

POSITION D'ELIOR GROUP SUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

Implanté dans 9 pays et sur 3 continents, Elior Group emploie près de 132 679 collaborateurs qui œuvrent quotidiennement à nourrir et servir plus de 3,1 millions de personnes dans 20 232 restaurants et points de vente du secteur de l'enseignement, de l'entreprise et de la santé. Avec ses 280 implantations, le Groupe offre également des prestations de services au plus près des clients grâce à son maillage territorial.

En 2017, Elior Group a adopté une position ambitieuse en faveur du bien-être animal, reposant sur des actions couvrant l'ensemble des espèces (traçabilité, modes d'abattage, transport, usage des antibiotiques...) et sur des engagements spécifiques pour les poules pondeuses (100 % des achats d'œufs coquille, liquide et ovo-produits provenant de poules élevées hors cage) ainsi que pour les poulets de chair (100 % des achats de poulets de chair répondant aux critères de l'European Chicken Commitment).

En 2022-2023, une nouvelle gouvernance a pris la tête du Groupe. Avec l'entrée de Derichebourg Multiservices au capital d'Elior Group, celui-ci a élaboré une nouvelle politique RSE, illustrant sa volonté de continuer à contribuer positivement à son écosystème et à chaque étape de sa chaîne de valeur. Le bien-être animal fait partie intégrante de cette nouvelle stratégie.

De la terre préservée à une consommation éclairée

Nous estimons que le bien-être animal contribue à la bonne santé des animaux et qu'il constitue un maillon essentiel d'une chaîne d'approvisionnement durable. Bien qu'Elior Group ne soit pas propriétaire d'exploitations agricoles ou d'unités de transformation, il est conscient de sa responsabilité de tisser des liens de confiance constructifs avec ses fournisseurs afin de s'assurer de la prise en compte du bien-être animal.

Aux côtés de ces derniers, nous avons fait le choix de privilégier l'approvisionnement local, direct, en circuit court et de saison, lorsque cela est possible. Notre objectif est ainsi d'avoir un impact socio-économique positif en développant des relations avec des fournisseurs locaux, afin de renforcer l'ancrage territorial et de créer plus de débouchés et de visibilité pour les producteurs de proximité.

Nous poursuivons ce travail d'accompagnement avec nos clients. Partout où ils exercent leur savoir-faire, les équipes d'Elior Group sensibilisent les convives aux enjeux de l'alimentation responsable. Dernier maillon de notre écosystème, nous sommes convaincus que l'évolution de la cause du bien-être animal passe par le choix d'une assiette durable et de qualité.

Choisir de s'engager pour le bien-être animal, c'est s'engager pour une production plus respectueuse de l'environnement. L'impact de l'élevage sur le changement climatique et sur l'érosion de la biodiversité a été largement souligné. Un choix durable du point de vue environnemental est donc également un choix éthique en matière de bien-être animal.

Principes directeurs

1. Périmètre de nos engagements publics

Le service RSE du Groupe travaille en concertation avec des ONG pour élaborer notre stratégie sur tous nos marchés.

Dans le cadre de notre stratégie Groupe dédiée au bien-être animal, Elior a identifié différentes thématiques à traiter, applicables dans tous les pays où nous sommes présents. Cependant, le Groupe reste aujourd’hui concentré sur l’atteinte de ses objectifs annoncés en 2017. Le constat actuel est que nous avons encore des efforts à fournir pour atteindre les engagements historiques suivants :

- Confinement des poules pondeuses – Elior Group s'est engagé à s'approvisionner en œufs de poules pondeuses provenant d'élevages alternatifs à la cage à l'échelle mondiale d'ici 2025.

Notre engagement à atteindre 100 % d'œufs issus de poules élevées hors cage reste une priorité forte, et des progrès significatifs ont été réalisés cette année, notamment en France, aux États-Unis et au Royaume-Uni, qui représentent plus de 58 % de nos achats d'œufs. Ces avancées concernent aussi bien les œufs coquille que les œufs liquides. Cependant, au niveau du groupe, bien que des efforts notables aient été accomplis, nous devons reconnaître que cet objectif ne pourra pas être atteint dans les délais initialement prévus. Des ajustements sont nécessaires, en particulier en Espagne et en Italie, où nous travaillerons activement avec nos partenaires pour accélérer cette transition. Nous restons déterminés à poursuivre notre démarche en faveur du bien-être animal. Des feuilles de route devraient être disponibles au courant du premier trimestre 2025, à l'exception de l'Inde.

