

Indulgent Moments, société mère de

*mademoiselle*  
**DESSERTS**

• IN LOVE WITH PATISSERIE •

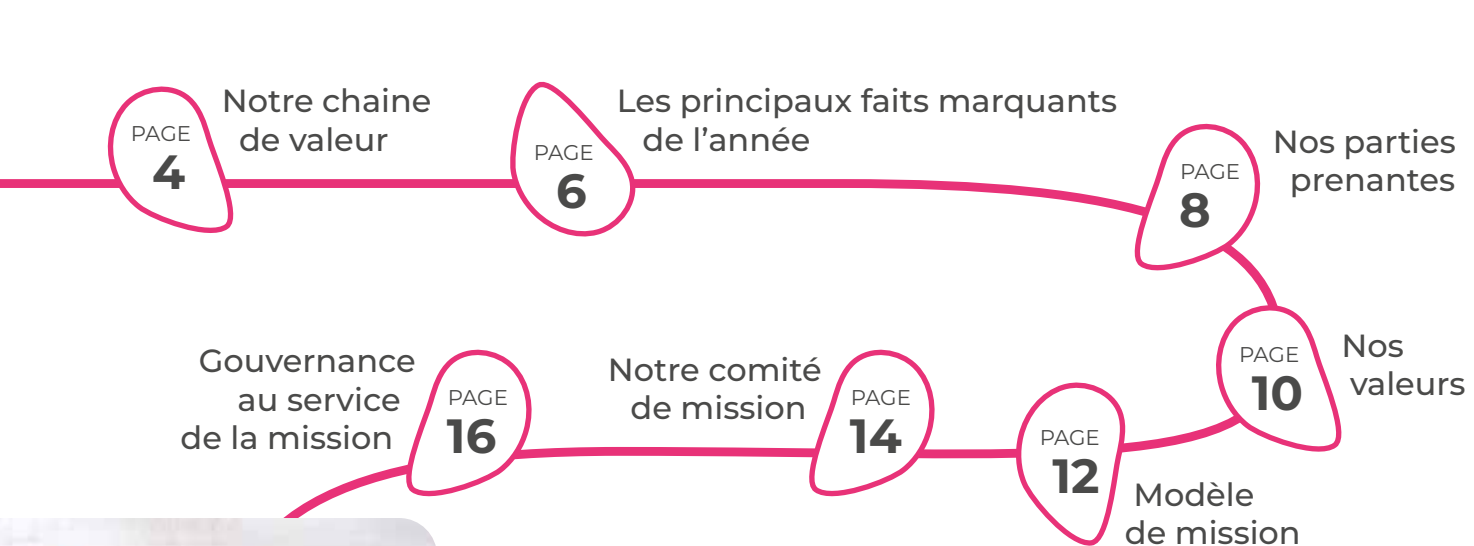
Entreprise



Certifiée



# 2025 RAPPORT DE MISSION



**Fabriquer des produits surgelés, à coup sûr, accessibles, bons, beaux, sains, et sûrs**

**PAGE 18**

**Pratiquer la transparence à travers une approche entière, responsable, soucieuse de son impact sur la santé et sur l'environnement**

**PAGE 24**



**Asseoir notre ancrage local et rural**

**PAGE 38**



**PAGE 32**

**Faire grandir chacune de nos collaboratrices et chacun de nos collaborateurs, en veillant à promouvoir nos valeurs**



**Avis du comité de mission**

**PAGE 44**

**Indicateurs de mission**

**PAGE 48**

Mademoiselle Desserts a le plaisir de partager son 16<sup>e</sup> rapport de responsabilité sociétale, ce dernier ayant évolué afin d'être en conformité avec la qualité de Société à mission. C'est avec beaucoup d'engagements et de transparence, que ce rapport présente les objectifs, les réalisations, les progrès réalisés ou en cours au sein des sociétés du groupe, et qui ont été reconnus à travers la re-certification B Corp en avril 2025.



Officialisation du lancement du nouveau référentiel des accords collectifs de la FEB visant à renforcer la qualité nutritionnelle et la durabilité de l'offre alimentaire, en présence de madame la Ministre Annie Genevard et de Didier Boudy, Executive Vice-President Emmi Desserts et Président de la FEB.

# Édito de DIDIER BOUDY

## FÉLICITATIONS, VOUS AVEZ RENOUVELÉ LA CERTIFICATION B CORP EN 2025 !

L'engagement RSE est porté par Mademoiselle Desserts depuis plus de 15 ans. Avec la certification B Corp nous confirmons notre volonté de générer un impact positif sur la Société et l'Environnement. Le référentiel est très exigeant, il nous challenge toujours davantage. Mais nous avons réussi à certifier la société Galana notre dernier rachat en Belgique en 2023 et à faire significativement progresser la note globale. Être certifié B Corp est une vraie fierté et complète parfaitement notre qualité de Société à mission. Nous partageons également une vision commune avec Emmi et souhaitons déployer la certification B Corp sur l'ensemble des usines de la Division Desserts dans les années à venir. Un autre beau challenge !

## LA DIMINUTION DU SUCRE EN PÂTISSERIES EST UN DE VOS COMBATS ?

Oh Oui ! Les ingrédients sont au cœur de nos activités au quotidien. Le plaisir est notre raison d'être mais ce plaisir doit être raisonnable, avec des ingrédients nobles, des recettes propres, des process respectueux de l'environnement, des usines qui prennent soin de leurs collaborateurs. Grâce à notre programme Nutri M, nous avons mis en place une vraie organisation et des process, notamment en R&D, pour réduire de 8% le sucre dans nos pâtisseries à 2030. La priorité est donnée à cette réduction significative de sucre dans les formulations de nos produits. Par exemple, nous avons validé la réduction de 4% de sucre dans notre propre recette de flan, un petit pas après l'autre pour ne pas perdre le consommateur avec des désucrages drastiques, mais des réductions subtiles, qui s'étalent dans le temps, et qui garantissent l'alliance de la gourmandise et de l'équilibre.

## ET LA DÉCARBONATION, EST-CE UN ENJEU POUR MADEMOISELLE ?

Depuis 2023, nous déployons un plan de décarbonation ambitieux couvrant l'ensemble de nos sites et produits. En 2025, nos objectifs ont été approuvés par la SBTi, confirmant leur alignement avec les recommandations de l'Accord de Paris. Nous investissons dans plusieurs projets d'énergie renouvelable. En Dordogne, une première centrale photovoltaïque a été construite et sera connectée début 2026, et un deuxième projet est en préparation. En Belgique, le toit de l'usine est désormais équipé de panneaux solaires couvrant déjà 25% de la consommation. Au UK, nous utilisons 100% d'électricité verte depuis 2024. Nous sommes également engagés dans une station de méthanisation située près de notre usine de Condat sur Trincou : nous fournissons une partie de la matière première et récupérons le gaz produit. Pour mieux maîtriser nos consommations, nous avons installé des compteurs électriques sur nos sites. Grâce à ces actions, nos objectifs sur les scopes 1 et 2 sont proches d'être atteints. Le principal enjeu concerne désormais le scope 3, notamment l'impact carbone de nos matières premières, le beurre et le chocolat. Nous utilisons déjà 100% d'huile de palme durable certifiée RSPO et travaillons avec nos clients sur l'ajustement des quantités de beurre dans nos recettes afin de réduire l'empreinte carbone globale.

## « PENSER GLOBAL, AGIR LOCAL », CELA SIGNIFIE QUOI ?

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2025, la nouvelle division Desserts du groupe Emmi est en place. Emmi possédait déjà huit usines de desserts (quatre en Italie et quatre aux États-Unis). Désormais, la division réunit 20 usines dans six pays et plus de 3 100 salariés. Nous conservons un modèle décentralisé : chaque pays reste autonome avec sa direction locale, tout en partageant nos forces pour accélérer le développement. Nous mutualisons les portefeuilles produits, complémentaires, ainsi que les portefeuilles clients. Une équipe de Direction Groupe, appelée le D-19 - le G20 des desserts ! (rires) - a été créée pour renforcer les synergies commerciales et harmoniser les reportings financiers et RSE. Nous croyons en l'expertise de nos équipes locales : elles connaissent leurs marchés mieux que quiconque ! Par exemple, nos usines italiennes et américaines fabriquent un tiramisu de grande qualité. Mademoiselle Desserts n'en produisait pas jusqu'ici, mais nous allons désormais pouvoir en proposer à tous nos clients.



# 1 Matières premières

- Sourcing responsable, **évaluation RSE** de nos principaux fournisseurs
- Achats nationaux voire **locaux** dès que possible
- Priorité aux **ingrédients labellisés** Rainforest Alliance/Cocoa Horizon, RSPO (huile de palme) ou **issus d'agriculture régénérative**



- Programmes **Nutri M** et **Clean M**



Amélioration du profil nutritionnel (réduction du sucre, sel, acides gras saturés plus de fibres...)



Réduction de colorants, arômes non naturels, émulsifiants, conservateurs des recettes et **choix d'ingrédients plus locaux/nationaux**

## Notre chaîne

### 2 Fabrication

Sur nos sites de production en France, Royaume-Uni, Pays-Bas et Belgique

- **2048 collaborateurs**

- **Sites de production et leurs spécialités :**

**Valade** – France • Flans, tartes, fonds feuilletés & sucrés...

**Broons** – France • Entremets, bûches pâtisseries, muffins...

**Renaïson** – France • Chouquettes, feuilles pâtisseries, pâte à choux, tropéziennes...

**Saint-Renan** – France • Fonds de tartes, plaques feuilletées...

**Thenon** – France • Flans crus/cuits, datage des produits facilitrail...

**Argenton-Sur-Creuse** – France • Pâte à choux, fondant, cakes...

**Tincques** – France • Mini beignets, muffins, navettes, coquilles...

**Corby** – Royaume-Uni • Cheesecake, hot pudding, cookies...

**Maidenhead** - Royaume-Uni • Caramel shortcake, brownie, carrot cake...

**Taunton** - Royaume-Uni • Cheesecake, chocolate fudge cakes...

**Weert** – Pays-Bas • Mille-feuilles, choux, roulés...

**Waregem** – Belgique • Muffins, muffins, lava cakes...

- **Sécurité alimentaire :**

Les sites sont tous certifiés pour le respect de la Sécurité des denrées alimentaires



## de valeur

### 3 Vente

- **77 135 tonnes** de pâtisseries fabriquées

- **455 millions €** de chiffre d'affaires

- **Types de ventes :**
  - Grande Distribution
  - Restauration hors foyer
  - Consommateurs finaux

- **Nos marques :**



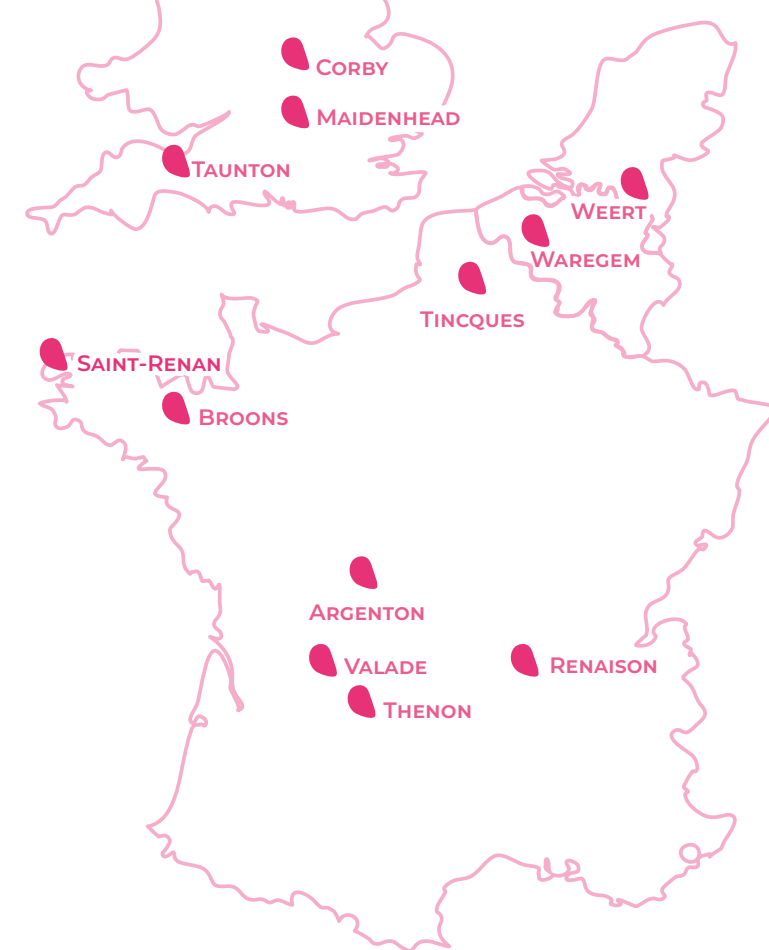
### 4 Consommation et Fin de vie

- **Dons de produits** à des associations locales et collectes alimentaires



**Réduction des emballages** et élimination des emballages non recyclables

# Les principaux faits marquants de l'année



## Valade

Mademoiselle Desserts Valade a soufflé ses 40 bougies ! Gourmandises, animations et émotions ont rythmé cette journée aux côtés des équipes et partenaires. Quatre décennies de passion célébrées avec beaucoup de plaisir.



## Thenon

À Thenon, nous avons retravaillé la recette du flan afin de réduire son impact carbone. En diminuant la quantité de beurre dans la pâte, nous obtenons -17% d'impact carbone, sans compromis sur la qualité ni sur l'expérience gustative pour nos clients.



## Broons

le site de Broons a soufflé ses 25 bougies dans une ambiance festive. Salariés et proches ont partagé cette journée autour de visites, de buffets et d'animations. Une belle occasion de faire découvrir notre savoir-faire et de renforcer les liens.



## Saint Renan

Plusieurs aménagements ont été réalisés pour améliorer les conditions de travail. Le plafond de l'atelier a été refait avec des dalles phoniques, réduisant fortement le bruit des machines. Un dépilateur de palettes a été installé pour éviter le port manuel des palettes ou encore un système de convoyage des chariots vers le tunnel de surgélation a été conçu en interne, supprimant l'entrée des opératrices dans le tunnel et réduisant les risques de glissade, d'exposition au froid et au bruit.

## Tincques



Le site de Tincques a franchi une nouvelle étape dans la structuration de sa démarche Santé-Sécurité en obtenant la certification ISO 45001 pour la première fois. Cette reconnaissance vient formaliser le travail mené depuis plusieurs années sur la prévention des risques et l'amélioration continue des conditions de travail.

