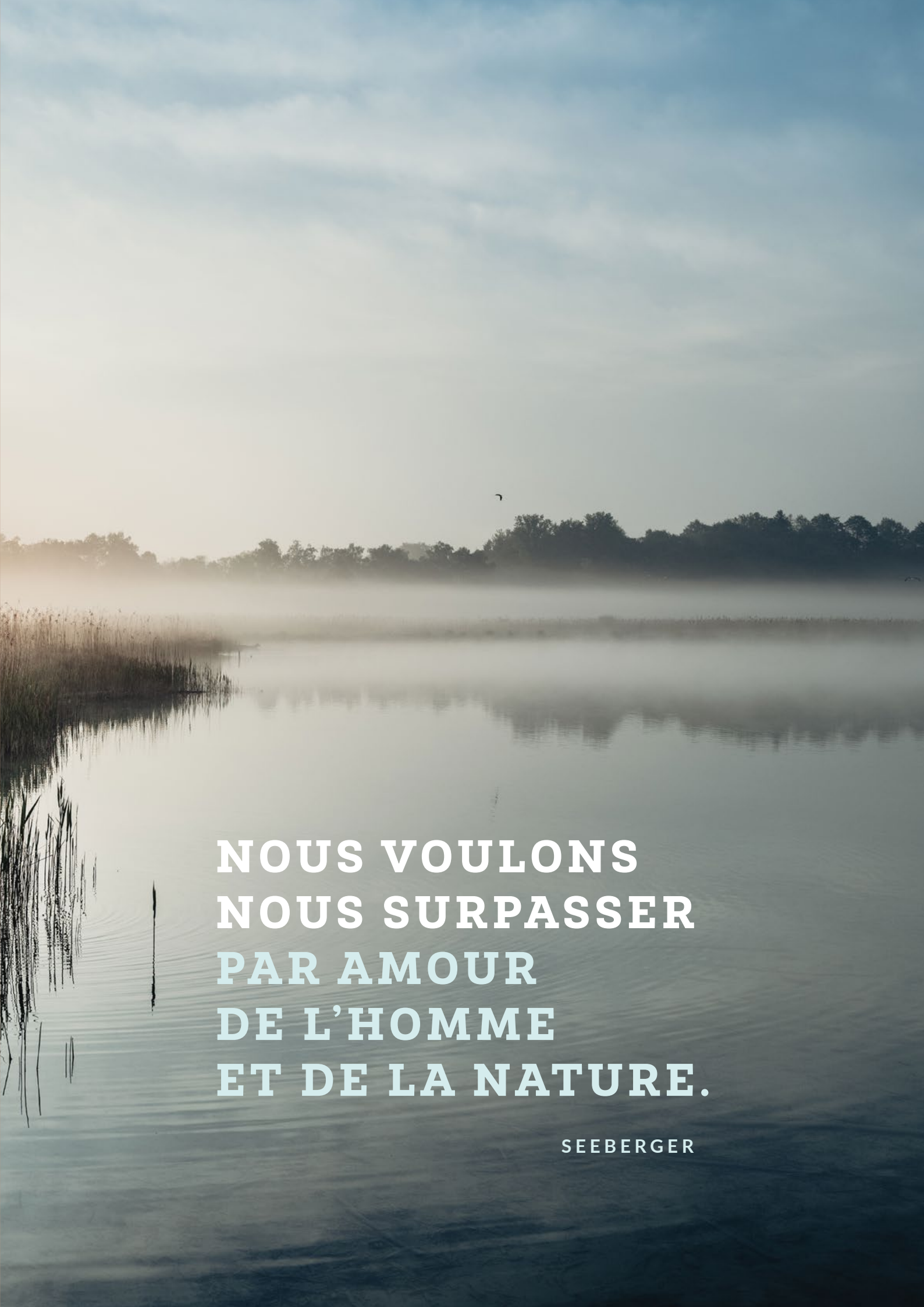


**RAPPORT
SUR LA
DURABILITÉ
20 | 21**



**NOUS VOULONS
NOUS SURPASSER
PAR AMOUR
DE L'HOMME
ET DE LA NATURE.**

SEEBERGER

AVANT-PROPOS

06

NOTRE
ENTREPRISE

08

« NATURWELT » -
NOTRE STRATÉGIE
DE DURABILITÉ

12

09

TRADITION ET AVENIR

10

LE GROUPE D'ENTREPRISES
SEEGER

NOS QUATRE
DOMAINES D'ACTION

16|17

INDEX GRI

80|81

CONTACT ET
MENTIONS LÉGALES

82

18

ÉCONOMIE CIRCULAIRE



40

RESPONSABILITÉ DE LA
CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT



56

PROTECTION DU CLIMAT



68

COMMUNAUTÉ



Chères lectrices, chers lecteurs,

Notre rapport actuel sur la durabilité fait état d'une période de « dépassement de soi ». La pandémie de Covid-19 a transformé notre travail quotidien à très grande vitesse. Les processus de travail habituels ? Nous avons dû les jeter par-dessus bord du jour au lendemain. Chaque collaboratrice et chaque collaborateur, depuis les exploitations dans les pays d'origine jusqu'à chaque poste de travail dans nos sites Seeberger, a été concerné.

Nous avons réorganisé nos lieux de travail et quitté nos bureaux pour travailler à domicile. Nous avons adapté nos horaires de travail, modifié notre communication, conçu et suivi des règles pour les visioconférences, abandonné nos habitudes et nos routines. Nous avons trouvé en un temps record des solutions à un défi sans précédent.

Ensemble, nous avons surmonté cette crise. Cela n'a pas été facile – et nous a demandé beaucoup d'énergie. Si nous y avons réussi, c'est grâce à l'engagement unique de chacune et chacun d'entre nous. C'est pourquoi nous tenons à remercier encore une fois du fond du cœur tous « les nôtres chez Seeberger ».

NOTRE PROMESSE

» FOR A BETTER PLANET«

La crise sanitaire nous a appris que nous pouvions nous surpasser. Mais elle nous a aussi freinés. Par exemple sur des thèmes importants concernant la durabilité dans la chaîne d'approvisionnement de Seeberger. Car nous ne pouvions pas nous rendre chez nos fournisseurs dans les pays d'origine. Or, pour une compréhension commune de la durabilité, rien n'est plus important que le dialogue personnel sur place.

