



RAPPORT — DE — MISSION

2024

 comerso

Chaque seconde en France,
on gaspille l'équivalent de
**250 REPAS PRÊTS À
ÊTRE SERVIS.**

En parallèle,
1 PERSONNE SUR 6
peine à subvenir à ses
besoins alimentaires.

Sources :

Gaspillage : 2024 - [Agriculture.Gouv](https://agriculture.gouv.fr) / [ADEME](https://ademe.fr) / Equivalent repas basé sur le calcul association ([Banque Alimentaire](https://banquealimentaire.org), [Croix Rouge](https://croixrouge.fr))
Précarité : 2022 - [Crédoc](https://credoc.cerise-sciences.fr) N°Sou2023-4892

SOMMAIRE

Mot de la Référente Mission 1

Nos chiffres clés et contexte global 2

Notre comité RSE 3

Objectifs, engagements, et réalisations 4

Plan stratégique et opérationnel 5



MOT DE LA RÉFÉRENTE MISSION

Société à mission depuis 2021, Comerso réaffirme son engagement fondateur en 2024 : « Agir concrètement pour un monde sans gaspillage ».

Notre feuille de route 2024 s'appuie sur neuf objectifs opérationnels, qui permettent de suivre et de structurer nos avancées. Ces indicateurs assurent transparence et rigueur dans l'évaluation de notre impact au quotidien.

Aujourd'hui porté par le comité RSE, l'un de nos enjeux consiste à diffuser et partager au plus près de chaque collaborateur son pouvoir d'action et la culture RSE au sein de l'entreprise.

Le statut d'entreprise à mission est un moteur d'innovation et de solidarité pour Comerso, obligeant de saines remises en question.

En mobilisant l'ensemble de nos collaborateurs et partenaires autour de cette ambition partagée, nous faisons de chaque produit invendu une opportunité : créer de la valeur sociale et environnementale, pour une économie française plus juste et durable.

Cette fin d'année 2024 marque un engagement fort pour Comerso : nous challengeons notre feuille de route et embarquons dans le parcours Nouvelle Aquitaine de la CEC (Convention des Entreprises pour le Climat).

Continuer d'interroger notre impact, mesurer "ce qui compte vraiment" et nous diriger vers un modèle régénératif nous semble la voie d'alignement à suivre.

Céline Briand,
Référénte Mission



LES CHIFFRES CLÉS

À FIN 2024



995 000
collectes



232 MILLIONS
équivalents repas
redistribués



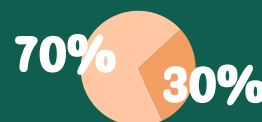
+ DE 137 000 T
de marchandises
sauvées des poubelles



3245
associations
qualifiées



2
pays
adressés



70% de l'activité sur
l'alimentaire et 30% sur
le non-alimentaire



41
collaborateurs



308 M D'€
d'économies
cumulées par
nos clients



2522
entreprises
accompagnées

NOTRE RÉPONSE AUX ODD



ODD 1 : Pas de pauvreté

Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde

Comerso accompagne plus de 2 000 associations dans leur mission quotidienne de lutte contre la précarité en les aidant sur leurs enjeux d'approvisionnement et de qualité des dons.



ODD 2 : Faim zero

Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition

Comerso récupère les invendus alimentaires des entreprises pour les redistribuer aux associations caritatives qui accompagnent des personnes en situation de précarité.



ODD 10 : Inégalités réduites

Réduire les inégalités entre les pays et en leur sein

Comerso fournit un accès à des produits essentiels à des personnes en situation de précarité ce qui contribue à atténuer les disparités sociales.



ODD 12 : Consommation & production responsables

Assurer des modes de consommation et de production durables

Comerso encourage une gestion responsable des ressources en réduisant le gaspillage et en favorisant la seconde vie des produits alimentaires et non alimentaires.



ODD 13 : Lutte contre le changement climatique

Prendre des mesures urgentes pour lutter contre les changements climatiques

Comerso contribue à éviter le gaspillage de ressources, notamment les GES déjà émis, en luttant contre le gaspillage alimentaire et non-alimentaire et en favorisant la réutilisation des invendus.



ODD 17 : Partenariats pour la réalisation des objectifs

Renforcer les moyens de mettre en œuvre et revitaliser le partenariat mondial pour le développement durable

Comerso coopère avec de nombreux acteurs (entreprises, associations, gouvernement), pour maximiser son impact dans la lutte anti-gaspillage et contre la précarité.

B CORP

Afin de maintenir notre dynamique d'amélioration continue sur notre stratégie RSE, notre entreprise a décidé de reconduire sa certification B Corp™.

Nous avons obtenu la note de 115,1 / 200 en mai 2025, bien qu'au dessus des moyennes publiées par B Corp™, met en lumière les catégories sur lesquelles nous avons encore une marge de progression.

GOVERNANCE

Structurer une gouvernance transparente et responsable

Comerso met en place une gouvernance participative et transparente, impliquant les parties prenantes dans la prise de décisions.

16,1 / 20

Score Bcop



ENVIRONNEMENT

Réduire l'empreinte écologique et promouvoir la durabilité

Comerso s'engage pour réduire toute forme de gaspillage, contribuant ainsi à la préservation des ressources naturelles et à la lutte contre le changement climatique.

15,6 / 45

Score Bcop



CLIENTS

Favoriser des relations équitables avec les clients

Comerso collabore avec ses clients dans un esprit de transparence et de collaboration, veillant à ce que leurs intérêts soient pris en compte.

47,7 / 65

Score Bcop



COLLABORATEURS-TRICES

Promouvoir des conditions de travail justes et inclusives

Comerso oeuvre pour offrir un environnement de travail inclusif et équitable, favorisant le bien-être et l'épanouissement de ses équipes

20,8 / 40

Score Bcop



COLLECTIVITÉ

Favoriser des relations positives avec les communautés locales

Comerso collabore avec des associations locales pour redistribuer les excédents alimentaires aux personnes dans le besoin, renforçant ainsi les liens communautaires.