## Argenton

À Argenton, des travaux ont été engagés pour moderniser les installations frigorifiques, avec le remplacement des portes de frigos et de tunnels de surgélation. Ces investissements contribuent à la fois à la sécurité des équipes, à la performance énergétique et à la fiabilité des équipements.



## Renaison

À Renaison, nous avons poursuivi l'automatisation de la production. Une nouvelle machine a été installée sur la ligne des tropéziennes, permettant la robotisation de la dépose des chapeaux. Cette évolution renforce la régularité des produits et améliore les conditions de travail en limitant les gestes répétitifs.



## Weert



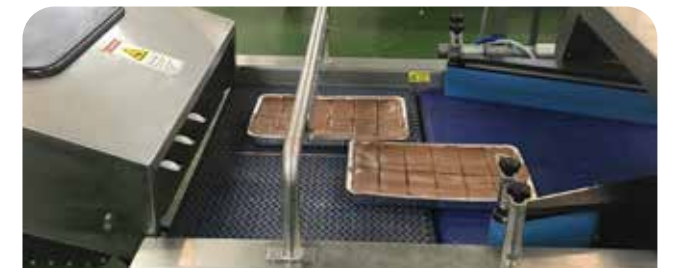
À Weert, nous avons renforcé notre organisation Santé-Sécurité en accueillant un nouveau collaborateur, Pieter Schroën. Il a pour mission de préparer et de mettre en œuvre l'inventaire et l'évaluation des risques (RI&E), d'identifier les risques et de proposer des actions d'amélioration. Cette fonction dédiée marque une étape importante dans la structuration de notre culture prévention.

## Waregem

À Waregem, nous avons installé un abri long équipé de bornes de recharge pour vélos et trottinettes sur le parking des collaborateurs. Ces derniers peuvent recharger leurs équipements pendant les heures de travail. Cette installation améliore la sécurité incendie en évitant les recharges à l'intérieur des bâtiments, renforce



le bien-être au travail en protégeant les vélos des intempéries et encourage des modes de déplacement plus durables pour les trajets domicile-travail.



## Maidenhead

À Maidenhead, l'unité d'optimisation de tension montre des résultats probants. En ajustant la tension électrique fournie aux équipements, elle réduit jusqu'à 8% la consommation d'énergie. Depuis sa mise en service, elle a permis d'économiser 470 000 kWh et d'éviter 85 tonnes de CO<sub>2</sub>. Cette initiative démontre l'impact concret d'investissements ciblés dans l'efficacité énergétique sur notre trajectoire de décarbonation.

## Corby



Le site de Corby a brillamment réussi son audit SMETA, qui évalue les pratiques en matière de santé et sécurité, de non-discrimination et de risques sociaux. Cette réussite, fruit d'un important travail collectif, valorise l'engagement des équipes en matière d'éthique et de responsabilité sociale.



## Taunton

Le site de Taunton a remplacé deux surgélateurs par des modèles fonctionnant au CO<sub>2</sub>, un réfrigérant bien moins impactant pour le climat. Cette modernisation permet de retirer 280 tonnes de CO<sub>2</sub>e du registre F-gas et marque une avancée importante dans la réduction de notre empreinte liée aux fluides frigorigènes.

# Gouvernance au service de la mission

## Nos parties prenantes



Une consultation auprès de nos parties prenantes a été réalisée en 2024 dans le cadre de la préparation à la CSRD et la réalisation de l'analyse de Double Matérialité.

**En interne** nous avons obtenu des réponses d'une bonne représentativité de nos sites ainsi que de nos métiers, en plus de l'ensemble de notre COMEX.

**En externe** des fournisseurs nous ont donné leur avis, accompagnés par nos investisseurs, des associations et fédérations professionnelles et quelques clients.

## Organisation du comité de mission

Le Comité de mission a été créé en octobre 2023 et s'est réuni deux fois en 2025. Les travaux ont porté sur la revue des indicateurs par rapport aux objectifs opérationnels : par exemple, l'indicateur sur l'engagement des fournisseurs à respecter la charte achats responsables est-il le plus pertinent et suffisant pour évaluer que les fournisseurs sont « responsables » ? Les objectifs et indicateurs seront challengés en 2026.

Ces rendez-vous ont lieu soit en visio soit en présentiel au sein de notre siège social à Montigny-le-Bretonneux. Chaque membre externe a signé le règlement intérieur. Le comité s'est investi dès le premier rassemblement et a vite intégré l'activité et les enjeux environnementaux et sociétaux du groupe. Pour ce deuxième rapport de mission, le comité a challengé les objectifs et indicateurs, ce qui a permis d'en confirmer la plupart et d'en challenger d'autres pour les années à venir.

Les comptes rendus de comité sont envoyés aux membres qui les amendent si nécessaire. Les membres du Comité apportent leur éclairage sur le contenu du rapport de mission ainsi que leurs avis présents en fin de rapport.

## Intégration avec la gouvernance de l'entreprise

Lors du rachat par le groupe Emmi en octobre 2024, la Holding Mademoiselle Desserts a été renommée Indulgent Moments, mais a conservé l'organigramme existant. La raison d'être ainsi que les objectifs statutaires ont été rédigés lors de plusieurs sessions de travail et de brainstorming avec de nombreux Managers de Mademoiselle Desserts en 2022. Ce travail a abouti au « Manifesto », base de rédaction des objectifs statutaires et opérationnels.

Le lien entre le comité de mission et les instances de Gouvernance de l'entreprise se fait à travers notamment la coordinatrice RSE, en lien direct avec le Président et la Vice President Strategy & Finance de Emmi, ainsi qu'avec l'équipe RSE du Groupe.

Le périmètre des activités « Mademoiselle Desserts » s'intègre peu à peu au reporting extra-financier du groupe Emmi et en 2026, l'ensemble des indicateurs sociaux et environnementaux sera collecté selon les fréquences définies par Emmi. En complément, les données, actions et indicateurs nécessaires aux certifications B Corp, Ecovadis, Société à mission... sont également suivis.



Le système de management de la RSE se structure et l'intégration à l'équipe Sustainability du groupe se renforce, par exemple, lors des Sustainability Days à Lucerne, là où se situe le siège social de Emmi. Certaines politiques, procédures... pourront être mises en commun notamment lors de la création de la nouvelle identité Desserts du groupe au second trimestre 2026, intégrant en plus du périmètre Mademoiselle Desserts, les usines de pâtisseries italiennes et américaines.

## Périmètre de la mission

Indulgent Moments, société mère du groupe Mademoiselle Desserts, a pris la qualité de société à mission en 2023, embarquant les 12 sites qui la constitue. À la suite de son intégration au groupe suisse Emmi, un nouveau pôle « Desserts » vient réunir les sites de Mademoiselle Desserts historiques ainsi que les sociétés spécialisées dans les desserts d'Emmi. Bien que la société à mission se limite officiellement au périmètre initial, nous avons souhaité étendre quelques objectifs sur le nouveau périmètre afin d'intégrer nos nouveaux collègues de façon progressive. Vous lirez donc occasionnellement la référence aux sites d'Emmi Desserts (Italie/USA).



▲ Barbara ▲ Katleen

## Équipe RSE

Chacun des sites pilote la RSE au quotidien avec les équipes et grâce à nos coordinatrices Phoebe au UK, Valérie aux Pays-Bas & Belgique, Katleen et Barbara en France. Deux fois par mois, nous échangeons sur les actualités RSE, actions en cours, progrès ou difficultés, en visioconférence.



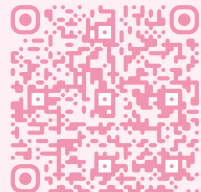
▲ Valérie ▲ Phoebe



# Nos valeurs



“L'ambiance est bonne et j'apprécie mes collègues. Dans mon métier, on a besoin d'être ouvert d'esprit, à l'écoute des gens et capable de prendre des décisions rapidement.

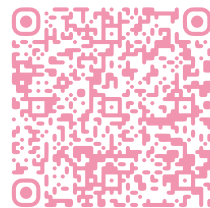


[découvrir l'interview](#)

*Thijs*  
CHEF CUISINIER  
Weert



“J'aime aussi beaucoup le travail en équipe, qu'on puisse être solidaires les uns avec les autres et travailler dans la bonne humeur.



[découvrir l'interview](#)

*Nadège*  
CONDUCTRICE  
DE LIGNE  
Thenon

“J'ai eu un parcours très atypique, avant je travaillais dans l'animation pour enfants et adultes handicapés et après j'ai voulu changer de voie complètement et je suis partie chez Mademoiselle Desserts qui m'a proposé un poste chez eux.

*Anthony*  
AGENT  
DE PRODUCTION  
Tincques



[découvrir l'interview](#)



[découvrir l'interview](#)

“S'il y a des problèmes avec les machines, j'aime les résoudre, j'apprécie les défis.

*Béatrice*  
CONDUCTRICE  
DE LIGNE  
Broons

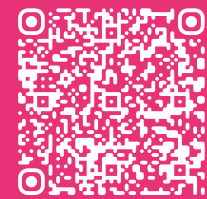


## Bienveillance

## Audace



“C'est agréable de travailler sur des produits qui sont colorés, beaux et bons.

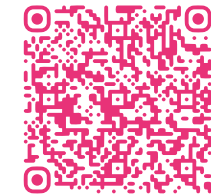


[découvrir l'interview](#)

*Nathalie*  
CONDUCTRICE DE LIGNE  
Renaison

“Ce qui me plaît dans mon métier c'est de voir le travail accompli, l'usine propre, les machines propres et rendre un outil de travail propre et agréable à l'équipe qui commence le matin.

*Vincent*  
COORDINATEUR  
EQUIPE DE NETTOYAGE  
Saint-Renan



[découvrir l'interview](#)



## Plaisir

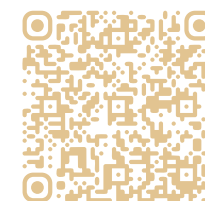
“Quand je pense à l'engagement, je pense immédiatement à mon équipe. Jour après jour, ils se surpassent pour que tout se déroule sans accroc. Nos équipes de la chaîne d'approvisionnement et de l'entrepôt travaillent sans relâche pour que les livraisons et les entrées soient effectuées dans les délais. La qualité nous permet de respecter nos engagements et d'obtenir systématiquement d'excellents résultats lors des audits. En cas de panne imprévue, notre équipe technique intervient avec une créativité et des compétences en résolution de problèmes qui ne cessent de m'impressionner. Tous ces efforts permettent à nos équipes de production et de conditionnement de se concentrer sur la réalisation d'un service impeccable. Je suis vraiment fier et profondément reconnaissant du dévouement et de l'esprit d'équipe dont je suis témoin chaque jour. Voilà à quoi ressemble l'engagement – et c'est une véritable source d'inspiration.



*Piet*  
PLANT MANAGER  
Waregem

“Dans mon service, tout est fait à la main : la découpe, la décoration, absolument tout. Normalement, il nous faut 6 à 7 personnes sur cette chaîne, donc il faut compter 45 minutes pour une fournée.

[découvrir l'interview](#)



*Ranifa*  
FINISHING DEPARTMENT  
SUPERVISOR  
Maidenhead



## Engagement

# “S’engager chaque jour pour offrir à tous le meilleur de la pâtisserie”

→ Telle est notre raison d’être

## 1 Fabriquer des produits surgelés, à coup sûr, accessibles, bons, beaux, sains et sûrs



- Maintenir la garantie du respect de la sécurité des denrées alimentaires et de la qualité nutritionnelle des produits sur l’ensemble des sites
- Assurer l’accessibilité des produits pour toutes les populations
- Matérialiser l’engagement plaisir de produits bons et beaux pour le consommateur

- Orienter nos achats de matières premières et d’emballages grâce à des partenariats avec des fournisseurs responsables
- Réduire de 30% les émissions de GES, scopes 1, 2, 3, à 2030
- Partager en transparence nos engagements et inspirer notre écosystème

## 2 Pratiquer la transparence à travers une approche entière, responsable, soucieuse de son impact sur la santé et sur l’environnement



## 3 Faire grandir chacune de nos collaboratrices et chacun de nos collaborateurs, en veillant à promouvoir nos valeurs



- Faire de la Santé, Sécurité, Droits de l’Homme, non discrimination et anti harcèlement, une priorité pour nos équipes
- Permettre et encourager la formation
- Engager les collaborateurs Managers/cadres dans la démarche RSE de l’entreprise

## 4 Asseoir notre ancrage local et rural



- Développer l’attractivité locale de nos sites
- Soutenir les actions locales à chaque site

# Notre comité de mission



En tant que Directeur Marketing et Communication chez Mademoiselle Desserts, je suis fier de m'engager au sein du comité de mission. Mon rôle me permet de contribuer à l'alignement entre notre raison d'être, nos actions concrètes et la manière dont nous les partageons avec l'ensemble de nos parties prenantes. Le comité de mission est un espace essentiel de réflexion et d'exigence collective, au service d'une communication responsable, sincère et porteuse de sens.

*Matthieu Bernet*

DIRECTEUR MARKETING, DÉVELOPPEMENT ET COMMUNICATION  
Mademoiselle Desserts



L'intégration au comité de mission reflète notre volonté collective de renforcer nos engagements sociaux, sociétaux et environnementaux. Ce comité soutient des initiatives qui favorisent la justice, l'équité, la diversité et l'inclusion, tout en plaçant le bien-être et le développement des compétences des collaborateurs au cœur de nos pratiques RH. Nous veillons également à offrir aux consommateurs des produits respectueux de l'environnement, car la pâtisserie est avant tout un plaisir que nous avons la responsabilité d'associer à des démarches durables et responsables. Ensemble, nous faisons évoluer nos actions pour répondre aux attentes de nos collaborateurs, de nos clients et de la société.

*Ophélie Gelineau*

RESPONSABLE DES RESSOURCES HUMAINES ET PROJETS TRANSVERSES  
Mademoiselle Desserts



Impliqué depuis deux ans dans le Comité de Mission, je salue les efforts louables et les avancées concrètes en matière de RSE. Ces actions sont le reflet d'une vision solide et de valeurs partagées. Dans un contexte mondial marqué par un recul de l'engagement général, il est absolument crucial de ne pas dévier de cette trajectoire responsable. Maintenir ce cap RSE renforce notre exemplarité et notre pertinence future. Continuons collectivement à promouvoir cette démarche essentielle.

*Nicolas Bonnetot*

DIRECTEUR DES PRODUITS FRAIS  
AUCHAN FRANCE



Depuis plus de quinze ans, Mademoiselle Desserts mène une démarche RSE ambitieuse, reconnue en 2022 par l'obtention de la certification B Corp qui a été renouvelée en 2025. Nous souhaitons franchir une nouvelle étape : nous donner les moyens de progresser encore, de bénéficier du regard exigeant du Comité de mission et de déployer des initiatives toujours plus responsables. Adopter le statut de Société à Mission s'impose ainsi naturellement, en cohérence avec nos valeurs de Bienveillance, d'Audace, de Plaisir et d'Engagement.