Vous le constatez vous-même tous les jours : le changement climatique transforme la planète. Il est arrivé chez nous aussi, avec des journées d'été d'une chaleur record, la sécheresse des champs et des cultures dans des

régions entières et des forêts dangereusement sèches. Que pouvons-nous faire ? Vous vous en souvenez peut-être : dans notre dernier rapport sur la durabilité, nous avons fait une promesse. Elle figure sur nombre de nos emballages : « For a better planet ». Nous avons également décrit comment nous voulons tenir cette promesse. Car nos clients attendent dans chaque emballage Seeberger non seulement une « portion de nature » de la meilleure qualité, mais bien plus encore.

Les produits Seeberger sont des produits issus de la nature. Il est de notre responsabilité de préserver les sols fertiles sur lesquels ils poussent. Notre philosophie nous impose une gestion des ressources dans les régions d'origine qui permette à de nombreuses générations futures d'y récolter des produits naturels de première qualité.

Nous avons pu tenir une grande partie de notre promesse : de plus en plus d'emballages Seeberger affichent notre logo « For a better planet », qui représente des mains protectrices entourant nos feuilles et le globe terrestre. Nous réduisons les matériaux d'emballage et modifions leur composition pour les rendre plus recyclables.

EMBALLAGE DURABLE ?

POUR NOUS, C'EST AUSSI UNE QUESTION DE RECHERCHE

Et nous recherchons des solutions d'emballage alternatives et durables avec des projets de partenariat passionnants, comme l'initiative « Holy Grail ». Notre objectif est une économie circulaire parfaite. Ambitieux ? Sans aucun doute. Pour en savoir plus, lisez le chapitre « Économie circulaire » (voir page 18 et suiv.). Les effets du changement climatique se font de plus en plus sentir. Il est donc d'autant plus important que nous soyons parvenus à une réduction relative de nos émissions. Vous trouverez de plus amples informations à ce sujet au chapitre « Protection du climat » (voir page 56 et suiv.). Nous affirmons que la durabilité est profondément enracinée chez Seeberger – et ce depuis plus de 175 ans.



