

2023



RAPPORT DE MISSION

Chaque jour dans le monde,
1 MILLIARD DE REPAS
sont jetés,

en parallèle,

783 MILLIONS DE PERSONNES
ne mangent pas à leur faim

SOMMAIRE

Comerso, une histoire de conviction 1

Notre chemin vers l'engagement 2

Notre comité RSE 3

Objectifs, engagements, et réalisations 4

Plan stratégique et opérationnel 5



Un engagement contre le gaspillage pour renforcer la justice sociale

Le gaspillage alimentaire est un problème majeur à l'échelle mondiale, européenne et nationale. En France, le gaspillage alimentaire est estimé à environ 9 millions de tonnes de nourriture¹ ce qui équivaut à environ 129 kg par personne. Ce gaspillage alimentaire représente une perte économique gigantesque, et a un fort impact négatif sur l'environnement.

Les produits alimentaires ne sont pas les seuls à être concernés par le gaspillage : l'ADEME estime à 4,3 milliards d'euros le gaspillage lié aux invendus non-alimentaires en France². Les produits manufacturés, les matériaux de construction, les emballages, les textiles et d'autres biens sont souvent jetés de manière prématurée, contribuant à l'épuisement des ressources naturelles et à la pollution de l'environnement.

Il est donc impératif de mettre en place des mesures efficaces pour réduire à la fois le gaspillage alimentaire et non-alimentaire à toutes les échelles.

Parallèlement à ce gaspillage, en France, la précarité continue de s'accroître de manière préoccupante, engendrant des défis socio-économiques majeurs.

En 2021, 9,1 millions de personnes vivent avec un niveau de vie inférieur au seuil de pauvreté, soit 14,5 % de la population française. En tendance, l'intensité de la pauvreté s'accroît, passant de 18,7 % en 2020 à 20,2 % en 2021³.

Les causes de cette hausse sont multiples : la stagnation des salaires, l'insécurité de l'emploi, la hausse des coûts de la vie... Cette précarité touche des segments de la population de plus en plus variés (jeunes diplômés, travailleurs seniors, personnes âgées familles monoparentales). Elle se traduit par des difficultés d'accès au logement, à l'éducation, à la santé et à une alimentation saine.

Face à cette réalité, une action collective et coordonnée est nécessaire pour mettre en place des politiques sociales inclusives et durables, afin de garantir à chacun un niveau de vie décent et des perspectives d'avenir prometteuses.

Cette incohérence entre la réalité d'un gaspillage omniprésent et une hausse de la précarité constitue le socle du combat et de l'engagement Comerso : lutter contre toutes les formes de gaspillage en mettant cet engagement au service d'une meilleure justice sociale.

Pierre-Yves PASQUIER
Co-fondateur et CEO



¹ "Les déchets alimentaires en France et dans l'UE en 2021" Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires

² "Étude des gisements et des causes des invendus non alimentaires et de leurs voies d'écoulement" Ademe

³ "Revenu, niveau de vie et pauvreté en 2021" Insee

UNE HISTOIRE DE CONVICTION

L'histoire de Comerso débute en 2013. Pierre-Yves Pasquier, co-fondateur de Comerso occupait un poste de Chef des ventes dans une grande entreprise de l'agro-alimentaire. De manière récurrente, il est confronté au paradoxe d'une société qui produit suffisamment de ressources pour nourrir l'ensemble de la planète, mais qui les gaspille alors même qu'elles peuvent être encore consommées ou utilisées. C'est pour mettre fin à cette incohérence que naît Comerso.

01



LA CRÉATION 2013

Création de Comerso, avec l'idée initiale d'apporter une solution clef en main et efficiente aux entreprises pour lutter contre le gaspillage. Cette même année, pour la première fois, un magasin et une association partenaire se rencontrent grâce à Comerso.

L'EXPANSION 2017

Comerso élargit son périmètre d'activité historique en débutant l'accompagnement des industriels et des plateformes logistiques.

L'URGENCE 2020

La crise Covid entraîne une augmentation sans précédent de la précarité en France, impactant significativement la chaîne de solidarité. Pour pallier cela, Comerso lance, avec un collectif d'acteurs, la Plateforme Solidarité Associations

L'INTERNATIONALISATION 2023

Comerso franchit en 2023 une nouvelle étape en se lançant sur le marché espagnol en développant les premiers partenariats entreprises et associations.

2011 LA RENCONTRE

Pierre-Yves Pasquier & Rémi Gibert se rencontrent lors d'un covoiturage et échangent alors sur le triste constat du gaspillage dans les entreprises.

2016 L'ACCÉLÉRATION

Comerso se renforce avec une levée de fonds de 2,2 millions d'euros réalisée avec le concours de l'investisseur social IMPACT Partenaires, d'Aqiti Gestion et de Bpifrance.

2019 LA DIVERSIFICATION

Comerso propose désormais ses services aux entreprises des secteurs non-alimentaires pour les inviter à traiter leurs invendus de manière plus vertueuse et solidaire.

2021 L'ENGAGEMENT

Comerso rejoint la communauté B Corp. Quelques mois plus tard, Comerso adopte le statut d'entreprise à mission.