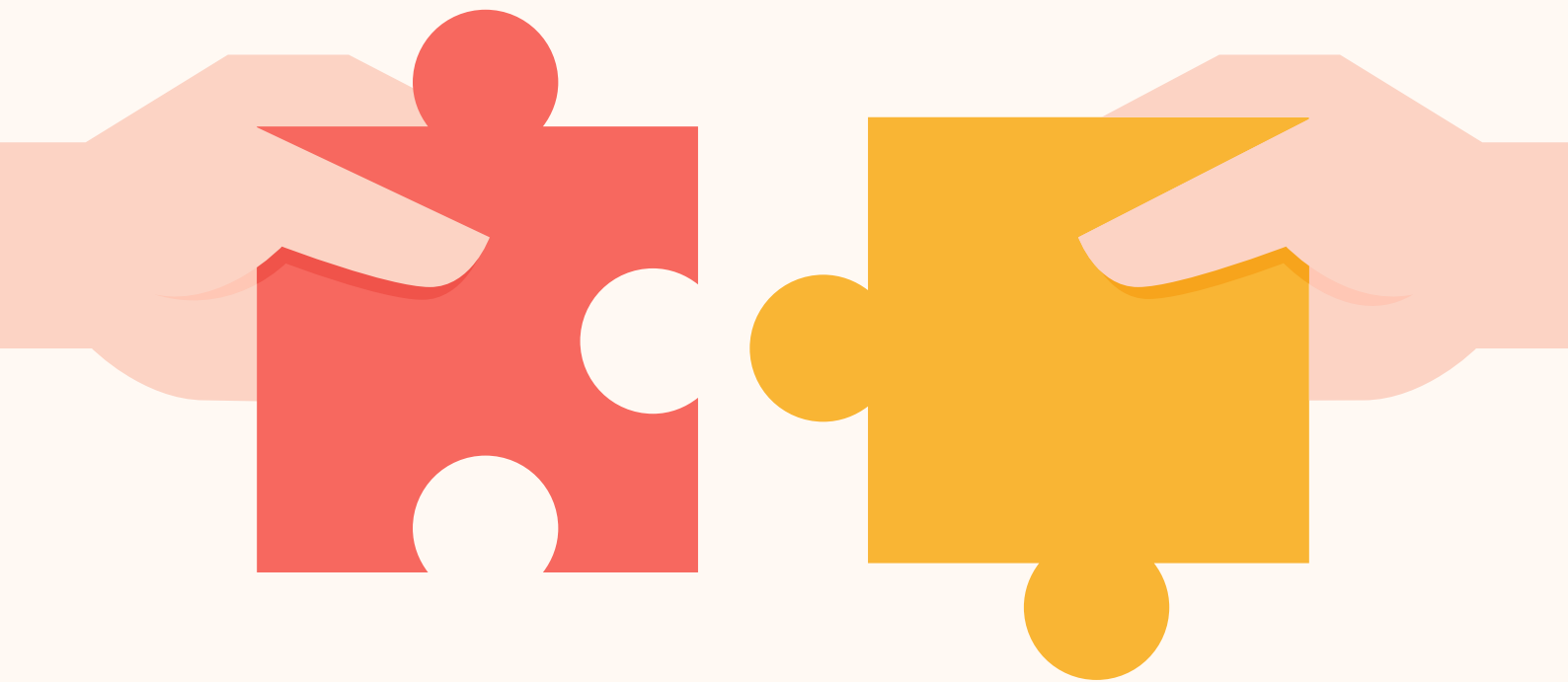
14,7 / 40

Score Bcop



NOTRE RAISON D'ÊTRE

"Agir collectivement pour un monde plus responsable et durable, en inspirant et accompagnant les organisations à valoriser leurs ressources"



02

LE COMITÉ RSE

Le comité RSE est constitué de six membres du collectif Comerso représentant chaque service et répartis entre Angers et Bordeaux, les deux sites de l'entreprise.

Chaque membre a rejoint le groupe sur la base du volontariat.

Le comité RSE opère sous la supervision de Céline Briand, associée et référente du comité de mission.

Il s'agit d'une instance opérationnelle réfléchissant et agissant pour la mise en place et la coordination des actions RSE définies dans le cadre de l'entreprise à mission.

A terme, nous souhaitons constituer un comité de mission, incluant nos parties prenantes : entreprises partenaires, clients, fournisseurs, associations, institutionnels, afin de favoriser une approche encore plus collaborative et inclusive dans nos initiatives RSE.



VIRGINIE PETIT

CHARGÉE DE PARTENARIATS ASSOCIATIFS

“Participer au Comité RSE me permet d’aller au-delà de mon engagement quotidien auprès des associations. Je veux contribuer à mettre les défis écologiques au cœur de Comerso.”



EMIL POCHET

MANAGER DES OPÉRATIONS

“Ayant rejoint Comerso pour son impact, rejoindre le Comité RSE était pour moi une suite logique afin de poursuivre mon engagement au-delà de mon poste”



FANNY REHEL

RESPONSABLE PROCESS & AMÉLIORATION CONTINUE

“Le comité RSE est pour moi un moyen de nous challenger au quotidien afin d’être toujours plus alignés avec notre raison d’être et notre mission. C’est ce qui m’a poussé à rejoindre l’équipe”



CÉLINE PAVLAUD

KEY ACCOUNT MANAGER

“J’ai choisi de m’investir chez Comerso pour sa contribution positive à la société. Ainsi, participer à faire vivre, challenger et diffuser la raison d’être de notre mission depuis le Comité RSE s’inscrit dans la continuité de mon engagement auprès des équipes et de nos parties prenantes “



ANNE-CLAIRE BRÉMOND

BUSINESS ANALYST

“J’ai rejoint le Comité RSE en 2025. Ce comité représente pour moi un engagement fort de Comerso, valeurs de l’entreprise qui m’ont attiré. En participant à ce comité, je souhaite contribuer à mon échelle afin que les trois objectifs environnementaux et sociaux définis soient présents dans l’ensemble des projets Comerso.”



BERTILLE CHARRIER

CHARGÉE DE COMMUNICATION

Après avoir travaillé sur la rédaction du premier rapport de mission, Bertille a rejoint le comité RSE afin de contribuer concrètement à l’avancée de projets en cours et de donner vie à d’autres idées de projet évoqués depuis longtemps.

OBJECTIFS, ENGAGEMENTS, ET RÉALISATIONS

Ces 3 premières années en tant qu'entreprise à mission nous ont permis d'établir de solides bases. La création collective de notre raison d'être, la définition de nos objectifs statutaires et leurs inscription dans nos statuts ont précédé l'élaboration de notre feuille de route opérationnelle.

2024 est une année en demi teinte sur la réalisation des indicateurs attendus.

Cela s'explique notamment par une année économique difficile et le renouvellement d'une partie de l'équipe du comité RSE en cours d'année.

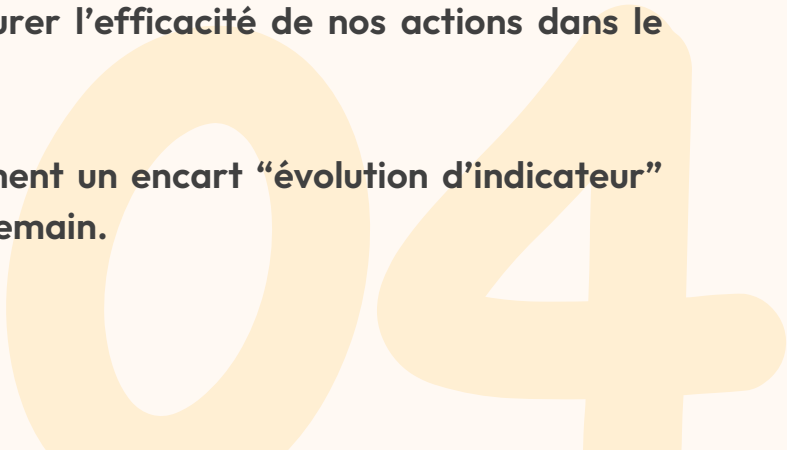
Ce nouveau collectif insuffle une vague d'énergie nouvelle et motrice. En 2025, nous avons l'ambition de passer une marche supplémentaire en intégrant la RSE et nos engagements statutaires au cœur de la stratégie d'entreprise.

Cela passe notamment par l'intégration du COMITE RSE à l'ordre du jour de chaque CODIR, la voix au chapitre concernant les discussions budgétaires ou l'alignement de tous les services sur les objectifs opérationnels.

L'un de nos enjeux consiste à soutenir l'imbrication systématique de notre feuille de route avec les OKR de chaque équipe.

Enfin les échanges entre pairs et sociétés à mission cumulés à l'opportunité de la rédaction de ce rapport ont mis en lumière la nécessité de faire parfois évoluer nos indicateurs de moyens (ou de suivi) vers des indicateurs de performances, permettant de mesurer l'efficacité de nos actions dans le temps.

Ainsi vous trouverez systématiquement un encart "évolution d'indicateur" dans la révision de nos enjeux pour demain.



OBJECTIF STATUTAIRE 1

RENFORCER L'IMPACT SOCIAL DE NOTRE ORGANISATION

Notre premier objectif statutaire consiste à renforcer l'impact social de notre organisation.

Pour atteindre cet objectif, nous nous sommes fixés quatre objectifs opérationnels clés.

Tout d'abord, nous cherchons à sensibiliser notre écosystème, en informant nos partenaires commerciaux, nos clients et la société dans son ensemble sur les enjeux sociaux auxquels nous sommes confrontés et sur les actions que nous entreprenons pour y répondre.

Ensuite, nous nous engageons à lire et à piloter l'impact social de nos activités, en mettant en place des outils et des indicateurs pour évaluer notre performance sociale et identifier les domaines où des améliorations sont nécessaires.

De plus, nous nous efforçons de structurer notre démarche RSE afin de nous engager dans une démarche d'amélioration continue, en intégrant la responsabilité sociale et environnementale dans tous les aspects de notre activité.