- Poulet de chair – Elior Group s'est engagé à travailler avec ses fournisseurs pour améliorer le bien-être des poulets de chair à l'horizon 2025 en s'engageant dans l'ECC et le BCC.

Véritable défi pour le secteur de la restauration, nous échangeons avec les membres de la GCAW (*Global Coalition for Animal Welfare*) afin de partager nos pratiques et nos solutions pour progresser sur ce sujet. Aujourd’hui, nos fournisseurs ne sont pas en mesure de nous fournir du poulet de chair répondant à 100 % aux critères de l'ECC et du BCC.

Nous devons accompagner nos fournisseurs pour encourager une progression progressive selon les critères établis. Des feuilles de route par pays seront prochainement étudiées afin d'atteindre les objectifs, tout en soutenant l'évolution des pratiques au sein de la filière, dont le niveau de maturité varie d'un pays à l'autre.

- Confinement des lapins à l'engraissement (France) : En 2018, Elior France s'est engagé à s'approvisionner uniquement en viande de lapin issus d'élevages en enclos pour ses approvisionnements en frais d'ici à fin 2023.

Afin de garantir la traçabilité des produits et la qualité des élevages, Elior France a fait le choix de s'approvisionner exclusivement en France.

2. S'engager aux côtés de nos éleveurs et fournisseurs.

Le dialogue et l'échange sont, selon nous, la clef de voûte pour réussir à construire un plan d'action commun avec notre chaîne d'approvisionnement, afin d'atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés et de faire du bien-être animal un projet d'entreprise accompli.

La nouvelle feuille de route RSE du Groupe s'est donnée pour ambition de soutenir une économie responsable. Afin d'accompagner nos fournisseurs dans notre propre transition, nos équipes achats ont suivi une formation pour améliorer nos méthodes et procédures face à la réalité du marché : négociation sur le poids carcasse, mutualisation des morceaux achetés, engagement sur les volumes... Le travail en amont réalisé avec nos fournisseurs doit être valorisé auprès de nos consommateurs, qui, par leurs choix, soutiennent la cause animale et celle des conditions des agriculteurs. Des actions de communication et de sensibilisation sont mises en place chez nos clients et continueront de se généraliser via les supports qui leur sont directement destinés.

Notre charte d'achats responsables sera revue et diffusée au premier trimestre 2025, afin d'aligner les fournisseurs sur nos engagements en matière d'éthique et de durabilité. Les pratiques et politiques en faveur du bien-être animal seront pleinement intégrées dans cette nouvelle charte. Tous les marchés seront tenus d'informer soigneusement leurs fournisseurs et de leur fournir un exemplaire de cette position. Les fournisseurs devront formellement accuser réception de ce document et indiquer qu'ils se conformeront à ces engagements. Ils seront également invités à démontrer leurs réalisations et leurs actions d'amélioration continue. Nous avons pour objectif d'impliquer 80 % de nos fournisseurs d'ici 2030.

3. Prise en compte des spécificités locales

Tout en définissant une approche à l'échelle du Groupe, nous accordons une attention particulière aux spécificités nationales et locales, tant en termes de méthodes que d'ambitions.

Le niveau de maturité opérationnelle sur la question du bien-être animal n'est pas uniforme en Europe. Dans chaque pays, à l'échelle nationale, des chartes et projets ont été élaborés pour répondre aux attentes des populations. Nous considérons que ces initiatives constituent une première approche en matière de bien-être animal, sur laquelle nous pouvons nous appuyer comme référence pour nos achats : *Red Tractor* en Angleterre, *Welfair* en Espagne ou encore *la Charte des bonnes pratiques d'élevage* en France.

Étant implantés dans sept pays, la mise en œuvre de notre politique de bien-être animal sera adaptée progressivement en fonction de la maturité du marché et des attentes des consommateurs dans chaque région du monde.