LES CHIFFRES CLÉS

À FIN 2023



2 500

entreprises
accompagnées



196 MILLIONS

équivalents repas
redistribués



+ DE 116 500 T

de marchandises
sauvées des poubelles



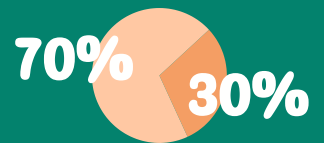
2 005

associations
qualifiées



221 M D'€

d'économies
cumulées par
nos clients



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



45

collaborateurs



685 000

collectes



2

pays
adressés

NOTRE CHEMIN VERS L'ENGAGEMENT

En 10 ans, Comerso a cheminé progressivement vers l'entreprise à mission. Chaque membre de notre équipe a contribué à cette évolution en incarnant les valeurs fondamentales de l'entreprise : Autonomie, Excellence, Plaisir, Confiance et Reconnaissance.

Nous avons toujours cru dans la force de l'action collective. Avec nos partenaires nous avançons vers un objectif commun : réduire toutes les formes possibles de gaspillage et faire reculer la précarité.

Le statut d'entreprise à mission apparaît comme un aboutissement naturel pour Comerso. Il reflète notre évolution, notre engagement continu envers la société et notre désir de laisser un impact positif sur le monde qui nous entoure.

En tant qu'entreprise à mission, nous sommes fiers de continuer à œuvrer pour un avenir plus juste, plus durable et plus solidaire.

02



LE GASPILLAGE ET SES CONSÉQUENCES ...

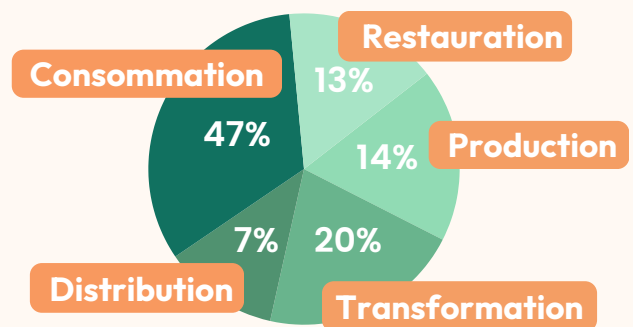
En France, chaque année,



7 MILLIONS DE TONNES

de nourriture consommable sont gaspillées

Tous les acteurs de la chaîne alimentaire sont concernés :



En parallèle,

630 MILLIONS D'€

de produits non-alimentaires sont détruits

Ce gaspillage affiche un coût estimé à



16 milliards d'euros

L'impact carbone de ces pertes est estimé à



15 millions de tonnes éq CO2

soit 3% des émissions nationales

Pendant ce temps, **9,1 MILLIONS DE PERSONNES**
sont en situation de précarité alimentaire

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 : INÉGALITES 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 réduire les émissions de gaz à effet de serre 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 travaille en partenariat avec de nombreux acteurs (entreprises, associations, gouvernement), pour maximiser son impact dans la lutte anti-gaspillage et la précarité.

B CORP

C'est dans un souci d'amélioration continue de nos pratiques RSE, que notre entreprise a choisi de s'inscrire dans la démarche de certification B Corp™. En rejoignant ce mouvement, Comerso s'est engagé à atteindre des normes élevées de performance sociale et environnementale, de transparence et de responsabilité, au-delà des intérêts de nos actionnaires, et, plus largement, de nos parties prenantes.

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

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

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

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

24,7

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.

14,6

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"

La raison d'être de Comerso a émergé d'un processus collaboratif où chaque collaborateur a eu l'occasion de contribuer à la formulation finale. Conscients de l'importance de créer une mission qui résonne avec l'ensemble de la communauté, nous avons invité les employés à partager leurs idées.

Au travers de ces échanges, nous avons façonné une raison d'être qui incarne nos convictions communes et notre engagement envers un avenir meilleur.



LE COMITÉ RSE

Le comité RSE de Comerso est constitué de deux membres du Comité de Direction (CODIR) ainsi que d'autres collaborateurs, qui tous ont rejoint le comité sur la base du volontariat.

Sous la supervision de la référente RSE, Céline Briand, associée de Comerso, le comité RSE est un comité opérationnel réfléchissant et agissant pour la mise en place des actions RSE définies dans le cadre de l'entreprise à mission.

Actuellement, nous n'avons pas encore intégré de parties prenantes externes à notre comité RSE, mais cela fait partie de nos objectifs 2024/2025.

Nous souhaitons en effet créer un comité de mission, incluant un ou plusieurs membres d'entreprises partenaires et associations, afin de favoriser une approche encore plus collaborative et inclusive dans nos initiatives RSE.

03





CÉLINE BRIAND

RÉFÉRENTE DE MISSION ET DIRECTRICE CLIENTS NATIONAUX

“ J’ai rejoint le comité pour pouvoir insuffler des projets sociaux et écologiques en interne et pour porter et sensibiliser sur le contexte des associations “



FRANÇOIS VALLÉE

DIRECTEUR MARKETING & COMMUNICATION

“J’ai rejoint le Comité RSE lors de sa création en 2019 avec la volonté de contribuer à mon échelle à créer un impact au sein de mon entreprise et au-delà ”



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 en janvier 2023”



JULIEN VENEREAU

CONTRÔLEUR DE GESTION

“ J’ai rejoint le comité RSE fin 2023. Le prisme de mon poste peut parfois m’éloigner des enjeux RSE. Le comité me permet de rester connecté à cette thématique essentielle et de contribuer à l’intégration de ces principes dans nos opérations quotidiennes ”



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 ”



YVAN DESRUES

KEY ACCOUNT MANAGER

“ J’ai intégré Comerso en 2016 pour avoir un impact social et environnemental sur le gaspillage à grande échelle en France. Intégrer le comité RSE était une évidence pour moi, pour faire avancer l’entreprise dans une direction encore plus vertueuse “