*Barbara Bosquette*

COORDINATRICE RSE GROUPE  
Mademoiselle Desserts



L'engagement RSE authentique de Mademoiselle Dessert se reflète dans son statut d'entreprise à mission et dans la qualité des discussions du comité qui viennent encourager l'entreprise à aller encore plus loin dans sa transformation, avec exigence et pragmatisme. Cette première année a permis de poser les bases des objectifs statutaires et opérationnels de l'entreprise, socle fondateur des projets à déployer dans les mois et années futures. En tant qu'entreprise du secteur agro-alimentaire, Mademoiselle Dessert a notamment un rôle important à jouer dans l'accompagnement de ses fournisseurs et la transformation des pratiques agricoles nécessaires à la transition climatique.

*Blandine Surry*

DIRECTRICE GÉNÉRALE  
4 GOOD CONSULTING



Fièvre d'avoir rejoint le comité de mission de Mademoiselle Desserts ! L'engagement RSE n'est pas seulement une ambition : c'est une responsabilité collective qui guide nos actions au quotidien. En tant que Directrice Comptable, je suis convaincue que la finance a un rôle clé à jouer dans cette transformation. La fiabilité de nos données RSE commence dès leur collecte et leur traitement. Mon objectif ? Contribuer à bâtir une « finance RSE », où les indicateurs financiers et extra-financiers dialoguent pour donner du sens à nos décisions et renforcer notre impact positif. Parce que la performance durable se construit ensemble, je suis heureuse de collaborer avec toutes les équipes pour faire de notre mission une réalité concrète.

*Maia Jeribi*

DIRECTRICE COMPTABLE  
Mademoiselle Desserts



J'ai renouvelé ma participation au comité de suivi de mission pour contribuer au renforcement de la gouvernance de Mademoiselle Desserts en matière d'impact sociétal. L'année écoulée a confirmé une dynamique d'amélioration continue et une capacité d'adaptation solide, dans un contexte d'intégration à un groupe international où les attentes en matière d'exemplarité se renforcent. Dans ce cadre, je m'efforce d'apporter un regard indépendant et structuré, en mobilisant mon expertise des emballages et des filières agricoles et agro-alimentaires. Mon intention est de contribuer à la rigueur de l'analyse, de questionner les orientations retenues et de veiller à la cohérence entre les engagements statutaires et les résultats observés.

*Marielle Sarrat*

DIRECTRICE QUALITÉ HYGIÈNE ENVIRONNEMENT  
& RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES  
HINOJOSA PACKAGING FRANCE



# 1 Fabriquer des produits surgelés, à coup sûr, accessibles bons, beaux, sains, et sûrs



Conjuguer plaisir et exigence, telle est notre ambition au quotidien. Derrière chaque produit, il y a la volonté de garantir la sécurité alimentaire, la qualité nutritionnelle et l'accessibilité au plus grand nombre, sans jamais renoncer au plaisir ni à la créativité. Nous relevons le défi d'innover en permanence pour répondre aux attentes des consommateurs et anticiper les tendances. De la sélection des ingrédients à la maîtrise des procédés, chaque étape est pensée pour offrir des produits surgelés qui font rimer gourmandise et confiance. Découvrez comment nous transformons cette promesse en réalité, année après année.



Maintenir la garantie du respect de la sécurité des denrées alimentaires et de la qualité nutritionnelle des produits sur l'ensemble des sites

Chaque nouvelle société du groupe doit être intégrée aux programmes CLEAN M/NUTRI M

OBJECTIF 2025

100%

de sociétés du groupe intégrées aux programmes Clean M et Nutri M

RÉSULTAT 2025

100%

des sociétés intégrées aux programmes Clean M et Nutri M

OBJECTIFS 2026

CLEAN M : objectif défini en mars 2026  
NUTRI M : moins 1% de sucre par an

En 2025, nous avons poursuivi l'intégration progressive des nouvelles entités dans nos programmes internes CLEAN M et NUTRI M, afin de garantir un niveau homogène d'exigence sur l'ensemble du groupe. Après avoir atteint 100% de sites intégrés fin 2024 (contre 91% en 2023), une première session de travail dédiée a été organisée avec EDITA (Emmi Desserts Italia) en juillet 2025. Cette étape marque le démarrage opérationnel de l'alignement de ces nouveaux savoir-faire sur nos standards d'amélioration des recettes et de profil nutritionnel. L'objectif pour 2026 est de poursuivre cette dynamique à l'échelle du périmètre Desserts de Emmi, en veillant à ce que chaque nouvelle société rejoigne les programmes CLEAN M et NUTRI M de façon progressive.

Pour piloter cette démarche, nous classons les additifs et ingrédients en **quatre catégories**, chacune associée à un plan d'action spécifique :

**Catégorie B** : retrait ou remplacement dès que possible dans les recettes existantes, et interdiction en développement de nouveaux produits.

**Catégorie A** : utilisation limitée, avec un objectif de remplacement dès que possible.

**Catégorie AA** : utilisation autorisée

**Catégorie AAA** : niveau cible, avec pour ambition d'atteindre des produits 100% AAA.

Chacun de nos produits sont classés en fonction de leurs ingrédients pour identifier quels sont nos produits "Clean", c'est-à-dire qui contiennent uniquement des ingrédients de catégorie AAA ou AA. A contrario, nous avons identifié les produits à améliorer et lancé différents projets de R&D afin de changer leurs recettes.



Notre programme interne CLEAN M vise à améliorer les listes d'ingrédients en se concentrant sur la suppression ou le remplacement d'additifs (conservateurs, colorants...) et de certains ingrédients comme la gélatine ou les huiles hydrogénées. Cette politique s'appuie à la fois sur des études scientifiques et des recommandations externes, ainsi que sur les spécifications de nos clients. Par exemple, l'E407 (carraghénanes) a été déclassé à la suite de publications récentes et de demandes de plusieurs clients.



Concrètement, plusieurs « Clean M wins » illustrent cette démarche en 2025 :

En France, **une recette de flan** est désormais formulée sans amidon modifié, grâce notamment à l'utilisation de caroube et à un meilleur contrôle du procédé de fabrication.

**Les tropéziennes** font l'objet d'une implémentation progressive de recettes "clean" : 50% de la gamme est déjà clean.

**Les mini beignets POZZ** sont proposés sans E471, avec des fourrages fruits « clean ».

Sur le site de Weert, de nouveaux produits clean ont été lancés, comme **le CRUNCHIZZ**, classé AA, le KAPLA, sans additif, et le Bake Off Millefeuille, développé en version clean.

En 2025, le système de calcul CLEAN M a évolué pour intégrer un score unique qui agrège les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie des produits. Le système s'appuie sur la base de données Agribalyse (par ingrédient), des analyses de cycle de vie spécifiques, la base de données de l'ADEME et les travaux menés dans le cadre de FRET21.



L'année 2025 a également marqué une nouvelle étape dans le déploiement international de CLEAN M. L'équipe en charge des programmes produits Clean M & Nutri M s'est rendue en Italie fin juillet pour découvrir les produits et les usines d'EDITA (Emmi Desserts Italia). Les premiers échanges constructifs ont permis de commencer à travailler à l'extension de ces projets d'amélioration continue.



Réaliser les certifications IFS et/ou BRC pour les sites où elles arrivent à échéance ou n'ont pas été réalisées précédemment

OBJECTIF 2025

Maintenir les certifications annuelles

RÉSULTAT 2025

100%

de sociétés certifiées IFS et/ou BRC

OBJECTIFS 2026

Maintenir les certifications annuelles

IFS Food

BRCs Food Safety CERTIFICATED

L'exigence en matière de sécurité des denrées alimentaires reste un socle incontournable pour l'ensemble de nos sites. Les certifications telles qu'IFS (International Food Standards) et BRC (British Retail Consortium) imposent des exigences strictes en matière de sécurité alimentaire, d'hygiène, de traçabilité et de contrôle qualité sur l'ensemble de la chaîne de production. Elles requièrent la mise en place de procédures documentées, la gestion des risques (HACCP), la formation continue des équipes et des audits réguliers. En 2025, l'indicateur de suivi confirme le maintien de 100% de sites certifiés IFS/BRC, sans aucun retrait de certificat.

Les audits de renouvellement se sont déroulés avec succès, à l'image du site de Maidenhead qui a passé avec succès son audit BRC inopiné, incluant le module Gluten Free. Le site a retrouvé sa note AA+, avec seulement deux non-conformités mineures, clôturées rapidement. Les retours de l'auditeur soulignent la bonne maîtrise des zones de production et l'implication des équipes. C'est le cas aussi pour le site Waregem qui a obtenu en cette fin d'année le plus haut score pour IFS et BRC. L'auditeur a été impressionné par l'ordre, la culture qualité et le système de traçabilité du site.

La moyenne pour l'ensemble des sites est 96.9% pour IFS et A+ pour BRC. L'objectif pour 2026 est de maintenir ces certifications annuelles sur l'ensemble du périmètre, en poursuivant le travail de préparation, de sensibilisation et d'amélioration continue.

Mettre en place des produits adaptés aux régimes alimentaires, Indice Glycémique Bas et « Végétal »

OBJECTIF 2025

+10%

de croissance du nombre d'offres IG Bas

+4,5%

de croissance du nombre d'offres « Végétal »

RÉSULTAT 2025

-12,9%

produits IG Bas (27 produits)

+4,9%

produits « Végétal » (86 produits)

OBJECTIFS 2026

Repositionnement de l'offre "Oh oui!" en "réduite en sucre" et développement d'une gamme spécifique.

Végétal en France : pâtisseries avec trajectoire Decarb "hybride beurre/MGV" ET solutions végétales en cours de travail pour être prêt et offrir des solutions alternatives

En 2025, nous avons poursuivi le déploiement de produits adaptés aux attentes des consommateurs en matière de nutrition et d'ingrédients végétaux, tout en intégrant les évolutions du marché plus complexe qu'anticipé.

Notre gamme à Indice Glycémique bas est passée de 30 à 27 références avec une baisse de 20% du chiffre d'affaires. Le message « indice glycémique bas », jugé très technique et perçu comme un marché de niche, parle peu aux consommateurs.

Nous avons donc engagé un repositionnement de la gamme Oh Oui ! autour de la promesse « réduite en sucre ».

Nous poursuivons également la réduction de sucre sur une sélection de pâtisseries via le programme Nutri M.

Notre objectif pour les prochaines années est clair : désucrier nos pâtisseries.

Concernant l'adaptation des offres « végétales », des tendances disparates se retrouvent en France comparativement au UK.

En France, la tendance du "tout végétal" en pâtisserie ne se confirme pas. Le nombre de références végétales a reculé de 48%, avec une baisse équivalente du chiffre d'affaires, dans un contexte où les consommateurs cuisinent davantage leurs propres pâtisseries vegan ou se tournent vers des circuits spécialisés. Nous avons ainsi décidé d'arrêter la marque Dodo Cookie fin 2025, tout en conservant le savoir-faire pour de futurs développements clients.

Nos travaux se concentrent désormais sur des pâtisseries à trajectoire Décarb', avec des recettes « hybrides beurre/ matières grasses végétales (MGV) » et des solutions végétales en cours de développement pour proposer des alternatives alignées avec nos objectifs de décarbonation.



LE VEGAN FOOD AWARDS 2025

Ce prix, sponsorisé par Peta, a été attribué à la tarte aux pommes et à la crème pâtissière vegan. Bravo aux équipes de Corby pour avoir lancé ce fantastique dessert qui a eu une très bonne réception par nos clients !

Au UK en revanche, le chiffre d'affaires des produits vegan est en progression de 10%. De nombreuses innovations végétales et « Better for you » se déploient au Royaume-Uni, comme le Cinnamon Bun vegan, la Vegan Pecan Pie, ou encore les cheesecakes Plant-based Mango & Passion Fruit et Neapolitan, qui illustrent notre capacité à concilier plaisir, végétal et nutrition. Au UK, l'indicateur du nombre de produits vegan confirme une hausse de l'offre, avec **79 produits en 2025** contre 72 en 2024.



Nos sites mettent en œuvre ces orientations de manière concrète :

À Valade, nous avons validé des tests de réduction de sucre de 15% dans certaines recettes de flans, ainsi qu'une réduction de 15% du sel dans la pâte feuilletée. Des essais de diverses farines sont en cours sur les pâtes feuilletées.

Nous prévoyons également d'augmenter la part de **matières grasses végétales** pour réduire les acides gras saturés.

Au Royaume-Uni, nous avons développé une gamme « Better for you », avec des guides précis : moins de 400 kcal par portion, 6 g de fibres pour 100 g, 20% de l'énergie apportée par les protéines et une teneur en sel conforme aux recommandations gouvernementales (0,4–0,6 g).

Nos prochaines étapes incluent l'étude d'ingrédients favorables à la santé intestinale (graines, kéfir, etc.), le développement d'un cheesecake riche en protéines et l'exploration d'alternatives sans produits laitiers pour la crème et le beurre.

À Waregem, des tests de réduction du sucre et du sel sont prévus pour adapter progressivement les recettes aux objectifs Nutri M.



Le programme **NUTRI M** structure notre démarche pour améliorer le profil nutritionnel de nos pâtisseries, en cohérence avec nos engagements de réduction du sucre, du sel et des acides gras saturés, et d'augmentation des fibres.

**Nutri M repose sur quatre piliers :**

- **Matières grasses et acides gras saturés** : suivre nos objectifs de décarbonation et privilégier des ingrédients riches en acides gras polyinsaturés.
- **Objectif de réduire de 8% le sel et le sucre** d'une sélection de produits.
- **Fibres** : travailler sur la teneur en cendres des farines et évaluer l'impact de l'utilisation de farine T65 ou plus sur les aspects technologiques, économiques et nutritionnels.
- **Protéines** : développer une gamme de produits avec un enrichissement spécifique en protéines.



## Matérialiser l'engagement plaisir de produits bons et beaux pour le consommateur



Réaliser un ou plusieurs panels consommateurs sur les produits identifiés comme « stratégiques »

OBJECTIF 2025



de produits « bons et beaux » suite panel consommateurs

RÉSULTAT 2025

1 panel mini beignets réalisé sur 3 recettes

OBJECTIFS 2026

France : Déployer le RAG\* pour renforcer la culture qualité produits

En 2025, nous avons mené un panel consommateurs dédié à une famille unique de produits : les mini beignets.

