

# — RAPPORT RSE



EXERCICE  
2025





# CAP SUR 2026 : STRATÉGIE DURABLE POUR UNE CROISSANCE RESPONSABLE

La conjoncture économique mondiale a été marquée par des conflits, l'instabilité politique, une inflation croissante, et un impact direct sur les coûts d'exploitation. Les habitudes de consommation changent avec une baisse des volumes et la pression réglementaire qui augmente. Le réchauffement climatique et ses effets, comme les sécheresses et inondations, perturbent nos approvisionnements et endommagent les exploitations agricoles.

En réponse à ce contexte, notre stratégie 2026 se traduit par une consolidation territoriale, avec un ancrage local et régional renforcé dans la distribution de fruits et légumes frais, produits d'épicerie et de la mer, tout en élargissant notre offre à de nouveaux produits ultra locaux de haute qualité comme les produits de type "BOF". Pour parvenir à notre objectif, notre stratégie repose sur nos quatre engagements de développement durable.

Notre engagement pour une alimentation responsable passe par un accroissement des achats responsables en travaillant avec les producteurs locaux pour garantir une qualité labellisée, l'utilisation de notre activité de transport national pour promouvoir les circuits courts et garantir la sécurité sanitaire des produits que nous distribuons.

Dans ce contexte 2026 incertain, renforcer la confiance avec les partenaires est essentiel. Pour cela nous déployons la certification ISO 9001 à l'ensemble de nos sites pour améliorer la fiabilité de nos services et la sécurité de nos produits.

Nous déployons également une démarche anticorruption sur l'ensemble de notre chaîne de valeur. Depuis notre Bilan carbone mené en 2023, nous renforçons également notre lutte contre le réchauffement climatique avec le déploiement d'une stratégie de décarbonation aux côtés de Vivalya et l'investissement dans des panneaux photovoltaïques.

En accord avec nos valeurs fondamentales, nous veillons au bien être de nos collaborateurs. Nous menons une enquête pour mesurer la qualité de vie et des conditions de travail et répondre aux besoins de nos collaborateurs. Nos actions sociales sont renforcées avec des programmes de développement des talents et d'amélioration des conditions de travail.

Enfin, notre contribution au développement économique et social de notre territoire est d'avantage structuré afin de répondre plus efficacement à nos enjeux. Nous formons les jeunes travailleurs et créons de l'emploi local. De plus, notre lutte contre le gaspillage alimentaire a été récompensé par l'obtention du label ANTIGASPI. Enfin, nous soutenons les clubs sportifs locaux à travers nos actions de sponsoring et de mécénat.

La stratégie FORNEL 2026 vise à offrir un service de distribution responsable, tout en renforçant l'impact local et en agissant pour un avenir plus durable et éthique.

**Jean-Pierre FORNEL**

*Représentant de la présidence  
Groupe FORNEL*





# SOMMAIRE

## GOVERNANCE RSE & ENJEUX

4

Modèle d'affaire

5

De nos origines à notre expertise

6

Stratégie et enjeux RSE

8

Notre gouvernance RSE

10

## NOS ENGAGEMENTS RSE

11

### 1 | Favoriser l'accès à une alimentation durable et de qualité

12

#### 1.1 | Préserver la biodiversité avec de meilleures pratiques culturelles

13

Valoriser l'Agriculture Biologique

13

Soutenir les pratiques culturelles vertueuses labellisées

13

Sensibiliser les consommateurs à une alimentation plus saine

14

Être vigilant à l'utilisation des terres et à notre proximité aux zones sensibles à la biodiversité

15

#### 1.2 | Circuit court et achat local : une solution durable pour tous

16

Privilégier les produits issus du circuit court

16

Développer notre marque « Sélection Poitou-Charentes » au profit des produits locaux

17

Respecter nos producteurs

17

#### 1.3 | Préserver la santé des consommateurs

17

Garantir la sécurité sanitaire de nos produits

17

Référencer et évaluer nos fournisseurs et leurs produits

18

Veiller à la sécurité de nos données et produits

18

## 2 | Engagé pour des services fiables et respectueux de l'environnement

19

### 2.1 | Une relation client fondée sur l'écoute et la confiance

20

Mesurer et œuvrer pour la satisfaction de nos clients

20

Faire preuve de transparence et accompagner nos clients

20

### 2.2 | Limiter notre impact environnemental : un enjeu collectif

21

Réduire notre empreinte carbone

21

Limiter nos émissions de CO2 liées à nos activités logistiques

23

Raisonner nos consommations d'énergies et s'orienter vers les énergies renouvelables

23

Veiller au réemploi et au recyclage de nos déchets

25

### 2.3 | Engagé contre la corruption

27

Conduire nos affaires dans le strict respect des normes d'éthiques

27

Veiller à l'intégrité de nos partenaires

27



|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3   Agir pour le bien être de nos collaborateurs</b>              | <b>28</b> |
| <b>3.1   Offrir un cadre de travail toujours plus sûr</b>            | <b>29</b> |
| Offrir une sécurité de l'emploi                                      | 29        |
| Améliorer la santé et la sécurité                                    | 30        |
| Rémunération et négociations collectives                             | 30        |
| Encourager le dialogue social                                        | 30        |
| <b>3.2   Optimiser le bien être des collaborateurs</b>               | <b>31</b> |
| Rester à l'écoute de nos collaborateurs                              | 31        |
| Faire prospérer la cohésion au sein de nos équipes                   | 31        |
| Fournir des équipements innovants et adaptés                         | 31        |
| <b>3.3   Cultiver les talents de nos collaborateurs</b>              | <b>32</b> |
| Favoriser l'accès à l'emploi des jeunes diplômés                     | 32        |
| Développer les talents de nos collaborateurs                         | 32        |
| <b>3.4   Promouvoir la diversité et l'inclusion</b>                  | <b>32</b> |
| Veiller à l'égalité entre les Hommes et les Femmes                   | 32        |
| Faciliter l'insertion des personnes en situation de handicap         | 33        |
| <b>4   Agir pour le développement de notre territoire</b>            | <b>34</b> |
| <b>4.1   Attirer et cultiver les talents locaux</b>                  | <b>35</b> |
| Collaborer avec France Travail                                       | 35        |
| Soutenir et participer à l'éducation de notre jeune communauté       | 35        |
| Être acteur des événements de notre territoire en faveur de l'emploi | 36        |
| <b>4.2   Travailler main dans la main avec les acteurs locaux</b>    | <b>36</b> |
| Sponsoriser les clubs sportifs locaux                                | 36        |
| <b>4.3   Construire un territoire sans précarité alimentaire</b>     | <b>36</b> |
| Lutter contre le gaspillage et réaliser des dons alimentaires        | 36        |
| Soutenir les actions locales liées à la santé                        | 37        |
| <b>ANNEXES</b>                                                       | <b>38</b> |
| Politiques                                                           | 39        |
| Indicateurs de performances                                          | 44        |



# GOUVERNANCE RSE & ENJEUX



# MODÈLE D'AFFAIRES

## GOUVERNANCE

Notre démarche est définie par notre Équipe de Direction, pilotée par notre Chef de Projet RSE et dynamisée par le Comité de Direction de Vivalya

## MISSION

Offrir un service responsable de distribution régional d'une large gamme de fruits et légumes.

## VISION

Rester le principal fournisseur de fruits et légumes pour l'ensemble des professionnels régionaux, tout en respectant nos valeurs.

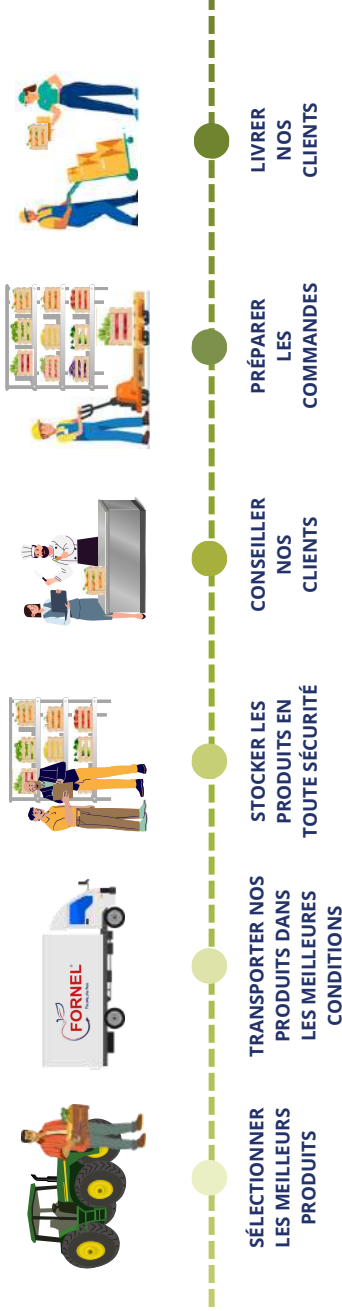
## VALEURS

Proximité  
Cohésion  
Réactivité  
Humilité

## NOS RESSOURCES

| FINANCIÈRES                                                                                                                            | HUMAINES                                                            | ENVIRONNEMENTALES                                                | MATÉRIELLES                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 75 842 K€ de C.A.<br>10 645 K€ de Capitaux propres<br>2 011 K€ de Résultats                                                            | 303 Collaborateurs<br>13 % CA Masse salariale<br>33 101 € Formation | 1 840 Kwh d'électricité<br>1 944 m3 d'eau                        | 2 entrepôts réfrigérés<br>(5 200m² & 4 000m²)<br>100 camions livraisons F&L<br>dont 2 camions électriques<br>45 camions transport |
| PRODUITS VENDUS                                                                                                                        | Fournisseurs                                                        | Clients                                                          |                                                                                                                                   |
| 28 613 T Fruits & Légumes frais de 1 G<br>1 203 T Produits transformés de 4 & 5 G<br>326 T Produits "BOF"<br>297 T Produits d'épicerie | 29 % Producteurs<br>26 % Transformateurs<br>46 % Distributeurs      | 34 % CA GMS<br>28 % CA RHD<br>27 % CA MARCHÉ<br>9 % CA TRANSPORT |                                                                                                                                   |

## NOTRE CHAÎNE DE VALEURS



## CRÉATION DE VALEURS PARTAGÉES

- 1 | Donner l'accès à une alimentation meilleure et responsable**
  - 100 % des analyses phytosanitaires prévues ont été réalisées
  - 31,86 % de produits labellisés vendus
  - 14,10 % de produits locaux vendus
- 2 | Accompagner nos clients avec des services sûrs et responsables**
  - 45,18 % de nos chauffeurs formés à l'écoconduite
  - 100 % de nos activités chartées "Objectif CO2"
  - 93,16 % de Taux de service
- 3 | Veiller au bien-être de nos collaborateurs**
  - 39,76 % des collaborateurs ayant reçu au moins 1 formation
  - 13,86 % d'effectif féminin
  - 34,54 % de Taux de Turnover
  - 90,10 % de CDI
  - 25,08 % d'apprentis
- 4 | Contribuer au développement de notre territoire**
  - 69,70 % de recrutement issue d'une PMSPM
  - 161 K€ de sponsoring et mécénat sportif
  - 517 K€ de dons alimentaires associations locales

# | DE NOS ORIGINES À NOTRE EXPERTISE

## | NOS ORIGINES

Tout a commencé dans les **années 1960** avec Yvette et Jean Fornel, tenant une **petite épicerie** et un **banc de fruits et légumes** situé sur la place du **marché de Barbezieux**. Puis dans les **années 1970**, nous avons développé l'entreprise dans le **demi-gros puis le gros**.

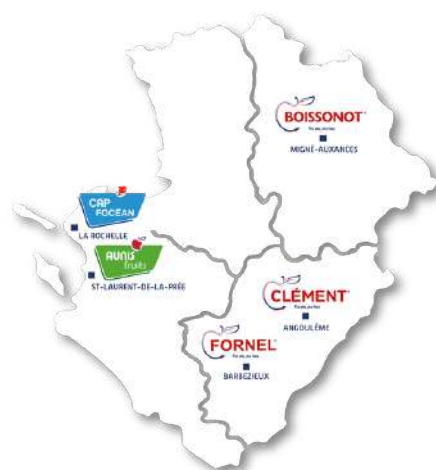
Né en **1973**, notre entreprise **FORNEL FRÈRES** a lancé son activité de **distribution de fruits & légumes** destinée à fournir les épiceries, les grandes surfaces et la restauration.

C'est en **1984** que nous avons renforcé notre activité principale par le **lancement du Transport public national**. Ainsi, nous avons été en mesure de proposer un **service complet** de distribution de Fruits & Légumes.

Notre société FORNEL FRÈRES est **devenu un groupe en 2017** avec le rachat de la société **BOISSONOT**, situé à Migné-Auxances. Puis les deux autres sociétés **AUNIS FRUITS** et **CAPFOCEAN** en partenariat avec le groupe LE SAINT. Plus récemment, la société **CLEMENT** a également rejoint le groupe FORNEL.

Notre entreprise s'est ainsi **diversifiée et transformée** au fil des époques pour devenir le **référént** de la distribution de fruits et légumes auprès des **professionnels** des métiers de bouche dans le **Poitou-Charentes**, la **Vienne** et les **départements limitrophes**.

Fort de **plus de 50 ans d'expériences**, nous construisons un avenir plus sain et responsable, soucieux d'un monde meilleur.



## | NOTRE EXPERTISE

Depuis **3 générations**, nous mettons notre **connaissance des produits** et des **tendances du marché** au service de notre clientèle.

Notre métier repose sur **trois savoir-faire principaux** :

### | Sélectionner

Proche de nos producteurs, nous prenons à cœur de sélectionner les meilleurs produits afin de garantir une fraîcheur et une qualité irréprochable.

### | Conseiller

Chaque jour, notre expertise est mise au service de nos clients en leur apportant des conseils pertinents.

### | Livrer

Nous assurons un service optimal de distribution de nos produits dans des conditions éco-responsables.

## IPÉRIMETRE DU RAPPORT

N'étant pas concerné par la réglementation de la "Corporate Sustainability Reporting Directive" (CSRD), notre rapport a été rédigé en conformité au *module de base et complet\** de la "Voluntary Standard for non-listed micro-, small- and medium-sized undertakings" (VSME), sur une *base consolidée\** incluant les informations relatives au siège et à ses filiales decritent ci-dessous :

| NATURE DES SITES* | NOM SOCIÉTÉ*         | ADRESSE*                         | CODE POSTAL | VILLE                        | PAYS*  | COORDONNÉES*                                  |
|-------------------|----------------------|----------------------------------|-------------|------------------------------|--------|-----------------------------------------------|
| SIÈGE SOCIAL      | F.I.MA.BO.           | Z.A. DE PLAISANCE                | 16300       | BARBEZIEUX-<br>SAINT-HILAIRE | FRANCE | Latitude : 45.458527<br>Longitude : -0.147186 |
| ENTREPOT          | FORNEL FRERES        | Z.A. DE PLAISANCE                | 16300       | BARBEZIEUX-<br>SAINT-HILAIRE | FRANCE | Latitude : 45.458527<br>Longitude : -0.147186 |
| ENTREPOT          | SOCIÉTÉ<br>BOISSONOT | Z.I. PARC ALIENOR<br>D'AQUITAINE | 86440       | MGNE-<br>AUXANCES            | FRANCE | Latitude : 46.611279<br>Longitude : 0.302459  |

| NATURE DES SITES | NOM SOCIÉTÉ       | FORME JURIDIQUE* | CODE NACE* | CHIFFRE D'AFFAIRES*                                                  | EFFECTIF* |
|------------------|-------------------|------------------|------------|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| SIÈGE SOCIAL     | F.I.MA.BO.        | SAS              | 6420Z      | 1 211 K€                                                             | 9         |
| ENTREPOT         | FORNEL FRERES     | SAS              | 4631Z      | 54 154 K€*<br><small>(dont 46 780 K€ F&amp;B et 7 364 K€ GR)</small> | 211       |
| ENTREPOT         | SOCIÉTÉ BOISSONOT | SAS              | 4631Z      | 20 477 K€                                                            | 83        |