RALPH BERANEK



CLEMENS KELLER



GERALD LINDINGER



RAPHAEL STEINBERG

ELLE NE NOUS POSE AUCUN PROBLÈME : LA LOI SUR LE DEVOIR DE VIGILANCE DANS LES CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT

Mais nos chaînes d'approvisionnement sont aujourd'hui très complexes et plus vulnérables, tandis que les exigences de nos clients augmentent. Et c'est une bonne chose ! Car nous voulons bien sûr répondre à ces exigences et en sortir grandis.

Outre les attentes élevées concernant la qualité de nos produits, les clients veulent savoir qu'ils sont fabriqués dans le respect des droits de l'homme et de l'environnement. Ce sont des conditions que nous respectons depuis longtemps avec nos fournisseurs. Néanmoins, la mise en œuvre concrète de toutes les tâches demandées par l'application de la loi allemande sur le devoir de vigilance dans les chaînes d'approvisionnement (LkSG) figure en tête de notre liste d'enjeux.

Bien qu'en raison de la taille de notre entreprise, nous ne soyons pas concernés par la loi LkSG, nous souhaitons en remplir pleinement les conditions. De nombreux jalons sont déjà posés. Pour savoir comment nous nous attaquons aux tâches restantes, lisez le chapitre « Responsabilité de la chaîne d'approvisionnement » (voir page 40 et suiv.).

Dans notre chapitre « Communauté », nous décrivons comment nous avons initié un changement culturel qui reprend les impulsions positives pour des environnements de travail contemporains et attrayants, impulsions nées de la pandémie de Covid-19 (voir page 68 et suiv.).

»NOUS CHEZ SEEBERGER !« NOUS SOMMES UNE COMMUNAUTÉ FORTE

Ces dernières années, nous avons gagné un grand nombre de nouveaux collègues par l'acquisition d'entreprises. Nous vous racontons également comment nous avons lancé le processus structurel qui doit déboucher sur une nouvelle culture de la communauté chez Seeberger.

Ce qui nous motive et nous encourage ? Les mégatendances telles que l'alimentation saine et durable sont arrivées au cœur de la société, notamment en raison de la pandémie. Nous le voyons dans nos chiffres de vente : les gens souhaitent des aliments sains et de qualité, auxquels ils peuvent faire confiance – nos produits naturels ! Nous voulons continuer à être à la hauteur de cette confiance. Cela ne vaut d'ailleurs pas seulement pour nos clients, mais aussi pour tous « les nôtres chez Seeberger » qui, sur tous les sites et dans tous les pays fournisseurs, sont ceux qui rendent nos excellents produits possibles.

C'est dans ce but que nous continuons à miser sur le courage, la motivation et notre forte communauté Seeberger.

Nous vous souhaitons une très bonne lecture.

Clemens Keller, Ralph Beranek,

Raphael Steinberg, Gerald Lindinger



NOTRE ENTREPRISE



TRADITION ET AVENIR

1844

FONDATION PAR CHRISTOPH SEEBERGER

La success-story de Seeberger prend sa source sur le Danube : à Ulm. Christoph Seeberger y ouvre un commerce de denrées coloniales dans la Pfluggasse. Ancienne ville libre d'Empire, Ulm possède une situation idéale sur les anciennes routes commerciales et est considérée comme une ville marchande sûre avec un cachet international.



Seeberger

SEIT 1844



1882

ÉTABLISSEMENT DE TORRÉFACTION DE CAFÉ EN GROS SUR LA PLACE DU MARCHÉ À ULM

Le café devient une boisson populaire. Son fils Friedrich Seeberger profite de cette évolution et ouvre un établissement de torréfaction de café en gros très bien situé sur la place du marché d'Ulm.



