

DOSSIER DE CANDIDATURE AUX TROPHEES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE 2012
RESEAU ALLIANCES

Date : 10 avril 2012

IDENTITE DE L'ENTREPRISE

Raison sociale : **SACCO** - SOCIETE ARRAGEOISE DE CONDITIONNEMENT ET DE COMMERCIALISATION - Commercialisant la marque **COCORETTE**

Statut : Société par Actions Simplifiée (SAS)

C.A. (2011) : 42 M€

Effectifs : **53 salariés sur 2 structures juridiques**

Coordonnées : **COCORETTE DISTRIBUTION**
4, rue du Four a Chaux
62223 STE CATHERINE LES ARRAS

Téléphone : 03 21 58 44 22

Site Internet: www.cocorette.com

Date création de l'entreprise : 1983

Secteur d'activité : agroalimentaire

Cocorette distribue sous sa marque propre ou sous la marque distributeur des œufs issus de l'Agriculture Biologique et des œufs fermiers labellisés

Rapport RSE : non

Chartes et engagements :

- Charte Développement Durable générale (date de création : 2005, BP centres de conditionnement), révision chaque année
- Inspiration de ISO 14001
- Global Compact – Cocorette soutient les 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies.
- Politique qualité entreprise, révision 22 fév 2012

Certifications reconnues :

- Certification Label Rouge « œuf » N° LA 05/05 - AVICERT
- Certification Label Rouge « œuf fermier » N° LA 18/98 - AVICERT
- Certification Agriculture Biologique - ECOCERT
- Certification IFS - VERITAS

Bilan carbone : non

Bilan Gaz à Effet de Serre* : non

* Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

Prix et nominations :

- Prix du Développement Durable décerné par Carrefour (24 novembre 2011)
- Prix du Développement Durable des Grés d'Or 2011 de la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France (30 novembre 2011) – Pour son partenariat avec Carrefour.
- Trophée des Œufs d'Or 2010 du CIWF (Compassion In World Farming) – importante ONG internationale oeuvrant pour le bien-être des animaux d'élevage. Cocorette est le premier distributeur français ayant obtenu un trophée pour l'œuf.
- Trophée GENCOD 2004 : Dans le cadre de la mise en place des systèmes d'expéditions et de traçabilité

Personne(s) rencontrée(s) :

Thierry GLUSZAK, Directeur associé – tgluszak@cocorette.com

Eric RAMBURE, Directeur Adjoint et DAF – erambure@cocorette.com

David JOKIEL, Ingénieur coordinateur – djokiel@cocorette.com

Laure-Anne KONDOSZEK, Responsable marketing – lkondoszek@cocorette.com

Elodie LEBLEU, Responsable technique développement – elebleu@cocorette.com

Damien LEFRERE, Responsable qualité – dlefrere@cocorette.com

Partenaires :

- ODG : « Organisme de Défense et de Gestion » Association regroupant les producteurs d'œufs et chargée de les représenter.
- Dans le domaine du bien-être animal : PMAF – OABA – CIWF - WWF
- Face : Cocorette est membre de la Fondation Agir Contre les Exclusions et fait partie des fondateurs du club d'Arras
- CRAM (Caisse Régionale d'Assurance Maladie)
- Chambre d'Agriculture
- Partenariat de recherche avec un pôle de l'ISA (Institut Supérieur d'Agriculture) pour l'ensemble de l'entreprise

DEMARCHE RSE DE L'ENTREPRISE

I – CONTEXTE ET ACTIVITE

Contexte :

Dans les années 80, la production agricole s'industrialise : les œufs sont de plus en plus produits dans des élevages en batterie, où les poules sont immobiles dans une cage exiguë, et pondent sur des tapis roulants avec une lumière constante pour accélérer le rythme de la ponte.