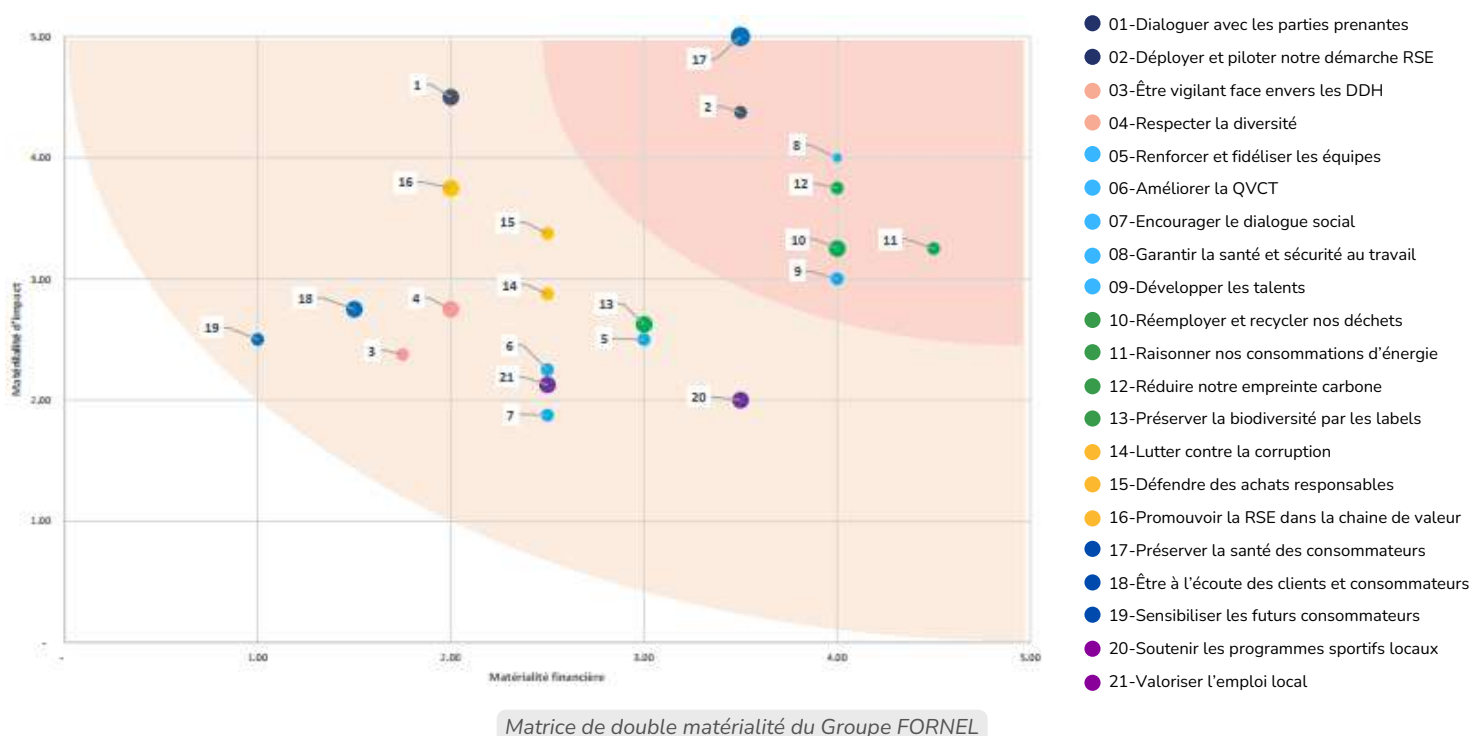
Le groupe Fornel n'exerce pas d'activité dans le secteur\* d'armes controversés, de culture et production de tabac, de combustibles fossiles ou encore de production de produits chimiques.

# | STRATÉGIE ET ENJEUX RSE

## | MATRICE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ

À partir d'un **diagnostic** rigoureux mené en interne et basé sur le référentiel "ISO 26 000" et la norme "NFX30-029", nous avons identifié les attentes de nos **Parties Prenantes**, ainsi que nos principaux **enjeux** en matière de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise. Ce diagnostic qui constitue notre base de travail est **revue chaque année** afin de réajuster notre stratégie globale.

Afin de définir notre **stratégie RSE** et à partir de notre diagnostic, nous avons mené une **analyse de double matérialité**. Celle-ci nous a permis d'évaluer la **matérialité d'impact** et la **matérialité financière** de chacun de nos enjeux.



Cette **matrice de double matérialité** révèle nos **enjeux de durabilité** les plus **importants** pour l'entreprise. À ce titre, tous ces enjeux seront développés dans le présent rapport.

Par soucis de **transparence** envers nos **Parties Prenantes**, nous avons consolidé notre matrice de double matérialité en y intégrant des éléments complémentaires pour faciliter sa lecture.

Chaque enjeu est représenté par un **code couleur** qui le relie à l'une des **questions centrales de la Norme "ISO 26000"**. De plus, chaque enjeu est représenté par un **pointeur de taille variable**. Plus le pointeur est gros, plus le **niveau de performance** du groupe sur l'enjeu est élevé. Ainsi, la prise en compte de notre niveau de performance nous permet d'appréhender nos risques nets (et pas seulement bruts).

### Questions Centrales de l'ISO 26000

- QC - Gouvernance
- QC - Droits de l'Homme
- QC - Qualité de Vie et Conditions de Travail
- QC - Environnement
- QC - Loyauté pratiques
- QC - Consommateurs
- QC - Communauté local

### Niveau de performance de 1 à 5

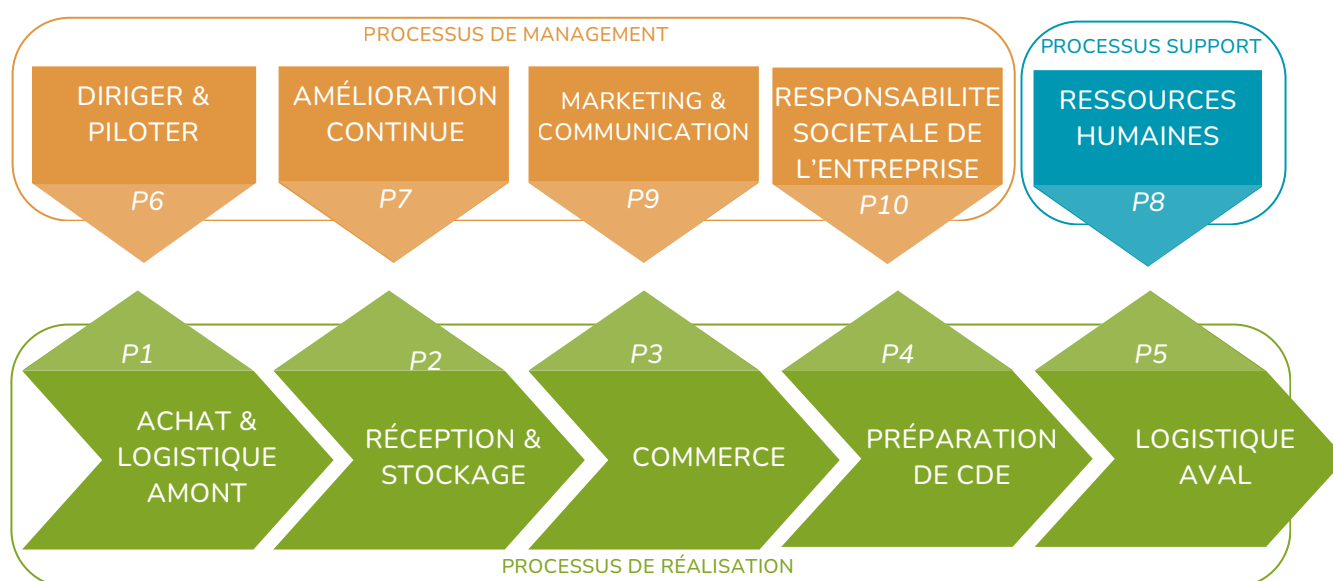
○ 1   ○ 2   ○ 3   ○ 4   ○ 5

Afin d'opérer une transition vers une économie plus durable, nous avons *mis en place des pratiques, politiques et initiatives\** qui répondent directement à nos enjeux de durabilité. C'est ainsi que nos **4 engagements\*** de notre **Politique RSE** ont été structuré, à savoir :

1. Donner l'accès à une alimentation meilleure et responsable
2. Accompagner nos clients avec des services sûrs et éco-responsables
3. Veiller au bien-être de nos collaborateurs
4. Contribuer au développement de notre territoire

## APPROCHE PROCESSUS ET RISQUES

Nos engagements s'inscrivent dans notre **approche processus** et notre **approche risques**. L'activité du groupe est découpé selon les **processus opérationnels** de notre modèle d'affaires et les **processus stratégiques** et **supports** associés. Voici la Cartographie de nos processus :



Cartographie des processus du groupe FORNEL

Ainsi, nous déployons au sein de chaque processus un **plan d'action** visant à améliorer nos **performances** en matière de Développement Durable.

Nos performances sont par ailleurs mesurées à l'aide d'**indicateurs**. Ils sont revus par notre équipe de Direction et notre Responsable DD & RSE **tous les trimestres** sur chaque site et **tous les ans** de façon consolidée au niveau du groupe.

Notre **stratégie RSE** nous permet de contribuer aux **17 Objectifs de Développement Durables (ODD)** définis par les pays membres de l'**Organisation des Nations Unies (ONU)**. À partir de notre diagnostic RSE, nous mesurons chaque année notre niveau de contribution à chaque ODD.

Afin de **sensibiliser** et d'**intégrer** pleinement nos **collaborateurs** dans notre démarche de développement Durable, un **plan de formation** contenant notre contribution aux ODD de l'ONU, est déployé **chaque année** auprès de l'ensemble de nos équipes.

Un réseau interne de **23 Ambassadeurs RSE** est également déployé sur l'ensemble de nos sites, activités et services. Ils reçoivent chaque année une **formation renforcée** sur notre démarche RSE et peuvent ainsi la **promouvoir** auprès de nos parties prenantes.



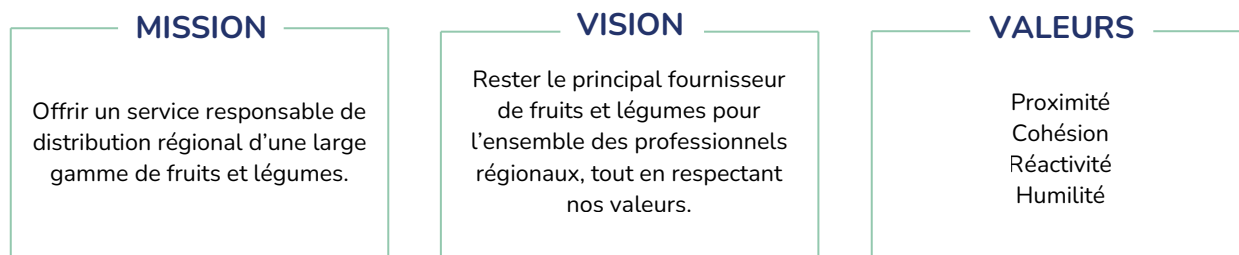
Roue des ODD de l'ONU

# | NOTRE GOUVERNANCE RSE

## | LE CŒUR DE NOTRE DÉMARCHE

Engagé auprès de nos Parties Prenantes, il nous tient à cœur de répondre aux enjeux mondiaux de Développement Durable en construisant et déployant une démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise robuste et pertinente.

Ainsi, notre démarche est basée sur notre raison d'être, notre vision de l'avenir et nos valeurs fondatrices.



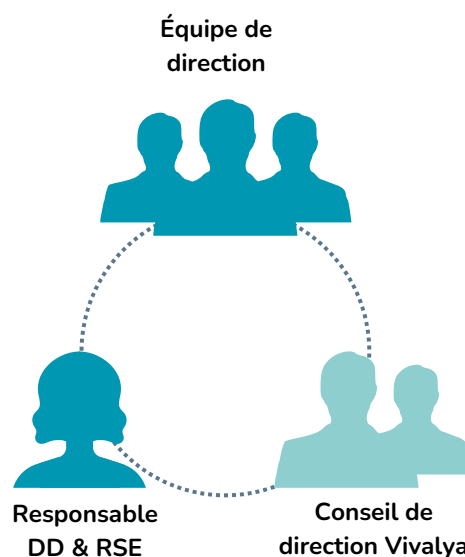
## | NOTRE ORGANISATION

Notre stratégie en matière de Développement Durable est définie par notre équipe de direction composée de Jean-Pierre FORNEL Représentant de la présidence, Pierre FORNEL Directeur général FORNEL accompagné par son adjoint Nicolas FORNEL, Grégory BOISSONOT Directeur du site de BOISSONOT accompagné par son adjoint Léo TASSIN et Philippe BEUNEL Directeur de l'activité de Transport public national de FORNEL.

Tandis que Chloé JABELY, notre Responsable DD & RSE, assure le pilotage, le déploiement et l'animation des actions de notre démarche auprès de l'ensemble des Parties Prenantes.

Enfin Vivalya, le réseau auquel le groupe FORNEL adhère depuis sa création en 2014, nous offre un appui stratégique et méthodologique dans notre démarche RSE.

Le ratio de diversité de genre au sein de notre organe de gouvernance est de 4 femmes pour 7 hommes, soit 0,57\*.



## | ÉVALUATION DE NOTRE DÉMARCHE

Notre exercice 2024 a été marqué par l'obtention du label "Engagé RSE" au niveau confirmé (2 étoiles)\*.

Réalisée par **AFNOR Certification\***, l'évaluation qui nous a permis d'obtenir ce label a mobilisé **22 collaborateurs**, **4 représentants du réseau Vivalya**, **2 clients**, **2 fournisseurs** et **2 interlocuteurs territoriaux**, tous auditionnés sur les pratiques sociales, sociétales et environnementales de notre groupe, la vision et la gouvernance de notre politique RSE, ainsi que sa mise en œuvre et sa communication.



L'AFNOR a salué notre **excellent niveau de labellisation pour un premier cycle**, avec une démarche managée et construite sur d'**excellentes bases solides et robustes**. Notre plan d'action exhaustif et ambitieux sera de nouveau évalué lors de notre évaluation de suivi courant 2026. Notre objectif est d'atteindre le **niveau exemplaire** lors de notre évaluation de renouvellement **2027**.

# NOS ENGAGEMENTS RSE



# 1 FAVORISER L'ACCÈS À UNE ALIMENTATION DURABLE ET DE QUALITÉ



AMÉLIORER  
LES  
PRATIQUES  
CULTURALES

2,35 % de produits Bio  
4,64 % de produits SIQO  
31,86 % de produits tout labels  
587 animations consommateurs

CIRCUIT COURT  
ET  
ACHAT LOCAL



14,10 % de produits locaux  
29,00 % producteurs locaux  
13,14 % produits marque SPC labellisés

PRÉSERVER LA  
SANTÉ DES  
CONSOMMATEURS



Conventionné **Fel partenariat**  
13 analyses phytosanitaires  
100 % fournisseurs évalués

## 1 | Favoriser l'accès à une alimentation durable et de qualité

### 1.1 | Préserver la biodiversité avec de meilleures pratiques culturelles

#### | Valoriser l'Agriculture Biologique

Principaux distributeurs dans nos régions respectives, nos différents sites mettent un point d'honneur à respecter la biodiversité et la santé des consommateurs.

Encadré par une réglementation européenne depuis 1991, le label Bio a été construit sur les mêmes principes sociétaux et environnementaux. Il en est de même pour la **loi EGALIM** qui depuis le 1er janvier 2022, impose à la restauration collective publique de proposer au moins 50% de produits durables et de qualité, dont au moins 20% de produits Bio.

À l'écoute de nos clients et respectueux de nos engagements, l'ensemble de notre réseau est **certifié** par l'organisme accrédité « Bureau Veritas » pour la **distribution de produits issus de l' « Agriculture Biologique »** (FORNEL depuis 2014 et BOISSONOT depuis 2020).



En 2025, ce sont **1 756 références** produits qui ont représentés **716 tonnes** de produits **Bio** vendus à nos clients. Nos volumes ont progressé de **plus de 31 %** par rapport à l'exercice précédent. Nous nous sommes fixés plus de 2,5 % de produits Bio vendus pour l'année 2026.

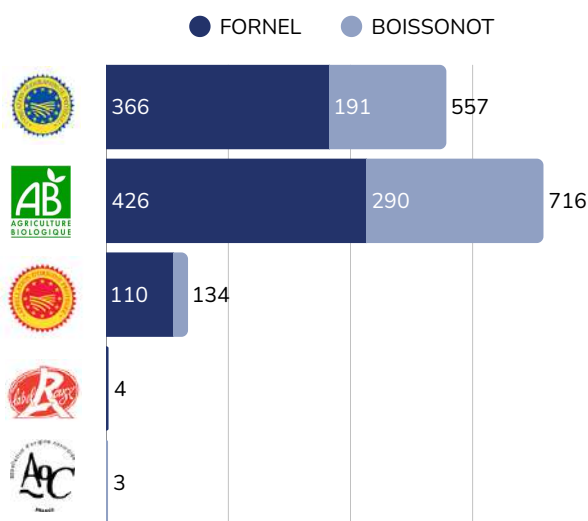
Nous veillons également à accompagner nos producteurs au cours de leur **période de conversion à l'agriculture Biologique**. En effet, avant de pouvoir être certifié Bio, les producteurs doivent passer par une période de conversion qui est nécessaire au nettoyage des sols des cultures. Durant cette période, le cahier des charges Bio est respecté mais les produits ne peuvent pas encore être commercialisés sous le logo AB.