Enfin, nous nous engageons à garantir les meilleures conditions de travail possible pour nos collaborateurs, en veillant à ce qu'ils bénéficient d'un environnement de travail sûr, équitable et inclusif, où ils peuvent s'épanouir et contribuer pleinement à notre mission sociale.

En renforçant notre impact social à travers ces quatre objectifs opérationnels, nous sommes déterminés à créer une entreprise qui génère une valeur positive pour la société tout en réalisant des performances économiques durables.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1

Sensibiliser nos clients et collaborateurs aux enjeux de l'anti-gaspi et de la lutte contre la précarité

Nous restons convaincus en 2024 de l'importance de sensibiliser les entreprises à la lutte contre les différentes formes de gaspillage et de précarité. Ces deux enjeux, toujours profondément liés, continuent d'avoir un impact significatif sur la société et l'environnement. En développant la conscience de ces problématiques, nous encourageons les acteurs économiques à assumer leur responsabilité sociale et environnementale, et à passer à l'action de manière concrète et durable.

LES ENTREPRISES

Sensibiliser les entreprises aux enjeux de lutte contre le gaspillage et de la précarité

En 2024, nous avons organisé deux webinaires de sensibilisation à destination des entreprises.

Le premier visait à dresser un état des lieux de la lutte contre le gaspillage et à apporter des clés de lecture sur les enjeux à venir. Des intervenants engagés comme Carrefour, Fnac-Darty et les Banques Alimentaires ont partagé leurs retours d'expérience et bonnes pratiques.

Le second portait sur le mécénat d'entreprise, abordant les évolutions réglementaires (formalisme, qualité des dons, contrôles fiscaux, etc.) pour garantir des dons conformes aux attentes des structures associatives.

Ces deux rendez-vous ont réuni plus de 110 participants, confirmant l'intérêt des entreprises pour ces sujets.

Nous n'avons pas publié d'étude en 2024 faute de ressources. La sensibilisation reste un levier essentiel pour accompagner l'évolution des pratiques, c'est pourquoi cet objectif est reporté sur 2025.

LES COLLABORATEURS

Sensibiliser nos collaborateurs en faisant progresser les consciences sur les grands enjeux du Développement Durable

L'ensemble des collaborateurs a été sensibilisé à l'occasion d'un atelier ludique intitulé "Tour du Monde en Solidaire".

Par équipes, nous avons relevé des défis pour parcourir les grandes forêts du monde et remporter des arbres, qui seront réellement plantés grâce au partenaire "Plant for the Planet".

Pour renforcer la visibilité de ces sujets, l'intervention du comité RSE est désormais fréquente en ouverture de chaque "Grand Journal", notre réunion mensuelle réunissant l'ensemble des salariés. À terme, nous souhaitons rendre ces interventions systématiques.

La création d'une bibliographie ou d'un centre de ressources RSE accessible à tous a été reportée à 2025 ainsi que la mise en place d'un relais RSE dans chaque service pour relier nos OKR au rapport de mission.

INDICATEURS CLÉS

	Objectif 2024	Atteint
Mise en place de webinaires	2 par an	✓
Restructurer nos présentations en mettant l'emphase sur les enjeux liés au gaspillage	OK	✓
Réaliser une étude de sensibilisation / an	KO	✗
Systematiser le sujet RSE au grand journal	50%	~
100% des équipes sensibilisées lors d'un moment dédié	OK	✓
Avoir un relai RSE dans chaque service	KO	✗
3 actions de sensibilisation / an	OK	✓

LE GRAND PUBLIC

Sensibiliser le Grand Public aux grands enjeux de la lutte contre le gaspillage

Nous avons eu plusieurs occasions de sensibiliser le grand public en 2024. Nos équipes sont intervenues lors de tables rondes et séminaires, notamment lors d'un événement organisé par Nantes Métropole sur la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Nous avons également bénéficié de parutions médiatiques, dont une intervention dans le podcast RSE Radio.

Enfin, à l'occasion de la Semaine européenne de la réduction des déchets, nous avons lancé l'opération "1 jour, 1 initiative", mettant chaque jour en avant des actions concrètes menées par des consommateurs, entreprises ou collaborateurs.

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

SENSIBILISATION DES ENTREPRISES

- Augmenter la fréquence de nos webinaires (1/trimestre vs 2 par an)
- Mettre en place un indicateur de suivi du nombre de participants avec un objectif de +20% / an
- Réaliser une étude de sensibilisation / an
- Mettre en place un indicateur de suivi du pourcentage du parc clients Comerso formé
- Définir une trajectoire et objectifs
- Fresque du Don : création. À plus long terme : animation de 2 ateliers / an

SENSIBILISATION DES COLLABORATEURS

- Mettre en place une bibliographie
- Systématiser une communication RSE au grand journal
- Avoir un relai RSE dans chaque service pour lier OKR au rapport de mission et embarquer le comité des managers
- Rendre accessible les données RSE intégrées à nos OKR à nos parties prenantes externes

SENSIBILISATION DU GRAND PUBLIC

- 3 actions de sensibilisation par an

La sensibilisation n'est pas au cœur de notre métier, mais elle donne toute sa portée à notre action. Elle demande du temps et ne se mesure pas toujours facilement, pourtant elle est indispensable. C'est elle qui fait naître les prises de conscience, aligne les engagements et permet l'émergence d'actions durables, en parfaite cohérence avec notre mission

Bertille Charrier, membre du comité RSE



OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

Mieux lire et piloter l'impact social

En fournissant des données claires sur l'impact social des dons en nature, nous souhaitons renforcer l'engagement de nos parties prenantes. Sur le long terme, la transparence sur ces données d'impact pourra encourager un changement de mentalité vers des valeurs plus durables et socialement responsables.

COLLABORATEURS

Mettre en place les moyens de lire l'impact de notre activité Comerso pour informer

En interne, les collaborateurs ont accès depuis 2023 à un reporting sur nos bilans d'impact. Celui-ci balaye à la fois le nombre de produits sauvés, les données liées aux dons effectués via Comerso, le nombre d'associations bénéficiaires...
L'objectif à terme est de développer davantage ces outils, notamment via un tableau automatisé permettant d'avoir accès en temps réel aux données, telles que la mesure de l'impact carbone liée à notre activité, mais également le nombre de personnes bénéficiant de l'aide Comerso. Une balance score card a été mise en place, il reste à y intégrer les indicateurs rse

CLIENTS

Sensibiliser les entreprises aux enjeux de lutte contre le gaspillage et de la précarité

En 2024, les clients ont reçu un accès vers des lookers qui leur permet d'avoir les données principales de l'impact social de leurs dons.
Pour les clients nommés "grands comptes" nous leur communiquons un report sur le nombre d'associations et de bénéficiaires accompagnés.
Il nous faut désormais dupliquer cette approche à l'intégralité de nos clients.

TRANSPORTEURS PARTENAIRES

Leur donner les moyens de lire leur engagement anti-gaspi & bilan d'impact environnemental

En augmentant la durée de vie des produits par le don, notre mission anti-gaspi permet d'éviter l'émission de CO2. Cela est rendu possible grâce à la coopération de l'ensemble de notre chaîne de valeur.
Ainsi, il nous semble important de partager cette information avec nos partenaires.
Nous travaillons actuellement à quantifier au plus juste l'équivalent d'eCO2 économisés par produits sauvés.

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

EVOLUTION D'INDICATEURS

Nous prévoyons de garder les indicateurs précédemment établis en les adaptant afin qu'ils soient mesurables dans le temps avec des objectifs de performance précis.