C'est en 1983 que Charles et Lucienne GLUSZAK, les fondateurs de COCORETTE, ont tourné le dos à cette évolution. Ils ont voulu retrouver les pratiques naturelles et écologiques d'autrefois, en proposant aux consommateurs des œufs produits à la ferme. Ils ont entraîné avec eux des partenaires en amont et en aval dans une belle aventure : livrer au consommateur un véritable œuf fermier issu de poules élevées en liberté, en pleine nature. Les poules pondent dans des nids en bois garnis de paille, les œufs sont ramassés à la main comme autrefois.

Activité :

Aujourd'hui COCORETTE s'appuie et anime une filière de production et de distribution d'œufs fermiers de haute qualité grâce à un maillage de petits producteurs regroupés par régions, des centres de conditionnement régionaux franchisés, et une logistique de distribution permettant d'acheminer les produits vers les grandes et moyennes surfaces.

COCORETTE en quelques chiffres :

- 400 fermes affiliées (France et Belgique)
- 800.000 poules élevées en plein air (10m² par poule)
- Alimentation : 70 % minimum de céréales et d'issues
- 240 millions d'œufs vendus par an
- 33 fabricants d'aliments référencés
- 7 accoueurs référencés
- 6 régions de production
- 5 PME de conditionnement logistique franchisées

II – ENJEUX ET OBJECTIFS DE LA RSE DANS L'ENTREPRISE

Enjeux :

Les attentes des parties prenantes de COCORETTE :

- Les **producteurs** attendent un revenu décent et régulier ainsi qu'un transfert de savoir-faire.
- Les **centres de conditionnement franchisés** ont besoin de supports méthodologiques, techniques, commerciaux, et de gestion qui garantissent leur efficacité et le respect des principes de RSE constituant la « marque » COCORETTE.
- Le **consommateur** souhaite un produit de qualité, respectueux de l'environnement, et produit de façon éthique, et à coût minimum (comparativement à la viande, poisson)

Un français consomme 172 œufs coquilles par an. 32% de ces œufs consommés sont dits « alternatifs » (sol, bio, plein air). Dans d'autres pays européens, ce pourcentage se situe entre 60 et 90%. La France devrait évoluer de la même manière à long terme.

Un œuf fermier label rouge coûte presque deux fois plus cher qu'un œuf d'élevage en batterie, et un œuf bio presque 2,5 fois plus.

Objectifs :

Faire connaître, reconnaître et apprécier cette philosophie de production d'un œuf fermier en proposant une alternative de production pérenne :

- Respect de la biodiversité dans le choix des races de poules
- Choix de fabricants d'aliments produits dans le respect de l'environnement

- Régime alimentaire des poules garantissant une qualité parfaite au consommateur
- Techniques d'élevages et de ponte respectueuses du bien-être animal, et garantissant la meilleure qualité sanitaire et organoleptique possible du produit
- Choix de producteurs agricoles de taille petite ou moyenne, non spécialisés (maxi 3500 poules)
- Respect de l'environnement à tous les stades : élevage, ponte, logistique, distribution

III - LES DOMAINES D'ENGAGEMENTS DANS LA RSE

Etat des lieux de la démarche RSE de l'Entreprise élaboré* à partir du référentiel Bonnes Pratiques RSE de Réseau Alliances.

* à partir des 7 questions centrales de la norme ISO 26 000, cadre de référence international de la responsabilité sociétale

Dès sa création, COCORETTE a établi un cahier des charges définissant les bonnes pratiques d'élevage, de bien-être animal et de respect de l'environnement. Ce cahier des charges fondé sur la petite taille des élevages est encore en vigueur en 2012 et il a été reconnu officiellement en 1998 avec l'obtention du label rouge « œuf fermier » par le Ministère de l'Agriculture.