En 2025, nous avons commercialisé 0,02 tonnes de produits en conversion biologique sur l'ensemble du réseau.

#### | Soutenir les pratiques culturelles vertueuses labellisées

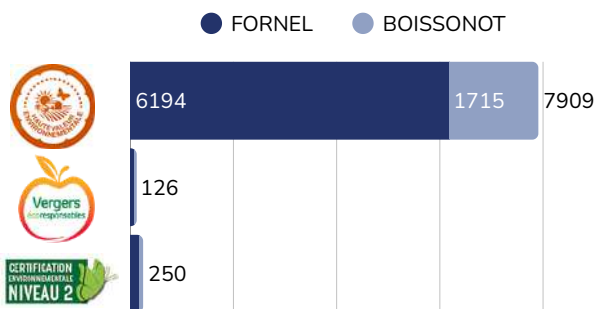
En accord avec notre Politique d'Achats Responsables et la loi EGALIM, nous veillons à développer nos gammes de produits dit de qualité et durables. Parmi eux, on retrouve les produits issus de **l'agriculture biologique (AB) ou en conversion**, mais également de nombreux autres produits.

Nous commercialisons des produits portants des **Signes officiels d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)**, tel que : Label rouge, « Appellation d'origine protégée » (AOP), et « Indication géographique protégée » (IGP). Les **produits SIQO** ont représentés **1 413 tonnes** de produits vendus en 2025 et ont représenté **4,64 %** de nos ventes.



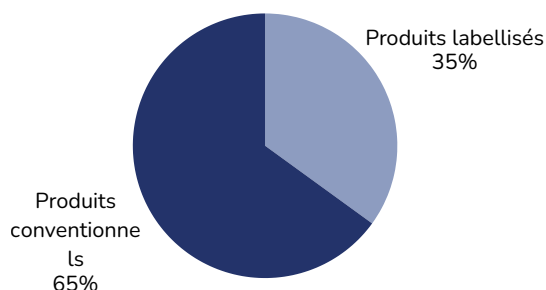
Tonnage de produits SIQO vendus en 2025

Nous donnons également l'accès à des produits issus d'exploitations « Haute Valeur Environnementale » (HVE), ou bien bénéficiant de la « Certification Environnementale de niveau 2 » (CE2), et du label « Vergers Écoresponsables » (VG). Ces **autres produits à la qualité reconnue** ont représenté **8 285 tonnes** de produits vendus en 2025.

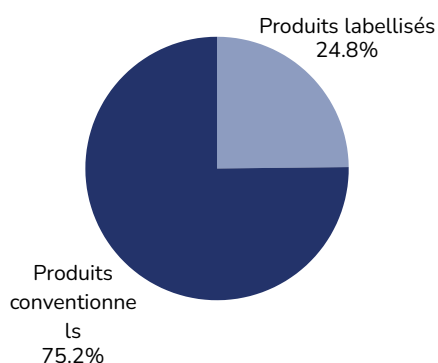


Tonnage de produits labellisés (autre SIQO) vendus en 2025

En 2025, nous avons commercialisé au total **9 698 tonnes** de produits durables au sein de notre réseau. Nous nous sommes fixé 33 % de produits labellisés vendus pour l'année 2026.



FORNEL - Tonnage de produits labellisés vendus en 2025



BOISSONOT - Tonnage de produits labellisés vendus en 2025

## | Sensibiliser les consommateurs à une alimentation plus saine

Afin de sensibiliser les consommateurs, nos **53 commerciaux** déploient sur l'ensemble de notre réseau des **actions de promotion de produits sains et locaux** auprès de nos clients et de nos partenaires.

Nos équipes commerciales réalisent régulièrement des **animations thématiques** chez nos clients de collectivités (EHPAD, écoles, etc.). L'objectif est de faire découvrir de manière ludique (vélo à smoothie, dégustation, jeux, etc...) des **produits issus de productions locales et sains pour la santé**.



Photo animation vélo à smoothie

Nous réalisons également de nombreuses « **mises en avant** » chez nos clients de la **grande distribution**. À ces occasions, nous valorisons les produits de nos régions notamment sous la marque « Sélection Poitou-Charentes ». Nous mettons ainsi en lumière nos producteurs locaux et leurs pratiques culturelles vertueuses à l'aide de divers **outils de communication** (flyer, portraits producteurs, etc...).



Photo animation de produits locaux chez un client de collectivité

En 2025, nous avons réalisé **587 animations et mises en avant** auprès de nos clients et partenaires.

## | Utilisation des terres et proximité aux zones sensibles à la biodiversité

Plus largement, le groupe FORNEL s'engage à respecter et à préserver les espèces protégées à proximité de ses sites. Elle met en place des mesures pour garantir que ses activités ne nuisent pas à la biodiversité. Cela inclut la réduction de son empreinte écologique et une **surveillance constante des zones sensibles**.

Le site FORNEL est situé à proximité de deux zones NATURA 2000 avec la présence du « Vison d'Europe » (espèce d'intérêt communautaire en voie de disparition en Europe occidentale). Tandis que le site BOISSONOT est situé à proximité d'une zone où 14 espèces de chauve-souris sont protégées sur le plan national\*.

Nous veillons également à limiter notre impact sur la biodiversité par une **utilisation des terres raisonnée**.

| EMPLACEMENT                      | SUPERFICIE<br>(en hectar) | ZONE SENSIBLE À LA<br>BIODIVERSITÉ<br>(Dans ou à proximité)*                                                                   | ESPÈCES PROTÉGÉES*                                                                                                                      |
|----------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FORNEL<br>FRERES<br>(FRANCE)     | 3.35                      | Situé à proximité de : <ul style="list-style-type: none"> <li>La haute vallée de la Seugne</li> <li>La vallée du Né</li> </ul> | Vison d'Europe, espèce d'intérêt communautaire en voie de disparition et autres tel que la Loutre d'Europe, le Grand Rhinolophe, etc... |
| SOCIÉTÉ<br>BOISSONOT<br>(FRANCE) | 1.86                      | Situé à proximité de : <ul style="list-style-type: none"> <li>La ZNIEFF des coteaux de Chaussac</li> </ul>                     | 14 espèces de chauves-souris toutes protégées sur le plan national                                                                      |

|                                                                                             | 2024 | 2025 | % DE<br>CHANGEMENT |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|--------------------|
| <b>SUPERFICIE TOTALE SCELLÉE*</b> (béton, goudron, bâtiment)                                | 3.04 | 3.04 | 0 %                |
| <b>SUPERFICIE TOTALE ORIENTÉE VERS LA NATURE SUR LE SITE*</b> (herbe, terre, réserve d'eau) | 2.16 | 2.16 | 0 %                |
| <b>SUPERFICIE TOTALE ORIENTÉE VERS LA NATURE HORS SITE*</b>                                 | 0    | 0    | 0 %                |
| <b>UTILISATION TOTALE DES TERRES*</b>                                                       | 5.21 | 5.21 | 0 %                |

## 1.2 | Circuit court et achat local : une solution durable pour tous

### | Privilégier les produits issus du circuit court

Pour l'ensemble des produits que nous commercialisons, nous priorisons les **circuits courts**. Nos **5 acheteurs** pratiquent pour l'ensemble du réseau une **politique d'achats directs dite de l'« escargot »** : nous donnons la priorité à l'approvisionnement le plus proche de notre dépôt. Si la recherche ne peut aboutir dans le département d'implantation de l'entreprise, elle est élargie aux départements voisins et ainsi de suite, jusqu'à l'international.

De plus, nous **optimisons nos circuits de distribution des produits locaux** en y intégrant des **ramasses** chez nos producteurs afin de réduire les intermédiaires tout en réduisant notre impact environnemental. Fort de notre **activité secondaire de Transport public national**, nous proposons chaque jour à nos clients un service complet de distribution de fruits et légumes : de la ramasse chez nos producteurs locaux jusqu'à la livraison chez nos clients.

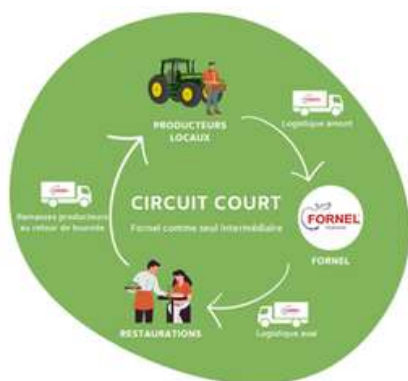
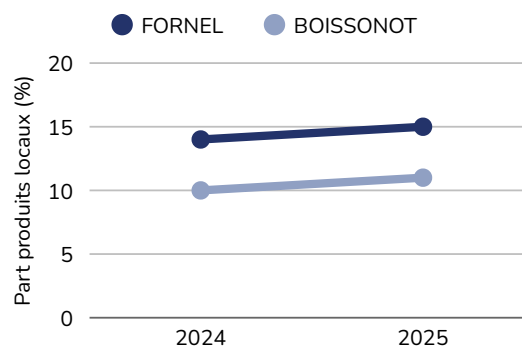


Schéma du circuit des produits locaux du groupe

Notre **Politique d'Achats Responsables** nous permet de soutenir l'agriculture de proximité en développant l'économie locale de notre territoire. Ainsi, nous répondons aux attentes de proximité et de transparence qu'expriment nos clients et les consommateurs.

En 2025, nous avons vendu **1 328 références** de produits locaux qui ont représenté **4 291 tonnes**, soit **14,10 % des ventes** de notre groupe. De plus, nous avons collaboré avec plus de **140 producteurs locaux**, soit **29 % de nos fournisseurs** sur l'ensemble du réseau. Notre objectif est d'atteindre les 13,90 % de produits locaux vendus en 2025.

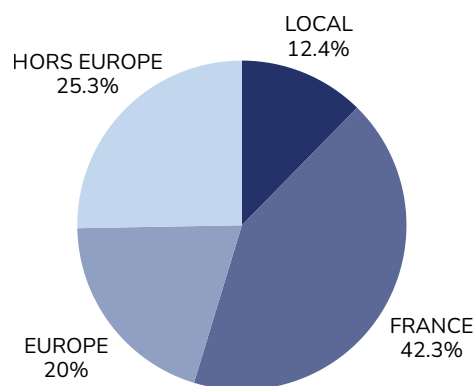


Évolution de la part des produits locaux vendus par site

Notre **politique d'achats** est déployée au sein de **bassins de productions**. Cette stratégie nous permet notamment de **sécuriser** nos approvisionnements et nos producteurs face aux **conditions météorologiques**. Pour ce faire, nous utilisons trois types de circuits d'approvisionnements.

Pour les denrées produites localement, nous limitons au maximum les intermédiaires en déployant notre stratégie de circuit court. Nous nous approvisionnons également au sein de coopératives et groupements de producteurs agricoles. Dans ce cas de figure, un intermédiaire supplémentaire est rajouté à notre schéma d'approvisionnement. Enfin, pour les produits du grand import, notre schéma d'approvisionnement est agrandi à 2 intermédiaires entre notre dépôt et le producteur. En effet, les producteurs étrangers centralisent leur production au sein de coopératives ou de groupements de producteurs. Ces produits sont par la suite importés sur le territoire français par des importateurs, chez qui nous nous approvisionnons. Les denrées sont ensuite livrées par nos soins sur les sites de nos clients.

Voici la répartition de nos **produits vendus en 2025 par origine** :



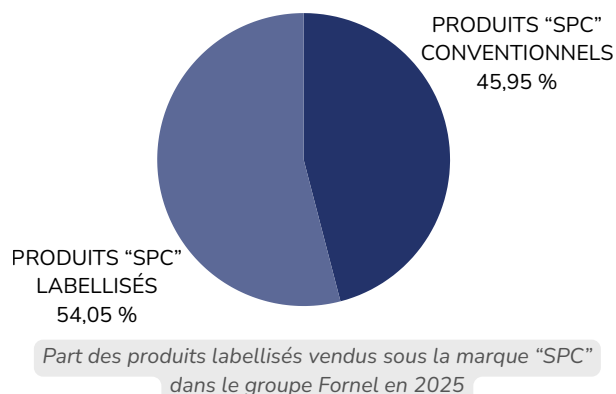
Répartition des produits vendus en 2025 par origine dans le groupe Fornel

## | Développer notre marque « Sélection Poitou-Charentes » au profit des produits locaux

Afin de mettre en avant nos producteurs locaux, nous commercialisons notre marque « **Sélection Poitou-Charentes** » (SPC). Nos producteurs adhérents sont situés dans 4 départements, à savoir : la Charente (16), la Charente-Maritime (17), les Deux-Sèvres (79) et la Vienne (86). Cette proximité permet de garantir un approvisionnement régulier et une fraîcheur optimale des produits.

Au cours de notre exercice 2025, la marque SPC nous a permis de mettre en avant plus de **1 250 références** pour l'ensemble du réseau et ont représenté près de **13,14 % de nos ventes**.

De plus, nous veillons à valoriser au travers de cette marque des **producteurs locaux aux pratiques culturelles vertueuses labellisés**.



## | Respecter nos producteurs

Dans un véritable souci de partenariat, nous **accompagnons nos producteurs** à plusieurs niveaux, à savoir : le **prix**, le **conseil** et la **visibilité**. En 2025, le réseau FORNEL a collaboré avec **plus de 140 fournisseurs locaux**.

Tout d'abord, nous définissons la **rémunération de nos producteurs** en nous basant sur le prix le plus haut du marché. Nous limitons les frais de livraison à nos producteurs en réalisant des ramasses en retour de tournées. Enfin, nous limitons les surcoûts d'emballage grâce à une remise dans le circuit des emballages d'occasions.

À l'écoute de nos clients, nous connaissons les tendances de consommations, tant en gamme qu'en volume. Ce qui nous permet de **conseiller nos producteurs sur les gammes et les volumes** appropriés pour les prochaines campagnes.

Enfin, notre service Marketing & Communication **valorise nos producteurs locaux en communiquant** sur leurs produits et leurs pratiques culturelles. Nous publions notamment des portraits producteurs sur nos réseaux sociaux et menons des promotions en magasins sous différentes formes.



Mock-up d'un flyer conçu par Fornel pour valoriser un producteur local

## 1.3 | Garantir la santé des consommateurs

### | Garantir la sécurité sanitaire de nos produits

Notre engagement en matière de **sécurité alimentaire** se traduit par notre **convention Felpartenariat**. Celle-ci repose sur un référentiel édité par l'Union National du Commerce de Gros en Fruits et Légumes (UNCGFL) en collaboration avec la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF).

Tout d'abord, sur le principe du « **FOOD LAW** » et grâce à notre **système informatique**, nous sommes en mesure d'assurer une **traçabilité complète « de la fourche à la fourchette »** sur trois niveaux : amont, interne et aval. Pour garantir l'efficacité de notre système de traçabilité, nous effectuons des tests tous les trimestres. Nous veillons au respect des normes de commercialisations et d'étiquetages en vigueur. Nos **14 agréés formés** répartis sur nos différents sites, veillent à la conformité des étiquettes produits et de nos fiches palettes.

De plus, l'ensemble de nos collaborateurs sont engagés dans la **sécurité sanitaire** de nos produits. Ils reçoivent tous une **sensibilisation aux bonnes pratiques d'hygiène** à l'embauche, renouvelée chaque année par le service Qualité. De plus, nos **prestataires de nettoyage** réalisent à fréquence régulière des nettoyages de nos entrepôts, de nos locaux sociaux et de nos véhicules. Pour finir, nos **prestataires de dératisation** réalisent une lutte contre les nuisibles.

En complément nous appliquons la **méthode « Hazard Analyse Critical Control Point » (HACCP)**. Cette dernière est imposée par la convention FEL PARTENARIAT mais aussi par la FOOD LAW. Nous avons constitué et formé une **équipe pluridisciplinaire** sur chaque site du réseau, dédié à la revue annuelle de cette analyse. Composée de 12 étapes, elle nous permet d'analyser les dangers sur les produits et les risques associés pour nos consommateurs. À l'issue de l'analyse nous définissons des actions préventives sur les éventuels « point critiques à maîtriser » (CCP).

Chaque année, nous réalisons un **plan de prélèvement & d'analyse phytosanitaire** de nos produits. Celui-ci est construit à partir de nos volumes de produits achetés chez nos fournisseurs et de leurs risques, définis par les autorités compétentes. Ainsi, **chaque mois un échantillon est analysé en laboratoire** par notre prestataire « Phytocontrol » afin de vérifier les résidus de pesticides présents sur le produit. En 2025, nous avons mené **13 analyses phytosanitaires**, soit **100 % des analyses prévues** dans notre plan de prélèvements. Parmi elles, **12 analyses sont ressorties conformes**.