1983

DÉPLACEMENT DE L'ENTREPRISE DANS LA ZONE INDUSTRIELLE DONAUTAL

Seeberger revient à Ulm. Dans la zone industrielle Donautal, l'entreprise a enfin trouvé des surfaces suffisantes pour s'agrandir et répondre à sa forte croissance.

1984

MODÈLE DE PARTICIPATION DU PERSONNEL

Seeberger est l'une des premières entreprises en Allemagne à introduire un modèle novateur de participation du personnel. Depuis, les collaborateurs sont intéressés à la réussite et au capital de l'entreprise. Ils sont ainsi associés à l'entreprise.

1949

JULIUS ROHM REPREND L'ENTREPRISE

Après le décès de Friedrich Seeberger, Julius Rohm senior reprend les affaires et les cinq employés. Sa première décision est la bonne : ce commerçant expérimenté dans l'import-export redonne vie à la torréfaction du café.

2001

ARRIVÉE DE CLEMENS KELLER

Avec Clemens Keller, neveu du Dr. Julius Rohm, la troisième génération de propriétaires entre dans l'entreprise.



1952

RECENTRAGE

L'entreprise emménage dans la Magirusstrasse et abandonne le commerce de gros de produits alimentaires. Elle se concentre désormais exclusivement sur l'importation de café, de fruits secs et de noix. Dans les deux domaines d'activité, la spécialisation sur les qualités supérieures du marché mondial est la base d'une expansion constante.

2004

160 ÈME ANNIVERSAIRE

Une année émouvante : Seeberger fête d'une part son 160 ème anniversaire et une installation de torréfaction de café ultramoderne est mise en service. Mais l'entreprise est également endeuillée par le décès de Julius Rohm senior, à l'âge de 91 ans.

1975

ARRIVÉE DE JULIUS ROHM

Julius Rohm, docteur en sciences économiques et fils de Julius Rohm senior, entre dans l'entreprise. Le développement stratégique de l'entreprise est illustré par l'aménagement d'un propre laboratoire de chimie alimentaire et par la mise en place d'un système informatique moderne.



2010

CRÉATION DE SEEBERGER FAMILY

Alexandra Keller, épouse de Clemens Keller, regroupe les nombreuses activités en faveur des collaborateurs dans le concept de la Seeberger Family : « Nous estimons nos collaboratrices et collaborateurs et leur offrons un environnement familial au-delà du salaire et de la rémunération ».

1979

DU STATUT DE GROSSISTE À CELUI DE MARQUE

L'image de l'entreprise est modernisée de fond en comble. Le nouveau logo moderne devient l'expression et le garant de tout ce qui caractérise l'entreprise. Fondé sur la tradition et la qualité, le nom de Seeberger devient une marque forte.

2010/2011

NOUVELLE IDENTITÉ DE MARQUE

Nouvelle décennie, nouvelle image de marque. L'identité visuelle de Seeberger a été entièrement remaniée dans les deux secteurs d'activité, et accueillie avec enthousiasme tant par les clients que par les consommateurs.

2013

1^{ER} RAPPORT SUR LA DURABILITÉ ET NOUVEL ENTREPÔT À HAUTS RAYONNAGES

La durabilité, vécue depuis toujours, est explicitement ancrée comme partie intégrante de la stratégie d'entreprise et documentée par la première édition du Rapport sur la durabilité. Depuis, Seeberger rend compte de ses progrès tous les deux ans. Parallèlement, Seeberger agrandit son site : le plus important investissement individuel dans l'histoire de l'entreprise familiale Seeberger comprend, outre un entrepôt moderne à hauts rayonnages avec 23 000 emplacements pour palettes, des surfaces de bureaux supplémentaires et un nouveau laboratoire sur le terrain voisin acheté en 2003. L'imposante passerelle d'une centaine de mètres de long fait le lien entre le nouvel entrepôt central et l'usine existante.