<p>1) Gouvernance : management transparent de l'organisation</p> <p>11.01 Intégrer la RSE dans la stratégie de l'entreprise 11.06 Créer ou reconverter l'entreprise dans une logique responsable 14.01 Coopérer avec ses parties prenantes 14.02 Accompagner ou sensibiliser à une démarche de développement durable</p> <p>La stratégie de COCORETTE intègre la RSE par son histoire et son concept, et n'a pas été modifiée depuis 1983. Elle consiste à répondre aux besoins d'authenticité des consommateurs soucieux du respect de l'environnement, du bien-être animal, du maintien de l'emploi local et enfin de la qualité et de la naturalité des produits. COCORETTE organise une filière complète de production en incitant ses parties prenantes (éleveurs, producteurs d'aliments pour les poules, accoueurs et fournisseurs de poulettes, plateformes logistiques sous franchise, distributeurs) à respecter les principes de la RSE :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respecter l'animal • Respecter l'environnement • Préserver l'emploi local • Fournir au consommateur un produit sain de haute qualité <p>→ BP 2012 en ligne (Trophée) : COCORETTE choisit l'élevage responsable et développe l'emploi local http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/cocorette-choisit-lelevage-responsable-et-developpe-lemploi-local.html</p>
<p>11.02 Privilégier le maintien et/ou le développement de l'emploi local</p> <p>Création d'une activité rentable et durable :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dans 400 petites et moyennes exploitations agricoles - Création de 130 emplois au siège et dans les 5 centres de conditionnement franchisés - Soutien de 33 fabricants d'aliments et de 7 accoueurs référencés <p>Cette stratégie évite la disparition de certaines exploitations agricoles fragiles.</p> <p>→ BP 2012 en ligne (Trophée) COCORETTE choisit l'élevage responsable et développe l'emploi local http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/cocorette-choisit-lelevage-responsable-et-developpe-lemploi-local.html</p>
<p>11.04 Définir et diffuser des engagements RSE</p> <p>Charte d'engagement de la filière : « COCORETTE s'engage dans le Développement Durable » Signée par les administrateurs de la GIE COCORETTE et relayée dans les régions</p>
<p>2) Droits de l'Homme : respecter les droits fondamentaux de la personne</p> <p>22.02 Lutter contre les discriminations au sein de l'entreprise et à l'embauche</p> <p>Membre du club FACE (Fondation Agir Contre les Exclusions) d'Arras depuis sa création en 2012. Des managers assurent le parrainage de demandeurs d'emplois issus de la diversité et organisent</p>

des visites d'entreprise

3) Relations/conditions de travail : valoriser le capital humain

31.03 Développer la formation et/ou la promotion

La promotion interne est favorisée :

- Deux salariés de l'entreprise ont été accompagnés pour devenir patrons de deux centres de conditionnement
- Un chef d'équipe est devenu responsable de production
- Une opératrice a été nommée chef d'équipe

32.01 Instaurer des formations et des politiques de prévention des risques

Des formations gestes et postures sont organisées au centre d'Arras et déclinées dans les autres centres de conditionnement (38 personnes)

33.01 Favoriser le dialogue social

COCORETTE a mis en place un dialogue structuré avec chacun de ses salariés, en vue de développer ses compétences et son épanouissement personnel :

- Un premier entretien informel suivi 15 jours plus tard par un entretien formalisé et 6 mois plus tard par un entretien de suivi.

Rassemblements conviviaux des salariés organisés par la Direction (vœux, Pâques, Noël, Galettes des rois)

4) Environnement : préserver l'environnement

41.01 Réduire, valoriser et recycler ses déchets

Réduire, trier et valoriser les déchets tout au long de la filière :

- A la ferme :

- > La production de déchets est très limitée en raison du petit nombre de poule (maximum 3500)
- > Valorisation directe sur l'exploitation des fientes comme fertilisant avec 2 atouts :

1- La faible taille des élevages engendre une faible production d'effluents

2- La qualité des fientes participe aussi à la préservation de l'environnement et au maintien de l'équilibre du milieu car les pondeuses sont nourries sans antibiotiques ni colorants de synthèse

- Au centre de conditionnement :

- > Tri et recyclage des déchets auprès de prestataires agréés
- > Précurseur dans le marquage laser des boîtes d'œufs évitant la consommation de solvants et produits chimiques
- > Récupération des encres des imprimantes
- > Séparateur eau/hydrocarbure sur toute la surface de l'entreprise y compris le parking

41.03 Limiter l'impact des emballages

- Pour le packaging, utilisation de boîtes en fibre de cellulose moulée, recyclée et recyclable.
- Pour le ramassage des œufs, les cartons non réutilisables ont été remplacés par des alvéoles en matières plastiques PE ou PP réutilisables et recyclables.
- Le film étirable d'emballage des palettes est recyclable.