Lorsqu'une analyse ressort non conforme, une alerte sanitaire est déclenchée au près des parties prenantes concernées. Les alertes sanitaires peuvent également provenir de nos fournisseurs à l'issue de leurs propres contrôles. Dans ces cas de figure, notre **procédure de gestion des alertes sanitaires** nous permet d'informer dans un délai de **2h maximum** l'ensemble de nos interlocuteurs internes et externes et de traiter l'alerte sous **48h maximum**. En 2025, notre processus de surveillance nous a permis de traités **7 alertes sanitaires** au sein du groupe Fornel et d'ainsi maintenir la sécurité des consommateurs.



Nombre d'alerte sanitaire traitées en 2025 par site

## | Référencer et évaluer nos fournisseurs et leurs produits

Dans le cadre de notre démarche Qualité, nous veillons à sélectionner et à suivre rigoureusement nos fournisseurs. Ainsi, notre **démarche de référencement et de suivi** nous permet d'une part, de garantir la sécurité sanitaire des produits et d'autre part, de maintenir un niveau de qualité des produits et des services optimal.

Le référencement d'un nouveau fournisseur passe par la signature de notre **Cahier des Charges** et d'un **questionnaire qualité et RSE**. Celui-ci est ensuite analysé et pris en compte chaque année pour l'évaluation de nos fournisseurs par nos acheteurs, notre service qualité et RSE. Nous **évaluons nos fournisseurs** sur plusieurs éléments à savoir : la **sécurité sanitaire**, la **qualité des produits**, leurs **pratiques culturelles (labels)**, leur politique en matière de **Droits de l'Homme** et de **Corruption**, etc...

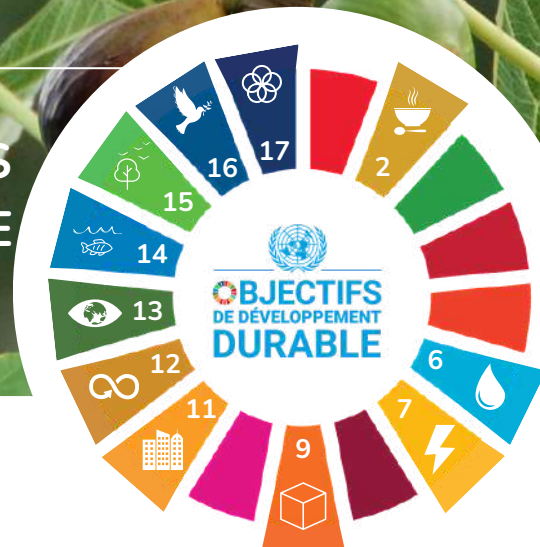
Cette évaluation annuelle nous permet de définir une **liste de fournisseurs dits « sensibles »** et de **renforcer nos contrôles**. En 2025, nos agréateurs ont réalisé des **contrôles renforcés sur 267 de nos fournisseurs**.

## | Veiller à la sécurité de nos données et produits

Jusqu'à la livraison chez nos clients, nous veillons à garantir la sécurité de nos produits. Les parkings, les locaux et les zones de stockage des produits sont munis de caméras de surveillance et l'accès à nos sites est règlementé.

L'ensemble du Réseau FORNEL veille à sécuriser les données informatiques, qu'ils s'agissent de celles de nos collaborateurs ou bien de nos partenaires. Les sauvegardes de nos données numériques sont quotidiennes, incrémentales et envoyées sur un site inaccessible depuis la plateforme en direct. De plus, les bases de données émergentes de l'outil de gestion commerciale sont répliquées en temps réel sur leurs instances de standby. Pour finir, des tests de bascules d'instances de bases de données et de restaurations de données sont effectués au moins une fois par an ou après chaque modification profonde du système.

## 2 ENGAGÉ POUR DES SERVICES FIABLES ET RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT



ÉCOUTE ET  
CONFIANCE  
AVEC NOS  
CLIENTS



**50 %** de nos activités certifiés **ISO 9001**  
**93,16 %** de taux de service  
**88,05 %** de clients satisfaits

LIMITER NOTRE  
IMPACT SUR  
L'ENVIRONNEMENT



**25 090,20 TCO2eq** scopes 1, 2 et 3  
**100%** de nos activités chartées **Objectif CO2**  
**81,47 %** de nos déchets recyclés/revalorisés

ENGAGÉ  
CONTRE LA  
CORRUPTION



**100 %** des sites anticorruption  
**0** alerte de corruption

## 2 | Engagé pour des services fiables et respectueux de l'environnement

### 2.1 | Une relation client fondée sur l'écoute et la confiance

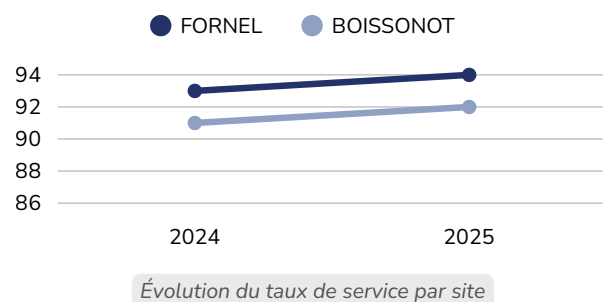
#### | Mesurer et œuvrer pour la satisfaction de nos clients

Depuis 2019, notre engagement à satisfaire nos clients est démontré par notre **certification « ISO 9001 » sur le site de FORNEL** (hors activité Transport national). Notre exercice **2025** a été marqué par la réussite de l'élargissement du périmètre certifié "ISO 9001" avec l'**intégration de notre second site BOISSONOT**.

Afin de garantir la conformité des commandes et de satisfaire les exigences de nos clients, nous assurons différents types de **contrôles tout au long de notre chaîne de valeur**, à savoir : à réception de nos produits, durant la préparation des commandes et à livraison.

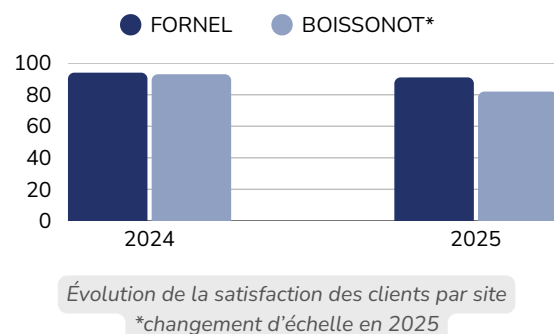
Dans le cadre de notre démarche qualité basée sur le référentiel « ISO 9001 », nous veillons à garantir un « Service Après-Ventes » (SAV) optimal à nos clients. Selon notre **procédure de gestion des non-conformités**, nous traitons dans les meilleurs délais les réclamations de nos clients. Lorsqu'un problème est récurrent, nous menons une **analyse approfondie des causes** avec les acteurs concernés afin de définir des **actions correctives et préventives adaptées**.

Tout au long de l'année, notre service qualité mesure au côté des pilotes de processus la satisfaction de nos clients par plusieurs moyens. En effet, notre « **Système de Management de la Qualité** » (SMQ) nous permet de mesurer nos performances à l'aide d'**indicateurs de pilotage** tel que le « taux de service », le « taux d'avoir » et de multiples indicateurs liés spécifiquement aux processus. En 2025, nous avons atteint un **taux de service de 93,16%** pour l'ensemble du groupe Fornel.



Chaque année, notre service Qualité réalise une **enquête de satisfaction** auprès de nos clients. En 2025, elle en a **touché 339 clients** sur l'ensemble du réseau. Ces enquêtes nous permettent de recueillir par typologie de client leur avis sur la qualité de nos produits et de nos services, mais aussi sur leurs attentes et besoins émergents.

En 2025, **88,05 % de nos clients ont été satisfait**. La progression de cet indicateur nous conforte sur la solidité de nos relations avec nos clients. Notre objectif pour l'année 2025 a été maintenu à 90 % de satisfaction client.



#### | Faire preuve de transparence et accompagner nos clients

Afin d'accompagner nos clients, nous leurs mettons à disposition des documents et outils statistiques adaptés à leurs besoins.

Depuis le 1er janvier 2022, la **loi EGALIM** impose à nos clients de restaurations collective de proposer **au moins 50% de produits durables et de qualité, dont au moins 20% de produits Bio**. Pour les accompagner au mieux dans le respect des exigences EGALIM, nous fournissons à nos clients des « **Bons de Livraison** » (BL) adaptés à cette nouvelle réglementation. En effet, les **mentions EGALIM** apparaissent distinctement à la ligne article sur chaque bon de livraison. De plus, un récapitulatif en volume (Kg), en valeur (€ HT Brut) et en part (%) est présent en bas de page.

De plus, nous réalisons sur demande de nos clients des **statistiques d'achats complémentaires** de façon mensuelle, trimestrielle ou annuelle. Ces bilans peuvent être adaptés spécifiquement pour des besoins en lien avec la loi EGALIM ou tout autre besoin (qualité, produits locaux, etc...).

En 2025, nous avons **accompagné 76 clients** sur l'ensemble du réseau à l'aide de nos bilans statistiques.

## 2.2 | Limiter notre impact environnemental : un enjeu collectif

Dans nos propres opérations, nous **émettons essentiellement des polluants dans l'air\***. En effet, en dehors de la production indirect de déchets, seul nos émissions directes (de type scope 1) sont concernés, à savoir :

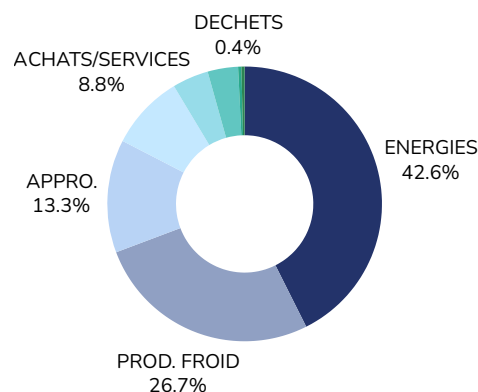
| POLLUANT | ÉMISSIONS (kg)  | MILIEU DE DIFFUSION |
|----------|-----------------|---------------------|
| CO2      | 2 212,59 TCO2eq | Air                 |

### | Notre stratégie de décarbonation face à nos émissions de GES

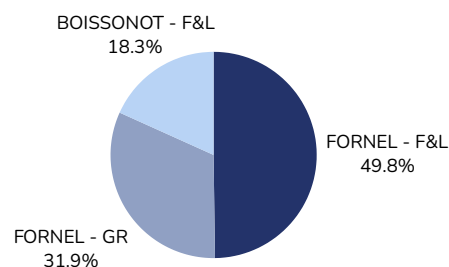
Notre réseau n'est pas soumis à obligation de Reporting sur la plateforme française Beges. Il en est de même pour la « **Corporate Sustainability Reporting Directive** » (CSRD). Néanmoins, en tant que transporteur et distributeur de denrées alimentaires en froid positif, nous appartenons à un **secteur d'activité à fort impact climatique**. C'est à ce titre que nous répondons à la norme VSME volontaire, à commencer par la réalisation d'un premier **Bilan Carbone®** mené par notre prestataire « Natural developement », agréé en 2020 par l'institut IFC. Il a été fait **sur l'année 2023**, avec l'outil de référence **Bilan carbone® (version 8.9, 2023)** de l'Association ABC (Association pour la transition Bas Carbone), et a couvert l'ensemble du réseau FORNEL comprenant nos 2 sites FORNEL et BOISSONOT, ainsi que notre activité de Transport public national. Le périmètre de notre bilan carbone intègre les **scopes 1, 2 et 3**.

| SCOPES* | GAZ À EFFET DE SERRE ÉMIS (TCO2eq) |
|---------|------------------------------------|
| SCOPE 1 | 2 212,59 TCO2eq                    |
| SCOPE 2 | 5 079,50 TCO2eq                    |
| SCOPE 3 | 17 798,11 TCO2eq                   |

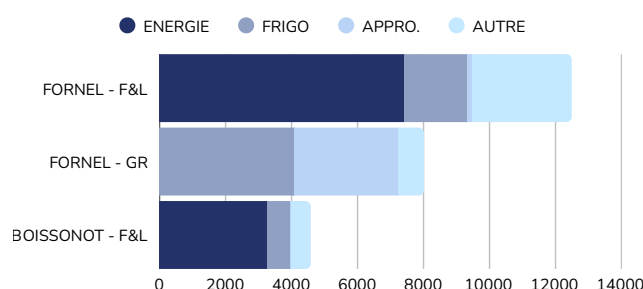
Notre Bilan global s'élève à **25 090,2 tonnes de CO2eq** (soit 0.00034 ramené à notre chiffre d'affaires)\*, répartis sur les **8 postes d'émissions** suivants : L'énergie, la production de froid, les approvisionnements, les achats/services, le fret, les déplacements, les déchets et les immobilisations. Cette valeur nous sert de référence pour **fixer notre objectif** de réduction de nos émissions à l'**horizon 2030**.



Répartition des émissions (tCO2e) au sein du groupe par poste



Répartition des émissions (tCO2e) par activité du groupe



Répartition des émissions (tCo2e) par poste et par activité

Afin d'aller plus loin, nous déployons aux côtés de notre prestataire « ECO CO2 » et du Réseau Vivalya en 2025 la **démarche « Act Pas à Pas »**. Lauréat de l'appel à projets ACT France 2024 de l'ADEME, nous nous engageons aux côtés de Vivalya à mettre en œuvre une **stratégie de décarbonation** de nos activités, alignée avec les **objectifs climatiques de l'Accord de Paris** et notre démarche labellisée «Engagé RSE».

Dans la continuité de la **vision nationale du réseau Vivalya**, FORNEL inscrit sa transition climat dans une **trajectoire progressive et structurée**, visant à rendre son modèle de distribution du frais compatible avec un monde bas carbone et plus résilient face aux effets du changement climatique. **Le contexte sectoriel impose d'anticiper simultanément les enjeux d'atténuation et d'adaptation** : instabilité croissante des volumes et de la qualité des productions agricoles et halieutiques, tensions sur l'énergie et la chaîne du froid, évolution des attentes clients et des cahiers des charges (traçabilité, performance ESG), et risques économiques et réglementaires. Pour un groupe multi-sites (Fornel et Boissonot), la transformation doit permettre de **sécuriser la continuité d'activité, la robustesse logistique et la compétitivité**, tout en **réduisant l'empreinte carbone sur l'ensemble de la chaîne de valeur**. Ainsi, nous avons débuté la démarche par *l'identification et l'évaluation des dangers et événements de transition liés au climat\**.

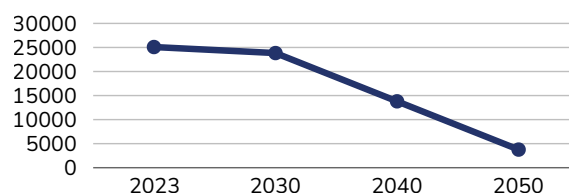
À partir d'un **bilan carbone 2023 de 25 090 tCO<sub>2</sub>e\*** (référentiel GHG), FORNEL se fixe des jalons de réduction à court, moyen et long terme (englobant les scopes 1, 2 et 3) : **23 836 tCO<sub>2</sub>e en 2030 (-5%)\*, 13 800 tCO<sub>2</sub>e en 2040 (-45%)\* et 3 764 tCO<sub>2</sub>e en 2050 (-85%)\*, dans une logique de type Net Zéro à horizon 2050** (réduction maximale des émissions et traitement des émissions résiduelles). Cette trajectoire repose sur un renforcement du pilotage (indicateurs carbone/ESG, gouvernance, mobilisation interne) et sur la mise en œuvre d'un portefeuille d'actions hiérarchisées, déclinées à l'échelle des sites et des métiers.

La feuille de route se structure par étapes : **à court terme (horizon 2030)**, FORNEL vise la consolidation de la comptabilité carbone et du reporting, l'activation d'actions à gains rapides et à forte robustesse opérationnelle (optimisation énergétique et du froid, premières substitutions sur la logistique, réduction des pertes), ainsi que l'intégration systématique de critères climat dans les décisions d'achats et de prestation.

**À moyen terme (horizon 2040)**, l'objectif est de changer d'échelle via des investissements structurants sur les sites (énergie et froid), la montée en puissance des énergies renouvelables et de l'électricité bas carbone, l'industrialisation d'un fret bas carbone et l'évolution des approvisionnements vers des produits plus sobres et plus résilients, notamment via le développement du local et de la saisonnalité.

**À long terme (horizon 2050)**, FORNEL ambitionne de devenir un acteur de référence d'une distribution du frais bas carbone et résiliente, contribuant à la sécurisation de filières territoriales et à une logique circulaire (réduction forte des pertes, réemploi et valorisation), en s'appuyant sur son niveau de maturité RSE (label Engagé RSE – 2 étoiles) et sur la dynamique collective Vivalya.

