experts et des ONG spécialisées
- Identifier et tester des alternatives économiquement viables, culturellement acceptables et saines à la protéine animale

: : éviter les substituts ultra transformés, les produits trop clivants ou trop éloignés du concept...

- Piloter le ratio de Protéines Animales sur Protéines Végétales avec l'ambition de tendre vers l'équilibre entre ces sources protéiques d'ici 2030 (sur la base des poids produits à fortes concentrations de protéines)

Sensibilisation et formation

- Former annuellement nos équipes achats et opérationnelles.
- Déployer des programmes de communication sur nos engagements.

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

Notre Direction des Achats s'engage à :

- Intégrer systématiquement des critères stricts de bien-être animal dans nos processus d'achat, tant dans la sélection des fournisseurs que dans l'évaluation des matières premières.
- Rester informés des meilleures pratiques adaptées à chaque espèce animale et maintenir des standards élevés qui répondent aux attentes de la société.
- Maintenir un dialogue régulier avec le CIWF et L-214 pour faire évoluer nos pratiques.

RÉSULTATS ET ACTIONS PRINCIPALES 2025

- Maintien de 100% d'approvisionnement en œufs hors-cage, confirmant notre engagement auprès du CIWF.
- Poursuite de la recherche de fournisseurs capables de respecter les six critères du Better Chicken Commitment.
- Mise en place du calcul du ratio PA/PV qui s'élève à 1.34 pour 2025, avec 42.7% de protéines végétales dans les ventes (75 569 kg de légumineuses et dérivés, fruits à coques et graines germées proposés à notre clientèle, pour 101 437 Kg de viandes, de poissons et fruits de mer, et d'ovoproduits).

AU MENU POUR 2026

- Publication d'un ratio protéine Végétal / protéine animal avec un objectif à horizon 2030 dans le rapport volontaire de durabilité et sur le site institutionnel
- Intégration d'un critère d'évaluation du risque de maltraitance animale dans la nouvelle grille d'évaluation ESG des fournisseurs/produits utilisée dans le cadre des AO.
- Réhausser le taux de VBF au-delà de 95% pour un taux de viande rouge maintenu sous 1,5% du volume d'achat. Garantir 100% de traçabilité Union Européenne pour le bœuf.

RÉSULTATS ET OBJECTIFS

	RÉALISÉ N-1	OBJECTIF N	RÉALISÉ N	ÉVOLUTION N-1	OBJECTIF N+1
INFORMATIONS TRANSVERSES					
Chiffre d'affaires Enseigne (K€ht)	19 133	-	19018	-1%	22921
dont Franchises (K€ht)	1924	-	5 218	171%	8 129
dont France (K€ht)	19 133	-	19 018	-1%	22 921
dont Restauration (K€ht)	19 133	-	19 018		22 921
dont Autres Activités (K€ht)	0	-	0		0
Nombre de sites en exploitation (un)	11	-	10		18
dont Franchises (un)	2	-	3		8
dont France (un)	13	-	13	-9%	18
Nombre de repas servis (kun)	1 440	-	1 336	50%	1610
dont Franchises (kun)	186	-	365	0%	571
dont France (kun)	1 440	-	1 336	-7%	1610