OBJECTIFS, ENGAGEMENTS, ET RÉALISATIONS

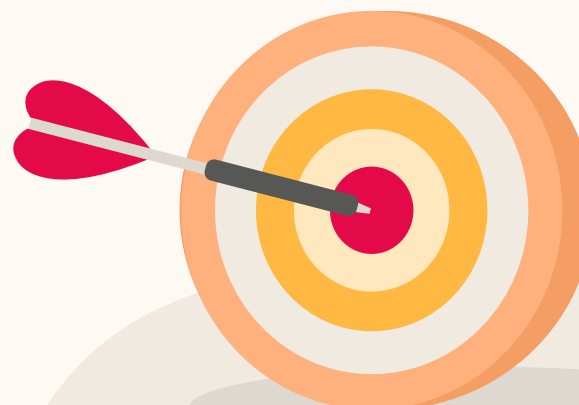
Avoir un impact positif ne se limite pas à réduire notre impact ; c'est également œuvrer à la régénération des écosystèmes ainsi qu'à la création de valeur pour les individus et la planète.

Notre vision consiste à préserver les ressources tout en minimisant notre empreinte et en générant un impact social et sociétal positif à travers nos services et les relations avec nos parties prenantes.

Sur cette voie de transformation, nous sommes prêts à abandonner certaines activités si elles ne sont pas compatibles avec les limites de notre planète.

Nous avons défini trois objectifs environnementaux et sociaux dans nos statuts pour nous orienter dans cette démarche ambitieuse.

04



LE MOT DE LA RÉFÉRENTE DE MISSION

SOCIÉTÉ À MISSION : UN CHEMIN EXIGENT ET INSPIRANT

Depuis notre création, nous sommes animés au quotidien par la volonté de remplir notre mission. Chacune de nos actions, pour chacun de nos collaborateurs, contribue à faire avancer notre projet : lutter contre le gaspillage pour renforcer la justice sociale.

Nous aurions pu nous en contenter.

Nous aurions pu nous satisfaire d'écrire notre raison d'être, de la partager à nos clients, de la faire vivre avec nos parties prenantes ...

Nous avons choisi de nous engager dans une démarche ambitieuse et complémentaire pour élever notre degré d'exigence.

Nous avons fait le choix de nous interroger sur notre niveau de contribution, de mesurer notre performance, de nous fixer des ambitions plus élevées, de nous avancer sur ce chemin intransigeant que prennent les sociétés à mission.

Nous avons donc construit trois objectifs statutaires destinés à nous faire progresser sur trois sujets majeurs.

Notre premier objectif, rempli à 95 %, est déterminant si nous voulons faire avancer le sujet.

La sensibilisation de notre écosystème, la mise en lumière des actions, la structuration de notre démarche et l'accompagnement de nos collaborateurs sont des étapes clés pour maximiser notre impact social.

Au cœur de notre quotidien, cet objectif prioritaire atteint un niveau d'atteinte très satisfaisant.

Notre second objectif, atteint le score plus faible de 60%.

Nous avons besoin de progresser fortement sur notre politique d'achat. Nous devons travailler avec l'obsession du local dans chacun de nos choix. L'ensemble de nos sites et de nos collaborateurs doivent connaître et appliquer les process liés à cette politique.

Le résultat n'est pas satisfaisant à date.

La mesure de notre empreinte carbone doit nous permettre de prendre conscience de notre impact.

Le transport est un axe majeur d'amélioration pour réduire notre impact environnemental. Qui ne se mesure pas, ne s'améliore pas. Notre devoir d'exemplarité doit être une source d'inspiration pour nos clients.

Enfin, notre troisième objectif est clé pour la continuité de notre projet. Nous atteignons 93% sur cet objectif.

Notre humble rôle de facilitateur n'est rien à côté de l'investissement sans faille des associations sur les territoires. Nous mettons notre énergie au service de leur contribution quotidienne.

Cet objectif est sans doute le plus important en terme d'impact.

La quantité de dons est déjà une problématique majeure. La qualité des dons devient, plus que jamais, un enjeu incontournable. La complexité administrative vient alourdir leur process et les détourne de leur propre mission. Notre objectif est de les accompagner au mieux sur ces sujets en leur facilitant les démarches. Ces objectifs récents vont devenir nos préoccupations communes majeures.

On le constate, nous devons progresser sur la mesure de nos indicateurs. Nous devons les partager et les suivre avec l'ensemble des collaborateurs. Il ne suffit pas de nous reposer sur notre mission, nous devons élever notre degré d'exigence pour être à la hauteur de notre raison d'être. C'est uniquement par cette voie que nous serons légitimes vis-à-vis de l'ensemble de nos parties prenantes.

Le rapport de mission éclaire désormais notre chemin, le jalonnant d'étapes précises qu'il convient de franchir avec force et conviction.

À suivre

Céline BRIAND

Référente de mission et
Directrice clients nationaux



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 sommes convaincu de la vertu de sensibiliser les entreprises à la lutte contre les différentes formes de gaspillage et de précarité car ces deux sujets, intrinsèquement liés, ont un impact significatif sur la société et l'environnement. En sensibilisant à ces enjeux, les personnes prennent conscience de leur responsabilité sociale et environnementale, et se tournent ensuite vers l'action.