**La stratégie est structurée autour des 8 actions prioritaires\*** : étudier l'opportunité de la géothermie, installer des panneaux photovoltaïques, déployer une gestion du froid bas carbone, déployer un fret bas carbone, favoriser les approvisionnements locaux et ultra-locaux, favoriser les approvisionnements les moins émissifs, limiter les approvisionnements les plus émissifs, et renforcer le management de la performance en lien avec l'intensité carbone. Le déploiement se fait par étapes, avec un pilotage annuel des indicateurs carbone/ESG, la priorisation des actions "quick wins" et des investissements structurants, et une gouvernance permettant de sécuriser l'atteinte des jalons 2030/2040/2050 et l'inscription de FORNEL dans une trajectoire crédible vers le Net Zéro.



Trajectoire de décarbonation du groupe FORNEL (tCO<sub>2</sub>e)

## | Notre stratégie de décarbonation face à nos émissions de GES

Depuis juin 2022, notre site FORNEL et notre activité de Transpot public national sont **engagés dans la démarche "Objectif CO2"**. Inscrite dans le programme d'Engagement Volontaire pour l'Environnement (EVE), elle nous permet de réduire durablement notre consommation de carburant et nos émissions de gaz à effet de serre (GES) liées à nos activités logistiques.

Notre année **2025** a été marqué par **l'entrée de notre site BOISSONOT dans la démarche et le renouvellement de notre site FORNEL et de notre activité de Transport public national pour les 3 prochaines années**. À ce jour, 100% de nos sites et activités sont intégré dans la charte "Objectif CO2".

À partir d'un nouveau diagnostic réalisé sur l'année 2025, nous mettons en œuvre un plan d'action lié à nos véhicules, nos carburants, nos conducteurs et notre organisation.



Tout d'abord, **100%** de nos **véhicules** répondent à la norme **EURO6**. Celle-ci garanti des émissions d'échappement moindres par rapport aux normes de fabrication précédentes et limite la pollution de l'air. De plus, nous **vérifions la pression des pneumatiques tous les trimestres** afin d'éviter les surconsommations de carburant.

Nous agissons également sur nos carburants en utilisant **2 additifs**. Il s'agit de l'**AD BLUE**, qui permet de diminuer les émissions de particules d'azote (Nox). Puis de l'**EQC** qui permet d'augmenter l'indice de cétane du carburant. Ces deux additifs nous permettent de diminuer considérablement notre empreinte carbone.

Nous renouvelons également notre parc régulièrement et investissons dans des véhicules électriques et hybrides. En 2025, la **part des véhicules électriques et hybrides était proche de 5 %** (y compris VL). Soucieux de notre impact sur l'environnement, nous sommes chaque jour à l'écoute des dernières innovations en matière de carburant alternatifs. Nous restons attentifs aux dernières innovations en matière de biocarburant, tel que le « Hydrotreated Vegetable Oil » (HVO) composé d'huiles végétales.

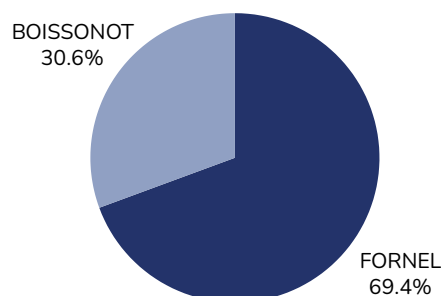
Nous déployons également un **plan de formation à l'écoconduite** de nos chauffeurs. Elle a pour objectif d'accompagner les chauffeurs vers une conduite écoresponsable. En 2024, **39,13 % de nos chauffeurs ont été formés**. Un suivi individualisé des chauffeurs est réalisé par l'organisme CGI qui transmet des scores de conduite pour chaque chauffeur tous les mois.

Enfin, nous veillons à **optimiser nos circuits de distribution chaque jour**. Nos équipes d'exploitation combinent les besoins de nos clients à nos contraintes logistiques. Nous intégrons également des ramasses chez nos fournisseurs sur les trajets retours. Cela nous permet de réduire les intermédiaires tout en réduisant notre impact sur l'environnement. Nos performances sont mesurées à l'aide de notre indicateur sur les kilomètres à vide parcourues.

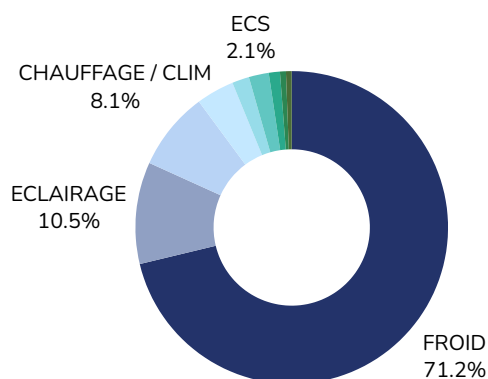
## | Raisonner nos consommations et s'orienter vers les énergies renouvelables

Afin de raisonner nos consommations d'énergies, en accord avec la loi Élan du 23 novembre 2018, nous déployons le dispositif « **Eco Energie Tertiaire** » au sein de notre réseau. Notre objectif est de réduire progressivement les consommations énergétiques de nos bâtiments d'au moins 40% en 2030, 50% en 2040 puis 60% en 2050 par rapport à notre année de référence de 2019.

En 2024, nous avons mené un **audit énergétique** aux côtés de notre prestataire GREENFLEX sur l'ensemble de notre réseau. Nos consommations globales d'électricité s'élèvent à **1 840,08 Kwh\* en 2025**, répartis sur 11 postes différents, dont 3 principaux à savoir : la production de froid, les éclairages et la climatisation/chauffage des locaux.



Répartition des consommation (Mwh) par site



Répartition des consommations (Mwh)  
au sein du groupe par poste

De **nombreuses actions ont déjà été menée en amont**, tel que : éclairage LED et/ou à détecteurs de mouvement, éclairage extérieur assuré par une horloge astronomique, isolation des bâtiments, etc. Toutefois, aux côtés de notre prestataire, nous avons pu définir des **axes d'améliorations**, qui nous permettent d'envisager un **gain allant jusqu'à 4,57 % par rapport à 2023**. Ces éléments seront mesurés lors de notre prochain bilan.

Parmi nos axes d'amélioration, on retrouve dans un premier temps le **blocage des plages de températures des climatisations/chauffages** (chauffage à 19°C maximum et climatisation à 24°C minimum). Puis dans un second temps la **sensibilisation de nos collaborateurs aux bonnes pratiques environnementales**.

Notre prestataire GREENFLEX a également mené en 2024 une **étude photovoltaïque** en toiture pour l'ensemble de nos sites. **Courant 2025-2026**, nous projetons d'installer sur nos deux sites des **panneaux photovoltaïques en toiture** pour un superficie totale de plus de **2 715 m²**. Ces projets vont nous permettre de produire autour de **642 Mwh d'électricité** pour un **taux d'autoproduction de 34,89%** chaque année. Ils contribueront ainsi à la **réduction de notre empreinte carbone** de 24 tonnes de CO2 chaque année. Depuis janvier 2026, **1 320 m² de panneaux photovoltaïques** sont déjà opérationnels sur notre site **FORNEL**.



Vue aérienne du site FORNEL  
avec simulation de panneaux photovoltaïques



Vue aérienne du site BOISSONOT  
avec simulation de panneaux photovoltaïques

|                            | CONSOUMATIONS<br>D'ÉLECTRICITÉ 2025 (Mwh) |
|----------------------------|-------------------------------------------|
| ÉNERGIE NON-RENOUVELABLES* | 1 840,08                                  |
| ÉNERGIE RENOUEVEABLES*     | 0,00                                      |
| ÉNERGIE TOTALE             | 1 840,08                                  |

Nous veillons également à **raisonner nos consommations d'eau**. D'autant que l'un de nos sites (FORNEL) est situé dans une zone de stress hydrique élevé (40-80%), situation qui devrait se dégrader d'avantage d'ici 2050 d'après l'Atlas des Risques Aqueduc".

|                                              | CONSOmmATIONS<br>D'EAU 2025 (M3) |
|----------------------------------------------|----------------------------------|
| TOUS LES SITES*                              | 1 944                            |
| SITES DANS ZONE DE<br>STRESS HYDRIQUE ÉLEVÉ* | 1 372                            |

Notre principale source de consommation provient de nos **stations de lavage** des camions. En effet, dans le cadre notre activité de Distributeur de Fruits & Légumes frais, nous suivons un **plan de nettoyage des véhicules** rigoureux pour garantir à nos clients la **sécurité sanitaire des produits**. Afin de limiter nos consommations, nous **sensibilisons nos collaborateurs aux bonnes pratiques environnementales** dès l'embauche durant l'intégration des nouveaux arrivants, puis au quotidien à l'aide d'**affichage** dans l'ensemble des locaux. En 2025, nous avons consommé **1 944 m3 d'eau**. Nous nous sommes fixés comme objectif pour 2026, une consommation d'eau inférieure à 1 800 m3.

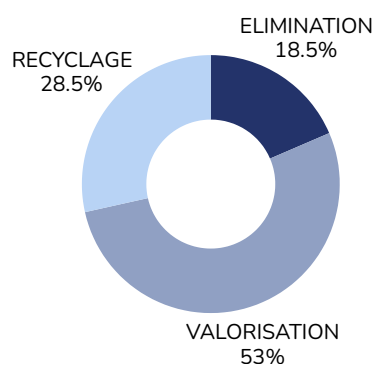
#### | Veiller au réemploi et au recyclage de nos déchets

Nos déchets peuvent être catégorisés sous 2 filières spécifiques : les **déchets dangereux** (piles, séparateurs d'hydrocarbure, déchets bureautiques, etc.) et les **dangers non dangereux** (biodéchets, bois, cartons, plastiques, plastiques, etc.).

En accord avec le **Décret 7 flux de 2016** et afin de limiter notre pollution, nous déployons sur nos différents sites le **tri sélectif de nos déchets** ainsi que leur **réemploi, recyclage, revalorisation** ou en dernier recours leur **élimination**.

En accord avec le **Décret 7 flux de 2016** et afin de limiter notre pollution, nous déployons sur nos différents sites le **tri sélectif de nos déchets** ainsi que leur **réemploi, recyclage, revalorisation** ou en dernier recours leur **élimination**.

En 2025, nous avons triés **13,89 tonnes de déchets dangereux\*** et **542,07 tonnes de déchets non dangereux\***. Nous mesurons la **part de nos déchets recyclés et/ou revalorisés** afin de mesurer notre performance. *En 2025, elle a représenté 81,47 %\* (et 86,95 % hors déchets dangereux).* Notre objectif pour 2026 est d'obtenir un ratio supérieur à 80 %.



Répartition des volumes de déchets  
par type de traitement

Plus précisément, pour les **13,89 tonnes de déchets dangereux\*** produits en 2025, voici la répartition par type de déchet et destination :

| CATÉGORIE*                     | DESTIN      | VOLUME  |
|--------------------------------|-------------|---------|
| Hydrocarbures<br>(13 05 08)    | Élimination | 1,48 T  |
| Huile moteur<br>(13 02 05)     | Élimination | 4,05 T  |
| Aérosols<br>(15 01 11)         | Élimination | 0,031 T |
| Filtres à huiles<br>(16 01 07) | Élimination | 0,653 T |

Enfin, pour les **542,07 tonnes de déchets non-dangereux\*** produits en 2025, voici la répartition par type de déchet et destination :

| CATÉGORIE*                       | DESTIN                     | VOLUME   |
|----------------------------------|----------------------------|----------|
| Déchet Industriel Banal (D.I.B.) | Élimination                | 93,33 T  |
| Biodéchet                        | Revalorisation             | 306,50 T |
| Papier / carton                  | Recyclage                  | 44,92 T  |
| Métal                            | Recyclage                  | 0,07 T   |
| Plastique                        | Recyclage                  | 3,25 T   |
| Bois                             | Réutilisation ou recyclage | 116,60 T |

En dehors de nos produits frais, nous générons peu de déchets dans notre activité propre. Cependant, nous **gérons la fin de vie** de d'une part importante de **déchets provenant de l'amont** de notre chaîne de valeur, notamment les **emballages** (bois, cartons et plastiques) de nos produits qui constituent notre plus gros volume de déchets. En effet, dans le cadre de nos activités de distribution et de Transport public national, nous n'emballons pas nos produits. Les opérations de conditionnement des produits sont réalisées par nos fournisseurs. Toutefois, nous veillons à **recupérer auprès de nos clients les conditionnements vides dépollués** (sans étiquette, ancien calage, etc.), afin de contribuer à une meilleure **économie circulaire** en les réutilisant ou en les recyclant.

Les colis en bon état sont réutilisés pour conditionner les commandes de détails. Tandis que les colis endommagés, sont triés puis compactés sur nos sites et enfin collectés par notre prestataire.

Nous avons également mis en place un suivi de nos palettes. Chaque mois, nous suivons notre indicateur de « Taux de retour palette » afin d'optimiser au maximum leur rotation.

Nous avons complété notre démarche par la mise en place d'un tri sélectif des déchets provenant des bureaux et des locaux sociaux. Ces déchets sont ensuite collectés par notre prestataire ELISE, engagé dans l'emploi de personnes en réinsertion ou en situation de handicap.

Afin de diminuer nos déchets papiers, nous visons la **dématérialisation de nos processus**. À ce jour, toutes nos **factures** sont en grande partie **numériques** grâce à notre plateforme CHORUS.



Photo des poubelles de tri des déchets des locaux sociaux

## 2.3 | Engagé contre la corruption

Notre réseau FORNEL n'est **pas soumis aux mesures de la loi Sapin 2** du 9 décembre 2016. Toutefois, basé sur le principe fondamental de comportement éthique, nous déployons sur l'ensemble de notre chaîne de valeur une **démarche volontaire anticorruption**. Grâce à notre politique en matière de conduite des affaires, le groupe FORNEL n'a encouru **aucune condamnation et amendes pour avoir violé les lois anticorruption\***.

### | Conduire nos affaires dans le strict respect des normes d'éthiques

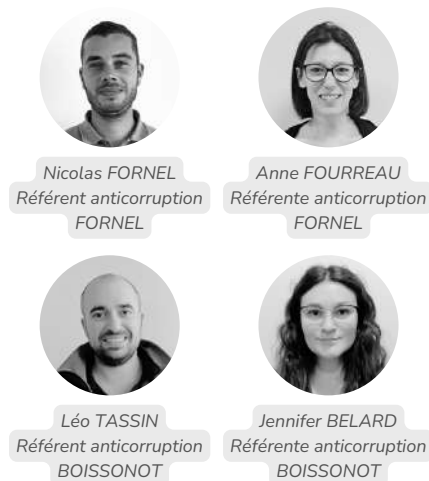
Notre direction attache la plus haute importance à ce que toutes nos activités soient exercées dans le plus **strict respect des normes d'éthiques**. En ce sens, comme il est stipulé dans le **règlement intérieur** de nos sites, toute pratique de corruption avérée en interne est **sanctionnée**.

Afin de **sensibiliser l'ensemble de nos collaborateurs**, et en complément de notre **règlement anticorruption**, nous avons rédigé et affiché un **code de conduite** portant sur les cadeaux, les conflits d'intérêts, les paiements de facilitation et les actions de sponsoring. De plus, l'ensemble des **responsables** et des **collaborateurs aux postes clés** ont reçu une **formation interne**.



Aperçu du code de conduite anticorruption du groupe Fornel

Afin d'identifier les situations à risques et d'accompagner nos collaborateurs, deux référents anticorruption ont été nommé et formé sur chaque site (soit 4 au total), un dispositif d'alerte a été instauré et nos contrôles comptables renforcés sur l'ensemble de nos sites.



### | Veiller à l'intégrité de nos partenaires

Nous agissons sur l'ensemble de notre chaîne de valeur en **s'opposant formellement** à toute **pratique de corruption** au sein de nos différents **partenaires**. Avec une vigilance particulière envers nos parties prenantes directes, nous demandons à nos fournisseurs et à nos clients de respecter les mêmes principes.

Pour ce faire, l'ensemble de nos fournisseurs ont signé notre **Cahier des charges** avec un article dédié à notre politique anticorruption. De plus, lors du **référéncement d'un nouveau fournisseur** et de son évaluation annuelle, nous évaluons au travers notre **questionnaire Qualité & RSE** la qualité de ses pratiques en la matière. Nous nous appuyons entre autre sur la **certification "GLOBAL GAP"**. En 2025, **41,55 % de nos fournisseurs** étaient certifiés.

Enfin, nous avons intégré un article dédié dans nos **« Conditions Générales de Ventes » (CGV)** afin de faire connaître à nos clients notre position en matière de non-corruption et de les inciter à adopter des pratiques similaires.