2014

CRÉATION DE LA FONDATION

« STERNSCHNUPPEN FÜR KINDER »
En 2014, les associés de Seeberger Clemens Keller et son épouse Alexandra créent la fondation privée et indépendante « Sternschnuppen für Kinder » (Étoiles filantes pour les enfants). La Fondation décide de ses projets indépendamment de tout intérêt économique. Elle aide les enfants et les jeunes en situation difficile dans les pays d'origine de nos produits.

2015

EXTENSION DE L'ACTIVITÉ CAFÉ À LA CLIENTÈLE COMMERCIALE ET D'ENTREPRISE

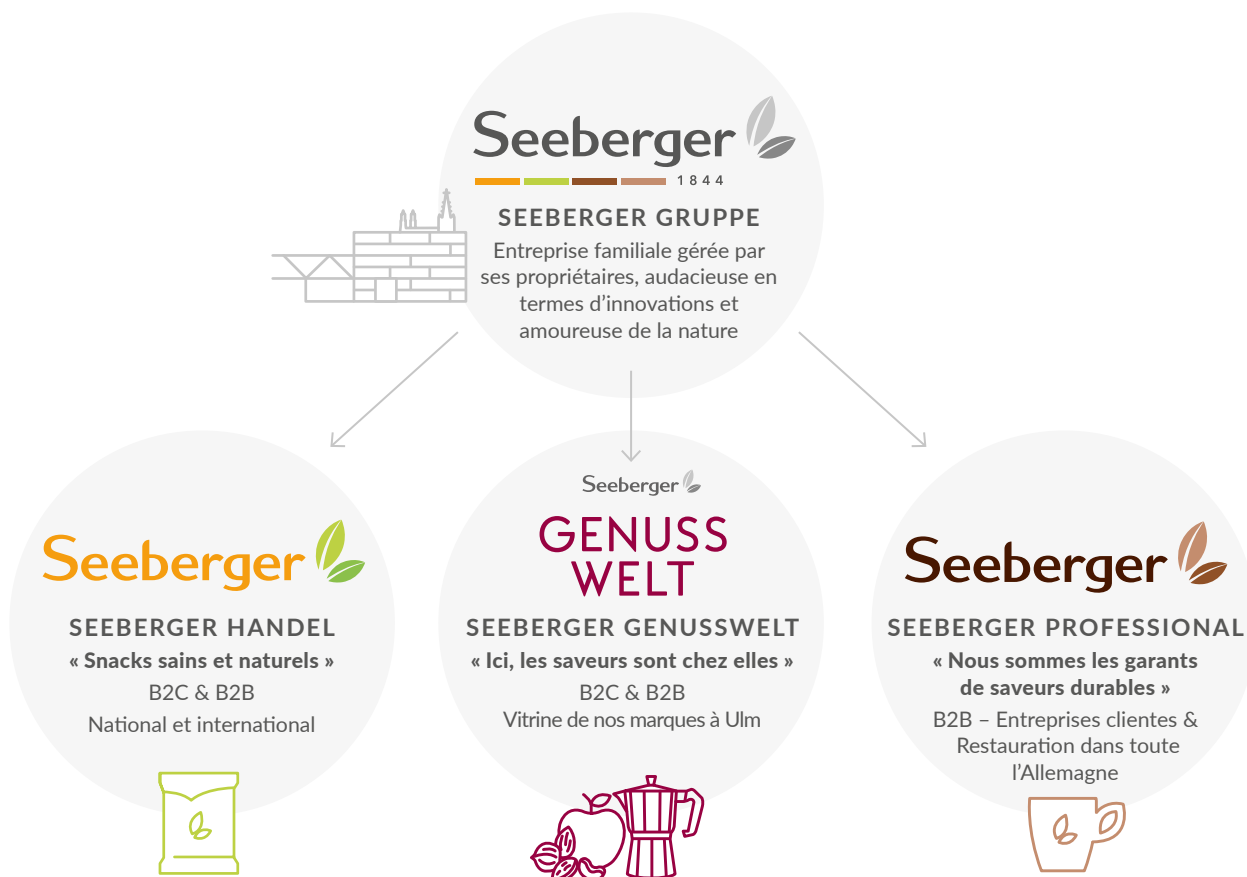
Avec l'acquisition d'un concurrent dans le domaine « Office & Vending », c'est-à-dire la fourniture de café et de snacks sur le lieu de travail, Seeberger passe dans ce secteur d'activité également du statut de fournisseur régional à celui de fournisseur national.