LES ENTREPRISES

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

Nous avons réalisé 2 webinaires de sensibilisation en 2023 : l'un avait vocation à porter un éclairage juridique et fiscal sur l'application de la Loi AGECE, le second portait sur les bonnes pratiques pour lutter contre le gaspillage non-alimentaire. En cumulé, nous avons réussi à mobiliser plus de 150 participants. Pour aller plus loin, nous nous sommes posé l'objectif d'augmenter la fréquence de ces événements et le nombre de participants.

Nous avons également réalisé une étude sur les nouvelles obligations légales de la loi AGECE auprès de 234 professionnels du secteur non-alimentaire, qui a mis en lumière l'importance de la sensibilisation comme première étape indispensable.

.....

NOS INDICATEURS

.....

2 webinaires / an



1 étude / an



100% de nos présentations restructurées



3 actions de sensibilisation / an



100% des équipes sensibilisées lors d'un moment dédié



LES COLLABORATEURS

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

En décembre 2023, dans la continuité de la Fresque du Climat réalisée en 2022, nous avons réalisé la Fresque du Numérique, un outil pertinent pour comprendre les enjeux liés à la révolution numérique et à l'impact croissant des technologies sur nos vies personnelles et professionnelles.

.....



LE GRAND PUBLIC

Sensibiliser au delà de notre écosystème BtoB (Grand Public ...) aux grands enjeux de la lutte contre le gaspillage

Nous avons eu l'occasion de participer en tant que conférencier à un atelier d'information et sensibilisation organisé par la FAO "S'attaquer au problème mondial du gaspillage alimentaire". Nous avons eu l'occasion de partager l'histoire de la création et des opérations de Comerso comme source d'inspiration, motivant nos participants (étudiants et universitaires) à initier des changements positifs dans leurs propres domaines.

.....

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 social 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.

.....

CLIENTS

Leur permettre de lire leur engagement anti-gaspi et bilan d'impact social

Nous mettons à disposition une série d'outils pour donner à nos clients la transparence de leurs actions de dons en nature et des impacts liés afin qu'ils puissent maintenir leur engagement dans le temps. Nous avons notamment développé dans l'espace numérique de nos partenaires GMS une fonctionnalité qui leur donne accès à des affiches du bilan de leur activité de dons avec une mise à jour automatique des chiffres.

Cet outil est aujourd'hui utilisé par certains de nos clients pour partage des chiffres en interne et en externe.

.....

NOS INDICATEURS

.....

Création d'un dashboard RSE activité Comerso



Mise à disposition chez nos clients GMS d'affiches bilan



TRANSPORTEURS PARTENAIRES

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

Nous avons entamé une réflexion pour développer un service logistique multi-modal afin de gagner en efficacité environnementale.

Nous souhaitons aussi mettre à disposition de nos transporteurs partenaires des reportings leur permettant de lire leur impacts RSE liés à l'activité Comerso de dons en nature.

.....



ASSOCIATIONS PARTENAIRES

Leur donner la capacité de lire l'activité Comerso

Nous avons également pour objectif de mettre à disposition de nos grands réseaux associatifs partenaires, les données liées aux dons Comerso via des reportings complets.

.....

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 3

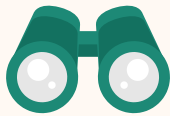
Structurer notre démarche RSE pour s'engager dans une démarche d'amélioration continue

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

Mettre au coeur de notre quotidien la certification

Notre certification B Corp prenant fin en 2024, nous nous sommes mis en ordre de marche en 2023 pour la reconduire, en souhaitant améliorer notre score de 2021 de 104,2 et en se challengeant sur les différents domaines d'impact, notamment les parties Collectivité et Environnement sur lesquelles nous avons identifié des opportunités d'amélioration.



En 2023, La certification B Corp a été pour nous un catalyseur de partenariat notamment auprès des Grandes Entreprises où cette certification est de plus en plus identifiée et reconnue.

.....

NOS INDICATEURS

.....

Mener à bien nos objectifs sur 2023



Créer la Roadmap pour 2024 - 2025 - 2026



SOCIÉTÉ À MISSION

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

Cet engagement n'est pas qu'une simple étiquette. C'est un réel moteur de transformation qui va permettre de guider notre stratégie et nos actions au quotidien. Pour mener à bien ces engagements, nous nous sommes fixés 3 priorités claires :

- **2023**

Nous avons tout d'abord défini un plan structuré d'objectifs et indicateurs posant le cap de l'amélioration continue. Cette démarche nous permettra de faire un état des lieux de nos points forts et de nos axes d'amélioration, afin d'orienter nos actions futures.

- **2024 :**

L'objectif sera de veiller à la mise en place, au déploiement et au bon suivi de notre plan d'action.

- **2025/2026 :**

La gouvernance de notre engagement en tant que Société à Mission passe par la création d'un comité de mission, représenté par un groupe de collaborateurs.

Nous sommes convaincus que le partage de bonnes pratiques est essentiel pour faire progresser l'ensemble des Sociétés à Mission. Ainsi, nous souhaitons davantage participer à des événements et réseaux dédiés aux Sociétés 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

Nous avons souhaité mettre en place un process d'on-boarding clair. Celui-ci intègre notamment une présentation de tous les services par un membre du service ainsi qu'un passage en association pour sensibiliser à notre mission d'entreprise.

.....

QVT

Mesurer et améliorer la QVT

Des travaux de réaménagement ont été réalisés dans nos bureaux d'Angers afin de les rendre moins sonores.



Nous avons également mené un atelier collectif avec pour objectif de redéfinir nos valeurs d'entreprise et un plan pour les faire vivre.