# 3 AGIR POUR LE BIEN-ÊTRE DE NOS COLLABORATEURS



OFFRIR UN CADRE  
DE TRAVAIL  
TOUJOURS  
PLUS SÛR



**90,10 %** des effectifs en CDI  
**66** Taux de fréquence AT  
**3** Taux de gravité AT

OPTIMISER  
LE BIEN ÊTRE DES  
COLLABORATEURS



**3,67 / 5** Enquête QVCT collaborateurs  
**17** évènements conviviaux  
**116** tablettes numériques

CULTIVER LES  
TALENTS DE NOS  
COLLABORATEURS



**40 ans** de moyenne d'âge collaborateurs  
**25,08 %** des effectifs en stage-apprentissage  
**39,76 %** des salariés formés durant l'année

PROMOUVOIR  
LA DIVERSITÉ  
ET L'INCLUSION



**13,86 %** effectifs féminin  
**8 duos** formés au DUO DAYS

### 3 | Agir pour le bien-être de nos collaborateurs

Dans le cadre de notre démarche de Responsabilité Sociétale d'Entreprise, nous veillons au sein de notre réseau et de notre chaîne de valeur, à **respecter et à promouvoir la qualité de vie et des conditions de travail (QVCT), le principe fondamental du respect des droits de l'Homme** ainsi que le **devoir de vigilance**. En ce sens, à l'issue d'une **analyse de risque** d'atteinte aux droits de l'Homme et d'une analyse du niveau de la QVCT, nous avons formalisé nos engagements dans notre **Politique des Droits de l'Homme\*** et notre **Politique QVCT**.

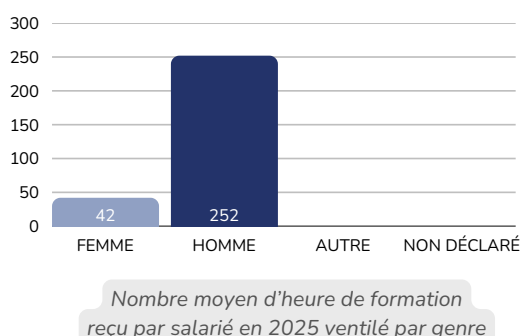
On retrouve dans notre **Politique des Droits de l'Homme** : **[1] Veiller au respect des droits de l'Homme sur notre chaîne de valeur (travail des enfants, forcé, etc.) [2] Garantir les droits de nos collaborateurs et [3] Respecter la diversité\***.

En 2025, notre système de plainte n'a enregistré **aucun signalement interne d'atteinte aux droits de l'Homme** n'a été fait concernant le Groupe Fornel ou bien un partenaire de notre chaîne de valeur\*.

#### 3.1 | Offrir un cadre de travail toujours plus sûr

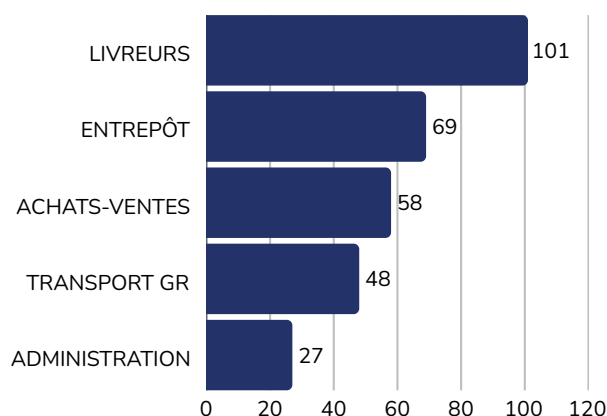
##### | Offrir une sécurité de l'emploi

Le réseau FORNEL a atteint en décembre 2025 un **effectif total de 303 salariés (tous employés sur le territoire français)\***, dont 9 au sein de la holding FI.MA.BO., 156 au sein du site FORNEL, 83 sur le site de BOISSONOT et 55 pour notre activité de Transport public national. Par rapport à l'année précédente, notre effectif global est en hausse. Au cours de l'année dernière, notre **taux de turnover** était de **34,54 %\***.



Nous souhaitons développer une **relation de confiance** avec nos nouveaux collaborateurs tout en conservant notre **savoir-faire**. C'est pourquoi nous priorisons les contrats à durée indéterminée. Parmi nos collaborateurs, **90,10 % ont ainsi été embauchés en Contrat à Durée Indéterminée (CDI) contre 9,9 % en Contrat à Durée Déterminée (CDD)\***. Notre objectif pour 2025, est d'atteindre 90 % de nos effectifs en CDI.

Nos effectifs sont répartis dans **5 grandes familles de métiers**, à savoir : Livres, Entrepôt, Achat-Commerce, Transport GR et l'Administration.



Effectif total 2025 par métier au sein du groupe Fornel

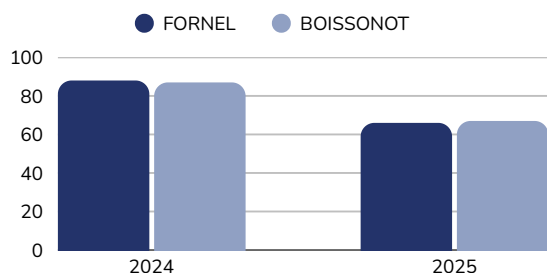
Un **processus d'intégration** est systématiquement mis en place dès l'embauche d'un nouveau collaborateur. Chaque nouveau collaborateur bénéficie d'un **échange avec le service RSE** au cours duquel nous procédons à la présentation de l'entreprise, aux règles d'hygiène et de sécurité, ainsi qu'à une sensibilisation aux bonnes pratiques environnementales et sociétales au sein de l'entreprise.

Par la suite, il réalise une **semaine d'immersion** où il pourra découvrir chaque jour le **fonctionnement d'un service et de son équipe**. Puis, à l'issue de cette semaine, le nouveau collaborateur est **tutoré par un collègue** afin de l'accompagner en toute sérénité dans sa prise de fonction.

## | Améliorer la santé et la sécurité

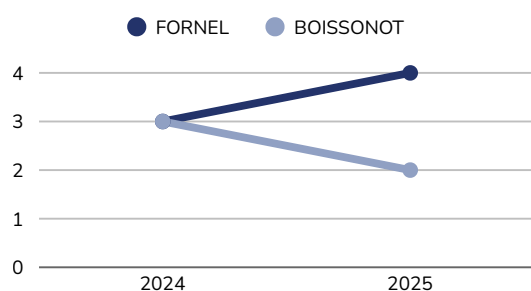
La **santé et la sécurité** de nos collaborateurs constitue le principal facteur de leur bien-être au travail. Afin de mesurer nos performances en la matière, nous pilotons deux indicateurs sur chacun de nos sites, à savoir : le « **Taux de Fréquence** » (66 en 2025)\* et le « **Taux de gravité** » (3 en 2025)\* des **accidents du travail**. Plus précisément, nous avons enregistré **31 accidents du travail** durant l'année 2025 et **aucun décès** résultant d'un **accident du travail**.\*

Ces indicateurs sont analysés **tous les trimestres**, indépendamment sur chaque site, puis consolidés au niveau du groupe tous les ans. Ainsi, nous pouvons définir des actions d'améliorations afin d'atteindre notre **objectif fixé à 50 % de taux de fréquence** et **2,75 % de taux de gravité d'ici 2026**.



Évolution du taux de fréquence d'accident du travail par site.

\*Le site Fornel comprend l'activité de transport national



Évolution du taux de gravité d'accident du travail par site.

\*Le site Fornel comprend l'activité de transport national

Notre analyse traduite dans notre « **Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels** » (DUERP) est renforcée par la présence au quotidien de nos **équipes formées en « Santé et Sécurité au Travail » (SST)**, composée de 12 collaborateurs sur le site de FORNEL et de 3 collaborateurs sur le site de BOISSONOT. 13 de nos collaborateurs sont également formés pour la **gestion des incendies** et pour l'**utilisation des défibrillateurs**.

## | Rémunération et négociations collectives

La politique salariale du Groupe FORNEL est conçue pour répondre aux objectifs stratégiques de l'entreprise tout en garantissant l'équité et la satisfaction des salariés. Elle évolue avec les besoins de l'organisation, les attentes des employés et les évolutions du marché du travail. **En 2025, 100% des salariés ont bénéficié d'un salaire supérieur au salaire minimum imposé\*.**

En 2025, **97,03 % des salariés étaient couverts par une convention collective\***. En effet, les collaborateurs rattachés à notre activité de distributeur de fruits et légumes sont tous couverts par la **convention collectif du commerce de gros** (site FORNEL et BOISSONOT). Tandis que les collaborateurs rattachés à notre activité de transport public de marchandise (site FORNEL) sont tous couverts par la **convention collective du transport routiers**. Seul les collaborateurs rattachés à la holding (FI.MA.BO.) ne sont pas couverts par une convention collective (car non applicable).

## | Encourager le dialogue social

En tant que **parties prenantes internes**, nos collaborateurs se réunissent chaque semaine au sein de chaque service afin d'échanger sur divers sujets. Ceux-ci sont remontés durant la **réunion hebdomadaire des responsables**. Nous favorisons ainsi les remontés et les descentes d'informations.

**19** collaborateurs ont été élus et formés pour former un « **Comité Social et Économique** » (CSE). Ils sont répartis sur nos sites de la manière suivante : **14** sur le site de FORNEL et **5** sur le site de BOISSONOT. Les membres du CSE, accompagnés par notre Responsable des Ressources Humaines et notre Dirigeant, se réunissent tous les 2 mois afin d'échanger sur la vie de l'entreprise. Par ailleurs, un « **Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail** » (CHSCT) est également constitué sur notre siège afin d'approfondir certains sujets, en collaboration avec notre Responsable DD & RSE.

Pour finir, notre **comité de direction** se réunit à fréquence régulière afin d'élaborer la stratégie globale du groupe.

### 3.2 | Optimiser le bien être des collaborateurs

#### | Rester à l'écoute de nos collaborateurs

Par soucis de **dialogue social** envers nos parties prenantes internes, nous menons chaque année une enquête auprès de nos collaborateurs portant sur leur « **Qualité de Vie et de leur Conditions de Travail** » (QVCT). On y aborde les **6 facteurs clés** de la QVCT à savoir : Les relations sociales & professionnelles, la charge de travail, l'environnement physique de travail, le sentiment d'appartenance, les perspectives d'évolution et l'équilibre entre la vie professionnelle et personnelle. En 2025, notre enquête a **touché 61,67 % de nos collaborateurs** et nous avons obtenu une note générale de **3,67/5**. Nous visons une note de 3,8/5 pour 2026.

#### | Faire prospérer la cohésion de nos équipes

Au sein de notre Réseau, nous partageons la valeur forte de **Cohésion**. Cette valeur est renforcée par notre **ADN d'entreprise familiale**. En ce sens, nous organisons de nombreux évènements conviviaux qui favorisent au quotidien l'**esprit d'équipe** et les **bonnes relations** entre collègues.

Chaque année, l'équipe de direction, CSE, communication et RSE définissent ensemble un planning des « **temps forts QVCT** » proposés à l'ensemble des collaborateurs.

**En 2025**, 8 temps forts ont été proposé sur le site de FORNEL et 9 sur le site de BOISSONOT, soit **17 au total**. Parmi eux on retrouve : les vœux annuels de la direction, un petit déjeuner fruité et sportif, un casse-croute printanier, un santa secret à l'occasion des fêtes de fin d'année, etc.



Photo des temps forts 2025 réalisés au sein du Groupe

#### | Fournir des équipements innovants et adaptés

Au quotidien, nous veillons à ce que nos collaborateurs travaillent dans les meilleures conditions à l'aide d'**outils à la pointe de la technologie**. L'ensemble de nos équipes d'entrepôt et de livraison sont équipés de plus de **110 tablettes numériques**, sur l'ensemble du réseau. Ces outils permettent d'améliorer considérablement leur **confort de travail**. De plus, nos **camions récents et les chariots semi-électriques** offrent une sécurité et un confort supplémentaire à nos chauffeurs.



Photo d'un préparateur de commande du site Boissonot utilisant une tablette numérique

**L'agrandissement et la rénovation du site de FORNEL** en 2021 a été l'occasion de créer des **espaces de travail et de détente spacieux et confortables**. Le **nouveau site de BOISSONOT** en 2022 a été **conçu sur le même principe**. Ainsi, on y retrouve des salles de pauses aérées et équipées de cuisines, de babyfoot, de fauteuils, etc. Tandis que les bureaux sont dotés de nombreuses fenêtres, plantes, chaises de bureaux confortables, etc.

### 3.3| Cultiver les talents de nos collaborateurs

#### | Favoriser l'accès à l'emploi des jeunes

Depuis sa création, le réseau FORNEL évolue au rythme de chaque génération de la famille. Actuellement dirigée par la seconde et la troisième génération, la société encourage **l'emploi puis la formation en interne des jeunes travailleurs**. En 2025, la **moyenne d'âge** de nos collaborateurs était de **40 ans**.

Tout d'abord, nous encourageons au sein de l'ensemble du réseau, l'embauche de **stagiaires et d'apprentis** afin de les former le plus tôt possible et ainsi de leur proposer un CDI à l'issue de leur apprentissage. En 2025, ils ont représenté une part de **25,08 %** sur l'ensemble de nos collaborateurs.

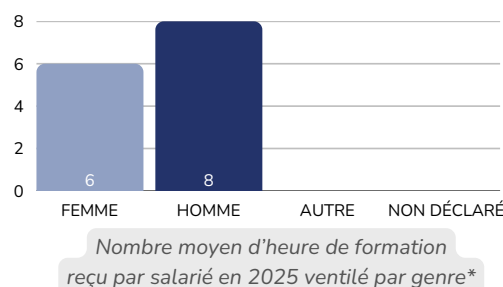
Nous collaborons également avec **France Travail** afin de faciliter l'embauche de jeunes demandeurs d'emploi, notamment dans nos métiers logistiques. À l'aide du dispositif de « **Préparation Opérationnelle à l'Emploi Individuelle** » (POEI) de France Travail, nous pouvons préparer un candidat à sa prise de poste. Il s'agit d'une aide au financement d'une formation avant embauche pour un demandeur d'emploi. En 2025, **66,67 % des POEI ont débouchées sur une embauche**.

#### | Développer les talents de nos collaborateurs

À l'écoute de nos collaborateurs, nous offrons de **larges possibilités d'évolution**, qu'il s'agisse d'une évolution hiérarchique ou transversale.

Chaque année, afin de développer les compétences de nos collaborateurs, diverses **formations volontaires** sont réalisées et destinées à l'ensemble des services de la société. Notre programme comprend des formations de gestion incendies, de vente, de management, de développement durable, etc. **En 2025, 30,03% des collaborateurs ont reçu au moins une formation durant l'année**.

Cela a représenté un nombre moyen de 8h de formation par salarié\*. Voici les résultats ventilés par genre :



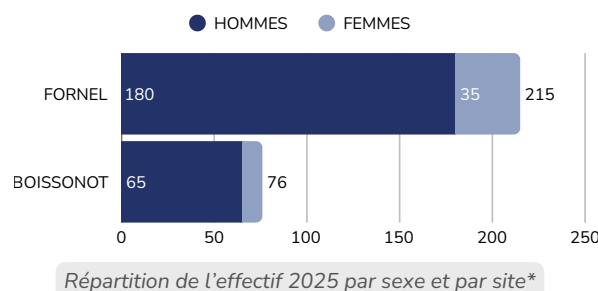
### 3.4| Promouvoir la diversité et l'inclusion

#### | Veiller à l'égalité entre les hommes et les femmes

Pour le Réseau FORNEL, la **diversité** est une force. Notre **Politique des Droits de l'Homme** est basée sur ce principe. Au sein de notre réseau, les femmes sont présentes sur tous nos métiers et chaque année leur part augmente. **L'effectif féminin a atteint 13,86 % en 2025**. Notre objectif pour 2025 est maintenu à plus de 20 %.

À noter que le **ratio homme / femme dans nos équipes de direction sont de 0 sur nos deux sites\***.

Dans nos activités, de nombreux corps de métiers tel que chauffeur ou encore préparateur sont historiquement masculins. Néanmoins, au sein de notre réseau les **femmes sont présentes sur tous nos métiers**. Chaque année, la part de notre effectif féminin augmente.



De plus, nous veillons à respecter l'**égalité des salaires entre les hommes et les femmes** au sein de notre réseau. Cette égalité est traduite par un index qui est calculé conformément au décret du 10 mars 2021, en tenant compte de l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes (sur 40 points), l'écart de taux d'augmentations individuelles entre les femmes et les hommes (sur 35 points), le pourcentage de salariés ayant bénéficié d'une augmentation dans l'année suivant leur retour de congé de maternité (sur 15 points) et le nombre de salariés du sexe sous-représenté parmi les 10 salariés ayant perçu les plus hautes rémunérations (sur 10 points).

Voici la note finale obtenu sur 100 pour nos deux sites :

| FORNEL           | BOISSONOT       |
|------------------|-----------------|
| 88 / 100 points* | 30 / 60 points* |

\*Le score de BOISSONOT n'est pas calculable sur 100 en raison d'un motif de non-calculabilité (*effectif des groupes retenus inférieur à 40% de l'effectif pris en compte pour le calcul des indicateurs*).