L'étude, réalisée en présentiel auprès de 90 consommateurs réguliers de mini beignets, comparait trois recettes Mademoiselle Desserts (*pur beurre, POZZ – avec moins de beurre –, sans beurre*) à trois recettes concurrentes. Les participants ont évalué les produits sur l'intention de consommation, le goût, la texture, l'odeur, l'aspect, l'intensité sucrée et l'intention de re-consommation.

Les résultats montrent que **nos recettes Pur Beurre et POZZ se démarquent**. Elles bénéficient d'une intention de consommation avant dégustation entre 18 et 25% plus élevée, par rapport aux autres marques testées. Après dégustation, cette attractivité se confirme : nos mini beignets obtiennent une meilleure appréciation globale du goût et du fourrage, et conservent un niveau d'intention de re-consommation 30% plus élevée, quand les produits concurrents sont davantage jugés déceptifs.

Le bilan général souligne que nos mini beignets se distinguent par leur **moelleux**, leur fourrage jugé **généreux** et **qualitatif** et un niveau de **sucrage perçu comme juste** par la majorité des répondants.

Ce panel nous permet de mieux nous positionner face à la concurrence. Sur cette base, nous avons lancé un plan d'actions et préparons la suite de la démarche pour 2026 : mise en place d'une grille RAG (*Red / Amber / Green*) pour qualifier nos recettes, retravail des produits lorsque nécessaire, et réalisation de **deux nouveaux panels** sur des familles phares, **les muffins et les flans**, afin de confirmer notre positionnement « best in class » sur nos produits leaders. En effet, l'objectif 2025 n'a pas pu être atteint suite à la réorientation stratégique décidée par Mademoiselle Desserts afin de se recentrer sur les familles phares et donc de modifier l'objectif en cours d'année.

*\*méthode visuelle qui permet d'évaluer et prioriser les risques ou défauts dans un processus qualité grâce à un code couleur.*



### PÉPITES DE LA BOULANGERIE 2025

Nos Mini tropéziennes orange saveur mangue-passion ont été sélectionnées **lauréates des Pépites de la boulangerie 2025** dans la catégorie Pâtisseries ! Cette distinction est une reconnaissance de nos produits « bons et beaux » et une grande réussite pour toutes les équipes qui ont contribué à cette gamme de tropéziennes colorées. Ce sera l'occasion de belles mises en avant lors de la remise des prix au salon Bake and Snack 2026, sur les réseaux sociaux et sites internet de la FEB et par des magazines spécialisés.

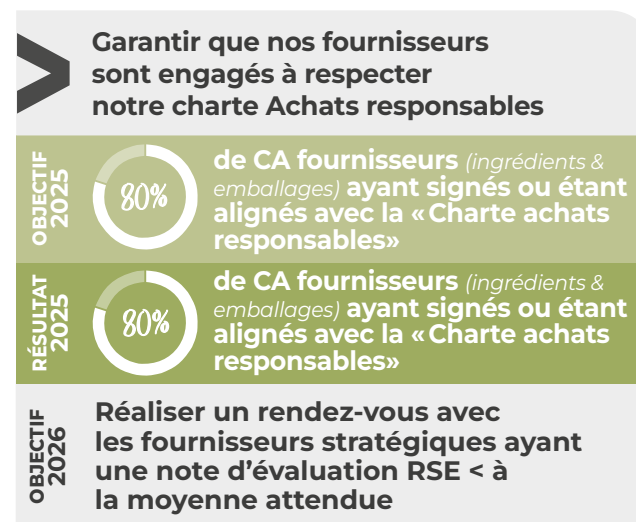
# 2 Pratiquer la transparence à travers une approche entière, responsable, soucieuse de son impact sur la santé et sur l'environnement



La transparence ne se décrète pas, elle se construit dans la durée et l'action. Nous avons choisi de rendre compte de nos pratiques, de nos progrès et des défis qui restent à relever. Notre démarche vise à donner à chacun – clients, partenaires, collaborateurs – une vision claire de nos engagements et de leur impact, tant sur la santé que sur l'environnement. Audits, certifications, communication ouverte : nous multiplions les initiatives pour renforcer la confiance et faire avancer tout notre écosystème vers plus de responsabilité.



• Orienter nos achats de matières premières et d'emballages grâce à des partenariats avec des fournisseurs responsables



En 2025, nous avons poursuivi le déploiement de notre charte achats responsables auprès de nos fournisseurs stratégiques, avec un taux d'adhésion de 81% du chiffre d'affaires fournisseurs fin 2025 et un objectif de 80%. Ce travail couvre à la fois les emballages et les ingrédients.

Sur les ingrédients, nous avons renforcé de manière significative notre collaboration avec les fournisseurs pour faire évoluer les filières agricoles. Si l'on se penche sur la filière Farine, nous sommes désormais partenaires de la Sustainable Wheat Initiative Europe qui engage notamment à utiliser de la farine décarbonée à hauteur de - 30% à 2030 (versus 2022).

En allant à la rencontre de nos partenaires engagés dans l'agriculture régénérative, nous avons pu observer directement leurs pratiques : travail du sol, rotation des cultures, couverture végétale, gestion des intrants... Ces échanges de proximité nous permettent de mieux comprendre les leviers d'une production agricole vertueuse, pour le sucre ou la farine par exemples.



Ils renforcent notre capacité à proposer à nos clients des alternatives durables tout en consolidant notre stratégie de décarbonation de la chaîne de valeur agricole. Ainsi la farine plate utilisée sur le site de Valade est certifiée Agriconfiance et Bas carbone. Nous avons à l'été 2025 signé un contrat tripartite avec notre fournisseur historique Périgord Farine et la coopérative La tricherie située à Poitiers. Cette contractualisation nous donne une meilleure visibilité sur l'origine des céréales, les pratiques agronomiques mises en œuvre et les gains attendus.

Nous nous préparons activement à l'entrée en vigueur du règlement européen contre la déforestation et la dégradation des forêts (RDUE), prévu pour le 31 décembre 2026, en travaillant étroitement avec nos fournisseurs pour garantir la conformité de leurs approvisionnements. Cela implique un renforcement de la traçabilité, afin d'assurer que les produits concernés par le règlement sont exempts de déforestation et respectent les obligations légales et sociales.



À l'image de notre huile de palme, déjà 100% certifiée RSPO SG, nous faisons évoluer nos approvisionnements pour que notre cacao soit également issu à 100% de schémas de certification durables d'ici 2026.

Le service informatique s'engage également dans une démarche d'achats responsables, avec des actions déjà concrétisées et d'autres en préparation.

À ce jour, la majorité des matériels informatiques achetés sont issus de fournisseurs reconnus pour leur engagement RSE (serveurs, PC, imprimantes, équipements réseaux), et des demandes spécifiques sont adressées pour obtenir des garanties sur les politiques RSE.

Une analyse de l'empreinte carbone des équipements est en cours pour identifier les matériels les plus impactants et orienter les futurs choix. Des alternatives durables ont déjà été étudiées pour réduire l'utilisation de consommables (cartouches, accessoires jetables). Les achats de matériel reconditionné ainsi que l'adoption de batteries rechargeables pour limiter les déchets liés aux piles, figurent parmi les pistes d'amélioration identifiées et seront testées dans les prochaines années en commençant par les achats de smartphones reconditionnés.

**OBJECTIF 2025**

Intégrer chaque nouvelle société du groupe au programme PACK M

100% des sociétés du groupe intégrées au programme «PACK M»

**RÉSULTAT 2025**

100% des sociétés du groupe intégrées au programme «PACK M»

**OBJECTIF 2026**

Intégrer les sites Desserts de Emmi (Italie/USA) au programme Pack M



En 2025, nous avons poursuivi l'intégration de l'ensemble de nos sites dans PACK M. Après les premiers déploiements en France et au Royaume-Uni, une première session de travail avec EDITA (*Emmi Desserts Italia*) a eu lieu en juillet 2025. Cette rencontre a permis de partager nos méthodes, de visiter les usines et de lancer l'extension du programme aux sites italiens, identifiés comme prioritaires compte tenu de leurs volumes d'emballages et de leur expertise sur le sujet. **Notre objectif 2026 est d'intégrer progressivement tous les sites Emmi Desserts afin d'atteindre 100% de sites couverts par PACK M.**

**● Définition :** élaboration d'un Book Pack par marché, mise à disposition de supports de formation et de bonnes pratiques (palettisation, film étirable, etc.) pour renforcer la culture emballage dans les équipes.

- 🐦 **Partage** : formations et échanges entre la R&D, les équipes techniques, les ventes et les référents emballage pour diffuser les retours d'expérience et les solutions efficaces.

A person wearing a red apron with the text "Mademoiselle DESSERTS" in white script and block letters is holding a brown cardboard box. The box is open, revealing four round, dusted pastries in different colors: pink, grey, white, and yellow. The person is also wearing a red and white striped sleeve.

- **Standardisation** : définition de standards logistiques pour les cartons et palettisation avec le suivi du taux de remplissage et autres...

🍃 **Réduction de l'impact environnemental pour les éco-organismes**: limitation des combinaisons d'emballages primaires à 2 ou 3, intégration de matière recyclée dès que possible, prise en compte systématique de l'impact via un calculateur rapide dans les développements. Les projets menés au Royaume-Uni illustrent également cette dynamique: remplacement d'étuis par des étiquettes, repack de certains produits pour optimiser le nombre de caisses par palette, progression des taux d'intégration de plastique recyclé et recyclable....



**En ligne avec le PPWR**, notre stratégie **Pack M** vise à **réduire de 20% les plastiques, avoir 50% de matière recyclée dans les emballages et 95% d'emballages recyclables d'ici 2030**, pour répondre à l'obligation européenne de recyclabilité et à la réduction des déchets plastiques prévue par la réglementation.



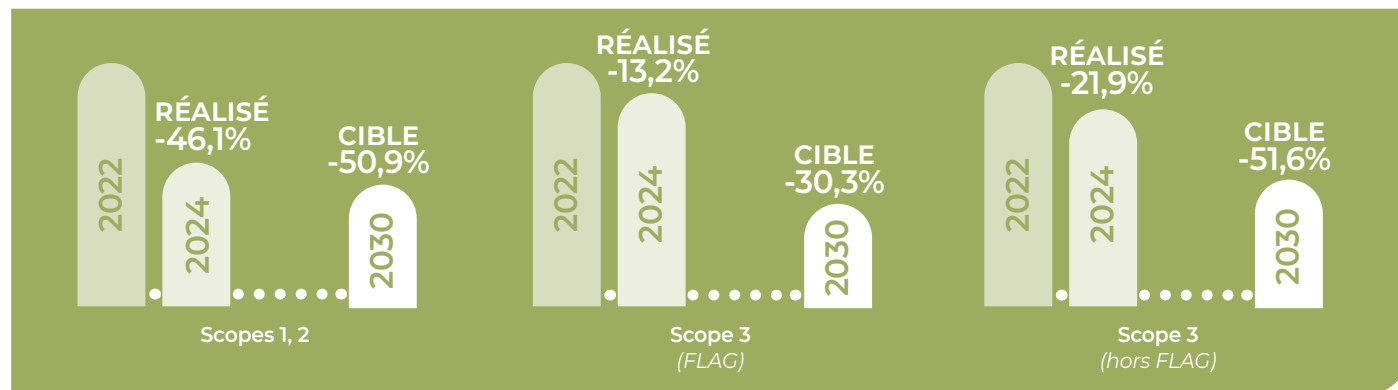
**Phoebe Windsor,**  
chef de projets RSE/  
Décarbonation pour  
les sites UK, s'est  
distinguée en obtenant la  
**certification CIPS Niveau  
3 en achats responsables**  
(Chartered Institute of  
Procurement & Supply).  
Cette qualification  
reconnue à l'international  
atteste de sa maîtrise  
des meilleures pratiques  
en matière d'achats

éthiques, de gestion des risques fournisseurs et d'intégration des critères de durabilité dans les processus d'approvisionnement. Phoebe renforce ainsi la capacité de nos équipes à déployer concrètement la charte achats responsables sur le terrain, en assurant le dialogue avec nos partenaires, la traçabilité des filières et la conformité aux standards les plus exigeants.





🍷 Réduire de 30%  
les émissions\*  
de GES, scopes 1, 2, 3,  
à 2030



OBJECTIF  
2026

À déterminer  
en mars 2026

\* Conformément au champ d'application du SBTi : le périmètre couvert représente 97,24% des émissions des scopes 1 et 2 (au-delà du seuil de 95% exigé par le SBTi) et 80,99% du scope 3 (au-delà du minimum de 67% requis).

La décarbonation est au cœur de notre stratégie depuis 2022. Nos objectifs, validés par la SBTi, visent d'ici 2030 une réduction de 50,9% des émissions scopes 1 et 2, de 51,6% par tonne de produits vendus sur le scope 3 hors produits agricoles, et de 30,3% sur les produits agricoles (FLAG), avec 2022 comme année de référence.

Entre 2022 et 2024, nous avons déjà réduit de 46,1 % nos émissions scopes 1 et 2, principalement grâce à la baisse du facteur d'émission de l'électricité française et à une réduction de 37% des fluides réfrigérants. Sur le scope 3, la baisse atteint 13,2% pour les émissions FLAG et 21,9% hors FLAG. Malgré ces progrès, un écart subsiste et nous mobilisons de nouveaux leviers : achats à plus faible intensité carbone, innovations technologiques, renforcement des filières agricoles et solutions de séquestration...

Nos actions portent sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Côté produits, les trajectoires Décarb' permettent de retravailler les recettes : par exemple, le cake chocolat affiche -25% d'impact environnemental et -22% sur le "score unique" grâce à un mix matières grasses végétales/beurre, avec une baisse de 9% du sucre et de 49% des acides gras saturés.

L'Analyse de Cycle de Vie est utilisée pour cibler les ingrédients à plus fort impact, et des essais de substitution à plus faible impact carbone sont menés (margarine vs beurre, crème de coco vs crème laitière). En 2025, 11% de la farine utilisée est "bas carbone", avec un impact réduit de 20% par rapport à 2022. La comparaison entre l'Alabama Fudge Cake et le Vegan Chocolate Fudge Cake illustre ces choix : ce dernier présente 62% d'émissions en moins.



Sur l'énergie, la consommation a baissé de 4,6% entre 2022 et 2024, l'intensité énergétique de 3,3%, et la part d'énergie renouvelable atteint 5,7%. Depuis avril 2024, nos sites UK sont alimentés à 100 % en électricité renouvelable (scope 2 = 0 pour le UK). Des projets structurants sont en cours : CPPA solaire pour Valade, autoconsommation photovoltaïque à Waregem, passage de Weert à 100% d'électricité garantie d'origine en 2027. À Valade, le gaz consommé provient d'un méthaniseur local. Depuis avril 2025, tous nos sites UK sont passés du gaz naturel au biogaz.