2021

L'UNIVERS DES SAVEURS SEEBERGER EST INAUGURÉ

Ce centre unique au monde, destiné aux clients de Seeberger dans les domaines de la restauration, des entreprises et du commerce alimentaire de détail national et international, ouvre ses portes. Les consommateurs aussi y trouveront une offre riche et variée : Le « Marché des saveurs » présente de manière attrayante le choix complet du vaste assortiment de produits Seeberger. Dans le café et le restaurant de l'entreprise destinés aux hôtes, les produits Seeberger garantissent des moments de détente et de plaisir, tandis que le restaurant du personnel permet de déguster des plats fraîchement cuisinés sur place.

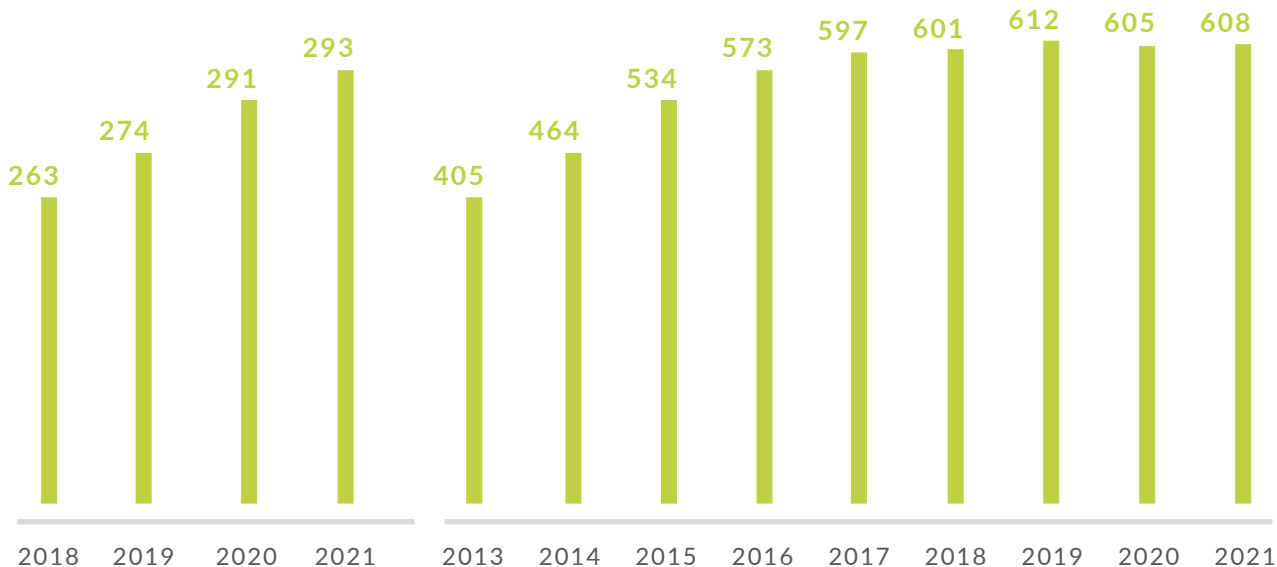
LE GROUPE D'ENTREPRISES SEEBERGER



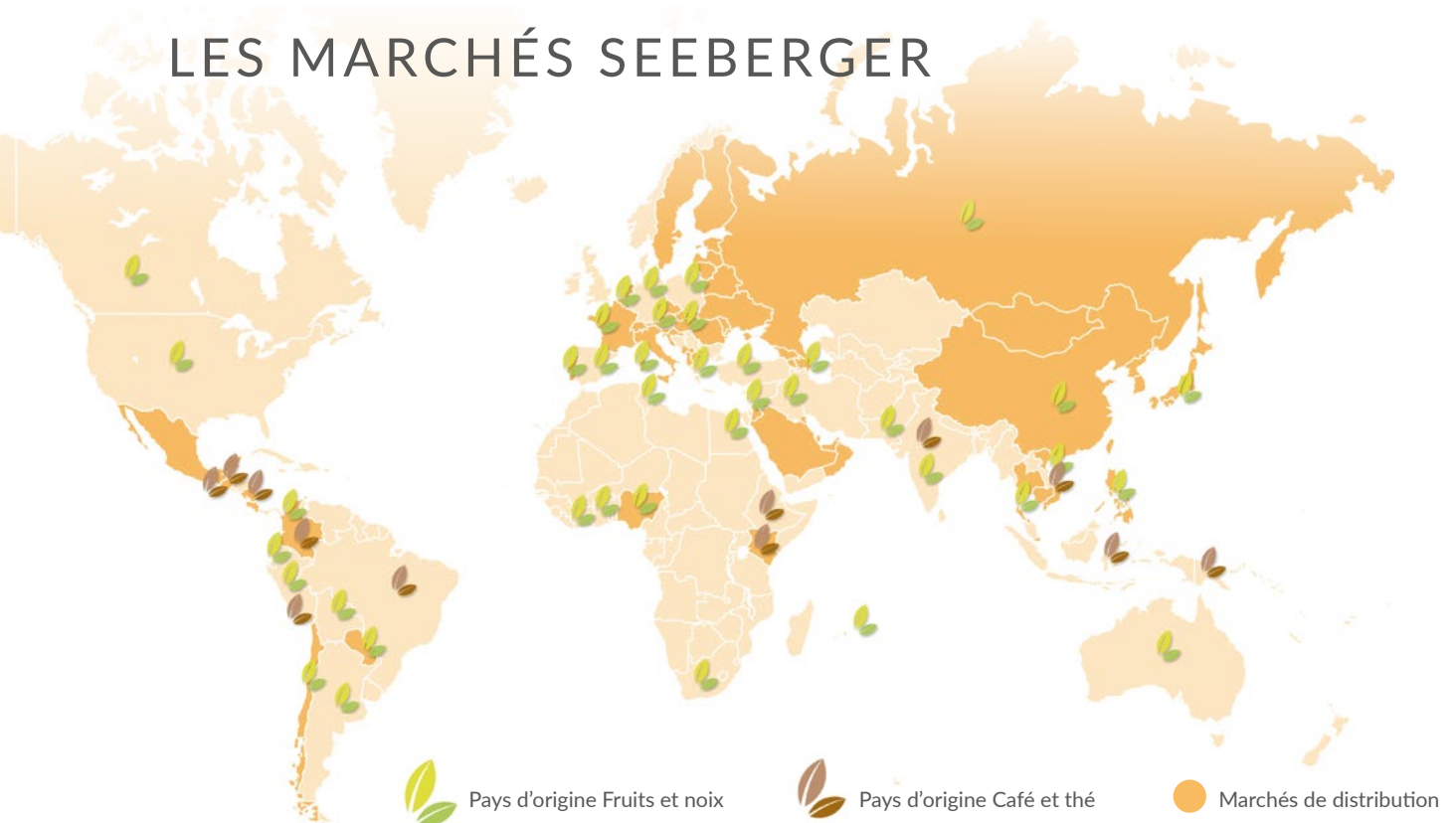
Chiffre d'affaires du Groupe

Seeberger GmbH (en M€)

Effectifs (ETP = équivalent temps plein)



LES MARCHÉS SEEBERGER



AUDITS ET DISTINCTIONS

Audits 2020

- » IFS 6.1 : niveau supérieur
- » Certification bio pour assortiment de café GREEN, cacao, muesli, porridge, fruits, thé, bâtons de sucre de canne, noix, céréales, graines
- » Fairtrade pour le café

Audits 2021

- » IFS 6.1 : niveau supérieur
- » Certification bio (s'y ajoutent : Mangues et Mélange noix et fruits)
- » Fairtrade pour le café