À terme, nous souhaitons regarder la faisabilité de mise en place d'un baromètre social par an.

.....

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Développer les compétences en interne

Nous souhaitons mettre en place un plan de formation à destination des collaborateurs. Ce plan conciliera les besoins de l'entreprise; les aspirations individuelles des collaborateurs et leurs besoins.

.....

NOS INDICATEURS

.....

Un process d'on-boarding défini



Insonorisation des bureaux



Définition de nos valeurs



Création d'un espace intranet dédié aux RH



Mise en place d'une charte TT



1 moment collectif par an



1 newsletter d'information sur des projets bénévoles (+ 20% des collaborateurs ont participé)



INFORMATIONS RH

Faciliter l'accès à l'information RH

Nous avons créé un espace Intranet dédié aux Ressources Humaines en libre accès afin que les collaborateurs aient accès aux informations RH légales et/ou informatives.

.....

FLEXIBILITÉ AU TRAVAIL

Donner aux collaborateurs de la flexibilité dans leur organisation de travail

Nous souhaitons donner aux collaborateurs de la flexibilité dans leur organisation de travail. Le télétravail a toujours été bien intégré au sein des équipes.

Nous devons désormais formaliser le cadre via l'officialisation et la mise à jour de notre projet de charte de télétravail.

.....

MOMENT COLLECTIF

Favoriser les moments conviviaux

Chaque année au minimum a lieu un moment collectif, où l'ensemble des collaborateurs se retrouvent. Un moment d'autant plus précieux puisque nous sommes multi-sites. Cette année nous l'avons réalisé en Espagne, pour fêter les 10 ans de l'entreprise et célébrer notre récent lancement dans ce pays.



ENGAGEMENT BÉNÉVOLE

Créer le cadre favorable à l'engagement bénévole des collaborateurs

Nous avons mis en place une newsletter interne pour relayer les projets RSE locaux et inviter les collaborateurs à y participer. Nous avons également créé les conditions pour que chaque collaborateur ait l'opportunité de passer 2 jours dans une association de son choix. En 2023, 57% des collaborateurs ont pris au moins 1/2 journée en association.

Nous favorisons la participation des membres de l'équipe Comerso volontaires dans les journées de collectes nationales de nos réseaux d'associations partenaires.



ÉGALITÉ & ÉQUITÉ

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

Nous souhaitons mettre en place dès 2024 un bilan annuel sur les écarts de rémunérations hommes / femmes, en CDI pour les effectifs présents sur 12 mois.

A terme, l'objectif serait de consacrer un budget pour réduire les écarts constatés, si des écarts sont constatés.



FIDÉLITÉ DES ÉQUIPES

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

Nous avons pour objectif de mettre en place des statistiques relatives au turnover des CDI en comparaison de l'année passée, ainsi que des CDD, dont alternants.

Nous souhaitons également conduire une analyse des départs pour mettre en place des actions dans ce cadre.



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

Batir la Stratégie Carbone de notre activité

Nous avons pour objectif de mettre à jour en 2023 notre ACV réalisée en 2019, notre modèle et activité ayant grandement évolué.

N'ayant pu réaliser cet objectif en 2023 et 2024, nous avons positionné un nouvel objectif d'écrire notre stratégie et trajectoire carbone en 2025 avec l'ambition également de planifier et déployer 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.

Pour commencer, nous souhaitons explorer les nouvelles possibilités via du multi-modal ou via un modèle d'entreposage intermédiaire.

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

Nous souhaitons adopter une consommation énergétique raisonnée dans nos bureaux. Nous avons commencé par mettre en place un suivi de notre consommation d'électricité, puis proposé un plan réaliste d'objectifs de baisse à atteindre collectivement.

D'ici fin 2024 nous souhaitons mettre à disposition des équipes une boîte à outil des bons gestes à adopter pour diminuer notre impact énergétique.

Nous avons également optimisé notre tri des poubelles en mettant en place une signalétique de tri plus claire. Le tri n'étant pas encore optimal, nous souhaitons aller plus loin en sensibilisant les équipes via des infographies sur le devenir des déchets ainsi qu'un dashboard mensuel avec des objectifs de réduction (objectif 2025).

.....

NOS INDICATEURS

.....

Mise à jour notre ACV de 2020



Mise en place d'un suivi de notre consommation énergétique et d'une signalétique de tri claire



Diminuer nos achats sur les plateformes e-commerce





ACHATS FOURNITURES

Améliorer nos modes d'achats fournitures

Nous avons pour objectif de diminuer nos achats sur des plateformes e-commerce en 2023. Cet objectif n'a pas été atteint. D'ici fin 2024, nous remettons cet objectif et espérons l'atteindre en établissant une meilleure communication et suivi des factures.



POLITIQUE TRANSPORT

Adopter une politique de transport cohérente

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

Dans un premier temps, le CODIR et le COMAN (Comité des Managers) seront formés à cette hiérarchie puis l'ensemble de l'équipe.

Dans la continuité de cette hiérarchie, nous allons étudier la possibilité de proposer aux collaborateurs un plan de mobilité douce.



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.

C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de prendre plus de temps pour mettre en place des indicateurs d'impacts environnementaux, matérialisés par exemple en équivalent tonnes CO2 évitées sur les dashboards de nos clients.



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 mois, 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

Nous nous étions fixés un objectif de +20% de marchandises redistribuées à nos associations partenaires. Nous avons redistribué +47% de volume de marchandise en 2023 vs 2022.