NOS INDICATEURS ACTUELS

COLLABORATEURS

- Créer un nouvel indicateur pour suivre le nombre de personnes qui bénéficient de l'aide Comerso
- Calculer la part que représente Comerso sur le total de l'aide alimentaire
- Créer un dashboard d'impact RSE d'activité Comerso pour l'Espagne

CLIENTS

- Créer un indicateur global de suivi de l'activité anti-gaspi = nombre d'UC sauvées (Don et Stick)
- Planifier la trajectoire pour que 100% de nos clients disposent d'un reporting d'impact social

TRANSPORTEURS

- Planifier la trajectoire pour que 100% de nos transporteurs disposent d'un reporting d'impact social

ASSOCIATIONS

- 1 reporting pour chacun de nos grands réseaux nationaux associatifs

INDICATEURS CLÉS

	Objectif 2024	Atteint
Intégrer dans le Balance ScoreCard 2 indicateurs sur notre impact RSE : nombre de collectes et tonnage marchandise	KO	✗
Mettre en place des reportings d'impact social côté Grands Comptes	50%	~
1er reporting RSE livré à un transporteur sur l'impact RSE de l'activité Comerso	KO	✗

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 3

Structurer notre démarche RSE pour s'engager dans une démarche d'amélioration continue

Notre certification BCorp et l'obtention de la qualité de société à mission nous a permis de structurer notre politique RSE et d'inscrire nos actions RSE dans une démarche d'amélioration continue. Cette approche a maintenant vocation à être positionnée de manière plus centrale encore en interne et en externe.

B CORP

Identifier nos axes d'amélioration et mettre en oeuvre des moyens d'action

Le passage de certification a été l'occasion de faire un bilan sur nos actions des dernières années, d'identifier les axes de travail restant et de mettre en place des actions ou plan d'action correctifs dès 2024. C'est dans cette lancée que nous avons créé le comité CVERT, qui a pour objectif de mettre en place des actions concrètes pour améliorer l'impact environnemental des bureaux situé à Angers.

Nous avons obtenu la note de 115 en mai 2025. et avons ainsi amélioré notre score par rapport à notre première année de certification

SOCIÉTÉ À MISSION

Mettre au coeur de notre quotidien notre qualité de société à mission

Être une société à mission est un engagement fort qui permet de guider notre stratégie et nos actions au quotidien.

En 2024, nous avons effectué deux étapes clefs. Nous avons rédigé notre 1er rapport de mission pour l'année 2023. Ce travail a été très enrichissant et structurant dans la construction de notre mission. Nous avons également effectué notre premier audit. Cet audit est venu nous challenger sur différents aspects et plus spécifiquement sur notre impact environnemental. Cela nous guide pour bien suivre nos engagements.

Dans les années à venir, nous souhaitons nous inscrire dans une démarche d'amélioration continue afin d'être encore plus cohérent vis-à-vis des objectifs attendus pour une société à mission.

INDICATEURS CLÉS

	Objectif 2024	Atteint
Reconduire notre Certification B Corp en améliorant notre score de 2021	OK	✓
Identifier les axes d'amélioration et construire un outil de suivi	KO	✗
Préparer et réussir l'audit Société à mission	OK	✓

BCORP et Société à Mission sont de véritables leviers pour l'entreprise et le Comité RSE. Ils nous fournissent un cadre structurant permettant ainsi de cibler et prioriser nos axes d'amélioration.

Fanny Rehel, membre du comité RSE

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

EVOLUTION D'INDICATEURS

Nous prévoyons de créer des indicateurs de performance nous permettant d'ancrer la démarche RSE dans la culture d'entreprise en nous appuyant sur le cadre fourni par BCorp et Société à Mission

NOS INDICATEURS ACTUELS

SOCIETE A MISSION

En 2025

- Créer notre comité de mission
- Nous inspirer des bonnes pratiques d'autres SAM et inspirer à notre tour les entreprises qui souhaitent le devenir
- Intégrer le réseau des entreprises à mission

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 4

Garantir les meilleures conditions de travail possible pour les collaborateurs

Nous sommes convaincus que l'entreprise est un lieu formidable pour s'épanouir et grandir. Notre ambition est d'aider nos collaborateurs à avancer dans ce sens, de développer les potentiels, en enrichissant leurs compétences dans des trajectoires qui leurs sont propres.

NOUVEAUX ARRIVANTS

Leur offrir le meilleur accueil possible

En 2024 nous avons rédigé et mis en place un process d'on-boarding pour tous les nouveaux arrivants. Celui-ci comprend notamment un temps dans l'une de nos associations partenaires afin de sensibiliser à notre mission d'entreprise.

Ce process d'on-boarding est cadré dans le temps : toutes les étapes de formations sont réalisées en 4 mois et leur ordre est adapté selon le service et les besoins associations.

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Accompagner les collaborateurs dans leur évolution

En 2024, nous avons mis en place un plan de formation à disposition des managers qui ont pu recenser les besoins de l'entreprise et les aspirations des membres de leur équipe.

Sur cette même année, 50% des souhaits de formation, identifiés par le manager ou sollicités par un collaborateur, ont été réalisés.

INDICATEURS CLÉS

	Objectif 2024	Atteint
Ecrire le process d'onboarding, recruter et réaliser l'ensemble du process d'onboarding en moins de 4 mois	OK	✓
Regarder la faisabilité de mise en place d'un baromètre social / an	en cours	✗
Mettre en place un plan de formation collaborateurs pour le développement des compétences	OK	✓
Tenir à jour l'espace Intranet et développer les notes d'informations	OK	✓
Organiser 1 moment collectif par an	OK	✓
1 Newsletter d'information et de sensibilisation RSE / Semestre	OK	✓
+20%/N-1 des collaborateurs ont participé à un projet bénévolat par an	KO	✗
Etablir un bilan annuel sur les écarts de rémunérations hommes / femmes CDI pour les effectifs présents sur 12 mois (total brut rapport)	OK	✓
Etablissement à T1 des statistiques de Turn overs des CDI de N-1	KO	✗
Etablissement à T1 du ratio des CDD (dont alternance) / CDI au 31/12/N-1	OK	✓

QVT

Mesurer et améliorer la QVT

L'équipe du CSE de l'entreprise est engagée sur l'amélioration des conditions de travail et la qualité de vie des collaborateurs.

Ils ont pris en charge la mise en place d'une enquête via un questionnaire anonyme remis à l'ensemble des salariés. Des entretiens individuels ont complété cette enquête. Cette démarche a permis d'avoir une photographie précise du climat social de l'entreprise fin 2024.

INFORMATIONS RH

Faciliter l'accès à l'information RH

La mise à jour régulière de notre espace intranet en libre accès permet aux collaborateurs de retrouver facilement les dernières informations relatives au cadre légal et interne en termes de ressources humaines.

Chacun peut également consulter les questions et retours du Comité Social d'Entreprise.

MOMENTS COLLECTIFS

Favoriser la cohésion d'équipe

Fin 2024, nous avons organisé un moment collectif en fin d'année permettant de réunir les équipes présentes sur les deux sites ainsi que les collaborateurs nomades. Ce temps de retrouvailles est particulièrement important pour la cohésion d'équipe et pour aligner l'ensemble des collaborateurs sur la vision d'entreprise.

ÉGALITÉ & ÉQUITÉ

Assurer l'égalité des chances et l'équité dans la rémunération

Un suivi est désormais en place pour mesurer et analyser les écarts hommes / femmes.

Cet indicateur nous permettra de prendre la mesure du sujet et de mieux l'appréhender.

ENGAGEMENT BÉNÉVOLE

Encourager l'engagement bénévole des collaborateurs

Chaque collaborateur dispose de 2 jours par an pour aider une association de son choix. Notre newsletter RSE contribue à la sensibilisation et à l'information des actions déployées à l'échelle locale.

En 2024, 41% des collaborateurs ont participé à au moins une action de bénévolat, ce chiffre est en nette baisse par rapport à 2023 (57%).

FIDÉLITÉ DES ÉQUIPES

Mettre en place un suivi et un programme de rétention des employés

Nous suivons désormais le taux de CDI. Nous sommes à 81% en 2024.

Notre objectif est de fidéliser l'équipe dans la durée. C'est également un objectif inscrit dans nos objectifs d'intéressement.

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

EVOLUTION D'INDICATEURS

Lors de la révision de nos indicateurs pour la rédaction du rapport de mission, il nous est clairement apparu que nombre d'entre eux étaient des indicateurs de moyens, plutôt que des indicateurs de performance.