Nous avons également participé à un séminaire regroupant de grands consommateurs d'énergie, des fournisseurs engagés et des experts du secteur. Les échanges, enrichis par les apports du cabinet Carbone 4, ont permis d'identifier plus finement des leviers concrets de réduction des émissions liées à achats d'énergies. La journée s'est conclue par une visite de parc éolien et un benchmark inspirant.



Le service Informatique a déjà engagé plusieurs actions concrètes pour limiter l'empreinte carbone du numérique. Au-delà des obligations réglementaires ou volontaires de dématérialisation (factures, commandes, notes de frais), les impressions ont été rationalisées grâce à la configuration par défaut des copieurs en noir & blanc et recto-verso, ainsi qu'à la centralisation des points d'impression. Les déplacements liés à la maintenance ont été réduits grâce à la gestion à distance des PC/serveurs, tandis que la centralisation et la virtualisation des serveurs, ainsi que la modernisation des centres de données, ont permis d'optimiser la consommation énergétique et de réduire le parc physique. Tous les matériels en fin de vie sont recyclés via la filière D3E. Les prochaines étapes incluent la poursuite de la réduction du parc d'imprimantes individuelles et la mise en place de politiques d'économie d'énergie plus poussées, comme la sensibilisation à l'extinction des appareils inutilisés et l'adoption de batteries rechargeables.



Nous travaillons également à mieux suivre et réduire les pertes matières et les surproductions, en améliorant la fiabilité des prévisions de vente et en structurant les plans d'actions par site, avec un potentiel important de réduction d'empreinte carbone.



Dans le cadre de la loi AGECE, anti-gaspillage pour une économie circulaire, nos sites réalisent la caractérisation des bennes de déchets ne pouvant être valorisés, les DIB (Déchets Industriels Banals). Cette obligation permet également à l'entreprise de mesurer l'efficacité de ses efforts et de comprendre sur quels gisements elle peut encore optimiser sa gestion des déchets. À Valade par exemple, la conformité était de 81.5% et 96.6% en 2026 !



L'ensemble de ces leviers, combinés à la structuration de notre gouvernance climat et l'engagement de nos collaborateurs, comme par exemple celles et ceux de Waregem qui viennent à vélo, doit nous permettre de poursuivre la baisse de nos émissions sur l'ensemble des scopes d'ici 2030. Le bilan carbone 2025 sera disponible au mois de mars 2026, ainsi il n'est pas possible de conclure sur l'atteinte de l'objectif à ce stade.





● Partager  
en transparence  
nos engagements  
et inspirer  
notre écosystème



**FRET21** est un dispositif français lancé par l'ADEME (Agence de la transition écologique) et le ministère des Transports pour accompagner les entreprises dans la **réduction de l'empreinte carbone liée au transport de leurs marchandises**. En rejoignant FRET21, une entreprise définit un plan d'actions personnalisé, fixe des objectifs chiffrés de réduction d'émissions, et bénéficie d'un accompagnement technique pour mesurer et piloter ses progrès.



Au-delà des labels, nous cherchons à partager et diffuser nos actions auprès de nos parties prenantes dans le cadre du **programme Captain'Décarb**.



Le programme **Captain'Décarb** est une initiative Mademoiselle Desserts de sensibilisation et d'engagement des collaborateurs principalement autour des enjeux de décarbonation et de transition climatique. Il vise à donner à **chaque salarié un rôle actif** dans la réduction de l'empreinte carbone de l'entreprise, en diffusant les bons réflexes au quotidien et en favorisant l'appropriation des objectifs climat par tous.



En 2025, notre présence au salon Anuga illustre cette **volonté de dialogue avec le marché**. Pour la première fois, nous avons partagé un **stand commun avec Emmi Desserts Italia et Pasticceria Quadrifoglio**, offrant aux visiteurs une expérience "one-stop" autour d'une large variété de desserts : mini beignets, muffins, feuilletés, lava cakes belges, cheesecakes, traybakes, mini-pâtisseries et desserts à la française, ainsi qu'une gamme complète de spécialités italiennes (*tiramisù, panna cotta, profiteroles, etc.*) destinées à la restauration comme à la Grande Distribution.

Les prochaines étapes consisteront à définir précisément le périmètre du groupe Desserts à intégrer dans ces engagements (*B Corp, SBTi*) à horizon 2026/2027, et à poursuivre les actions de sensibilisation auprès de l'ensemble de notre écosystème pour faire de la décarbonation un sujet partagé, compris et porté collectivement.



Valider en externe les engagements pris via les certifications B Corp et SBTi

**OBJECTIF 2025**  
Renouveler la certification B Corp et valider nos engagements climat par la SBTi

**RÉSULTAT 2025**  
Certification B Corp obtenue & certification SBTi confirmée

**OBJECTIF 2026**  
Définir le périmètre Desserts d'Emmi à engager et l'intégrer dans ces engagements

En 2025, nous avons choisi de faire valider nos engagements climat et RSE afin de renforcer la crédibilité de nos démarches. Nous avons ainsi obtenu le renouvellement de notre certification B Corp, avec une **note de 87,6**, en progression par rapport à notre précédent score de 81,1, et **en intégrant cette fois le site de MD Waregem** dans l'évaluation. Ce résultat reflète le travail mené sur l'éthique des affaires, l'évaluation RSE de nos fournisseurs, la certification de nos sites de production (IFS/BRC), le suivi de notre consommation d'énergie, l'égalité et la formation à l'éthique pour tous.

Entreprise  
Certifiée



La **certification B Corp** distingue les entreprises qui répondent à des standards élevés en matière de **performance sociale, environnementale, de transparence et de gouvernance**. Elle évalue l'impact global de l'entreprise sur ses parties prenantes (salariés, clients, communauté, environnement) et encourage un modèle d'entreprise à mission, engagée au service du bien commun.

En parallèle, notre **trajectoire climat a été validée par l'initiative SBTi en 2025**, confirmant la robustesse de nos objectifs de réduction d'émissions sur l'ensemble des scopes.

Nous l'avons bien évidemment partagé avec tous nos collaborateurs et collaboratrices dans nos newsletters internes par pays. Chaque opportunité pour les engager dans notre démarche, avec pédagogie et en évitant le greenwashing, est un moyen de les motiver pour qu'ils contribuent à notre plan d'action ambitieux.



La **SBTi** (Science Based Targets Initiative) est une initiative internationale qui accompagne les entreprises dans la définition d'objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre alignés avec les recommandations scientifiques du GIEC et l'Accord de Paris. La validation SBTi garantit que **la trajectoire climat de l'entreprise est robuste, ambitieuse et compatible** avec la limitation du réchauffement climatique.

Nous avons également obtenu la médaille Silver Ecovadis, qui vient compléter ce dispositif d'évaluation externe.



**Ecovadis** est une plateforme d'évaluation de la performance RSE des entreprises, basée sur des **critères environnementaux, sociaux, éthiques et achats responsables**. La notation Ecovadis permet de comparer les pratiques des fournisseurs et de valoriser les démarches responsables auprès des clients et partenaires, grâce à un référentiel internationalement reconnu.

Enfin, nous nous sommes engagés sur le dispositif **FRET21**. Notre engagement dans FRET21 a permis de **réduire de 30% l'impact du fret aval**, au-delà de l'objectif initial de -14% entre 2022 et 2025, avec 58% des palettes désormais transportées grâce à des solutions moins carbonées telles que rail-route, HVO100 etc.

# 3

## Faire grandir chacune de nos collaboratrices et chacun de nos collaborateurs, en veillant à promouvoir nos valeurs



En 2025, le développement et le bien-être de nos équipes sont restés au cœur de nos priorités. Cette année a été marquée par des avancées significatives, avec des actions concrètes pour renforcer la qualité de vie au travail et les conditions de travail. Nous avons encouragé l'harmonisation des pratiques et la coopération entre équipes, créant des synergies et renforçant le collectif. L'envie de fédérer s'est traduite par des projets communs et des animations qui ont consolidé la cohésion et l'inclusion. L'accompagnement par la formation a été un levier essentiel, avec des parcours adaptés pour développer les compétences et soutenir l'autonomie. Le taux de fréquence des accidents du travail est cependant en augmentation malgré les efforts engagés et sera particulièrement challengé en 2026. Des investissements à la fois humains et financiers ont été réalisés, avec des résultats comme l'atteinte de la certification ISO 45001 du site de Tincques fin 2025.



Faire de la Santé, Sécurité, Droits de l'Homme, non discrimination et anti harcèlement, une priorité pour nos équipes

### Réduire le taux de fréquence d'accidents de travail chaque année

|               |                           |               |      |
|---------------|---------------------------|---------------|------|
| OBJECTIF 2025 | 10,8                      | RÉSULTAT 2025 | 16,2 |
| OBJECTIF 2026 | à définir en février 2026 |               |      |

En 2025, notre taux de fréquence des accidents de travail s'établit à 16,2 pour le groupe. En France, le taux de fréquence est de 21,59.

Les sites de Broons, Thenon, Saint Renan et Argenton atteignent leurs objectifs respectifs grâce à un collectif fort, une organisation stable, et un leadership sécurité en constante évolution.

Les sites de Valade, Tincques et Renaison n'atteignent pas leurs objectifs car les effectifs ne sont pas suffisamment stables, le turnover interim est très important (+ de 50% des accidents de travail à Tincques sont des accidents de travail Intérimaires), les compétences humaines sont insuffisantes, des recrutements et des formations sont en cours. **Déjà 50 titulaires ont été recrutés sur le site de Tincques à fin 2025.** De plus via le système de elearning, le personnel intérimaire a accès à une formation Sécurité de façon systématique. À Valade, nous renforçons l'animation avec les managers de proximité sur le terrain. À Renaison, également, les équipes sont en cours de formation.

La Sécurité reste un enjeu majeur pour l'ensemble de nos sites. Nous avons poursuivi le déploiement de notre démarche « Safety first » avec plusieurs jalons importants : **la certification ISO 45001 a été de nouveau obtenue pour Valade et, pour la première fois, le site de Tincques a également été certifié ISO45001!** Cela renforce la structuration de notre management de la santé-sécurité.



La norme ISO 45001 est un standard international qui définit les exigences pour la mise en place d'un système de management de la santé et de la sécurité au travail (SST). Elle vise à aider les organisations à **prévenir les accidents, les maladies professionnelles et à améliorer durablement les conditions de travail.**

Au Royaume-Uni, nos trois sites ont à nouveau été récompensés par un RoSPA Award, confirmant la qualité de nos pratiques en matière de prévention.



Le RoSPA Award (Royal Society for the Prevention of Accidents Award) est une distinction britannique qui récompense les entreprises et organisations pour l'excellence de leur gestion de la santé et de la sécurité au travail.

Sur le terrain, de nombreuses actions locales ont été menées pour ancrer cette culture sécurité : **campagnes d'affichage** sur la sécurité en France, **Semaine Sécurité** à Valade (théâtre humoristique sur les comportements professionnels, simulations de conduite, ateliers sur la gestion du stress, quiz final), mise en avant de nos engagements dans la **presse locale**, et organisation de **journées dédiées** comme la Journée Sécurité pour l'ensemble des sites français.



À Thenon, l'unité d'intervention de Périgueux a mené une simulation de risques chimique. L'équipe a dû suivre les procédures internes notamment sur l'**appel d'urgence et le confinement**. C'est un bon moyen de confronter les procédures à la réalité et les mettre à jour.

Certains sites ont franchi des **caps symboliques**, comme Thenon et Waregem, qui ont dépassé les **500 jours sans Accident de Travail Avec Arrêt (ATAA)**.



À Saint-Renan, plusieurs aménagements ciblés ont été réalisés pour améliorer les conditions sur les postes de travail. Le plafond de l'atelier a été refait avec des dalles phoniques, réduisant fortement le bruit des machines. Un **dépilleur de palettes** a été installé pour éviter le port manuel des palettes. Avec l'appui d'un ergonome, le poste de pétrissage a été réorganisé et équipé d'une potence de manutention pour les mottes de beurre et les sacs, ainsi que d'un tracteur de cuves pour déplacer les pétrins pouvant atteindre 500 kg. Enfin, un **système de convoyage des chariots** vers le tunnel de surgélation a été conçu en interne, supprimant l'entrée des opératrices dans le tunnel et réduisant les risques de glissade, d'exposition au froid et au bruit.



Des investissements industriels significatifs ont également été réalisés à Argenton, en particulier sur la ligne chouquette. Trois nouveaux équipements majeurs ont été installés : le **batteur Toneli**, qui permet désormais d'utiliser des cuves de 300 kg et d'automatiser l'alimentation en œufs, limitant ainsi le port de charges lourdes ; de **nouvelles cuves équipées d'un racleur automatique**, alors que les anciennes cuves étaient racclées manuellement ; et un **basculeur automatique de sucre**, remplaçant le chargement manuel au seau. L'ensemble de ces évolutions a permis de faire disparaître le poste le plus pénible du site, celui d'aide pétrin, et de **réduire significativement l'exposition des équipes aux situations à risque**, notamment sur une ligne fonctionnant 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24.

Nous avons par ailleurs renforcé nos actions de prévention santé : à Valade, deux sessions de communication ont été organisées autour d'**Octobre Rose** avec une association locale, et une **formation de préventeurs en santé mentale** (infirmière d'entreprise et responsables de service) est en cours. Des ateliers « **Amma assis** » ont été proposés du 16 au 27 juin 2025 pour favoriser la détente et le bien-être.



À Thenon, des **ateliers et campagnes de communication** ont été menés sur les addictions, le sommeil et l'alimentation. À Tincques, à l'occasion de Movember, l'usine s'est mobilisée sur les **enjeux de santé masculine** avec un petit-déjeuner et des affichages dédiés.

Enfin, le programme **United Heroes**, déjà déployé, a été étendu aux entités italiennes et américaines (équipe Tiramisu), offrant un cadre commun pour encourager l'activité physique, le bien-être et, plus récemment, des défis autour de la protection de l'environnement.



L'ensemble de ces actions vise à faire de la **sécurité et de la santé un réflexe partagé au quotidien**. Pour 2026, nous poursuivrons le suivi des indicateurs et le déploiement de plans d'actions ciblés par site, avec l'objectif de réduire durablement le taux de fréquence des accidents tout en consolidant une culture de prévention et de bien-être au travail.