Pour continuer d'augmenter les quantités de marchandises collectées et distribuées, nous avons anticipé, via de nouveaux outils et points de contacts, les campagnes de dons avec nos grands comptes et commencé à les inciter à s'orienter vers le don volontaire.

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

.....

NOS INDICATEURS

.....

+20% d'augmentation
produits redistribués



Prise en compte dans notre
démarche de l'intérêt des dons
via un prisme qualité produits



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 Chargé.es de Mission et le taux de couverture clients. En 2023 nous avons atteint un taux de 48% sur l'ensemble de nos clients.

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

Enfin, en 2025, nous déploierons une nouvelle fonctionnalité sur notre plateforme qui permettra aux associations de déclarer plus facilement leurs non conformités.

.....

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

En 2023, nous avons établi +19% de nouveaux partenariats associatifs sur un objectif de +20%, nous avons donc presque répondu à l'objectif fixé.

L'élargissement de notre réseau nous permet d'approvisionner un plus grand nombre d'associations avec une répartition des dons plus homogène.

.....

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 souhaitons notamment d'ici fin 2024 créer une filière bricolage, permettant de couvrir à la fois des besoins liés aux locaux des associations mais également de permettre des chantiers solidaires ou encore la redistribution à des bénéficiaires de l'association.

Nous souhaitons également créer une filière cosmétique et laits infantiles, qui sont des produits très plébiscités par les associations.

.....



NOS INDICATEURS

.....

+ 20% d'associations en 2023 vs 2022



Mise en place d'un indicateur de suivi des associations qualifiées dans notre Balance ScoreCard



QUALIFICATION

Mieux qualifier nos associations, pour mieux les aider

Afin de mieux répondre à leur besoin, nous souhaitons mieux connaître nos associations. Nous avons créé cette année 3 indicateurs de suivi des associations intégrés dans notre Balance ScoreCard général : le nombre d'associations suivies, qualifiées et actives.

.....

REDISTRIBUTION ÉQUITABLE

Redistribuer équitablement les dons collectés entre les associations

Afin de garantir une meilleure répartition des dons aux associations bénéficiaires, nous allons mettre en place en 2024 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 sur 2025.

.....

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 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 webinaire par an sur une thématique pragmatique d'aide au quotidien.

.....

NOS INDICATEURS

.....

Relayer les messages clés / projets / objectifs de nos partenaires



Accompagner nos associations dans l'utilisation de leur droit de déclaration des non-conformités

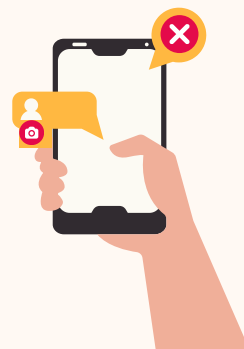


DANS LA CONNAISSANCE DE LEURS DROITS

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, aura pour objet la simplification des démarches liées à la déclaration des produits donnés non-conformes. Cette plateforme, pensée pour les associations fera l'objet de formations auprès de notre réseau associatif, afin d'en garantir le bon déploiement et la bonne utilisation.

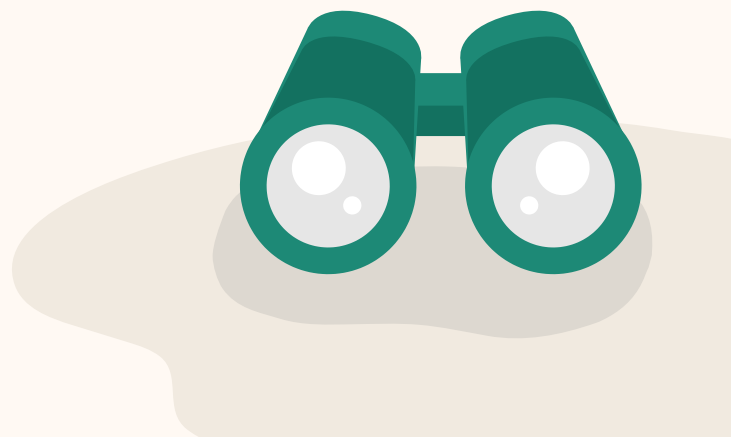


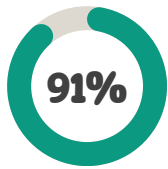
Nous nous sommes également posé un objectif d'animation de notre réseau associatif pour les inviter à déclarer leurs non conformités afin que 100% d'entre elles aient connaissance de leurs droits d'ici 2025.

.....

PLAN STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL

06





OBJECTIF STATUTAIRE 1 :

Renforcer l'impact social de notre organisation

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1


Sensibiliser notre écosystème

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Sensibiliser les entreprises aux enjeux de lutte contre le gaspillage et de la précarité	Webinaire de sensibilisation : Réaliser 2 webinaires de sensibilisation / an Étude : Réaliser une étude de sensibilisation sur le sujet de l'anti gaspi non-alimentaire Présentations clients : Les restructurer en mettant l'emphase sur l'ampleur de la problématique du gaspillage	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)	100%	2024 100% des collaborateurs sensibilisés lors d'un moment dédié (atelier / conférence) Centre des ressources accessible à tous les collaborateurs Création des premiers contenus et animation 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	33%	TOUS LES ANS 3 actions de sensibilisation / an

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2


Lire et piloter l'impact social

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Pour nos collaborateurs : Mettre en place les moyens de lire l'impact de notre activité	Créer 1 dashboard d'impact RSE d'activité Comerso pour la France	100%	2024 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 total de l'aide alimentaire en France) Créer un dashboard d'impact RSE d'activité Comerso pour l'Espagne