C'est pourquoi, en 2025, nous allons revoir les indicateurs des catégories suivantes :

- Qualité de Vie au Travail
- Égalité & Équité
- Informations RH
- Développement des compétences
- Fidéliser les équipes

NOUVEAUX ARRIVANTS

- Maintenir la réalisation du process d'onboarding complet en moins de 4 mois

ENGAGEMENT BÉNÉVOLE

- 1 Newsletter sur les actualités RSE locales / Semestre
- +20%/N-1 des collaborateurs ont participé à un projet bénévolat par an
- 2 à 3 partages d'expériences de bénévolat en interne

MOMENTS COLLECTIFS

- Organiser 1 moment collectif global entreprise par an

AVOIR UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL COHÉRENT

L'objectif statutaire numéro deux de Comerso consiste à avoir un impact environnemental cohérent.

Pour atteindre cet objectif, nous nous sommes fixés deux objectifs opérationnels essentiels.

Tout d'abord, nous cherchons à mesurer et à améliorer notre propre impact environnemental en mettant en place des outils et des indicateurs pour évaluer nos performances environnementales dans les aspects de notre activité. En identifiant les domaines où des améliorations sont nécessaires, nous pouvons prendre des mesures concrètes pour réduire notre empreinte écologique et promouvoir des pratiques durables.

De plus, nous nous engageons à aider nos clients à mesurer et à améliorer leur propre impact environnemental, en souhaitant leur fournir des conseils, des outils et des solutions pour réduire leur consommation de ressources naturelles, minimiser les déchets et adopter des pratiques commerciales respectueuses de l'environnement.

En travaillant en partenariat avec nos clients pour atteindre des objectifs communs de durabilité environnementale, nous souhaitons contribuer à créer un impact positif à la fois pour notre entreprise et pour la planète.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1

Mesurer et améliorer notre impact environnemental

Au vu des enjeux climatiques actuels, la mesure de notre empreinte environnementale nous paraît indispensable et nous souhaitons petit à petit aider nos parties prenantes à aller dans ce sens. Cet objectif opérationnel s'inscrit dans notre engagement à vouloir bâtir un avenir plus durable, tout en créant de la valeur pour l'ensemble de nos parties prenantes.

IMPACT CARBONE

Bâtir la Stratégie Carbone de notre activité

Nous avons toujours pour objectif de mettre à jour notre ACV réalisée en 2019, qui est liée à l'évolution de notre modèle et activité.

Soucieux de réaliser cet exercice avec rigueur et sérieux, nous avons décalé sa réalisation. Pour 2025, nous souhaitons écrire notre stratégie et trajectoire carbone avec l'ambition de planifier notre Roadmap Stratégie Carbone.

TRANSPORT / LOGISTIQUE

Proposer une offre transport avec un meilleur impact environnemental

Notre ACV de 2019 nous avait enseigné que la plus grande partie de nos impacts environnementaux était liée au transport des dons. Il est donc logique d'établir une trajectoire bas carbone, avec des objectifs chiffrés clairs. Notre priorité a été de maximiser le remplissage de nos camions et de limiter le nombre de kilomètres. Cela est passé par de la massification de commande et du stockage intermédiaire au plus près de nos associations partenaires.

Nous avons également défini un nouvel objectif pour 2025 d'intégrer dans notre offre une part de transport basse émission.

NOS BUREAUX

Améliorer l'impact environnemental de notre bureau d'Angers

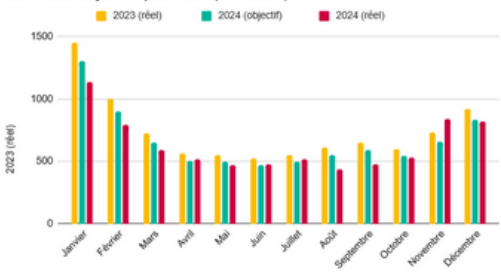
En 2024, nous avons monté un comité interne ayant pour objectif de mettre en place des actions concrètes pour améliorer l'impact environnemental des bureaux de Angers.

Ce comité mène des actions sur les thématiques de l'eau, électricité, les déchets et les fournitures.

Nous avons continué le suivi énergétique de nos bureaux avec un objectif ambitieux : réduire de 10% notre consommation d'électricité. Objectif atteint avec -14% !

Taux d'évolution globale : -14%

Suivi des objectifs par mois (trimestre)



INDICATEURS CLÉS

	Objectif 2024	Atteint
Démarrer une réflexion sur les possibilités du multi-modal et d'un modèle d'entrepasage intermédiaire	KO	✗
Consommation énergétique : Rappeler en interne les bons gestes pour diminuer notre impact énergétique	OK	✓

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

EVOLUTION D'INDICATEURS

Nous allons faire évoluer les indicateurs actuels de notre objectif statutaire afin qu'ils soient tangibles, pilotables et mesurables dans le temps.

NOS INDICATEURS ACTUELS

IMPACT CARBONE

- Écrire notre stratégie et trajectoire carbone
- Planifier et déployer la RoadMap Stratégie Carbone

TRANSPORT LOGISTIQUE

- Intégrer dans notre offre une part de transport basse émission
- Etablir une trajectoire (objectifs) et planifier

BUREAUX

- Améliorer notre gestion des déchets (mesurer, optimiser, former, embarquer nos prestataires de ménage)
- Etablir une hiérarchie des priorités d'usage transports
- Former CODIR / COMAN à cette hiérarchie puis l'équipe
- Mettre en place et proposer aux collaborateurs un plan de mobilité douce

ACHATS FOURNITURES

Améliorer nos modes d'achats fournitures

Nous avons basculé la majorité de nos achats en ligne auprès d'acteurs comme Amazon vers des fournisseurs locaux.

Un reporting formalisé doit être construit en 2025 pour permettre de suivre clairement cet indicateur.

POLITIQUE TRANSPORT

Adopter une politique de transport cohérente

Pour 2025, nous souhaitons établir et diffuser en interne une hiérarchie des priorités d'usage des transports.

Dans ce cadre, il était initialement prévu que le CODIR et le COMAN (Comité des Managers) soient formés à cette hiérarchie, puis l'ensemble de l'équipe. Cependant, le retravail de nos objectifs nous pousse à réviser cette ambition en la réorientant vers un objectif axé sur la mesure d'impact.

L'année 2025 sera donc l'occasion de transformer cet objectif en une démarche dont l'impact est mesurable et quantifiable.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

Aider nos clients à mesurer et améliorer leur impact environnemental

Lutter contre le gaspillage permet d'agir directement sur la préservation des ressources naturelles et ainsi éviter des émissions de CO2. Nous souhaitons accompagner nos clients à mieux lire le rapport entre lutte anti-gaspi et impact positif environnemental en leur mettant à disposition des outils et indicateurs de pilotage.

IMPACT DE NOS CLIENTS

Aider nos clients à visualiser leur impact environnemental via l'anti-gaspi

Dans notre activité de collectes, nous travaillons avec une très grande variété de produits. La mesure d'impact carbone des préservations de ressources via l'anti-gaspi est donc particulièrement complexe, car chaque catégorie de produits a ses spécificités. Cette complexité ne nous a pas permis jusqu'à présent de définir des indicateurs nous paraissant satisfaisants.

Nos clients sont de plus en plus soumis à des obligations déclaratives extra financières. Notre accompagnement leur permet d'illustrer un acte concret de leur engagement.

L'année 2024 et le début de 2025 ont marqué un tournant dans notre approche des objectifs opérationnels. Après une première élaboration de ces derniers, mettant plutôt en avant les moyens, une redirection vers la mesure d'impact est en marche. C'est la bonne voie ; cependant, le travail de fond doit être mené jusqu'au bout par l'entreprise.

Emil POCHET, membre du comité RSE

OBJECTIF STATUTAIRE 3

ÊTRE TOUJOURS PLUS IMPLIQUÉ SUR LES TERRITOIRES

L'objectif statutaire numéro trois de Comerso vise à être toujours plus impliqué sur les territoires. Cet objectif illustre de façon directe notre action conjointe avec nos partenaires associatifs.