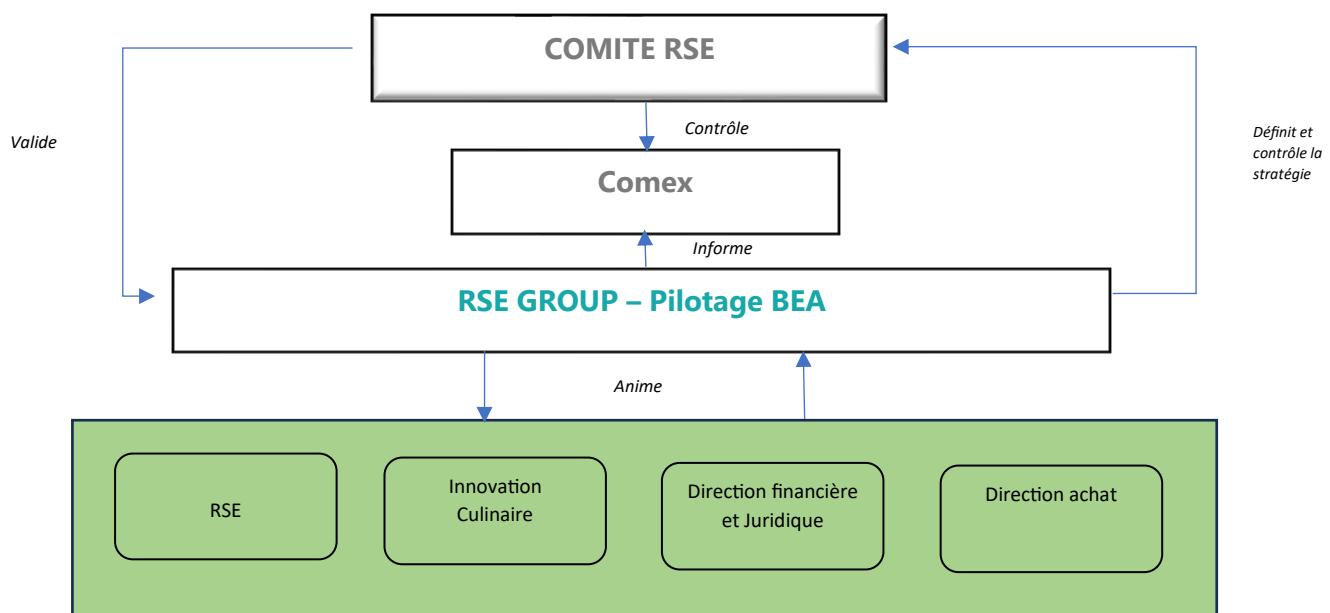
Gouvernance.

Le bien-être animal est une composante intégrante de la feuille de route RSE et le Groupe a déterminé un plan d'action précis pour intégrer les bonnes pratiques à ses activités.

Ce plan d'action est présenté au comité RSE du Groupe, qui a pour mission de définir et de suivre la feuille de route en tenant compte des enjeux matériels et du modèle d'affaires de l'entreprise. Il est garant de l'atteinte des objectifs et rapporte directement les progrès réalisés au conseil d'administration du Groupe.

Chaque entité devra intégrer cette position dans ses activités et mettre en place des stratégies complémentaires adaptées à leur marché. Il appartient au référent RSE de chaque pays de piloter les actions et de remonter les avancées de leur démarche au niveau du Groupe.

En tant que véritable projet d'entreprise, la politique de bien-être animal concerne tous les maillons de l'organisation, de la RSE au service marketing, en passant par les commerciaux, le service financier, sans oublier l'innovation culinaire, ainsi que les services achats et qualité.



Le bien-être animal selon Elior

Elior reconnaît que tous les animaux d'élevage sont des êtres sensibles, et notre stratégie repose sur le respect des « 5 libertés animales », définies par le FAWC :

- **Liberté de la faim et de la soif** : En fournissant un accès à de l'eau fraîche et à une alimentation qui maintient une pleine santé et vigueur.
- **Liberté de l'inconfort** : En fournissant un environnement approprié comprenant un abri et une zone de repos confortable.
- **Liberté de la douleur, des blessures et des maladies** : En assurant la prévention ou le diagnostic rapide et le traitement.
- **Liberté d'exprimer des comportements normaux** : En fournissant suffisamment d'espace, des installations adéquates et la compagnie d'autres animaux de leur propre espèce.
- **Liberté de la peur et de la détresse** : En assurant des conditions et un traitement évitant la souffrance mentale.