ENVIRONNEMENT

ÉNERGIE ET CLIMAT					
Consommation électrique des succursales (kWh)	3 032 691		2 492 048	-18%	2 442 456
Part d'énergie renouvelable (marché)	0%		100%		100%
Part d'autoconsommation	0%		0%		0
Consommation de gaz naturel des succursales (KWh PCI)	84 895		145 668	72%	131 101
Part de biogaz (marché)	0		0		0
Emissions CO2 scope 1 (t CO2e)	675		679	1%	606
dont émissions liées à la consommation de Gaz (marché) (t CO2e)	19		33	72%	30
dont émissions fugitives (t CO2e)	644		636	-1%	566
Emissions CO2 scope 2 (t CO2e)	103		83	-19%	70
dont émissions liées à la consommation Electrique (marché) (t CO2e)	103		83	-19%	70
Emissions CO2 scope 3 (t CO2e)	7 721		7 936	3%	9 468
dont émissions liées aux biens immobilisés (t CO2e)	45		139	209%	149
dont émissions liés aux achats alimentaires (t CO2)	3 112		2 319	-25%	2 457
dont émissions liées au transport de marchandises et distribution (tCO2e)	138		92	-33%	98
dont émissions liées aux déplacements des clients (t CO2e)	2573		1 928	-25%	2 063
dont émissions liées aux déplacements professionnels (t CO2e)	74		67	-9%	67
dont émissions liées au navettage des effectifs (t CO2e)	184		232	26%	232
dont émissions liées à la franchise (t CO2e)	904		2 452	171%	3 782
dont émissions liées au volume de déchets générés (t CO2e)	120		200	67%	119
dont émissions liées à la fin de vie des produits vendus (t CO2e)	12		9	-22%	10
KPI-1 Emissions CO2 totales (t CO2e)	8 499	8 511	8 698	2%	10 144
KPI-2 Intensité carbone du modèle d'affaires (kg CO2e/K€ht CA)	444	413	457	3%	443
KPI-3 Intensité carbone par repas servis (Kg CO2e/repas)	5,90	5,80	6,51	10%	6,30
Intensité carbone par repas limités aux intrants alim. (Kg CO2e/repas)	2,48		2,39	-4%	2,36

PROTECTION DU VIVANT ET ECOSYSTEMES					
Poids total des réceptions de denrées alimentaires (kg)	1 417 536		941 072	-34%	1 078 695
Poids des réceptions de denrées alimentaires hors boissons (kg)	1 236 451		912 850		1 046 346
Poids total des réceptions de viandes rouges (kg)	11 158		15 157		19 417
KPI-4 Part de viande rouge dans les achats alimentaires (%)	0,90%	1,0%	1,66%	84%	1,80%
Poids de produits porteurs de label favorable à la durabilité (yc boissons) (Kg)			56 586		86 296
Part de produits porteurs de label favorable à la durabilité (%)			6,01%		8,00%

RÉALISÉ N-1	OBJECTIF N	RÉALISÉ N	EVOLUTION N-1	OBJECTIF N+1
----------------	---------------	--------------	------------------	-----------------

ENVIRONNEMENT

GESTION DES RESSOURCES

Volume total de déchets produits (Kg)	337 769	339 643	1%	348 712
dont biodéchets (kg)	151 571	104 346	-31%	188 678
dont déchets triés recyclables (kg)	18 548	66 127	257%	25 475
dont déchets en mélange, non recyclables, non valorisables (kg)	167 650	169 169	1%	134 559
Part de déchets triés et valorisés par recyclage ou traitement biologique (%)	50,4%	50%	0%	61,4%
KPI-5 Part de déchets éliminés (%)	49,6%	50%	0%	38,6%

SOCIAL

DIVERSITÉ, INCLUSION ET LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION

Effectifs de l'encadrement	72,00	62,00	-14%	60
Part des effectifs dans des fonctions d'encadrement (%)	31,86%	28,78%	-10%	28,78%
Nombre d'encadrants hommes (un)	35,00	33,25	-5%	32
Part d'encadrants hommes (%)	48,61%	53,63%	10%	53,63%
Nombre d'encadrantes femmes (un)	37	28,75	-22%	28
KPI-7 Part d'encadrantes femmes (%)	51,39%	46,37%	-10%	46,37%
Rémunération moyenne des hommes (€)	2 183,81 €	2 349,00 €	8%	2 146,11 €
Rémunération moyenne des femmes (€)	1 710,84 €	2 096,87 €	23%	1 862,47 €
KPI-8 Ecart de rémunération moyenne Femmes / Hommes (€)	- 472,97 €	-252,13 €	-47%	- 283,63 €
Nombre d'effectifs en situation de handicap (un)	6,6	11,33	72%	12
KPI-9 - Part des effectifs en situation de handicap (%)	2,92%	5,26%	80%	6,00%

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES ET PARCOURS PROFESSIONNELS