## Disposer d'un référent Harcèlement/ Discrimination/Handicap par site

**OBJECTIF 2025** Définir les actions et objectifs annuels des référents

**RÉSULTAT 2025** Pas d'actions et objectifs annuels des référents définis

**OBJECTIF 2026** Définir les actions et objectifs annuels des référents

En 2025, chaque site dispose d'un référent **Harcèlement, discrimination, handicap**. Leurs objectifs annuels et actions à mener seront définis en 2026.

Cette **couverture complète** constitue un **socle important** pour prévenir les situations de harcèlement, de discrimination et pour mieux accompagner les situations de handicap. Toutefois, la définition des actions et objectifs annuels associés à ce rôle n'a pas pu être finalisée cette année, en raison notamment du départ du coordinateur initial. Celui-ci a été remplacé mais le temps de recrutement et prise en compte du nouveau poste par le référent n'a pas permis de tenir ces objectifs.

## NOS ÉQUIPES SENSIBILISÉES AU HANDICAP GRÂCE AU E-LEARNING

Nos collaborateurs ont suivi un **module de e-learning dédié au handicap**, l'occasion de mieux comprendre un enjeu majeur : selon l'Insee, 12 millions de Français – soit plus d'une personne sur cinq – sont concernés par une déficience reconnue comme un handicap. Ce parcours a permis de rappeler qu'80% des handicaps sont invisibles et concernent souvent des maladies chroniques ou invalidantes. Grâce à cette formation digitale, chacun a pu **s'informer, déconstruire les idées reçues et renforcer la culture de l'inclusion** au sein de l'entreprise.





● **Permettre et encourager la formation**



● **Engager les collaborateurs Managers/cadres dans la démarche RSE de l'entreprise**

## Formuler les collaborateurs et collaboratrices du groupe grâce à notre catalogue de formation



OBJECTIF 2026  
**Chaque collaborateur a un plan de développement**

En 2025, nous avons poursuivi notre objectif de donner accès à au moins une formation par an au plus grand nombre de collaborateurs. De nombreuses formations ont été mises en place et réalisées, en interne, via le elearning et en externe. L'indicateur du pourcentage de collaborateurs ayant au moins une formation devra être affiné en 2026 pour éviter les double comptages potentiels au niveau des formations réalisées en interne. En 2024, le elearning étant peu déployé, l'indicateur était facilement calculable. Ainsi le résultat 2025 n'est à ce jour pas suffisamment précis pour être communiqué.

Une action significative est la structuration de notre offre via la plateforme elearning de formation en ligne MaD'Campus, qui héberge déjà la formation éthique et accueillera l'ensemble des prochaines formations RSE, notamment celles liées au programme RSE & Décarb'.



Nous avons également structuré notre offre via la plateforme de formation en ligne MaD'Campus, qui héberge déjà la formation éthique et accueillera l'ensemble des prochaines formations RSE, notamment celles liées au programme RSE & Décarb'.

En parallèle, plusieurs programmes locaux ont été déployés :

- à **Tincques**, des formations à la communication managériale factuelle, positive et fédératrice ;
- à **Thenon**, des formations pour les managers, superviseurs et responsables Sécurité / Qualité, complétées par un second niveau de management axé sur la connaissance de soi et la communication ;
- à **Argenton**, des actions de validation et de développement des compétences dans le cadre du « Plan Rebond », le lancement d'un Certificat de Qualification Professionnelle Conducteur de Ligne en septembre 2025 et des formations techniques inscrites au plan 2025 ;
- à **Broons**, un travail de standardisation du parcours d'intégration pour définir un tronc commun et des parcours annexes par métier.
- et sur le **périmètre France**, des formations à la gestion de projet pour les managers, cadres et quelques agents de maîtrise afin de structurer notre manière de faire.

Pour 2026, nous prévoyons de renforcer l'utilisation du Learning Management System en France et de le déployer dans les autres pays, en lien avec les objectifs du groupe Emmi sur le développement des salariés (formation, mobilités internes, talent programs).

## 100% des Managers et cadres ayant un objectif RSE qui conditionne leur rémunération



OBJECTIF 2026  
**Former l'équipe commerciale à la RSE**

En 2025, 100% de nos managers et cadres disposent d'un objectif Décarb' intégré à leur rémunération variable. Cet objectif collectif repose sur la réduction de l'intensité carbone (ID) par rapport à 2022, en prenant en compte les scopes 1, 2 et 3. Il représente 12,5% des 50% de la part collective de l'incentive, avec une grille de modulation en fonction du niveau de réduction atteint : entre une réduction de 7% et supérieure à 16% par paliers.

En 2026, notre objectif est de former les équipes commerciales à la RSE et aux enjeux de la décarbonation.



Au-delà de l'intégration de la décarbonation dans la rémunération variable des managers et cadres, nos équipes s'impliquent concrètement dans la mise en œuvre de la stratégie climat de l'entreprise. Cette implication se traduit par des initiatives ciblées, comme la visite menée en octobre par Antony et Phoebe à Gourds Farm dans le Dorset, un de nos fournisseurs. Cette ferme laitière se distingue par la mise en place de pratiques d'agriculture régénératrice : amélioration de la santé des sols, maintien de la biodiversité, pâturage raisonné et diversification des espèces végétales. Ces actions visent à stocker davantage de carbone dans le sol et à limiter les émissions, tout en produisant une matière première de qualité.

Ce type d'échange sur le terrain permet à nos équipes d'approfondir leur compréhension des leviers de décarbonation dans la chaîne d'approvisionnement et d'identifier les pratiques vertueuses susceptibles d'être valorisées dans nos propres démarches. L'engagement se traduit aussi par le partage de retours d'expérience et la montée en compétence des collaborateurs sur les enjeux agricoles et environnementaux liés à nos matières premières.

En impliquant directement les managers et cadres dans ces démarches, nous renforçons l'appropriation des enjeux climat à tous les niveaux de l'organisation et faisons de la réduction de l'empreinte carbone un objectif suivi collectivement. Cette dynamique, soutenue par des actions concrètes et des partenariats ciblés, s'inscrit dans la volonté de faire progresser l'entreprise vers plus de responsabilité et d'innovation environnementale.





# Asseoir notre ancrage local et rural



Notre histoire s'écrit au plus près des territoires. Nous sommes convaincus que la réussite de notre entreprise passe par le développement de liens durables avec les communautés locales, les partenaires agricoles, les associations et les acteurs économiques de nos régions. Soutenir l'emploi, favoriser l'inclusion, valoriser les produits et savoir-faire nationaux : autant de priorités qui traduisent notre volonté d'être un acteur engagé et utile là où nos usines sont implantées. Parcourez avec nous les initiatives qui font vivre notre ancrage local et rural, et qui donnent du sens à notre action collective.



Développer l'attractivité locale de nos sites

Évaluer et améliorer la Qualité de Vie au Travail sur chacun des sites

OBJECTIF 2025 Mettre en place les plans d'actions suite aux enquêtes QVT

RÉSULTAT 2025 Plans d'action mis en place, et réalisés ou en cours suite aux enquêtes QVT

OBJECTIF 2026 Objectif et indicateur à retravailler en 2026

Nous avons choisi de modifier l'indicateur entre 2024 et 2025, l'enquête QVT étant réalisée tous les deux ans. L'indicateur pertinent pour 2025 est donc la mise en place de plans d'actions suite à ces enquêtes, ce qui a effectivement été réalisé.

Au Royaume-Uni, l'enquête bHeard a été reconduite, avec des résultats en cours d'analyse dans le cadre du dispositif Best Companies. Pour la suite, nous pourrions étudier l'indicateur e-NPS comme piste pertinente pour mesurer la QVT de manière transparente et standardisée, avec l'ambition de valider en interne, d'ici 2027, l'indicateur le plus adapté à notre organisation. De nombreuses initiatives locales ont été mises en œuvre pour améliorer concrètement le cadre de travail et renforcer le sentiment d'appartenance :

À Broons, la salle de pause a été entièrement renouvelée à la suite de l'enquête QVT 2022, offrant désormais un espace plus convivial, mieux équipé et doté d'un tri sélectif, avec un second espace prévu sur un autre bâtiment.



À Argenton, les locaux sociaux ont été réaménagés avec agrandissement de l'espace fumeurs, climatisation de la salle de pause et des vestiaires.

- À Renaison, l'ouverture du patio et de la terrasse du réfectoire permet de créer de nouveaux lieux de convivialité.
- À Thenon, des aménagements extérieurs, abri fumeurs rénové, parasols, réorganisation de certains bureaux, favorisent les échanges inter-services.
- Sur plusieurs sites, des écrans de communication dynamique ont été installés pour mieux partager les informations et valoriser les initiatives locales.

Nous développons également des actions spécifiques autour de la reconnaissance et de l'engagement :

- proposition d'un format « poste du mois / salarié du mois » à Saint Renan,
- journées familiales prévues à Renaison pour faire découvrir les sites aux proches des salariés,
- ateliers « Lunettes relax » à Valade,



ou encore sessions d'information sur la préparation à la retraite au siège entre septembre 2025 et avril 2026.

Les projets comme le "Projet 360" à Tincques, qui vise à améliorer la communication, stabiliser l'organisation, renforcer l'entraide et soutenir le développement des collaborateurs, s'inscrivent dans cette dynamique.



Le développement de l'attractivité locale de nos sites passe aussi par la promotion de nos métiers et offres d'emploi en local. À Tincques, une grande **banderole de recrutement** a été installée. À Broons, durant la semaine de l'Agro-alimentaire, **plusieurs demandeurs d'emploi ont été accueillis dans l'usine** afin de découvrir nos métiers. La même semaine, l'équipe RH du site d'Argenton participait au **Brunch de l'Emploi** à Châteauroux. Les candidats ont pu passer un entretien de recrutement directement après la visite.



L'ensemble de ces actions contribue à améliorer la perception du bien-être au travail et l'attractivité de nos sites au niveau local. En 2026, nous poursuivrons le suivi des **plans d'actions QVT** et travaillerons à la consolidation d'un **indicateur groupe**, afin de mieux mesurer, dans la durée, la part de collaborateurs qui déclarent « se sentir bien dans l'entreprise ».

#### RECONNAISSANCE POUR LA DURÉE DU SERVICE

La Qualité de Vie au Travail (QVT) joue un rôle central dans la fidélisation de nos équipes. Nous constatons que lorsque les conditions de travail sont favorables, les collaborateurs choisissent de s'inscrire dans la durée et de construire leur parcours professionnel au sein du groupe. Nous avons à cœur de valoriser cet engagement : chaque mois, nous célébrons les « durées de service » et mettons à l'honneur les salariés qui franchissent des étapes clés, comme **10, 15 ou 20 ans d'ancienneté**.

Ces moments de reconnaissance témoignent de la confiance réciproque et de l'attachement des équipes à l'entreprise, et participent à entretenir un climat de travail positif et stimulant pour tous.



**Soutenir les actions locales à chaque site**

#### S'approvisionner localement

(= national pour les achats d'ingrédients et d'emballages)

OBJECTIF 2025

70%

RÉSULTAT 2025

58%

d'approvisionnement national, en chiffre d'affaires

OBJECTIF 2026

objectif et indicateur à travailler en 2026

Cet indicateur concerne les approvisionnements de matières premières et emballages du groupe, en part de chiffre d'affaires. Le groupe approvisionne de grandes quantités de beurre et de chocolat, ingrédients qui ont vu leur prix flamber en 2025. C'est une des principales raisons pour laquelle l'objectif n'est pas atteint. En volume et en France par exemple, c'est 86% d'approvisionnement national en 2025. En 2026, la pertinence de cet indicateur sera étudiée comme vu avec le Comité de mission en fin d'année, car d'une part les volumes seraient sans doute davantage représentatifs de l'impact national et d'autre part on peut se poser la question d'un autre indicateur basé sur l'origine des ingrédients et pourquoi pas de l'origine score à regarder.

#### Farine



**100% de la farine est origine France.** Nous travaillons avec plusieurs moulins et certaines références sont issues d'agriculture régénérative et bas carbone. Nous avons récemment signé un contrat tripartite avec notre fournisseur historique Périgord Farine et la coopérative La tricherie située à Poitiers. Cette

contractualisation nous donne une meilleure visibilité sur l'origine des céréales, les pratiques agronomiques mises en œuvre et les gains attendus.

#### Lait

Pourquoi Mademoiselle Desserts s'approvisionne en lait français ? Le lait liquide est reconnu pour sa richesse nutritionnelle et sa traçabilité, la filière française étant encadrée par des normes sanitaires strictes, garantissant un produit sûr, de haute qualité, un goût authentique.



**En choisissant du lait français, nous soutenons les producteurs locaux et contribuons au maintien de l'agriculture nationale.** Des millions de litres de lait sont utilisés chaque année dans nos recettes et particulièrement dans les flans pâtisiers.



#### Chocolat belge

Au cours de l'année écoulée, nous avons de nouveau privilégié les achats nationaux et régionaux, notamment pour le chocolat, notre fierté nationale ! Sur tout le chocolat que nous transformons à Waregem, et il s'agit d'une quantité considérable, **98 % est produit en Belgique**. Nos clients apprécient toujours autant nos pâtisseries, au chocolat belge.

#### Fabrication d'arômes naturels

En 2025 nous avons référencé un **fabricant d'arômes naturels** qui se situe proche de nos sites de production au UK. Ces arômes à base de fruits sont également clean dans le respect de notre programme Clean M. Par exemple, notre Blackberry & Mascarpone Cake contient de la vanille naturelle produit par ce fournisseur.

## Lister les initiatives régionales significatives par site

OBJECTIF  
2025

100%

des sites ayant une initiative locale significative

RÉSULTAT  
2025

100%

des sites ayant une initiative locale significative

OBJECTIF  
2026

Mettre en place un suivi précis sur chaque société

À **Saint-Renan**, nous travaillons avec ELISE Morlaix, un ESAT spécialisé dans la collecte et le tri des déchets (*moules aluminium, films plastiques, papiers de bureau, bouteilles plastiques, bois, etc.*), en complément de VEOLIA qui gère les gros flux (DIB, cartons, ferraille). Cette organisation permet de maximiser la valorisation des déchets tout en soutenant l'emploi de personnes en situation de handicap sur le territoire. Elle illustre notre volonté de combiner performance environnementale et impact social positif.



À **Broons**, nous avons renforcé nos liens avec le territoire en organisant, en partenariat avec Randstad Inhouse et France Travail, une rencontre dédiée aux demandeurs d'emploi du bassin local. Pendant une session de 2 h 30, un groupe de 12 participants a pu découvrir notre entreprise à travers une présentation des métiers et une visite du site. Cette initiative vise à mieux faire connaître nos activités, à susciter des vocations et à faciliter les échanges avec les acteurs de l'emploi du territoire.