43.01 Mettre en place de projets d'économies d'énergie et de réduction des GES

- Projet de mise en place de panneaux photovoltaïques pour les centres de conditionnement (en cours d'étude)
- Pas de chauffage ni de lumière nocturne dans les bâtiments d'élevage (à la différence des élevages en batterie où les poules sont déplumées (promiscuité) et éclairées jour et nuit (forcer la ponte))

44.01 Préserver la biodiversité

- Les céréales consommées par les poules ont une origine régionale : formulation sur une base de 70% de céréales produites en région complétée par l'herbe du parcours et par de la poudre de coquille d'huîtres
- Traitement des poules par phytothérapie ou homéopathie
- Les poules COCORETTE proviennent uniquement de souches rustiques
- Les poules sont en liberté et disposent d'une prairie de minimum 10m² par poule

45.01 Innover et concevoir des bâtiments et/ou matériaux écologiques

Incitation d'inscrire les bâtiments d'élevage dans le paysage rural :

- Réhabilitation d'anciens bâtiments d'élevage pour les poulaillers

- Proposition aux producteurs de construire des poulaillers en bois éco-conçu « clé en main » à utilisation multiple

46.01 Optimiser la logistique

- Optimisation des tournées logistiques avec les logiciels Géonaute et Masternauta depuis début 2012

→ 25% de gains km / consommation gasoil prévus

- Utilisation d'un additif au carburant : ADBLUE qui permet de limiter les rejets polluants dans l'atmosphère

5) Bonnes Pratiques d'affaires : agir avec loyauté et responsabilité sur les marchés

51.01 Mettre en place une relation durable avec les fournisseurs

COCORETTE contractualise ses relations avec ses fournisseurs pour préserver leurs intérêts en cas de fluctuation du marché

- Les contrats d'achat des œufs sont établis pour 10 ans et le prix de reprise est indexé sur le prix des aliments pour que le producteur conserve sa marge quelque soient les fluctuations des approvisionnements.

=> COCORETTE absorbe les fluctuations de coûts des aliments, et prend le risque de ne pas toujours pouvoir répercuter les hausses sur le prix de vente au distributeur.

Création d'une association des fermes, impulsée par COCORETTE, adhérente de l'ODGPF*. L'association dispose d'un droit de regard et de décisions sur certains thèmes : cahier des charges, fabrication de l'aliment à la ferme, caisse de solidarité.

*ODGPF : Organisation de Défense et de Gestion des Produits Fermiers

→ BP 2012 en ligne (Trophée) : COCORETTE choisit l'élevage responsable et développe l'emploi local

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/cocorette-choisit-lelevage-responsable-et-developpe-lemploi-local.html>

51.03 Privilégier l'approvisionnement de proximité

- Les centres de conditionnement des œufs sont situés au centre des 6 régions de production
- L'alimentation des poules (céréales) est produite régionalement et parfois dans la ferme elle-même

6) Consommateurs : respecter les intérêts des clients et des consommateurs

62.01 Améliorer la santé et le bien être par ses produits ou services

64.02 Préconiser des produits ou services responsables

COCORETTE apporte aux consommateurs une triple garantie de qualité :

- Haute qualité nutritionnelle : Organoleptique (Label Rouge),
- Bien-être animal : Œufs produits dans des élevages de petite taille sans pressions sanitaires qui seraient dues au grand nombre de poules
- Ethique et environnement : respect des hommes et des animaux

Certifications :

- « Œuf fermier Label Rouge » pour la marque COCORETTE
- « Œuf Label Rouge » pour les marques distributeurs
- Label Agriculture Biologique pour certains produits

63.01 Répondre aux besoins alimentaires de base

Avec un œuf fermier de qualité supérieure, COCORETTE participe à la satisfaction des besoins alimentaires de base des consommateurs.