Nombre de mobilités internes		5,00		6	
KPI-10 Taux de mobilité interne	9,80%	10%	2,47%	-75%	3,00%
Nombre d'heures travaillées totales contractuelles (h)		307 551,30		307 551	
Nombre total d'heures de formation proposées (h)		1 300,00		1 538	
KPI-11 Taux d'investissement en formation (%)		0,42%		0,50%	
Heures de formation pour les employé.es (h)		611,11			
Part des heures de formation pour les employé.es (h)		47,01%			
Heures de formation pour les encadrant.es (h)		688,93			
Part des heures de formation pour les encadrant.es (h)		52,99%			
Heures de formation pour les femmes (h)		592,00			
Part des heures de formation pour les femmes (h)		45,54%			

[S1] CONDITIONS DE TRAVAIL ET EQUILIBRE VIE PRO / VIE PERSO

Rémunération moyenne (€)	1 917,12 €	1 960,93 €	2%	1 984,46 €
Evolution salariale moyenne (%)	-	2,29%		
Nombre de campagne eNPS dans l'année	1	2	100%	
Taux de réponse aux campagnes eNPS	67%	32,73%	-51%	
KPI-12 Score eNPS	48,65	44,40		46,00

	RÉALISÉ N-1	OBJECTIF N	RÉALISÉ N	EVOLUTION N-1	OBJECTIF N+1
SOCIAL					
FIDELISATION ET EXPERIENCE SALARIE.ES					
Ancienneté moyenne des collaborateurs (ans)	3,4		3,30	-2,94%	
Nombre annuel d'entrées (contrats CDI)	193		206,00	6,74%	217
Nombre annuel de sorties (contrats CDI)	219		230,00	5,02%	216
KPI-13 Taux de turnover CDI	100,98%		109,55%	8,48%	116,99%
KPI-14 Taux de sorties CDI	107,35%	104,00%	115,58%	8%	60,00%
KPI-15 Taux de rétention à 1 an (stabilité)	63,73%		48,54%		
SANTÉ, SÉCURITÉ ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL					
Nombre d'accidents du travail comptabilisables			15,00		12,00
Nombre de journées calendaires perdues suite accidents du travail dans l'année (j)			387,00		369,00
KPI-16 Taux de fréquence des accidents du travail comptabilisables			48,77		39,02
KPI-17 Taux de gravité des accidents du travail comptabilisables			1,26		1,20
Nombre de cas de maladies professionnelles comptabilisables			1,00		
Nombre d'heures d'absences subies (AT, AM, ANJ)	44 947		36 395	-19%	30 755
KPI-18 Taux d'absentéisme subi	9,20%	8%	12%	29%	10%
Nombre de décès dus à des accidents et maladies professionnels (un)			0,00		
Nombre de RSST actifs et taux d'animation du réseau			10,00		
Nombre de réunions et d'actions de prévention menées			10,00		
Nombre de collaborateurs·trices formés aux gestes et postures			4,00		
SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONVIVES					
Nombre d'audits hygiène réalisés			438,00		
Nombre d'audits hygiène réalisés et conformes			376,00		
KPI-19 Taux de conformité des audits hygiène en restaurant	81,50%	82%	85,84%	5%	82,50%
Volume total de réception contenant au moins une substance controversée (kg)			40 933,00		34 518
KPI - Taux de produits sans substances controversés	96,60%	96,80%	95,65%	-1%	96,80%
GOVERNANCE					
ETHIQUE DES AFFAIRES					
Nombre d'alertes remontées et traitées	4		2	-50%	2
KPI-20 Taux d'alertes remontées et traitées dans le dispositif	1,77%	1,50%	0,93%		0,93%
ETHIQUE ANIMALE					
Poids total des réceptions de viande bovine (kg)			15 157		19 417
Poids de viande bovine labellisée VBF (kg)			10 235		9 708
KPI-21 Part de viande bovine labellisée VBF (%)	100%	50%	67,53%	-32%	50%
Poids total de produits à forte teneur en protéines animales (kg)			101 437		112 598
Poids total de produits à forte teneur en protéines végétales (kg)			69 402		83 225
Ratio Protéine Animale / Protéine Végétale			1,46		1,35
KPI-22 Part de protéines végétales dans l'offre (%)			40,62%		42,50%

SALAD & CO
Libre. Par Nature.

4 rue de l'Espoir
59260 LEZENNES