Cet engagement se déploie à travers trois objectifs opérationnels clés.

Tout d'abord, nous voulons continuer à nous positionner comme une source d'approvisionnement quantitative et qualitative complémentaire de marchandises pour nos associations partenaires. En fournissant des produits de qualité et en quantité plus importante, nous contribuons à renforcer leur capacité à répondre aux besoins des populations qu'ils soutiennent.

Ensuite, nous nous engageons à augmenter, diversifier et qualifier notre réseau associatif, en élargissant notre collaboration avec un éventail d'associations travaillant sur différentes problématiques sociales et en renforçant leurs capacités opérationnelles.

Enfin, nous nous efforçons d'aider nos associations partenaires dans leur quotidien, en les soutenant dans leurs droits et leurs devoirs, en leur fournissant des ressources et des conseils pour améliorer leur efficacité et leur impact sur le terrain. En travaillant de concert avec nos partenaires associatifs, nous sommes déterminés à jouer un rôle actif et significatif dans le renforcement des tissus sociaux et la lutte contre les inégalités au sein de nos territoires.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1

Apporter une source d'approvisionnement quantitative et qualitative complémentaire de marchandises à nos associations partenaires

Le don en nature est essentiel aux associations afin qu’elles puissent assurer la continuité de leur mission. Or, le don est actuellement menacé : depuis plusieurs années, la quantité et la qualité des dons diminuent. Face à ce constat, nous souhaitons plus que jamais soutenir via notre action nos partenaires associatifs en les aidant plus particulièrement sur leur approvisionnement.

QUANTITÉ

Augmenter la quantité de marchandises distribuées à nos associations partenaires

En 2024, nous avons augmenté de 4 % les quantités de marchandises collectées et distribuées.

Pour palier à cette faible croissance, nous travaillons des propositions de dons volontaires avec nos partenaires. 2 opérations de dons volontaires ont eu lieu en 2024 pour répondre à l'urgence des intempéries dans la région de Valence en Espagne.

A terme, nous aimerions sensibiliser 100% de nos grands comptes aux bienfaits de cette démarche.

QUALITÉ

Améliorer en continu la qualité des dons et router la marchandise aux bons partenaires

La qualité des dons est un sujet au moins aussi primordial que celui de la quantité. Pour continuer de progresser sur ce sujet, nous avons mené plusieurs actions.

Nous avons planifié de façon systématique avec nos associations partenaires un échange en amont de tout partenariat pour inventorier et comprendre les besoins de chacune d’entre elles.

Nous avons appris également à challenger la qualité des dons du côté des donateurs, en refusant quand c’est nécessaire les marchandises inutiles ou ne présentant pas de besoins primordiaux côté associations.

L’un des facteurs clés pour assurer la qualité des dons réside dans la formation régulière des équipes en charge des dons chez nos clients. Ainsi, nous avons implémenté un calcul du nombre de (re)formations effectuées par notre équipe de Chargé.es de Mission et le taux de couverture clients. En 2024 nous avons atteint un taux de 80% sur l’ensemble de nos clients.

En 2024, nous avons généralisé et déployé un nouveau modèle de brief association, à destination de nos clients entreprises, précisant encore davantage les besoins des associations.

Enfin, nous prenons en compte les déclarations de réserves des associations dès la mise en place des partenariats (Castorama, Modilac).

INDICATEURS CLÉS

	Objectif 2024	Atteint
+20% d'augmentation produits sauvés / distribués	20%	✗
Déployer le brief association sur 100% de nos partenaires	50%	~

La sensibilisation des clients aux enjeux des associations et à la prise en compte de leur réalité concerne l’ensemble des équipes Comerso.

Virginie PETIT, membre du comité RSE

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

EVOLUTION D'INDICATEURS

Nous souhaitons maintenir les indicateurs en place en les adaptant légèrement afin de pouvoir mieux les piloter dans le temps

QUANTITÉ

- Maintenir le +20% d'augmentation de produits sauvés
- 100% de nos clients GMS sensibilisés / (re)formés dans l'année
- Echanger avec 100% de nos clients Grands Comptes pour envisager des campagnes de dons planifiées et volontaires

QUALITÉ

- Pour les associations où le taux de non conformité est supérieur à 16% (chiffre ADEME) , mettre en place un process permettant de réduire de moitié ce chiffre

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

Augmenter, diversifier et qualifier notre réseau associatif

L'alignement des besoins des associations avec les dons collectés est un objectif essentiel. Pour assurer une meilleure cohérence des flux, nous souhaitons continuer d'élargir notre base d'associations partenaires et mieux les qualifier.

UN PLUS GRAND RÉSEAU

Augmenter le nombre d'associations partenaires Comerso

L'élargissement de notre réseau nous permet d'approvisionner un plus grand nombre d'associations avec une répartition des dons plus homogène. Le nombre d'associations est stable entre 2023 et 2024 avec une augmentation de 1.7% passant de 1587 associations bénéficiaires à 1615 associations.

Le volume de livraisons de dons industriels réalisées par association a baissé en 2024; alors que le nombre d'associations livrées a augmenté entre 2023 et 2024 à hauteur de 14%. Cette augmentation permet de répondre à l'objectif de diversification des associations.

DIVERSIFICATION

Diversifier nos filières de dons

Nous couvrons un large périmètre de filières à date. Cependant, certaines filières non couvertes jusqu'à présent sont très utiles pour les associations.

Nous avons oeuvré tout au long de l'année 2024 à qualifier une filière bricolage à la fois composée des chantiers solidaires et d'insertion ou encore de recycleries.

Nous avons également amorcé la création d'une filière laits infantiles, qui sont des produits complexes à gérer par les associations.

QUALIFICATION

Mieux qualifier nos associations, pour mieux les aider

Afin de mieux répondre aux besoins des associations nous avons mis en place un formulaire qui permet de collecter la totalité des informations administratives et un formulaire collectant les éléments qualitatifs. La base de données s'enrichit rapidement et permet d'être plus pertinents dans nos propositions de dons.

REDISTRIBUTION ÉQUITABLE

Redistribuer équitablement les dons collectés entre les associations

Afin de garantir une meilleure répartition des dons aux associations bénéficiaires, nous avons amorcé en 2024 la création d'un nouvel indicateur pour le suivi du nombre d'associations par donateur. De façon plus globale, nous comptons mettre en place un plan de diversification en 2025.

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

EVOLUTION D'INDICATEURS

Nous souhaitons maintenir les indicateurs en place en les adaptant légèrement afin de pouvoir mieux les piloter dans le temps.

DIVERSIFICATION

- Création d'une filière Garages solidaires

REDISTRIBUTION ÉQUITABLE

- Etablir une RoadMap de diversification

QUALITÉ NUTRITIONNELLE

- Travailler sur la stratégie commerciale pour cibler des produits qualitatifs au sens nutritionnel / intérêt pour les associations (ex: produits BIO, peu transformés, produits bébé etc.)

INDICATEURS CLÉS

	Objectif 2024	Atteint
Sourcer +20% d'associations vs N-1	9%	✗
Création d'une filière bricolage, cosmétique, laits infantiles	OK	✓
Augmenter le nombre de partenaires associations / donateur	OK	✓
Mettre en place un indicateur du nombre de dons par donateur par an et le nombre d'associations bénéficiaires de ces dons	50%	~

OBJECTIF OPERATIONNEL 3 :

Aider nos associations partenaires dans leur quotidien, droits et devoirs

Les associations avec qui nous travaillons n'ont pas toujours les ressources nécessaires pour être à jour sur leurs droits et devoirs. Nous nous engageons depuis plusieurs années à nous assurer qu'elles disposent des bonnes informations pour agir et prendre des décisions éclairées.

DANS LEUR MISSION

Aider nos associations partenaires dans leur mission quotidienne de lutte contre la précarité

Depuis 2023, nous relayons régulièrement les initiatives, projets, événements et messages clés de nos associations partenaires, puisque nous disposons d'une audience différente et qu'un relai supplémentaire augmente la portée du message.