Le site d'**Argenton** s'implique auprès des associations de solidarité alimentaire. En 2024, 23 tonnes de pâtisseries ont été données à des structures locales telles que les Restos du Cœur ou le Secours populaire, pour une valeur de 169 k€. La dynamique s'est intensifiée en 2025 avec plus de 50 tonnes de produits donnés, représentant une valeur de 356 k€. Ces dons permettent de lutter à la fois contre la précarité et contre le gaspillage alimentaire, en offrant une seconde vie à des produits qui ne partent pas en destruction.



Condat-sur-Trincou, commune sur laquelle est implantée notre site de **Valade**, a obtenu le label « Ville engagée gaz vert » en juin 2025. La commune s'appuie sur une unité de méthanisation locale, Condat Energie Verte, qui produit du biométhane couvrant la totalité de sa consommation de gaz ainsi que celle de Mademoiselle Desserts Valade. Les fumiers et lisiers agricoles utilisés comme intrants sont complétés, entre autres, par les déchets organiques de production de l'usine. Le projet illustre la dynamique de décarbonation du Périgord vert en injectant du gaz vert dans le réseau. Il associe acteurs publics et privés créant un modèle de coopération locale.

À **Maidenhead**, nous agissons contre la précarité alimentaire en combinant dons de produits et actions de collecte. En novembre 2025, les équipes ont organisé une vente de gâteaux, en proposant aux passants une sélection de produits fabriqués sur le site. L'opération a permis de récolter 456 £, intégralement reversés à FoodShare, une association locale qui fournit des denrées de première nécessité aux personnes en difficulté. Cette initiative complète les dons réguliers réalisés via City Harvest, et illustre notre volonté de mettre nos produits au service de la solidarité locale.



À **Corby**, nous apportons un soutien régulier aux structures de santé locales. Nous fournissons des gâteaux et desserts au Lakelands Hospice à l'occasion de leurs matinées café pour lever des fonds. Nous soutenons également le Kettering General Hospital en offrant des pâtisseries pour différents événements caritatifs. Ces contributions permettent d'alimenter les collectes de dons organisées par ces établissements et de renforcer notre lien avec les acteurs de santé du territoire.

À **Taunton**, nous entretenons un partenariat de long terme avec St Margaret's Hospice, acteur clé des soins palliatifs dans la région. En 2025, nous avons soutenu le "Sapphire Birthday Dip" ainsi que la course caritative "Colour Run", en fournissant des pâtisseries dont les recettes ont été intégralement reversées à l'hospice. Ces actions contribuent directement au financement des soins et de l'accompagnement proposés aux patients et à leurs familles.



A **Weert**, nous participons à des salons de l'emploi comme en Octobre 2024, ou de façon « plus sportive » nous encourageons et participons à des courses locales comme le triathlon du Mediweert Singelloop de Weert.

À **Waregem**, nous avons accueilli avec plaisir les élèves de terminale en biotechnologie et techniques chimiques du lycée Sint-Paulus Anzegem. Cette visite a permis aux étudiants de découvrir concrètement nos ateliers de production, en se concentrant sur les enjeux d'hygiène et de flux de process. Ils ont pu réaliser eux-mêmes des tests microbiologiques (*E. coli, staphylocoques*), travailler en équipe et approfondir des sujets comme le nettoyage en place (CIP), la traçabilité ou la gestion des stocks. Ce temps d'immersion illustre notre volonté de rapprocher la formation théorique et la réalité industrielle, et de susciter des vocations chez les jeunes talents du territoire. Nous remercions les élèves et leurs enseignants pour leur curiosité et leur engagement, en espérant les retrouver demain parmi nos futurs collaborateurs.



Le site de **Tincques** renforce son ancrage territorial à travers des actions sportives, solidaires et citoyennes. En 2025, il a soutenu plusieurs événements locaux et participé à la balade gourmande de l'Arrageois, contribuant à des collectes reversées aux associations tout en renforçant sa visibilité dans le cadre du plan de recrutement. Le site s'engage également dans des initiatives de sensibilisation, notamment via la participation de collaborateurs à Octobre Rose. Il entretient enfin un lien fort avec le monde académique : en septembre, 13 étudiants d'AgroParisTech ont été accueillis pour découvrir nos procédés et les opportunités de carrière au sein de l'entreprise.



À **Renaion**, nous affirmons notre engagement territorial en soutenant des événements sportifs et associatifs, notamment Octobre Rose et la course La Treille. Nous accompagnons durablement la vie sportive locale via le sponsoring de l'Avenir Côté Foot et de l'AS Rugby Roanne. Le site renforce également son ouverture au public : plus de 130 visiteurs ont participé aux Journées Portes Ouvertes de l'Industrie en 2025. Enfin, l'entretien des espaces verts est confié à un ESAT local, contribuant à l'inclusion et à l'économie sociale et solidaire.

Chaque site est engagé à travers des initiatives régionales, soit par des dons de pâtisseries, soit par la participation à des salons pour l'emploi ou encore à des événements sportifs et associatifs locaux. Au total en 2025, le groupe a donné l'équivalent de 1 470 000€ de pâtisseries aux associations telles que les banques alimentaires, les restos du cœur ou la Croix rouge.

# Avis du comité

Le comité de mission a revu attentivement les moyens et actions mis en œuvre par Mademoiselle Desserts au service de sa mission d'entreprise. L'analyse fait ressortir une trajectoire globalement engagée, marquée par des tendances positives, des résultats significatifs et des axes de progrès identifiés afin de consolider l'impact de la société à mission dans le temps.

Le comité salue notamment les efforts déployés en matière de décarbonation, comme les achats d'énergies renouvelables ou la reformulation nutritionnelle des gammes, ainsi que l'obtention de la recertification B Corp.

Dans l'optique de faire progresser la démarche de société à mission, le comité invite Mademoiselle Desserts, d'ici le prochain rapport, à compléter sa démarche en retravaillant certains indicateurs et en définissant pour chacun une trajectoire moyen terme d'amélioration.

1 Fabriquer des produits surgelés, à coup sûr, accessibles, bons, beaux, sains et sûrs

Le comité de mission souligne que 2 indicateurs sur 4 sont atteints sur l'ensemble du périmètre.

Il relève que les indicateurs de sécurité alimentaire et de qualité nutritionnelle ont été respectés avec le maintien des certifications IFS/BRC et la couverture complète du périmètre de reporting via les programmes CLEAN M et NUTRI M. Le comité encourage à suivre l'évolution de la classification des produits du portefeuille mise en place par l'équipe projet depuis plusieurs années.

Concernant l'adaptation des offres aux régimes "Indice glycémique Bas" et particulièrement aux offres "végétales", des tendances disparates se retrouvent en France comparativement au UK.

Le comité note la baisse de l'attractivité des gammes IG Bas sur le marché français. Il soutient la réorientation des efforts de reformulation des gammes classiques moins sucrées et l'amélioration des profils nutritionnels.



# de mission

De même, en France, la tendance du "tout végétal" en pâtisserie ne se confirme pas. Le comité s'accorde sur une évolution de la stratégie qui vise désormais à la végétalisation progressive des recettes en remplacement d'une gamme tout végétal.

Au UK en revanche, le chiffre d'affaires des produits vegan est en progression de 10%.

Concernant la réalisation d'un panel consommateurs, la société a fait évoluer la méthode de test dans le but d'en enrichir les résultats, et de ce fait, le comité n'a pas pu conclure sur cet objectif opérationnel, les questions n'étant pas comparables d'une année sur l'autre. Il appelle à une redéfinition des objectifs et indicateurs de suivi dans l'année à venir.

En dépit des efforts qui continuent d'être mis en œuvre par Mademoiselle Desserts sur la décarbonation, le comité de mission ne peut pas conclure à cette date sur l'objectif statutaire "Pratiquer la transparence à travers une approche entière, responsable, soucieuse de son impact sur la santé et sur l'environnement", faute de données disponibles sur le bilan carbone 2025.

Toutefois, il rappelle que l'objectif de réduction porte sur 2030 et qu'il n'est pas linéaire, les baisses constatées dans le bilan carbone 2024 étant déjà significatives et alignées avec la trajectoire fixée. Le comité encourage à poursuivre dans cette voie, en clarifiant des cibles et étapes intermédiaires pour le prochain rapport de mission.

Le comité relève également la reconnaissance des engagements de la société par des tiers, notamment le renouvellement de la certification B Corp, la validation de la trajectoire SBTi et l'obtention de la médaille Silver EcoVadis.

L'appréciation de l'atteinte de l'objectif statutaire « Pratiquer la transparence à travers une approche entière, responsable, soucieuse de son impact sur la santé et sur l'environnement » sera finalisée dans le cadre du prochain rapport de mission, sur la base des résultats

2 Pratiquer la transparence à travers une approche entière, responsable, soucieuse de son impact sur la santé et sur l'environnement



du bilan carbone 2025, qui permettront d'évaluer la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Il relève l'atteinte de l'objectif concernant l'engagement des fournisseurs de matières premières et d'emballages, à travers la charte Achats responsables pour laquelle 80% des partenaires se sont engagés. Le comité encourage l'optimisation du processus afin de valider les actions mises en place ou en cours par les fournisseurs et suivre les progrès réalisés en faveur d'un impact social et environnemental positif.

Enfin, le comité atteste de l'atteinte de l'objectif du programme PACK M.



Faire grandir chacune de nos collaboratrices et chacun de nos collaborateurs, en veillant à promouvoir nos valeurs

3

Le comité confirme que le respect de la Santé et la Sécurité est la priorité du groupe cependant il ne peut valider l'atteinte de l'objectif statutaire "Faire grandir chacune de nos collaboratrices et chacun de nos collaborateurs, en veillant à promouvoir nos valeurs".

En effet, en 2025, au global, le taux de fréquence des accidents du travail est en augmentation et constitue un point d'alerte pour le groupe, malgré les efforts engagés. Des investissements à la fois humains et financiers ont été réalisés, avec des résultats comme l'atteinte de la certification ISO 45001 du site de Tincques fin 2025.

En France, 4 sociétés sur 7 atteignent leurs objectifs de Taux de fréquence. L'enjeu majeur en 2026 sera le recrutement, et la formation à la culture sécurité et au management de la SST au quotidien, avec pour objectif de faire certifier ISO 45001 toutes les sociétés en France à 2029.

L'indicateur "taux de fréquence" demeure l'indicateurs pertinent pour le groupe.

Concernant la formation, la plupart des collaborateurs en France ont eu au moins une formation, soit en interne, soit en externe, soit via le e-learning et la plateforme interne MaD'Campus. Le comité relève cependant que l'indicateur ne peut pas être calculé de façon exhaustive avec les outils en place actuellement dans l'entreprise. Cet objectif et les indicateurs associés devront être challengés dans l'année à venir.

A compter de 2026, une référente formation sera spécifiquement chargée de centraliser l'ensemble des actions et d'accompagner les managers ainsi que les Responsables des Ressources Humaines sur les différents sites.

Bien que les référents Harcèlement/Discrimination aient été formés, ils n'ont pas à ce jour d'objectifs annuels ou de plans d'action bien définis et donc cet objectif opérationnel ne peut pas être validé.

Enfin, le comité souligne de façon très positive l'atteinte de l'objectif de mise en place d'objectifs RSE et/ou décarbonation qui conditionnent la rémunération pour l'ensemble des managers/ cadres en 2025.

4

Asseoir notre ancrage local et rural



Le comité de mission confirme que 2 objectifs sur 3 ont été atteints.

Il salue la diversité des initiatives régionales concrètes menées par chaque société : partenariats avec des associations locales, dons réguliers de pâtisseries à des structures solidaires, soutien à des événements sportifs et éducatifs, accueil de publics extérieurs lors de portes ouvertes comme les écoles, les demandeurs d'emploi, les étudiants.

Du côté des collaborateurs, les évaluations de la Qualité de Vie au Travail ont permis d'identifier des axes d'amélioration et de lancer des plans d'actions ciblés. Le comité s'attend à une progression de l'indicateur QVT dans les années à venir, preuve de l'efficacité de ces démarches.

Il souligne toutefois la nécessité de renforcer la centralisation du suivi, tant pour les initiatives régionales que pour les plans d'actions QVT, afin de garantir une vision consolidée et un pilotage efficace tout au long de l'année.

Enfin, il apprécie les efforts réalisés pour développer des partenariats avec des fournisseurs nationaux, à l'image de la collaboration avec les moulins comme Périgord Farine. L'indicateur se rapportant au chiffre d'affaires national approvisionné devra être challengé en 2026. La hausse des prix du beurre et du chocolat en 2025 explique le non-atteinte de l'objectif en 2025, une approche volume serait sans doute davantage pertinente, voire un indicateur basé sur l'origine des ingrédients.

## En conclusion

L'année 2025 a été marquée par le rapprochement de Mademoiselle Desserts avec le Groupe Emmi. De nombreux chantiers sont en cours sur le plan de la RSE qui ont affecté notamment la disponibilité de certaines données de la feuille de route.

Au regard de l'ensemble de ses constats, le comité de mission souligne néanmoins une trajectoire engagée et volontariste, et encourage la poursuite des actions afin de consolider durablement l'impact de la société à mission. Le comité prend acte du fait que certains objectifs et indicateurs seront révisés et approfondis en 2026, en ligne avec les orientations stratégiques de la société et du rôle central de la RSE dans les activités.