Nous sommes persuadés que le bien-être animal est un ingrédient indispensable pour agir sur la durabilité des espaces, des écosystèmes et la santé de nos convives. Fort de ce constat, notre politique s'articule autour de quatre axes :

1. **Acheter Autrement** : Les attentes des consommateurs sur le bien-être animal sont de plus en plus importantes. Ces attentes sont soutenues par des politiques publiques et des législations à travers plusieurs pays européens. Fort de ce constat, ces éléments influencent nos actions et participent à notre volonté d'agir positivement dans nos contrôles qualités et nos achats en faveur de l'amélioration des conditions de production et le renforcement du bien-être animal. En lien avec notre modèle d'affaire et les valeurs portées par Elior Group, nous tenons à favoriser les approvisionnements dans les territoires et limiter le plus possible le recourt à l'importation. Dans un contexte de crise agricole européenne, nous souhaitons soutenir l'économie d'une filière, sans laquelle nous ne pouvons garantir la qualité de nos prestations.
2. **Cuisiner autrement** : Opter pour une alimentation souvent riche en produits d'origine animale, avec ses conséquences directes sur la santé, affecte de manière significative les défis sociétaux auxquels nous sommes confrontés.
La résilience aux protéines animales est un éléments clefs pour répondre aux défis environnementaux et accélérer la transition agroécologique de nos territoires. Notre feuille de route RSE, porte cet engagement de résilience aux dépendances animale en favorisant l'implantation de menus végétariens, végétaliens et durables dans nos offres.
3. **Vendre autrement** : Des événements de sensibilisation aux bonnes habitudes alimentaires sont régulièrement organisés dans les restaurants.
En parallèle de ces actions, nous échangeons régulièrement avec nos clients afin de les accompagner dans une transition vers des choix plus durables pour leur usagés
4. **Communiquer autrement** : Afin de montrer les progrès dans l'atteinte de nos objectifs, le Groupe va mettre en place des objectifs crantés selon les critères sur lesquels nous nous sommes engagés à l'origine en 2017.
Divulguer par pays et par types d'engagements, nous avons pour objectif d'afficher chaque année les progressions effectuées par les différents marchés mais aussi leurs difficultés et les leviers en cours de construction afin de relever les défis auxquels nous sommes confrontés.

Nos actions et démarches

- **Évaluation et Conformité** : Nous effectuons régulièrement des audits de nos fournisseurs pour évaluer leur conformité aux standards de bien-être animal établis. Les audits comprennent l'évaluation de la portée, de la fréquence, et des conditions dans lesquelles les animaux sont élevés et traités. La grille d'audit de nos fournisseurs sera remise à jour au premier trimestre 2025 afin de renforcer la part du bien-être animal dans le processus d'accréditation de ces derniers.
- **Gestion des Non-Conformités** : En cas de non-conformité constatée, nous mettons en place des actions correctives immédiates. Les fournisseurs non conformes doivent présenter un plan



d'amélioration et nous réservons le droit de suspendre ou de terminer notre relation commerciale avec eux s'ils ne respectent pas nos exigences de bien-être animal.

- Formation et Transfert de Connaissances : Nous développons les compétences et les connaissances de notre chaîne de valeur. Cela inclut des programmes de formation, des ateliers, et un soutien technique sur site pour s'assurer que toutes les parties prenantes comprennent et respectent nos standards de bien-être animal.
- Partage d'expérience : Nous allons continuer à échanger avec les ONG et avec les entreprises du même secteur afin d'évoquer les bonnes pratiques et de faire avancer la cause du bien-être animal collectivement. A ce titre nous continuons de collaborer avec GCAW (*Global Coalition for Animal Welfare*) dont nous sommes l'un des membres fondateurs.

Chez Elior Group, nous croyons que le respect du bien-être animal et l'amélioration des conditions de travail des agriculteurs sont non seulement des obligations éthiques, mais aussi des composantes essentielles de notre engagement envers la qualité et la durabilité. Nous sommes déterminés à travailler avec toutes nos parties prenantes pour promouvoir des pratiques élevées de bien-être animal, pour garantir que les animaux soient traités avec dignité et respect tout au long de notre chaîne d'approvisionnement, le tout en assurant un environnement de travail sûr, équitable et respectueux pour ceux qui produisent nos aliments.