Nous les relayons non seulement auprès de nos clients, via nos différents échanges et supports mais également au grand public notamment via nos posts réseaux sociaux.

D'ici 2025, nous comptons organiser un webinar par an sur une thématique pragmatique d'aide au quotidien.

DANS LA CONNAISSANCE DE LEURS DROITS

Aider nos associations dans leurs démarches et connaissance de leurs droits

Nous accompagnons nos associations partenaires dans l'utilisation de leur droit de déclaration des non conformités en simplifiant cette démarche.

Nous travaillons actuellement en interne sur une plateforme dédiée à nos associations partenaires. Cette plateforme, a pour objet la simplification des démarches liées à la déclaration des produits donnés non-conformes. Pensée pour les bénévoles et employés des associations, elle fera l'objet de formations auprès de notre réseau associatif, afin d'en garantir le bon déploiement et la bonne utilisation.

Nous nous sommes également posé un objectif d'animation de notre réseau associatif pour les inviter à déclarer leurs non conformités afin que 100% d'entre elles aient connaissance de leurs droits d'ici 2025.

INDICATEURS CLÉS

	Objectif 2024	Atteint
Relayer les messages importants des associations	100%	✓
Lancement de la plateforme Vali'dons	30%	✗

NOS ENJEUX POUR DEMAIN

EVOLUTION D'INDICATEURS

Nous souhaitons maintenir les indicateurs en place en les adaptant légèrement afin de pouvoir mieux les piloter dans le temps

DANS LEUR MISSION

- 1 webinar / an sur une thématique pragmatique d'aide au quotidien

DANS LA CONNAISSANCE DE LEURS DROITS

- Mesurer le taux de non-conformité déclaré
- Animer/Encourager les associations à réaliser les déclaratifs de non-conformité
- 100% de nos associations partenaires ont connaissance de la démarche de déclaration des non-conformités
- Poursuivre l'animation de déclaration des non-conformités

PLAN STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL



Notre enjeu sur 2025 est de rendre notre feuille de route plus tangible et pilotable dans le temps en faisant évoluer nos indicateurs.

Les raisons qui nous poussent à cette évolution sont les suivantes :

- **Indicateurs de moyens plutôt que de performance**

Ex: "Mettre en place un indicateur"

- **Indicateurs peu mesurables dans le temps**

Ex: "Regarder la faisabilité de ..."

- **Indicateurs court terme**

Ex: "Intégrer le réseau des entreprises à Mission"

- **Indicateurs pas suffisamment ambitieux**

Ex: "Tenir à jour de l'espace Intranet et développer les notes d'informations"

Les pages suivantes synthétisent les indicateurs suivi en 2024.

05



OBJECTIF STATUTAIRE 1 :

Renforcer l'impact social de notre organisation

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1

Sensibiliser notre écosystème

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Sensibiliser les entreprises aux enjeux de lutte contre le gaspillage et de la précarité	Réaliser 2 webinaires de sensibilisation / an Réaliser une étude de sensibilisation sur le sujet de l'anti gaspi non-alimentaire Restructurer les présentations clients en mettant l'emphase sur l'ampleur de la problématique du gaspillage	100% 0% 100%	Webinaire de sensibilisation : 2025 Augmenter la fréquence : 1 webinaire/trimestre Mettre en place un indicateur de suivi du nombre de participants avec un objectif de +20% / an Étude : TOUS LES ANS Réaliser une étude de sensibilisation / an Formation Clients à l'anti-gaspi : 2025 Mettre en place un indicateur de suivi de la part du parc clients Comerso formé Définir une trajectoire et des objectifs Fresque du Don : 2025 Création 2026 Animation de 2 ateliers / an
Sensibiliser nos collaborateurs en faisant progresser les consciences sur les grands enjeux du Développement Durable	100% des collaborateurs sensibilisés lors d'un moment dédié (atelier / conférence) Centre des ressources accessible à tous les collaborateurs (Newsletter) Création des premiers contenus et animation (Animation en grand journal)	60%	2025 Rendre accessible ces données à nos parties prenantes externes
Sensibiliser notre écosystème BtoB aux grands enjeux de la lutte contre le gaspillage	3 actions de sensibilisation / an	100%	TOUS LES ANS 3 actions de sensibilisation / an

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

Lire et piloter l'impact social

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Pour nos collaborateurs : Mettre en place les moyens de lire l'impact de notre activité	Intégrer dans le Balance ScoreCard 2 indicateurs sur notre impact RSE : Nombre de collectes et Tonnage Marchandise		2025 Créer un nouvel indicateur pour suivre le nombre de personnes qui bénéficient de l'aide Comerso Créer un nouvel indicateur pour calculer le pourcentage que représente Comerso sur le total de l'aide alimentaire (activité Comerso / activité totale de l'aide alimentaire en France) Créer un dashboard d'impact RSE d'activité Comerso pour l'Espagne
Sensibiliser les entreprises clientes aux enjeux de lutte contre le gaspillage et de la précarité	Mettre en place des reportings d'impact social côté Grands Comptes		2025 Créer un indicateur global de suivi quantitatif de l'activité anti-gaspi= nombre d'UC sauvées par nos clients (Don et Stick) Planifier la trajectoire pour que 100% de nos clients disposent d'un reporting d'impact social
Donner à nos transporteurs partenaires les moyens de lire leur engagement anti-gaspi & bilan d'impact environnemental	Notre 1er transporteur dispose d'un reporting lui permettant de lire son impact RSE via l'activité Comerso		2025 Planifier la trajectoire pour que 100% de nos transporteurs partenaires disposent d'un reporting 1 reporting pour chacun de nos grands réseaux nationaux associatifs
Permettre à nos associations partenaires de lire l'activité Comerso			2025 1 reporting pour chacun de nos grands réseaux nationaux associatifs

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 3

Structurer notre démarche RSE pour s'engager dans une démarche d'amélioration continue

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Utiliser le cadre fourni par BCORP et Société à Mission pour structurer et approfondir notre démarche RSE	Reconduire notre Certification B Corp en améliorant notre score de 2021 Identifier les axes d'amélioration et construire un outils de suivi Préparer et réussir l'audit Société à mission	 80%	2025 Créer notre comité de mission Nous inspirer des bonnes pratiques d'autres SAM et inspirer à notre tour les entreprises qui souhaitent le devenir Intégrer le réseau des entreprises à Mission

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 4

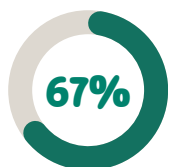
Garantir les meilleures conditions de travail possible pour les collaborateurs

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Offrir le meilleur accueil possible aux nouveaux arrivants	Ecrire le process d'onboarding/recrutement et réaliser l'ensemble du process d'onboarding en moins de 4 mois	 100%	2025 Réaliser l'ensemble du process d'onboarding en moins de 4 mois 2026 2027 ...
Créer les conditions pour assurer le développement des compétences des collaborateurs	Mettre en place un plan de formation collaborateurs pour le développement des compétences	 100%	2025 Communication du Plan de formation N validé avant le 01/04/N Mise à disposition de fiches d'emploi conforme à la réalité terrain et à la CCN et en assurer la diffusion Réaliser les Entretiens pro 2026 Mise à disposition de fiches d'emploi conforme à la réalité terrain et à la CCN et en assurer la diffusion Réaliser les Entretiens pro
Faciliter la communication et l'accès à l'information RH	Tenue à jour de l'espace Intranet et développer les notes d'informations	 100%	