INDICATEURS DE MISSION

| OBJECTIF STATUTAIRE                                                                                                                | OBJECTIF OPÉRATIONNEL                                                                                                                            | ACTION                                                                                                                                                                   | INDICATEUR 2024                                                                                    | OBJECTIFS RAPPORT 2025                                                               | INDICATEUR 2025                                                                | RÉALISATION DE L'OBJECTIF                                 | OBJECTIFS 2026                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fabriquer des produits surgelés, à coup sûr, accessibles, bons, beaux, sains et sûrs                                               | 🍷 Maintenir la garantie du respect de la sécurité des denrées alimentaires et de la qualité nutritionnelle des produits sur l'ensemble des sites | Chaque nouvelle société du groupe doit être intégrée aux programmes CLEAN M/NUTRI M                                                                                      | 100% (avec Waregem)                                                                                | 100% des sites du périmètre de reporting intégré aux programmes Clean M et Nutri M   | 100% du périmètre de reporting                                                 | ✔️                                                        | Clean M : objectif défini en mars 2026<br>Nutri M : moins 1% de sucre par an                                                                                                                         |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                                                  | Réaliser les certifications IFS et/ou BRC pour les sites où elles arrivent à échéance ou n'ont pas été réalisées précédemment                                            | 100% des sites certifiés                                                                           | Maintenir les certifications annuelles IFS et BRC                                    | 100% des sites sont certifiés IFS et/ou BRC                                    | ✔️                                                        | Maintenir les certifications annuelles IFS et BRC                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                    | 🍷 Assurer l'accessibilité des produits pour toutes les populations                                                                               | Mettre en place des produits adaptés aux régimes alimentaires, Indice Glycémique Bas et «Végétal»                                                                        | Nombre de produits : IG bas : 31                                                                   | +10% de produits IG Bas                                                              | -12,9% de produits IG Bas (27 produits)                                        | X                                                         | Repositionnement de l'offre "Oh ouï!" en "réduite en sucre" et développement d'une gamme spécifique                                                                                                  |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                          | Nombre de produits : Végétal : 82                                                                  | +4,5% de produits « Végétal »                                                        | +4,9% de produits « Végétal » (86 produits)                                    |                                                           | Végétal en France : pâtisseries avec trajectoire Decarb "hybride beurre/MGV" ET solutions végétales en cours de travail pour être prêt et offrir des solutions alternatives                          |
|                                                                                                                                    | 🍷 Matérialiser l'engagement plaisir de produits bons et beaux pour le consommateur                                                               | Réaliser un ou plusieurs panels consommateurs sur les produits identifiés comme "stratégiques"                                                                           | panel réalisé (résultats : produits « bons et beaux » entre 74% et 99%)                            | au minimum 80% produits « bons et beaux » suite panel consommateurs                  | 1 panel mini beignets réalisé sur trois recettes                               | impossibilité de conclure                                 | France : Déployer le RAG' pour renforcer la culture qualité produits<br>"méthode visuelle qui permet d'évaluer et prioriser les risques ou défauts dans un processus qualité grâce à un code couleur |
| Pratiquer la transparence à travers une approche entière, responsable, soucieuse de son impact sur la santé et sur l'environnement | 🍷 Orienter nos achats de matières premières et d'emballages grâce à des partenariats avec des fournisseurs responsables                          | Garantir que nos fournisseurs sont engagés à respecter notre charte achats responsable                                                                                   | 74% du CA de fournisseurs engagés                                                                  | 80% du CA de fournisseurs engagés                                                    | 80% du CA fournisseurs engagés                                                 | ✔️                                                        | Réaliser un rendez-vous avec les fournisseurs stratégiques ayant une note d'évaluation RSE < à la moyenne attendue                                                                                   |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                                                  | Intégrer chaque nouvelle société du groupe au programme PACK M                                                                                                           | 100% (avec Waregem)                                                                                | 100% des sociétés du périmètre de reporting intégré au programme PACK M              | 100% des sociétés                                                              | ✔️                                                        | Intégrer progressivement les sites Desserts de Emmi                                                                                                                                                  |
|                                                                                                                                    | 🍷 Réduire de 30% les émissions de GES, scopes 1, 2, 3, à 2030                                                                                    | Réduire nos émissions GES scope 1, 2                                                                                                                                     | Scope 1&2 / -46,1% (baisse de FE électricité française + Réduction de 37% de fluides réfrigérants) | -43,2% en valeur absolue vs 2022                                                     | N/A : Bilan carbone 2025 en cours                                              | Impossibilité de conclure mais réalisé 2024 : moins 46,1% | 2030 : Corrigé par SBTi à 50,9%                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                                                  | Réduire nos émissions GES scope 3 (FLAG)                                                                                                                                 | Scope 3 FLAG : -13,2%                                                                              | -16,7% en valeur absolue vs 2022                                                     | N/A : Bilan carbone 2025 en cours                                              | Impossibilité de conclure mais réalisé 2024 : moins 13,2% | 2030 : Réduction de 30,3% en valeur absolue                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                                                  | Réduire nos émissions GES scope 3 (hors FLAG)                                                                                                                            | Scope 3 Hors Flag : -21,9%                                                                         | -27,8% en intensité vs 2022                                                          | N/A : Bilan carbone 2025 en cours                                              | Impossibilité de conclure mais réalisé 2024 : moins 21,9% | 2030 : Réduction de 51,6% en intensité                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                    | 🍷 Partager en transparence nos engagements et inspirer notre écosystème                                                                          | Valider en externe les engagements pris via les certifications B Corp et SBTi                                                                                            | certification B Corp valide obtenue en 2022<br><br>engagement SBTi en cours de validation          | Renouveler la certification B Corp<br><br>Valider nos engagements climat par la SBTi | Certification B Corp obtenue<br><br>Validation des objectifs par la SBTi       | ✔️                                                        | Définir le périmètre Emmi Desserts à engager et l'intégrer dans ces engagements                                                                                                                      |
| Faire grandir chacune de nos collaboratrices et chacun de nos collaborateurs, en veillant à promouvoir nos valeurs                 | 🍷 Faire de la Santé, Sécurité, Droits de l'Homme, non discrimination et anti harcèlement, une priorité pour nos équipes                          | Réduire le taux de fréquence d'accidents de travail chaque année                                                                                                         | 12,9                                                                                               | Réduire le taux de fréquence d'accidents de travail à 10,8                           | 16,2                                                                           | X                                                         | Objectif de Taux de fréquence à définir en février 2026                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                                                  | Disposer d'un référent Harcèlement/ Discrimination/Handicap par site                                                                                                     | 1 référent par site formé                                                                          | Définir les actions et objectifs annuels des référents                               | Pas d'actions et objectifs annuels des référents définis                       | X                                                         | Définir les actions et objectifs annuels des référents                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                    | 🍷 Permettre et encourager la formation                                                                                                           | Former les collaborateurs et collaboratrices du groupe grâce à notre catalogue de formation                                                                              | 76,30% de collaborateurs ayant au moins une formation / an                                         | 86% des collaborateurs formés                                                        | Calcul de l'indicateur non disponible avec les outils actuels                  | impossibilité de conclure                                 | Objectif : chaque collaborateur a un plan de développement                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                    | 🍷 Engager les collaborateurs Managers/cadres dans la démarche RSE de l'entreprise                                                                | 100% des Managers et cadres ayant un objectif RSE qui conditionne leur rémunération (périmètre France)                                                                   | la majorité (> 50%) des Managers/ Cadres ont un objectif RSE                                       | 100% des Managers/Cadres ont un objectif RSE qui conditionne leur rémunération       | 100% des Managers/Cadres ont un objectif RSE qui conditionne leur rémunération | ✔️                                                        | Former l'équipe commerciale à la RSE                                                                                                                                                                 |
| Asseoir notre ancrage local et rural                                                                                               | 🍷 Développer l'attractivité locale de nos sites                                                                                                  | Évaluer et améliorer la Qualité de Vie au Travail sur chacun des sites                                                                                                   | indicateur « je me sens bien » suite aux enquêtes QVT (périmètre France) : 81%                     | Mise en place des plans d'actions QVT                                                | Plans d'action mis en place, et réalisés ou en cours suite aux enquêtes QVT    | ✔️                                                        | Objectif et indicateur à retravailler en 2026                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                    | 🍷 Soutenir les actions locales à chaque site                                                                                                     | S'approvisionner localement (= CA fournisseurs nationaux sur les achats d'ingrédients et d'emballages)                                                                   | 68% d'approvisionnement national en CA                                                             | 70% d'approvisionnement national en CA                                               | 58%                                                                            | X                                                         | Objectif et indicateur à retravailler en 2026                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                                                  | Lister les initiatives régionales significatives* par site<br>* Action qui a un rayonnement visible auprès d'une asso-ciation, d'une région, d'une communauté locale etc | 100% des sites ayant une initiative locale significative                                           | 100% des sites ayant une initiative locale significative                             | 100% des sites ayant une initiative locale significative                       | ✔️                                                        | Mettre en place un suivi précis sur chaque société                                                                                                                                                   |

# ANNEXES

## INDICATEURS : Explications et définitions

### Périmètre de la mission

Le présent rapport porte sur la période allant du 01/01/2025 au 31/12/2025.

Les 12 sites constituant Mademoiselle Desserts sont concernés par l'ensemble des indicateurs.

Certains indicateurs ont vocation à être étendus au sein du pôle “Desserts” du groupe Emmi. Ce sera précisé ci-dessous.

**Objectif statutaire 1 :** Fabriquer des produits surgelés, à coup sûr, accessibles bons, beaux, sains, et sûrs

**Objectif opérationnel 1 :** Maintenir la garantie du respect de la sécurité des denrées alimentaires et de la qualité nutritionnelle des produits sur l'ensemble des sites.

Une société est intégrée au programme CLEAN M/ NUTRI M dès lors qu'elle participe aux réunions de travail, aux plans d'actions et aux points de pilotage des programmes concernés.

Un site est réputé “certifié IFS et/ou BRC” lorsqu'il dispose d'une certification obtenue au cours de l'année de reporting ou d'une année antérieure, toujours valide, à l'issue d'un audit réalisé par un organisme tiers indépendant de certification IFS ou BRC.

**Objectif opérationnel 2 :** Assurer l'accessibilité des produits pour toutes les populations

Un produit à “Indice Glycémique Bas” est un produit conçu pour libérer le glucose de manière progressive dans le sang, limitant ainsi les pics d'insuline. Pour être classé “bas”, l'indice glycémique du produit doit être inférieur ou égal à 55 sur une échelle de 100 (le glucose pur constituant la référence 100).

Un produit “végétal” est un produit ne contenant aucun ingrédient d'origine animale, notamment le lait, les oeufs, la gélatine ou le miel.

**Objectif opérationnel 3 :** Matérialiser l'engagement plaisir de produits bons et beaux pour le consommateur

Le panel réalisé en 2024 demandait aux dégustateurs d'évaluer si le produit pouvait être qualifié de « bon et beau ». Cette donnée, collectée sur plusieurs produits, permettait d'évaluer l'atteinte de cet objectif opérationnel.

En 2025, le panel consommateurs a évalué trois recettes de mini-beignets mais cette question n'a pas été reconduite. L'absence de cette mesure a ainsi rendu impossible toute conclusion concernant cet objectif opérationnel.

**Objectif statutaire 2 :** Pratiquer la transparence à travers une approche entière, responsable, soucieuse de son impact sur la santé et sur l'environnement

**Objectif opérationnel 1 :** Orienter nos achats de matières premières et d'emballages grâce à des partenariats avec des fournisseurs responsables

Nous qualifions nos fournisseurs d’ “engagés” s'ils se sont contractuellement engagés à respecter notre charte achats responsables via la plateforme « Eval and Go » qui nous permet de collecter et suivre les informations.

Une société est intégrée au programme PACK M dès lors qu'elle participe aux réunions de travail, aux plans d'actions et aux points de pilotage du programme.

**Objectif opérationnel 2 :** Réduire de 30% les émissions de GES, scopes 1, 2, 3, à 2030

Les scopes 1, 2 et 3 font référence au calcul du bilan carbone conformément au GHG Protocol, dont la trajectoire de réduction a été validée par la SBTi.

Le scope 3 FLAG (Forest, Land and Agriculture) couvre les émissions directement liées à l'exploitation des terres et à la production agricole, « jusqu'à la porte de la ferme ». Dans notre contexte, ce scope inclut l'ensemble des émissions associées aux produits issus de l'agriculture.

Le scope 3 hors FLAG regroupe les émissions liées au transport, à la logistique, à l'énergie, à la transformation des produits et aux emballages.

L'objectif de réduction de 30 % d'ici 2030 constitue une formulation simplifiée, les trajectoires de réduction étant différenciées selon les scopes 1 et 2, le scope 3 FLAG et le scope 3 hors FLAG.

**Objectif opérationnel 3 :** Partager en transparence nos engagements et inspirer notre écosystème

Notre certification B Corp est valide pour une durée de trois ans. L'objectif est considéré atteint lorsque la certification a été obtenue dans le délai confirmée par B Lab lors de l'émission du certificat précédent.

**Objectif statutaire 3 :** Faire grandir chacune de nos collaboratrices et chacun de nos collaborateurs, en veillant à promouvoir nos valeurs

**Objectif opérationnel 1 :** Faire de Santé, Sécurité, Droits de l'Homme, non-discrimination et anti-harcèlement, une priorité pour nos équipes.

Le taux de fréquence (TF) mesure le nombre d'accidents du travail avec arrêt par rapport au temps global d'exposition au risque. Il est calculé en divisant le nombre d'accidents avec arrêt supérieur à un jour, par le nombre d'heures travaillées (heures de présence effective de l'ensemble du personnel, y compris intérimaires et heures supplémentaires), multiplié par un facteur 1 000 000.

**Objectif opérationnel 2 :** Permettre et encourager la formation

Le pourcentage de collaborateurs ayant suivi au moins une formation au cours de l'année doit être calculé de manière à éviter les doubles comptages, notamment lorsqu'un collaborateur a suivi à la fois une formation externe et une formation via l'e-learning. L'outil de calcul sera défini et mis en place en 2026.

**Objectif opérationnel 3 :** Engager les collaborateurs Managers/cadres dans la démarche RSE de l'entreprise

L'indicateur « 100 % des managers et cadres disposant d'un objectif RSE conditionnant leur rémunération » est suivi uniquement pour les sociétés Mademoiselle Desserts présentes sur le territoire français. Son suivi est assuré par la vérification des entretiens annuels d'évaluation, dans lesquels figurent les objectifs individuels.

**Objectif statutaire 4 :** Asseoir notre ancrage local et rural

**Objectif opérationnel 1 :** Développer l'attractivité locale de nos sites

La QVT (Qualité de Vie au Travail) repose sur le principe selon lequel une bonne qualité de vie au travail contribue à renforcer l'attractivité de l'entreprise. Des actions en faveur de la QVT sont mises en place sur l'ensemble des sites du groupe, en France, au Royaume-Uni et au Benelux. Toutefois, les méthodes de collecte des retours des collaborateurs diffèrent selon les pays.

**Objectif opérationnel 2 :** Soutenir les actions locales à chaque site

L'approvisionnement local est défini à l'échelle nationale, compte tenu de notre activité répartie sur plusieurs sites dans chaque pays (France, Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas).Le pourcentage d'approvisionnement local national est calculé en identifiant, parmi nos achats de matières premières et d'emballages, ceux réalisés auprès de fournisseurs nationaux, puis en rapportant le montant de ces achats (en euros) au montant total des achats.Les initiatives régionales significatives sont suivies et définies comme des actions ayant un rayonnement visible auprès d'une association, d'une région ou d'une communauté locale.



mademoiselle-desserts



MademoiselleDesserts



mademoiselle\_desserts

**CONTACT**

**Barbara BOSQUETTE**

*Responsable RSE et communication*

b.bosquette@mdesserts.com



[www.mademoiselledesserts.com](http://www.mademoiselledesserts.com)