RESULTATS 2023-2024

LIQUID				
	21-22	22-23	23-24	100%
France	12,84%	16,42%	29,31%	2030
North America	1,60%	5,58%	1,83%	2025
Ibérique	3,28%	0,37%	0,25%	<i>Plan d'action en cours</i>
UK	54,17%	27,78%	45,05%	2025
Italie	23,70%	44,70%	26,61%	<i>Plan d'action en cours</i>
Inde	-	-	-	-
GROUPE	7,94%	11,56%	14,46%	

SHELL				
	21-22	22-23	23-24	100%
France	16,37%	16,13%	23,45%	2025
North America	1,37%	13,87%	40,21%	2025
Ibérique	15,05%	19,60%	11,29%	<i>Plan d'action en cours</i>
UK	52,98%	51,58%	66,45%	2025
Italie	38,56%	52,43%	54,46%	<i>Plan d'action en cours</i>
Inde	-	-	0,19%	<i>Plan d'action en cours</i>
GROUPE	19,86%	26,07%	30.53%	

ANALYSE DES RESULTATS

France : La variation moyenne de 45% chez Elior France, est le reflet d'un long travail de collaboration avec nos fournisseurs avec un engagement de notre part sur des volumes, associé à une évolution des demandes clients pour des produits issus de filière plus responsable. Les efforts vont se poursuivre en se concentrant davantage sur les œufs coquilles, qui représentent la majorité des investissements pour Elior France.

North America : Elior North America a mis à jour sa propre feuille de route pour atteindre les objectifs fixés par le Groupe en 2017. L'année 2023-2024 a été particulièrement compliqué pour les Etat Unis. La prolongation des effets de la grippe aviaire qui ont touché le pays, ont impacté toute l'industrie de la volaille rendant les approvisionnements en hors cage compliqués sur certaines régions notamment la côte Est. La stratégie adoptée a été de concentrée les achats en hors cage sur la coquille afin de maintenir les objectifs fixés par la feuille de route d'Elior North America.

Ibérique : Les difficultés rencontrées sur les marchés Ibériques (Espagne et Portugal), expliquent les mauvais résultats. Les fournisseurs ne sont pour le moment pas en capacité d'absorber les volumes nécessaire pour assurer notre activité. Nous assumons la responsabilité de ces résultats et sommes pleinement engagés à mettre en place les changements nécessaires pour revenir à des performances plus positives.

UK : Au cours de l'année 2024, Elior UK a géré son approvisionnement en œufs coquilles pour ses activités au Royaume-Uni, avec pour objectif de supprimer 100 % des œufs coquilles issus d'élevages en cage avant la date cible de 2025. L'introduction d'œufs de poules élevées au sol, aux côtés des œufs de plein air, éliminant ainsi les œufs coquilles issus d'élevages en cage, devrait être achevée d'ici novembre 2024.

Italie : Elior Italie poursuit ses efforts avec une progression de 2 points sur l'œufs coquille. Le changement récent de fournisseur, pour les œufs liquides, a entraîné une baisse temporaire des volumes en raison du temps nécessaire à l'intégration complète de ce nouveau partenaire dans notre chaîne d'approvisionnement. Cette période de transition a impliqué l'alignement des processus de production à nos demandes de volumes et nos choix dans les catégories d'œufs. Ces ajustements ont naturellement conduit à une diminution ponctuelle des quantités disponibles.

Inde : Jusqu'à présent l'Inde a toujours été exclue du périmètre. La nouvelle direction RSE Groupe, a fait le choix de réintégrer l'Inde dans le reporting. Des discussions et les premiers achats avec les fournisseurs d'œufs hors cage ont été initiés en juin 2024 afin d'améliorer nos approvisionnements. L'Inde ne fournit pas en œufs liquides.

Le plan d'action visant à atteindre un objectif de 100% est en cours de construction. Cependant, l'atteinte de cet objectif n'est pour le moment pas une priorité pour le Groupe. Avec 85,6% de recettes végétariennes, Elior India fait figure de modèle pour le Groupe, pour sa résilience aux protéines animales. En lien avec notre modèle d'affaire et les projets initiés en Europe, nous avons pour ambition de soutenir les initiatives en faveur du bien-être animal auprès de fournisseurs locaux plutôt que d'avoir recours aux crédits.