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 4

Garantir les meilleures conditions de travail possible pour les collaborateurs

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Mesurer et améliorer la QVT	Regarder la faisabilité de mise en place d'un baromètre social / an	0%	
Favoriser les moments conviviaux d'équipe	Organiser 1 moment collectif global entreprise par an	100%	2025 Organiser 1 moment collectif global entreprise par an
Créer le cadre et les conditions favorables à l'engagement bénévole des collaborateurs	1 Newsletter d'information et de sensibilisation RSE / Semestre > OK +20%/N-1 des collaborateurs ont participé à un projet bénévolat par an > KO	50%	2025 1 Newsletter d'informations des actions RSE locales / Semestre +20%/N-1 des collaborateurs ont participé à un projet bénévolat par an 2 à 3 partages d'expériences de bénévolat en interne (Gd journal)
Egalité des chances / équité rémunération	Etablir un bilan annuel sur les écarts de rémunérations hommes / femmes CDI pour les effectifs présents sur 12 mois (total brut rapport) : échéance 1er trimestre N+1	100%	2026 Consacrer si besoin un budget pour réduire les écarts constatés
Fidéliser les équipe	Etablissement à T1 des statistiques de Turn overs des CDI de N-1 Etablissement à T1 du ratio des CDD (dont alternance)/ CDI au 31/12/N-1	50%	2025 Faire une analyse des départs 2026 Réaliser les actions identifiées dans l'analyse des départs



OBJECTIF STATUTAIRE 2 :

Avoir un impact environnemental cohérent

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1

Mesurer et améliorer notre impact environnemental

	2024	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Proposer une offre Transport avec un meilleur impact environnemental	Démarrer une réflexion sur les possibilités du multi-modal et d'un modèle d'entreposage intermédiaire	100%	2025 Intégrer dans notre offre une part de transport basse émission Etablir une trajectoire (objectifs) et planifier
Améliorer l'impact environnemental de notre bureau d'Angers	Rappeler en interne les bons gestes à adopter au quotidien pour diminuer notre impact énergétique Réduire de 10% notre consommation d'électricité	100%	2025 Gestion des déchets : • Optimiser les bacs de collecte dans leur dimension • Mettre en place un nouveau Bac de biodéchets • Challenger notre société de ménage sur le devenir des déchets • Réalisation une formation 1 session formation sur le site d'Agner pour mieux trier • Mettre en place un dashboard du nombre de bacs / mois avec des objectifs
Bâtir la Stratégie Carbone de notre activité			2025 Ecrire notre stratégie et trajectoire carbone Planifier et déployer la RoadMap Stratégie Carbone
Améliorer nos modes d'achats fournitures	Etablir une communication Trimestrielle sur la provenance de nos achats fournitures	0%	
Adopter une politique de transport cohérente			2025 Etablir une hiérarchie des priorités d'usage transports Former CODIR / COMAN à cette hiérarchie puis l'équipe Mettre en place et proposer aux collaborateurs un plan de mobilité douce

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

Aider nos clients à mesurer et améliorer leur impact environnemental

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Aider nos clients à visualiser leur impact environnemental via l'anti-gaspi			2025 Ajouter l'indicateur d'impact carbone Eq T Co2 évitées sur les dashboards de nos clients



OBJECTIF STATUTAIRE 3 :

Être toujours plus impliqué sur les territoires

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1

Apporter une source d'approvisionnement quantitative et qualitative complémentaire de marchandises à nos associations partenaires

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Augmenter la quantité de marchandises distribuées à nos associations partenaires	+20% d'augmentation produits sauvés / distribués	 20%	TOUS LES ANS +20% d'augmentation produits sauvés / distribués 2025 100% de nos clients GMS sensibilisés / (re)formés dans l'année Echanger avec 100% de nos clients Grands Comptes pour envisager des campagnes de dons planifiées et volontaires
Améliorer de façon continue la qualité des dons et router la marchandise aux bons partenaires	Déployer le brief association (Qualif Asso) sur 100% de nos partenaires	 50%	2025 Pour les associations où le taux de non conformité est supérieur à 16% (chiffre ADEME) , mettre en place un process permettant de réduire de moitié ce chiffre

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

AUGMENTER , DIVERSIFIER et QUALIFIER notre réseau associatif

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Augmenter le nombre d'associations partenaires Comerso et diversifier les filières	Sourcer +20% d'associations vs N-1 (ayant reçu au moins 1 don comerso cette année)	 9%	2025 Sourcer +20% d'associations vs N-1 (ayant reçu au moins 1 don comerso cette année)
Diversifier nos filières de dons	Création d'une filière Bricolage Création d'une filière Cosmétique Création d'une filière laits infantiles	 100%	2025 Création d'une filière Garages solidaires
Redistribuer équitablement les dons collectés entre les associations	Augmenter le nombre de partenaires associations / donateur Mettre en place un indicateur du nombre de dons par donateur par an et le nombre d'associations bénéficiaires de ces dons	 75%	2025 Etablir une RoadMap de diversification
Améliorer la qualité nutritionnelle de nos dons			2025 Travailler sur la stratégie commerciale pour cibler des produits qualitatifs au sens nutritionnel / intérêt pour les associations (ex: produits BIO, peu transformés, produits bébé etc.)

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 3

Aider nos associations partenaires dans leur quotidien, droits et devoirs

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Aider nos associations partenaires dans leur mission quotidienne de lutte contre la précarité	Relayer les messages clefs / projets / objectifs de nos partenaires	 100%	2025 Relayer les messages clefs / projets / objectifs de nos partenaires 1 webinaire / an sur une thématique pragmatique d'aide au quotidien

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 3

Aider nos associations partenaires dans leur quotidien, droits et devoirs

	2024	Atteinte de l'objectif	2025 - 2026
Aider nos associations dans leurs démarches et connaissance de leurs droits	Lancement de la plateforme Vali'dons		2025 Finaliser la plateforme Vali'Dons Mesurer le taux de non-conformité déclaré Animer/Encourager les associations à réaliser les déclaratifs de non-conformité 100% de nos associations partenaires ont connaissance de la démarche de déclaration des non-conformités Poursuivre l'animation de déclaration des non-conformités

LE MOT DE NOS ASSOCIATIONS PARTENAIRES

C'est avec beaucoup d'émotions que les premiers bénéficiaires de nos soins ont découvert leurs « cadeaux ». Certains nous ont témoigné, avec beaucoup de pudeur, que cette période pouvait être particulièrement difficile lorsque l'on est isolé par la maladie et de savoir que « quelqu'un pensait à eux et avait à cœur de les gâter, était très touchant et réconfortant ».

La ligue contre le cancer

Les personnes accueillies ont été ravies d'avoir accès à des produits neufs et de qualité. Merci beaucoup pour elles.

Restos du coeur Hautes-Pyrénées

Les produits Nocibé ont été distribués pour la Fête des Mamans dans les hôpitaux et ont fait plein d'heureuses... (des larmes ont coulé pour nous remercier). On va distribuer sous peu pour les Papas.

Les Blouses Roses

Les chaussures correspondent tout à fait aux personnes accueillies pour la prochaine saison autrement dit l'hiver prochain. Les chaussures sont indispensables pour nos personnes accueillies, en effet, la plupart des familles non pas les moyens de se chauffer, ce qui entraîne des problèmes de santé (déformation des voûtes plantaires, problème de marche)..

Nous tenons à souligner de la qualité exceptionnelle des chaussures (neuves) qui nous ont été faites en don. L'équipe des Restos du coeur de la Charente est très satisfaite de votre générosité et vous invite à renouveler cette donation. Un grand merci pour cette action !

Restos du coeur de la Charente

Nous remercions vivement Comerso et le magasin Darty, ce sont des dons importants pour notre Unité Locale.

Croix Rouge Beaujolais Vals de Saône

Nous vous remercions énormément pour ce don, nous ne recevons jamais de chaussures neuves et les personnes que nous accueillons ont été ravis par la qualité et le modernisme des chaussures.

Restos du coeur Haute Vienne

Un grand merci à toute l'équipe. En mettant notre association en relation avec vos partenaires, vous permettez à nos familles d'avoir accès à ce dont elles ne peuvent s'offrir. Merci pour le suivi, l'accompagnement.

Le bazar à Lizette

La campagne de dons s'est déroulée avec un grand professionnalisme et bienveillance de l'équipe de COMERSO ainsi que du magasin Darty.

Lors des événements nous avons distribué les jouets aux enfants et lors des cabas colis nous les distribuons dans les sac aux familles. Une équipe formidable et sensible !!! Évidemment tous professionnels

Association famille solidarité euromed