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Pour nos clients : Leur donner les moyens de lire leur engagement anti-gaspi et bilan d'impact social	Clients GMS : Leur mettre à disposition des affiches automatisées de bilan de leurs dons		2024 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
Pour nos transporteurs partenaires : leur donner les moyens de lire leur engagement anti-gaspi et bilan d'impact environnemental			2024 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 disposent d'un reporting d'impact social
Pour nos associations partenaires : leur donner la capacité de lire l'activité de dons Comerso			2025 1 reporting pour chacun de nos grands réseaux nationaux associatifs



OBJECTIF OPÉRATIONNEL 3

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

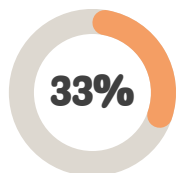
	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Certification B Corp : la mettre au coeur de notre quotidien			2024 Reconduire notre Certification B Corp en améliorant notre score de 2021 Identifier les axes d'amélioration et construire un outils de suivi
Société à mission : la mettre au coeur de notre quotidien	Réaliser les objectifs 2023 Créer la Roadmap 2024 - 2025 - 2026		2024 Préparer et réussir l'audit SAM 2025 Créer notre comité de mission 2025 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

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Offrir le meilleur accueil possible aux nouveaux arrivants	Un process d'on-boarding clair intégrant un passage en association pour sensibiliser sur notre mission		2024 Écrire le process d'onboarding / de recrutement et réaliser l'ensemble de ce process en moins de 4 mois À PARTIR DE 2025 Réaliser l'ensemble du process d'onboarding en moins de 4 mois
Mesurer et améliorer la QVT	Réaménager le bureau d'Angers pour les rendre moins sonores Définir collectivement nos valeurs d'entreprise et définir un plan pour les faire vivre		2025 Mettre en place un baromètre social / an

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Créer les conditions pour assurer le développement des compétences des collaborateurs			<p>2024 Mettre en place un plan de formation collaborateurs pour le développement des compétences</p> <p>2025 Communication du Plan de formation 2025 validé avant le 01/04/2025 Mise à disposition de fiches d'emploi conforme à la réalité terrain et à la CCN et en assurer la diffusion Réalisation des entretiens professionnels</p> <p>2026 Mise à disposition de fiches d'emploi conforme à la réalité terrain et à la CCN et en assurer la diffusion Réalisation des entretiens professionnels</p>
Faciliter la communication et l'accès à l'information RH	Création d'un espace Intranet dédié aux Ressources Humaines		Tenue à jour de l'espace Intranet et développer les notes d'informations
Donner aux collaborateurs de la flexibilité dans leur organisation de travail	Mettre en place une charte de télétravail		
Favoriser les moments conviviaux d'équipe	Organiser 1 moment collectif global d'entreprise par an		TOUS LES ANS Organiser 1 moment collectif global entreprise par an
Créer le cadre et les conditions favorables à l'engagement bénévole des collaborateurs	1 Newsletter d'informations des actions RSE locales / Semestre 20% des collaborateurs ont participé à un projet bénévolat		<p>TOUS LES ANS 1 Newsletter d'informations des actions RSE locales / Semestre</p> <p>+20% des collaborateurs ont participé à un projet bénévolat par an</p> <p>2 à 3 partages d'expériences de bénévolat en interne (Gd journal)</p>
Egalité des chances / équité rémunération			<p>2024 Établir 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</p> <p>2026 Consacrer si besoin un budget pour réduire les écarts constatés</p>
Fidéliser les équipes			<p>2024 Établissement à T1 des statistiques de turnovers des CDI de N-1 Établissement à T1 du ratio des CDD (dont alternance) / CDI au 31/12/N-1</p> <p>2025 Faire une analyse des départs</p> <p>2026 Réaliser les actions identifiées dans l'analyse des départs</p>



OBJECTIF STATUTAIRE 2 :

Avoir un impact environnemental cohérent

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1

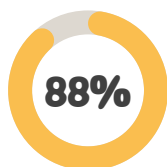
Mesurer et améliorer notre impact environnemental

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Batir la Stratégie Carbone de notre activité	Mettre à jour notre ACV de 2020	0%	<p>2024 Écrire notre stratégie et trajectoire carbone</p> <p>2025 Planifier et déployer la Roadmap Stratégie Carbone</p>
Proposer une offre Transport avec un meilleur impact environnemental			<p>2024 Démarrer une réflexion sur les possibilités du multi-modal et d'un modèle d'entrepasage intermédiaire</p> <p>2025 Intégrer dans notre offre une part de transport basse émission</p> <p>Établir une trajectoire (objectifs) et planifier</p>
Améliorer l'impact environnemental de notre bureau d'Angers	<p>Adopter une consommation énergétique raisonnée dans nos bureaux :</p> <p>Mettre en place un suivi de notre consommation d'électricité pour nos bureaux d'Angers</p> <p>Proposer un plan réaliste d'objectifs de baisse de consommation à atteindre</p> <p>Gestion des déchets :</p> <p>Optimiser notre tri poubelles par une signalétique de tri claire</p>	100%	<p>Consommation énergétique :</p> <p>2024 Rappeller en interne les bons gestes à adopter au quotidien pour diminuer notre impact énergétique</p> <p>Gestion des déchets :</p> <p>2025 Optimiser les bacs de collecte dans leur dimension</p> <p>Mettre en place un nouveau Bac de biodéchets</p> <p>Challenger notre société de ménage sur le devenir des déchets</p> <p>Réalisation une formation 1 session formation sur le site d'Angers pour mieux trier</p> <p>Mettre en place un dashboard du nombre de bacs / mois avec des objectifs</p>
Améliorer nos modes d'achats fournitures	Diminuer nos achats sur les plateformes de e-commerce / favoriser l'achat local	0%	2024 Établir une communication trimestrielle sur la provenance de nos achats de fournitures
Adopter une politique de transport cohérente			<p>2025 Établir une hiérarchie des priorités d'usage transports</p> <p>Former CODIR / COMAN à cette hierarchie puis l'équipe</p> <p>Mettre en place et proposer aux collaborateurs un plan de mobilité douce</p>