L'œuf est la protéine ayant le meilleur rapport qualité prix du marché.

63.06 Favoriser l'accès à la communication et à l'information

64.01 Sensibiliser les clients et les consommateurs à la RSE

Sensibilisation de la population à l'environnement et au Développement Durable :

- Site Internet très pédagogique
- Visites publiques des Centres de Conditionnement (1 journée Portes Ouvertes par mois au centre d'Arras)
- Communication transparente sur le packaging
- Affichage environnemental et pratique de prévention des pollutions

En projet création d'un pôle de découvertes du concept COCORETTE ainsi que d'animations, en corrélation avec les acteurs de la filière et les consommateurs (2012-2013, site d'Arras)

7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté

71.01 Dynamiser un bassin d'emploi (proximité, insertion, prévention de la violence...)

- Partenariat de recherche avec un pôle de l'ISA pour l'ensemble de l'entreprise
- Accueil de stagiaires étudiants, plusieurs embauches après les stages

71.04 Soutenir et développer l'économie locale

Accompagnement financier de 2 collaborateurs du centre d'Arras pour la création de 2 nouveaux centres de conditionnement à Laval et Montauban

73.02 Apporter ses savoirs faire à la communauté

- Formation des producteurs agricoles à devenir des éleveurs responsables (bien-être de l'animal, qualités sanitaires et organoleptiques du produit)
- Sensibilisation de la population à l'environnement et au Développement Durable

IV – INVESTISSEMENTS ET MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR DEPLOYER CETTE DEMARCHE

Il est compliqué d'isoler les investissements engagés pour développer la RSE, et ceux engagés pour la création, le fonctionnement, et le développement de l'entreprise : c'est le concept lui même qui est durable et rentable.

Mais à titre d'exemple, quelques investissements humains, financiers et matériels peuvent être notés :

Transpalettes électrique haute levée : 14 k€

Mise en place du 100% plastique recyclable pour les alvéoles de ramassage des oeufs : 22 k€

Marquage laser des boites d'œufs : 220 k€

V- FACTEURS CLES DU SUCCES

- **Perpétuer la tradition** : Anticipation des demandes consommateurs en grande distribution proposant des œufs fermiers de qualité produits dans des fermes familiales de petites tailles, garantissant le bien-être animal, les œufs sont pondus dans des nids en bois garnis de paille et sont ramassés à la main
- **Cahier des charges** imposé dès l'origine définissant des bonnes pratiques dont le Développement Durable
- Encadrement de la croissance avec des règles claires et strictes dont le respect a été garanti par la **certification label rouge et le label AB**
- **Association** de tous les opérateurs de la filière dans le respect de la personnalité de chaque maillon et dans un objectif de progrès économique et d'efficacité

VI- CONTRIBUTION DE LA RSE A LA PERFORMANCE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

- Indicateurs de performance économique

Nature	Montant
Chiffre d'affaires HT 2011	42 M€

VII- BENEFICES SOCIAUX, ENVIRONNEMENTAUX ET/OU DE GOUVERNANCE

- Principaux bénéfices pour les parties prenantes concernées par la démarche

Partie prenante	Description synthétique du bénéfice obtenu	Résultats
Actionnaires	Entreprise rentable et en croissance durable	Capital familial à 100%
Salariés	Emploi stable et en croissance	57 emplois SACO Total : 130 emplois SACO + franchises
Fournisseurs : Agriculteurs	Emploi et revenus stables et durables	Contrats sur 10 ans
Clients	Garantir un produit de qualité	Certification des produits
Environnement	Environnement respecté tout au long de la filière de production	Suivi des progrès environnementaux en chiffre 2011 vs 2009 (cf. tableau environnement page suivante)
Cité	Développement de l'emploi local Accompagnement de demandeurs d'emploi en situation d'exclusion	400 producteurs agricoles au revenu amélioré
Autres	Bien être animal	Trophées des œufs d'or du CIWF