## | Faciliter l'insertion des personnes en situation de handicap

Intégrer dans notre **Politique des Droits de l'Homme**, nous veillons à **respecter la diversité** et à abolir toutes pratiques de **discrimination**, en particulier envers les **personnes en situation de handicap**. En 2025, le **taux d'emploi des personnes en situation de handicap** était de **9,82 pour Fornel** et **1,18 pour Boissonot**.

Afin de sensibiliser nos collaborateurs à la non-discrimination envers ce groupe vulnérable, au sein du site FORNEL, nous participons à la **journée annuelle DuoDay**. Cet évènement permet à des personnes en situation de handicap de s'immerger dans un environnement professionnel, en binôme avec un salarié de l'entreprise. En 2025, **8 duos ont été formés** à l'occasion de cette journée.



Photos du DuoDay 2025 réalisé sur les sites de Fornel et Boissonot

# 4 AGIR POUR LE DÉVELOPPEMENT DE NOTRE TERRITOIRE



ATTIRER ET  
CULTIVER LES  
TALENTS  
LOCAUX

**69,70 %** recrutement issue d'un stage PMSMP  
**11** visites éducatives

TRAVAILLER AVEC  
LES ACTEURS  
LOCAUX



**161 447 K€** versé en sponsoring/  
mécénat sportif  
Partenariat avec **23 clubs et**  
**associations**

CONSTRUIRE UN  
TERRITOIRE SANS  
PRÉCARITÉ  
ALIMENTAIRE



**283,90 tonnes** de dons alimentaires  
**6** associations locales soutenues

## 4 | Agir pour le développement de notre territoire

Depuis 1973, le groupe **FORNEL contribue au développement social et économique de son territoire**. Nous menons de nombreuses actions qui favorisent l'emploi local, limite les précarité alimentaires, soutien les clubs sportifs locaux et bien d'autre encore.

Dans le cadre de notre démarche de Responsabilité Sociétale d'Entreprise, depuis 2023 nous **renforçons et structurons** d'avantage nos **actions menés sur notre territoire**, afin de répondre à nos enjeux de durabilité. En **2025**, plus d'une **trentaine d'actions** ont été réalisés par nos différents sites. Dans un soucis d'amélioration continue, nous **répertorions et mesurons** chaque année **l'efficacité des actions menées** pour nos parties prenantes et nos propres activités et procédons aux ajustements nécessaires pour renforcer notre **influence positive sur le territoire**.

### 4.1 | Attirer et cultiver les talents

#### | Collaborer avec France Travail

Afin de **valoriser l'emploi local**, nous collaborons avec **France Travail** depuis plusieurs années. Ce partenariat nous permet d'ouvrir des postes à des demandeurs d'emploi en **reconversion professionnelle** ou **tout juste diplômés**.

Tout d'abord, **France Travail s'engage à former les candidats** sur les postes à pourvoir ; tandis que **nous nous engageons à les recruter** à l'issue de leur formation. Ce cas de figure s'applique pour des futurs chauffeurs poids lourds par exemple.

De plus, nous accueillons régulièrement des candidats sous la forme de stage ; plus précisément dans le cadre d'une « **Période de Mise en Situation en Milieu Professionnel** » (**PMSMP**). L'objectif est de leur faire découvrir nos métiers afin de déclencher une embauche potentielle. En 2025, **69,70 % des stages PMSMP ont débouchés sur des embauches**. Notre objectif pour 2025 a été fixé à 33 %.

#### | Soutenir et participer à l'éducation de notre jeune communauté

Nous proposons chaque année des **visites de nos sites** à nos clients et partenaires (public scolaire). Selon les demandes, nous pouvons orienter le **thème des visites** en proposant une **présentation de notre organisation et de nos produits** ; ou encore la réalisation de **travaux pratiques étudiants** encadré par nos collaborateurs. Nous collaborons notamment avec la formation « Qualité, Logistique industrielle et Organisation » (QLiO) de l'IUT d'Angoulême et la formation « Logistique et organisation des transports » du Lycée professionnel Jean Albert Grégoire à Soyaux. Mais aussi avec les écoles voisines tel que : le collège Jean Moulin de Barbezieux, le college de la MFR Sud Charente, etc.



Photo d'une visite du site Fornel par des étudiants universitaires

Nous entretenons un **lien étroit avec les universités et les lycées professionnels de nos régions** : rencontre école/entreprise, témoignage et partage d'expérience sont des véritables actions en faveur du développement de l'emploi local de notre territoire. Certains de nos collaborateurs forment également les étudiants sur leur métier dans le cadre de contrat d'**enseignants vacataires**.



Photo d'un cours animé par une collaboratrice du groupe FORNEL au sein de l'Institut Universitaire Technologique d'Angoulême

## | Être acteur des événements de notre territoire en faveur de l'emploi

Impliqué dans la **vie de notre territoire**, notre site FORNEL a participé en 2025 à 11 événements orientés sur la thématique de l'emploi, tel que des "job daiting" ou encore des présentations immersives de nos métiers sur nos sites.

Le 25 novembre 2025, FORNEL a notamment participé au dispositif "**amorce de parcours**" d'Envergure Sud Ouest et a accueilli un groupe de 10 personnes en difficultés d'insertion aux profils variés : personnes en situation de handicap, en recherche d'emploi, issus de secteur défavorisés, etc.

Au cours de cette journée, nous avons pu découvrir les parcours et projets professionnels de chacun lors d'un moment d'échange, présenter l'entreprise et nos 20 corps de métiers en visionnant des vidéos immersives de certains de nos collaborateurs et enfin visiter l'entreprise afin d'observer et de mieux se rendre compte des aspects de chaque métiers.



Photo de la visite "amorce de parcours" du 25 novembre 2025

## 4.2 | Travailler main dans la main avec les acteurs locaux

### | Sponsoriser les clubs sportifs locaux

Nos valeurs ont toujours été étroitement liées à nos **partenariats sportifs**. Engagé auprès de **23 clubs sportifs locaux**, nous déployons auprès de nos collaborateurs et nos partenaires un véritable esprit d'équipe. En 2025, nous avons consacré **161 K€ à nos actions de sponsoring et de mécénat sportif**, témoignant de notre volonté de contribuer activement au dynamisme des territoires et au bien-être des générations futures.

Au-delà du soutien aux pratiques sportives, ces engagements constituent également un levier de sensibilisation à une **alimentation équilibrée et accessible**. Certaines de nos initiatives visent ainsi à promouvoir le « **mieux manger** » auprès des **jeunes**, notamment par la distribution de fruits et légumes frais lors d'événements sportifs et d'actions locales.



À travers ces initiatives, le Groupe entend associer **soutien au sport, prévention et éducation alimentaire**, en favorisant auprès des plus jeunes l'adoption de comportements favorables à leur **santé et à leur bien-être**.



Photo du renouvellement 2025 de partenariat entre Fornel et l'UBJ

## 4.3 | Construire un territoire sans précarité

### | Lutter contre le gaspillage et réaliser des dons alimentaires

Dès l'achat de nos produits, nous veillons à **limiter au maximum le surstockage** et déployons une **Politique anti-gaspillage**.

En 2025, notre démarche contre le gaspillage alimentaire a été récompensée par l'**obtention du label "ANTIGASPI" au niveau exemplaire (3 étoiles) avec mention spéciale du jury**, de notre site **FORNEL**. Il a été délivré par BUREAU VERITAS à l'issue d'un audit sur site mené par un évaluateur accrédité. Puis ce **début d'année 2026** a été marqué par l'**obtention de ce label "ANTIGASPI"** par notre **second site BOISSONOT** au même niveau d'**exemplarité (3 étoiles)**.



Nos **acheteurs** travaillent à l'aide de **besoins d'achats**. Ceux-ci sont définis à partir de notre inventaire de stock quotidien et des saisies des pré-commandes. Certains fruits et légumes ne rentrent pas dans la norme de calibrage de la distribution. Ils sont souvent difformes, trop gros ou trop petit. Afin de limiter le gaspillage alimentaire, nos **53 vendeurs** sont également acteurs dans notre Politique anti-gaspillage. Ainsi, selon nos produits disponibles, nous proposons à des **prix réduits** des produits dits « **extrême de calibre** », « **déclassés** » ou en « **surplus** ».

Certains produits deviennent non commercialisables au-delà d'un certain seuil de maturité ou d'une DDM dépassé (Date de Durabilité Minimale) tout en restant consommables. En complément de notre Politique anti-gaspillage, nous **luttons contre la pauvreté et la précarité alimentaire** en réalisant des **dons alimentaires à des associations locales**. De cette façon, nous fournissons nos surplus de denrées alimentaires (encore comestibles mais non commercialisables), à des associations qui les destinent à l'alimentation humaine ou bien animale.

Nous collaborons notamment avec la **Banque Alimentaire** de Charente et de la Vienne, la **Croix Rouge Française** de Jarnac et de Barbezieux, les **Restos du Cœur** de Barbezieux et le **Conservatoire pour la protection des primates** de la Vienne. Notre collaboration avec ces **6 associations en 2025**, nous a permis de limiter considérablement la destruction de déchets organiques. Nos **dons alimentaires** ont représenté **283,90 tonnes** pour une valeur de **517 K€** en 2025.



### | Soutenir les actions locales liées à la santé

Dans le cadre de notre politique de responsabilité sociétale, nous avons renouvelé notre engagement en faveur de la solidarité et de la santé en devenant **mécène de l'événement caritatif « Sport & Collection – 500 Ferrari contre le cancer »**.

Cette manifestation rassemble les acteurs du monde automobile, les entreprises, les passionnés et le grand public autour d'un objectif commun : **contribuer au financement de la recherche contre le cancer**.

L'ensemble des fonds collectés à l'occasion de cet événement est reversé au **centre de cancérologie du CHU de Poitiers**, afin de soutenir la recherche médicale et de contribuer aux avancées dans la lutte contre le cancer.

À travers notre soutien à cet événement, nous souhaitons prendre part, à notre échelle, à une démarche d'intérêt général et donner une **dimension concrète et locale** à notre engagement.



En **2025**, l'ensemble de nos équipes se sont mobilisées pour soutenir deux grandes causes de **santé publique** : **“Octobre rose”** et **“Movember”**.

À l'occasion d'**Octobre rose** (soutien collectif pour la lutte et la sensibilisation au cancer du sein), le site **FORNEL** a renouvelé son **soutien annuel à l'association “Sport Santé Charente”** en **sponsorisant la course à pied** qui s'est déroulée le 26 septembre dans les rues de Barbezieux-Saint-Hilaire. Tandis que le site de **BOISSONOT** a soutenu pour la **première année l'association “Chasseneuil Vélo Animation” (CVA)** et le **Centre Culturel de “Chasseneuil Loisirs”** en **sponsorisant la randonnée pédestre et VTT** qui s'est déroulée le 18 octobre dans la commune de Chasseneuil-du-Poitou.



Photo d'Octobre Rose 2025 du site FORNEL



Photo d'Octobre Rose 2025 du site BOISSONOT

Puis à l'occasion de **“Movember”** (soutien collectif à la santé masculine et en particulier le cancer de la prostate, des testicules, la santé mentale et la prévention du suicide), le groupe **FORNEL** a participé pour la **première fois à un challenge sportif et à une collecte de dons**. Au total, nos collaborateurs ont parcourus **560 km** et ont collectés **100€** de dons durant le mois de novembre.

# ANNEXES





# POLITIQUE RSE

## 2026

Référent régional de notre métier « distributeur de fruits et légumes frais », nous sommes à l'écoute des attentes de nos parties prenantes. Face aux multiples évolutions, nous nous engageons à répondre aux enjeux sociétaux, environnementaux et économiques de nos activités, tout en respectant nos valeurs fondatrices et notre esprit familial.

Notre constante évolution se base sur nos valeurs :

PROXIMITÉ    COHÉSION    RÉACTIVITÉ    HUMILITÉ

Fondée sur nos valeurs, notre Politique RSE se décline en 4 axes :

### Axe n°1 : Développer et promouvoir l'accès à une alimentation meilleur et responsable

- Améliorer les pratiques culturales et préserver la biodiversité
- Défendre une politique d'achats responsables
- Préserver la santé des consommateurs

### Axe n°2 : Accompagner nos clients avec des services sûrs et écoresponsables

- Être à l'écoute des clients et des futurs consommateurs
- Réduire notre impact environnemental
- Lutter contre la corruption

### Axe n°3 : Veiller au bien être de nos collaborateurs

- Améliorer la qualité de vie et les conditions de travail
- Offrir un cadre de travail toujours plus sûr
- Accompagner le développement de nos collaborateurs
- Respecter la diversité

### Axe n°4 : Contribuer au développement de notre territoire

- Valoriser l'emploi local
- Soutenir les programmes sportifs et associatifs de notre territoire
- Lutter contre la précarité alimentaire

*Je m'engage et engage toutes nos équipes pour la mise en œuvre de notre politique de responsabilité sociétale d'entreprise. Notre Chef de projet Développement Durable & RSE et l'ensemble des acteurs s'impliquent avec moi pour que les axes définis soient respectés.*

Président  
Jean-Pierre FORNEL



# POLITIQUE ACHATS 2026

Référent régional de notre métier « distributeur de fruits et légumes frais », nous sommes à l'écoute des attentes de nos parties prenantes. Face aux multiples évolutions, nous nous engageons à répondre aux enjeux sociétaux, environnementaux et économiques liés à nos achats, tout en respectant nos valeurs fondatrices et notre esprit familial.

Notre constante évolution se base sur nos valeurs :

PROXIMITÉ    COHÉSION    RÉACTIVITÉ    HUMILITÉ

Fondée sur nos valeurs, notre Politique d'Achats se décline en 3 axes :

## Axe n°1 : Circuits courts

- Soutenir les producteurs locaux.
- Optimiser nos circuits de distribution en y intégrant les ramasses chez nos fournisseurs.
- Valoriser auprès de nos clients notre marque "Sélection Poitou-Charentes" composée de produits issues de productions locales.

## Axe n°2 : Impact environnemental

- Gérer au mieux la gestion des emballages, en collaborant avec nos fournisseurs.
- Optimiser les transports amonts afin de limiter notre empreinte carbone.
- Répondre aux attentes de transparences qu'expriment nos clients et les consommateurs.
- Limiter le gaspillage alimentaire

## Axe n°3 : Produits vertueux

- Intégrer dans notre démarche de référencement et d'évaluation de nos fournisseurs les méthodes de cultures.
- Développer nos approvisionnements et nos partenariats avec des producteurs engagés dans les démarches qui s'intègrent dans la loi EGALIM.
- Mettre en œuvre des démarches adaptées aux produits pour réduire en permanence les risques liés à la sécurité sanitaire via l'application de la méthode HACCP et le respect des procédures d'hygiène.
- S'engager et conseiller nos producteurs sur leurs prochaines productions selon les tendances des consommations de nos clients.

*Je m'engage et engage toutes nos équipes pour la mise en œuvre de notre politique d'achats responsables. Notre Responsable Achats et l'ensemble des acteurs s'impliquent avec moi pour que les axes définis soient respectés.*

Président  
Jean-Pierre FORNEL

En quelques années, nous sommes devenus le référent régional de notre métier « distributeur de fruits et légumes » dans la région. Notre poids sur le marché est en constante évolution. Nous nous adaptons aux attentes des parties intéressées en développant les moyens nécessaires.

Notre constante évolution se base sur nos valeurs :

PROXIMITÉ COHÉSION RÉACTIVITÉ HUMILITÉ

Fondée sur nos valeurs, notre Politique Qualité se décline en 5 axes :

## Axe n°1 : Sécurité sanitaire

- S'assurer que les produits que nous distribuons à nos clients sont sains et sécurisés.
- Mettre en œuvre des démarches adaptées aux produits pour réduire en permanence les risques liés à la sécurité sanitaire via l'application de la méthode HACCP et le respect des procédures d'hygiène.
- Maîtriser nos approvisionnements.

## Axe n°2 : Qualité des produits

- S'assurer que les produits distribués sont conformes aux exigences clients.

## Axe n°3 : Qualité des services

- Respecter les exigences clients en matière de service.
- Assurer une qualité de service optimale de la prise de commande au service après livraison.
- Mettre les attentes du client au cœur de l'entreprise.

## Axe n°4 : Atténuer les changements climatiques (GES)

- Favoriser les approvisionnements en produits locaux et issus de pratiques culturelles vertueuses.
- Raisonner nos consommations d'énergies
- Déployer un service de distribution optimal et responsable

## Axe n°5 : Agilité et capacité d'adaptation

- Faire preuve d'agilité, tant sur nos produits que sur nos services, afin de répondre aux besoins de nos clients.
- Être capable d'apporter des solutions optimales à nos clients en cas d'anomalie.