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

Aider nos clients à mesurer et améliorer leur impact environnemental

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 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

SOURCING : apporter une source d'approvisionnement quantitative et qualitative complémentaire de marchandises à nos associations partenaires

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Augmenter la quantité de marchandises distribuées à nos associations partenaires	<p>+20% d'augmentation produits sauvés / distribués</p> <p>Animer nos clients donateurs à donner plus (objectif quantitatif) :</p> <p>> Grands Comptes : anticiper et prévoir les campagnes de dons (sur la période de revue budgétaire)</p> <p>> Échanger avec nos premiers clients pour envisager des campagnes de don planifiées et volontaires</p>	<p>100%</p>	<p>TOUS LES ANS +20% d'augmentation produits sauvés / distribués</p> <p>2025 100% de nos clients GMS sensibilisés / (re)formés dans l'année</p> <p>Échanger avec 100% de nos clients Grands Comptes pour envisager des campagnes de dons planifiées et volontaires</p>
Améliorer de façon continue la qualité des dons et router la marchandise aux bons partenaires	<p>Intégrer dans notre démarche l'intérêt des dons via un prisme qualité produits :</p> <p>Création de briefs internes sur les besoins urgents des associations > Savoir refuser la récupération de marchandises inutiles</p> <p>Calculer le nombre de (re)formations effectuées par l'équipe Chargé.es de Mission et le taux de couverture clients</p>	<p>40%</p>	<p>2024 Déployer le brief association sur 100% de nos partenaires</p> <p>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</p>

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

Augmenter, diversifier et qualifier notre réseau associatif

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Augmenter le nombre d'associations partenaires Comerso et diversifier les filières	<p>Sourcer +20% d'associations vs 2022 (ayant reçu au moins 1 don comerso cette année)</p>	<p>95%</p>	
Diversifier nos filières de dons			<p>2024 Création d'une filière Bricolage Création d'une filière Cosmétique Création d'une filière laits infantiles</p> <p>2025 Création d'une filière Garages solidaires</p>
Mieux qualifier nos associations, pour mieux les aider	<p>Intégrer un indicateur de suivi des associations qualifiées dans notre Balance ScoreCard</p>	<p>100%</p>	

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 2025 - 2026
Redistribuer équitablement les dons collectés entre les associations		100%	<p>2024 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</p> <p>2025 Établir une Roadmap de diversification</p>
Améliorer la qualité nutritionnelle de nos dons			<p>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.)</p>

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 3

Aider nos associations partenaires dans leur quotidien, droits et devoirs

	2023	Atteinte de l'objectif	2024 - 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%	<p>2025 1 webinaire / an sur une thématique pragmatique d'aide au quotidien</p>
Aider nos associations dans leurs démarches et connaissance de leurs droits	Accompagner nos associations partenaires à utiliser leur droit de déclaration des non conformités, et simplifier cette démarche	80%	<p>2024 Lancement de la plateforme Vali'dons</p> <p>2025 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</p>

LE MOT DE NOS ASSOCIATIONS PARTENAIRES

“Un grand merci pour votre générosité ! Nous allons pouvoir faire des heureux et ainsi redistribuer vos dons aux enfants qui nous sont confiés.”

Antenne locale Apprentis d'Auteuil

“ Un grand merci à vous pour ce partenariat avec Darty, qui nous a permis de bénéficier de généreux dons pour équiper nos locaux et nos activités pour les enfants ! Votre soutien est précieux “

Président de l'association Partage Ton Talent

“ Nous vous remercions d'avoir contribué auX cadeauX. Nous avons ainsi pu offrir à 16 familles dans la nécessité plusieurs colis cadeau qui ont fait leur bonheur. Le reste va être revendu à petit prix pour au moins payer la cotisation. Vraiment ça a été formidable nous avons fait un grand goûter, c'était très bien. Merci encore et n'hésitez pas, pour n'importe quel don nous sommes là “

Épicerie Solidaire de l'Espérance

“ Grâce à ce partenariat, ce sont 60 enfants et orphelins de l'association qui vont profiter de ces cadeaux pour Noël “

Notre Dame de Bethléem

“ Nous avons été très heureux de recevoir tout ce matériel par la FNAC. Nous avons entre autres gardé les jouets pour le sable (seaux et pelles) afin de les distribuer cet été. Nous avons pu proposer aussi gratuitement à Noël des produits que vous nous aviez donnés. Les personnes étaient très heureuses grâce à vous. Nous sommes vraiment très reconnaissant de ces dons. Merci infiniment ”

Association LA MAIN TENDUE

“L'opération est très intéressante et on est très content de l'initiative. Les chaussures seront mises dans nos vesti-boutiques en août car ce sont plutôt des chaussures d'hiver et nos bénéficiaires seront très heureux de les recevoir.”

Antenne locale Croix Rouge