VIII – AUTRES INDICATEURS DE PERFORMANCE

→ RESSOURCES HUMAINES

- REPARTITION FEMME / HOMME*

	Femmes			Hommes			Total		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Effectif salarié au 31 décembre	22	19	25	32	35	32	54	54	53
Dont CDI	20	17	21	32	34	32	50	51	53
Dont CDD	2	2	4	0	1	0	4	3	4
Direction				2	2	2	2	2	2
Cadre	0	0	0	2	4	2	2	4	2

* Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés

Accord ou plan d'action égalité Hommes/ Femmes obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

- EMPLOI DE TRAVAILLEURS HANDICAPES

	2009	2010	2011
Taux d'emploi des handicapés*, y compris intérim et ateliers protégés	nc	nc	nc
Montant de la contribution versée à l'AGEFIPH	1728	673	698

* Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total

○ **EMPLOI DES JEUNES ET DES SENIORS**

	2009	2010	2011
Moyenne d'âge des collaborateurs	37	37	38.5
Effectif des CDI de moins de 25 ans	3	2	1
Effectif des CDI de plus de 50 ans*	8	9	10

* Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

○ **FIDELISATION - TURN OVER - SANTE SECURITE**

	2009	2010	2011
Turn Over*	0.25	0.3	0.39
Nombre d'accidents du travail	1	4	5
Nb de jours d'arrêt de travail (pour accidents de travail)	15	244	115
Taux d'absentéisme maladie	0.25	1.19	3.14

* Tenant compte uniquement des arrivées et des départs en CDI

○ **FORMATION - DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES - PROMOTION**

	2009	2010	2011
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*	0.9	0.9	0.9
% de salariés ayant bénéficié d'une formation dans l'année	24	24	11
% de salariés ayant bénéficié d'une promotion (changement de coefficient ou de catégorie)		5	7

* taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale

* taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale

○ **REMUNERATION**

Comment situez-vous la rémunération moyenne de vos salariés par rapport à celle de votre secteur d'activité			
	En dessous	Egale	Au-dessus
Cadres		X	
Maîtrise		X	
Employés / Ouvriers		X	

→ ENVIRONNEMENT

○ GESTION DES DECHETS

	Nature des déchets	Mesure ? Oui/non	2009		2010		2011	
			Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé
Process de production	Déchets valorisés : Alvéoles, cartons, palettes perdues ferraille	Oui	46.35	100%	59.68	100%	104.98	100%
	% déchets réutilisés ou recyclés en interne	Oui	13	29%	16	27%	48.3	46%
	Part des déchets valorisés par tiers externe	Oui	33	1%	41	73%	56.7	54%

○ RESSOURCES NATURELLES

			Evolution					
			2009		2010		2011	
	Oui / Non	Mesures Oui/Non	Valeur absolue	Ratio*	Valeur absolue	Ratio*	Valeur absolue	Ratio*
Consommation d'eau								
Eau potable		Oui	342	0.07	324	0.058	508	0.084
Consommation d'énergie								
Electricité		Oui	482216	80.48	544029	98.74	518900	85.52
Gaz		Oui	268991	55.7	275322	49.97	215038	35.44
Carburant		Oui			25l/100 km	1.82**	24l/100k m	1.69**
Principales matières premières consommées, précisez lesquelles :								
Emballage cartons : boites oeufs								

* Ratio consommation / production totale

** en Nb de l/œuf

Propos recueillis auprès de
Thierry GLUSZAK, Directeur associé
Eric RAMBURE, Directeur adjoint et DAF
David JOKIEL, Ingénieur coordinateur
Laure-Anne KONDOSZEK, Responsable Marketing
Elodie LEBLEU, Responsable Technique
 Développement
Damien LEFRERE, Responsable Qualité

Par **Jacques FLEURETTE** et **Constance BONDUELLE**,
 Conseillers Rédacteurs
Arnaud de RIVIERE, étudiant ISA
 Accompagnés de **Marie-Madeleine CARPENTIER**,
 Responsable Pôle Bonnes Pratiques