*Je m'engage et engage toutes nos équipes pour l'efficacité et l'amélioration continue de notre Système de Management Qualité et de l'Environnement qui s'appuie sur les principes de l'approche processus et l'approche par les risques pour atteindre nos objectifs qualité et environnementaux.*

*Nos Responsables Qualité et les Pilotes des Processus s'impliquent avec moi pour que les exigences définies soient respectées et s'assurer que le système permet d'atteindre les résultats attendus.*

Président  
Jean-Pierre FORNEL



# POLITIQUE DES DROITS DE L'HOMME 2026

Référent régional de notre métier « distributeur de fruits et légumes frais », nous veillons à mener nos activités dans le plus strict respect des lois. Dans le respect de nos valeurs et d'esprit familial, nous nous engageons à respecter les droits de l'Homme selon les standards internationaux et à prendre les mesures nécessaires pour identifier et gérer les incidences négatives existantes ou potentielles liées à notre chaîne de valeur.

Notre constante évolution se basent sur nos valeurs :

PROXIMITÉ    COHÉSION    RÉACTIVITÉ    HUMILITÉ

Fondée sur nos valeurs, notre Politique des Droits de l'Homme se décline en 3 axes :

## Axe n°1 : Veiller au respect des droits de l'Homme sur notre chaîne de valeur

- Mener une analyse de risques d'atteintes aux Droits de l'Homme
- Prévenir les éventuelles atteintes aux Droits de l'Homme (travail des enfants, forcé, etc...)
- Lutter contre la corruption et la complicité

## Axe n°2 : Garantir les droits de nos collaborateurs

- Garantir une Qualité de Vie et des Conditions de Travail optimales
- Encourager le dialogue social au sein de nos équipes

## Axe n°3 : Respecter la diversité

- Favoriser l'insertion des personnes en situation de handicap
- Rendre accessible l'emploi & l'éducation des jeunes
- Veiller à l'égalité entre les hommes et les femmes

*Je m'engage et engage toutes nos équipes pour la mise en œuvre de notre Politique des Droits de l'Homme. L'ensemble des acteurs s'impliquent avec moi pour que les axes définis soient respectés.*

Référent régional de notre métier « distributeur de fruits et légumes frais », nous veillons à la santé, à la sécurité et au bien être de nos collaborateurs. Nous nous engageons à répondre aux mieux à leurs besoins, tout en respectant nos valeurs fondatrices et notre esprit familial.

Notre constante évolution se base sur nos valeurs :

PROXIMITÉ      COHÉSION      RÉACTIVITÉ      HUMILITÉ

Fondée sur nos valeurs, notre Politique QVCT se décline en 5 axes :

### Axe n°1 : Œuvrer pour un travail de qualité

- Œuvrer ensemble et en autonomie pour l'amélioration continue des activités de l'entreprise
- Entretenir des relations de partenariat et d'échanges constructifs avec nos clients et fournisseurs

### Axe n°2 : Optimiser l'organisation du travail

- Être à l'écoute des besoins individuels et collectifs de nos collaborateurs en matière d'horaire et de congés (rendez-vous médicaux, contraintes familiales, ...)
- Des discussions sur le travail sont menées par un groupe de salarié volontaire au sein de l'entreprise

### Axe n°3 : Offrir des conditions de travail toujours plus sûres

- Dédier une équipe de collaborateurs pour coordonner les actions SST & QVCT, à l'aide de veille et de proposition d'actions d'amélioration
- Piloter les performances de l'entreprise en matière de santé, de sécurité et de conditions de travail à l'aide d'indicateurs

### Axe n°4 : Favoriser le dialogue social

- Offrir de nombreux modes de dialogues (réunions divers, enquêtes anonymes, entretiens, ...) et y inclure les acteurs de la négociation collective (les syndicats, les membres du CSE et les salariés)
- Déployer une politique salariale individuelle et collective, discutée avec les délégués syndicaux et le CSE de l'entreprise

### Axe n°5 : Déployer un management positif

- Intégrer au mieux les nouveaux arrivants à l'aide d'un parcours complet
- Organiser des moments de conviviaux chaque année afin de répondre aux envies des collaborateurs tout en favorisant la cohésion
- Reconnaître le travail individuel et collectif des collaborateurs

*Je m'engage et engage toutes nos équipes pour la mise en œuvre de notre politique de responsabilité sociétale d'entreprise. Notre équipe SST/QVCT et l'ensemble des acteurs s'impliquent avec moi pour que les axes définis soient respectés.*

## | INDICATEURS RSE (ET RÉFÉRENCES MÉTRIQUES VSME)

| INDICATEURS - MÉTRIQUES VSME                        | RÉSULTATS<br>2025      | UNITÉ        | RÉFÉRENCE<br>VSME |
|-----------------------------------------------------|------------------------|--------------|-------------------|
| <b>NOMBRE TOTAL FOURNISSEUR</b>                     | <b>491,00</b>          | <b>X</b>     | <b>C1_212</b>     |
| DONT NOMBRE DE PRODUCTEURS                          | 140,00                 | X            | C1_212            |
| DONT NOMBRE DE TRANSFORMATEURS                      | 127,00                 | X            | C1_212            |
| DONT NOMBRE DE DISTRIBUTEUR                         | 224,00                 | X            | C1_212            |
| DONT FOURNISSEURS FRANCE (HORS LOCAL)               | 455,00                 | X            | C1_212            |
| DONT NOMBRE FOURNISSEURS UE (HORS FRANCE)           | 31,00                  | X            | C1_212            |
| DONT NOMBRE FOURNISSEURS HORS UE                    | 8,00                   | X            | C1_212            |
| <b>VOLUME TOTAL PRODUITS VENDUS</b>                 | <b>30 438,85</b>       | <b>T</b>     | <b>C1_47_a</b>    |
| DONT VOLUME PRODUITS 1G VENDUS                      | 28 613,22              | T            | C1_47_a           |
| DONT VOLUME PRODUITS 4&5G VENDUS                    | 1 202,55               | T            | C1_47_a           |
| DONT VOLUME PRODUITS ÉPICERIE VENDUS                | 297,29                 | T            | C1_47_a           |
| DONT VOLUME PRODUITS BOF VENDUS                     | 325,75                 | T            | C1_47_a           |
| PART CA CLIENTS GMS                                 | 33,98                  | %            | C1_47_b à c       |
| PART CA CLIENTS MARCHÉ                              | 27,21                  | %            | C1_47_b à c       |
| PART CA CLIENTS RHD                                 | 27,99                  | %            | C1_47_b à c       |
| PART CA CLIENTS TRANSPORT GR                        | 10,82                  | %            | C1_47_b à c       |
| <b>CONSOMMATIONS ÉLECTRICITÉ TOTALE</b>             | <b>1 840,08</b>        | <b>Mwh</b>   | <b>B3_29</b>      |
| DONT CONSOMMATIONS ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE         | 0,00                   | Mwh          | B3_29             |
| DONT CONSOMMATIONS ÉLECTRICITÉ NON RENOUVELABLE     | 1 840,08               | Mwh          | B3_29             |
| <b>CONSOMMATIONS TOTALE EAU</b>                     | <b>1 944,00</b>        | <b>m3</b>    | <b>B6_35</b>      |
| DONT EAU PRÉLEVÉ                                    | 1 944,00               | m3           | B6_35             |
| DONT EAU PRÉLEVÉ DANS DES ZONES DE STRESS HYDRIQUES | 1 372,00               | m3           | B6_35             |
| <b>CONSOMMATIONS CARBURANTS TOTALE</b>              | <b>2 111 246,57</b>    | <b>L</b>     | <b>B3_29</b>      |
| DONT CONSOMMATIONS CARBURANTS RENOUVELABLE          | 0,00                   | L            | B3_29             |
| DONT CONSOMMATIONS CARBURANTS NON RENOUVELABLE      | 2 111 246,57           | L            | B3_29             |
| <b>BILAN CARBONE TOTAL</b>                          | <b>25 090,10</b>       | <b>TCO2e</b> | <b>B3_30</b>      |
| DONT BILAN CARBONE SCOPE 1                          | 2 212,59               | TCO2e        | B3_30             |
| DONT BILAN CARBONE SCOPE 2                          | 5 079,50               | TCO2e        | B3_30             |
| DONT BILAN CARBONE SCOPE 3                          | 17 798,11              | TCO2e        | C3_50 à 53        |
| <b>BILAN CARBONE TOTAL / CHIFFRE D'AFFAIRES</b>     | <b>0,00034</b>         | <b>X</b>     | <b>B3_31</b>      |
| ANNÉE CIBLE 1 OBJECTIF DE RÉDUCTION                 | 2030                   | X            | C3_54_a et c      |
| ANNÉE CIBLE 2 OBJECTIF DE RÉDUCTION                 | 2040                   | X            | C3_54_a et c      |
| ANNÉE CIBLE 3 OBJECTIF DE RÉDUCTION                 | 2050                   | X            | C3_54_a et c      |
| VALEUR CIBLE 1 OBJECTIF DE RÉDUCTION                | 23 835,59              | TCO2e        | C3_54_a et c      |
| VALEUR CIBLE 2 OBJECTIF DE RÉDUCTION                | 13 799,55              | TCO2e        | C3_54_a et c      |
| VALEUR CIBLE 3 OBJECTIF DE RÉDUCTION                | 3 763,51               | TCO2e        | C3_54_a et c      |
| ANNÉE BASE OBJECTIF DE RÉDUCTION                    | 2023                   | X            | C3_54_b           |
| VALEUR BASE OBJECTIF DE RÉDUCTION                   | 25 090,10              | TCO2e        | C3_54_b           |
| PART SCOPE 1 CONCERNÉ PAR OBJECTIF                  | en cours de définition | %            | C3_54_d           |
| PART SCOPE 2 CONCERNÉ PAR OBJECTIF                  | en cours de définition | %            | C3_54_d           |
| PART SCOPE 3 CONCERNÉ PAR OBJECTIF                  | en cours de définition | %            | C3_54_d           |
| <b>POLLUANTS ÉMIS DANS L'AIR [Kg]</b>               | <b>2 212,59</b>        | <b>Kg</b>    | <b>B4_32</b>      |
| <b>POLLUANTS ÉMIS DANS L'EAU [Kg]</b>               | <b>0,00</b>            | <b>Kg</b>    | <b>B4_32</b>      |
| <b>POLLUANTS ÉMIS DANS LE SOL [Kg]</b>              | <b>0,00</b>            | <b>Kg</b>    | <b>B4_32</b>      |

## | INDICATEURS RSE (ET RÉFÉRENCES MÉTRIQUES VSME)

| INDICATEURS - MÉTRIQUES VSME                                      | RÉSULTATS<br>2025 | UNITÉ    | RÉFÉRENCE<br>VSME    |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|----------------------|
| <b>NOMBRE DE SITE À PROXIMITÉ ZONE SENSIBLE À LA BIODIVERSITÉ</b> | <b>2,00</b>       | <b>H</b> | <b>B5_33</b>         |
| DONT UTILISATION TOTALE DES TERRES                                | 5,21              | H        | B5_34_a              |
| DONT SUPERFICIE TOTALE SCELLÉE                                    | 3,04              | H        | B5_34_b              |
| DONT SUPERFICIE TOTALE ORIENTÉE VERS LA NATURE SUR SITE           | 2,16              | H        | B5_34_c              |
| DONT SUPERFICIE TOTALE ORIENTÉE VERS LA NATURE HORS SITE          | 0,00              | H        | B5_34_d              |
| <b>VOLUME TOTAL DÉCHETS</b>                                       | <b>578,56</b>     | <b>T</b> | <b>B7_160 à 172</b>  |
| DONT VOLUME DÉCHETS DANGEREUX PRODUITS                            | 13,89             | T        | B7_160 à 172         |
| DONT VOLUME DÉCHETS NON-DANGEREUX PRODUITS                        | 542,07            | T        | B7_160 à 172         |
| DONT VOLUME BIODÉCHETS                                            | 306,50            | T        | B7_160 à 172         |
| DONT VOLUME DÉCHETS D.I.B.                                        | 93,33             | T        | B7_160 à 172         |
| DONT VOLUME DÉCHETS BOIS                                          | 116,60            | T        | B7_160 à 172         |
| DONT VOLUME DÉCHETS PAPIER / CARTON                               | 44,92             | T        | B7_160 à 172         |
| DONT VOLUME DÉCHETS PLASTIQUE                                     | 3,25              | T        | B7_160 à 172         |
| DONT VOLUME DÉCHETS MÉTAL                                         | 0,07              | T        | B7_160 à 172         |
| PART DÉCHETS RECYCLÉS                                             | 28,49             | %        | B7_160 à 172         |
| PART DÉCHETS VALORISÉS                                            | 52,89             | %        | B7_160 à 172         |
| PART DÉCHETS ÉLIMINÉS                                             | 12,92             | %        | B7_160 à 172         |
| <b>EFFECTIF</b>                                                   | <b>303,00</b>     | <b>X</b> | <b>B1_24_e_v</b>     |
| DONT NOMBRE CONTRAT EN CDI                                        | 273,00            | X        | B8_39_a              |
| DONT NOMBRE CONTRAT EN CDD                                        | 31,00             | X        | B8_39_a              |
| DONT NOMBRE EFFECTIF FÉMININ                                      | 42,00             | X        | B8_39_b              |
| DONT NOMBRE EFFECTIF MASCULIN                                     | 252,00            | X        | B8_39_b              |
| DONT NOMBRE EFFECTIF GENRE NON DÉCLARÉ                            | 0,00              | X        | B8_39_b              |
| DONT NOMBRE EFFECTIF GENRE AUTRE                                  | 0,00              | X        | B8_39_b              |
| <b>RATIO HOMME / FEMME ÉQUIPE DE DIRECTION</b>                    | <b>0,00</b>       | <b>X</b> | <b>C5_59</b>         |
| <b>RATIO HOMME / FEMME ORGANE DE GOUVERNANCE</b>                  | <b>0,57</b>       | <b>X</b> | <b>C9_65</b>         |
| <b>SCORE ÉGALITÉ SALARIALE HOMME / FEMME (site FORNEL)</b>        | <b>88/100</b>     | <b>X</b> | <b>B10_42_b</b>      |
| <b>SCORE ÉGALITÉ SALARIALE HOMME / FEMME (site BOISSONOT)</b>     | <b>30/60</b>      | <b>X</b> | <b>B10_42_b</b>      |
| <b>NOMBRE MOYEN HEURE DE FORMATION PAR SALARIÉ</b>                | <b>8,00</b>       | <b>X</b> | <b>B10_42_d</b>      |
| NOMBRE MOYEN HEURE DE FORMATION SALARIÉ FEMME                     | 6,00              | X        | B10_42_d             |
| NOMBRE MOYEN HEURE DE FORMATION SALARIÉ HOMME                     | 8,00              | X        | B10_42_d             |
| NOMBRE MOYEN HEURE DE FORMATION SALARIÉ GENRE NON DÉCLARÉ         | Non Applicable    | X        | B10_42_d             |
| NOMBRE MOYEN HEURE DE FORMATION SALARIÉ AUTRE                     | Non Applicable    | X        | B10_42_d             |
| <b>PART SALARIÉS RÉMUNÉRÉS &gt; SALAIRE MINIMUM IMPOSÉ</b>        | <b>100,00</b>     | <b>%</b> | <b>B10_42_a</b>      |
| <b>PART SALARIÉS COUVERTS PAR CONVENTION COLLECTIVE</b>           | <b>100,00</b>     | <b>%</b> | <b>B10_42_c</b>      |
| <b>TAUX DE TURNOVER</b>                                           | <b>34,54</b>      | <b>%</b> | <b>B8_40</b>         |
| <b>TAUX DE FRÉQUENCE AT</b>                                       | <b>66,00</b>      | <b>X</b> | <b>B9_41_a</b>       |
| <b>NOMBRE AT</b>                                                  | <b>31,00</b>      | <b>X</b> | <b>B9_41_a</b>       |
| <b>NOMBRE DÉCÈS RÉSULTANT AT</b>                                  | <b>0,00</b>       | <b>X</b> | <b>B9_41_b</b>       |
| <b>NOMBRE INCIDENT DDH SIGNALÉS INTERNE</b>                       | <b>0,00</b>       | <b>X</b> | <b>C7_62_a_i à v</b> |
| <b>NOMBRE INCIDENT DDH SIGNALÉS CHAÎNE DE VALEUR</b>              | <b>0,00</b>       | <b>X</b> | <b>C7_62_c</b>       |
| <b>NOMBRE CONDAMNATION</b>                                        | <b>0,00</b>       | <b>X</b> | <b>B11_43</b>        |
| <b>MONTANT CONDAMNATION</b>                                       | <b>0,00</b>       | <b>€</b> | <b>B11_43</b>        |

— *En savoir plus sur nous*

[www.fornel.fr](http://www.fornel.fr)