Produits récompensés

Vainqueur dans la catégorie
MENDIANT / MÉLANGES NOIX ET FRUITS



Vainqueur dans la catégorie
NOIX



2020

2021

NATUR WELT



« NATURWELT » – NOTRE STRATÉGIE DE DURABILITÉ

Que nous achetions de nouveaux systèmes d'éclairage, ajustions les processus des machines, nous rendions au travail en vélo ou négocions de nouvelles conditions d'achat avec nos fournisseurs : les thèmes de la durabilité sont toujours présents dans notre travail quotidien. Un nouveau Rapport sur la durabilité signifie toutefois que nous évaluons l'ensemble de notre performance. Avons-nous atteint nos objectifs de durabilité ? Quels sont les progrès réalisés, y a-t-il eu des revers ? Quels sont les facteurs qui influent sur le résultat ?

Pendant la pandémie, la société a pris davantage conscience des questions de durabilité. C'est une bonne chose pour nos produits naturels ! En même temps, nous avons dû modifier des processus de travail entiers, ce qui demande du temps. Les emballages sont l'une de nos priorités en matière de durabilité. Les tests et les livraisons de matériaux d'emballage durables ont été fortement retardés du fait de la pandémie. Le résultat ne peut donc être visible sur le marché que bien plus tard. Mais nous ne nous laissons pas rebuter.

La nouvelle loi sur le devoir de vigilance dans les chaînes d'approvisionnement donne des impulsions importantes à notre stratégie de durabilité : est-il encore approprié d'axer nos thèmes sur des domaines d'action géographiques, alors que la durabilité ne connaît pas de frontières ? Nous avons par conséquent restructuré nos activités.



VERENA SCHÄDLER
DÉLÉGUÉE SEEBERGER
À LA DURABILITÉ

Plus de transparence dans la chaîne d'approvisionnement, et ce pendant la pandémie ? Dans ce but, nous avons affiné notre Questionnaire pour les fournisseurs (Supplier Questionnaire) et les Directives sur le développement durable (Sustainability Guidelines) pour les fournisseurs, et nous allons améliorer notre manière de les communiquer.

Plus de communication : cela vaut aussi en interne. La communication en matière de durabilité a été renforcée par l'instauration d'interlocuteurs fixes au sein du service de marketing de l'entreprise. En outre, les collaborateurs trouveront chaque mois des informations intéressantes sur nos thèmes de durabilité dans la rubrique « NaturWelt » du magazine destiné aux collaborateurs.

Plus de communication ? C'est ce que nous souhaitons aussi avec vous, chère lectrice et cher lecteur. N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions ou des suggestions sur nos thèmes de durabilité ou sur ce rapport.

Nous attendons vos réactions avec impatience !

Le Rapport Seeberger sur la durabilité : normes de reporting, partenariats et affiliations

>> PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES :

Initiative mondiale des Nations Unies en matière de développement durable. En participant au Pacte mondial des NU, Seeberger soutient depuis 2015 les dix principes universels issus des domaines des droits de l'homme, des normes de travail, de la protection de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

>> CONVENTIONS DE L'OIT :

l'Organisation internationale du Travail (OIT) est une agence spécialisée des Nations Unies. Elle formule dans ses normes, en particulier dans ses normes fondamentales, des règles internationales sur le travail pour promouvoir des conditions sociales équitables au sein de la mondialisation et le travail décent comme condition essentielle à la lutte contre la pauvreté. Les normes de l'OIT sont le fondement des conditions d'achat de Seeberger.

>> OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES (ODD) :

Seeberger établit ses rapports depuis 2016/2017 sur la base des objectifs de durabilité de l'ONU.

>> GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) :

Base du reporting de Seeberger depuis 2013.

Nos parties prenantes



COLLABORATEURS



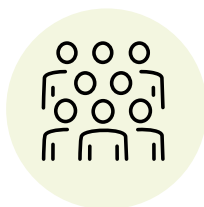
CLIENTS



CONSOMMATEURS



FOURNISSEURS



SOCIÉTÉ



POLITIQUE

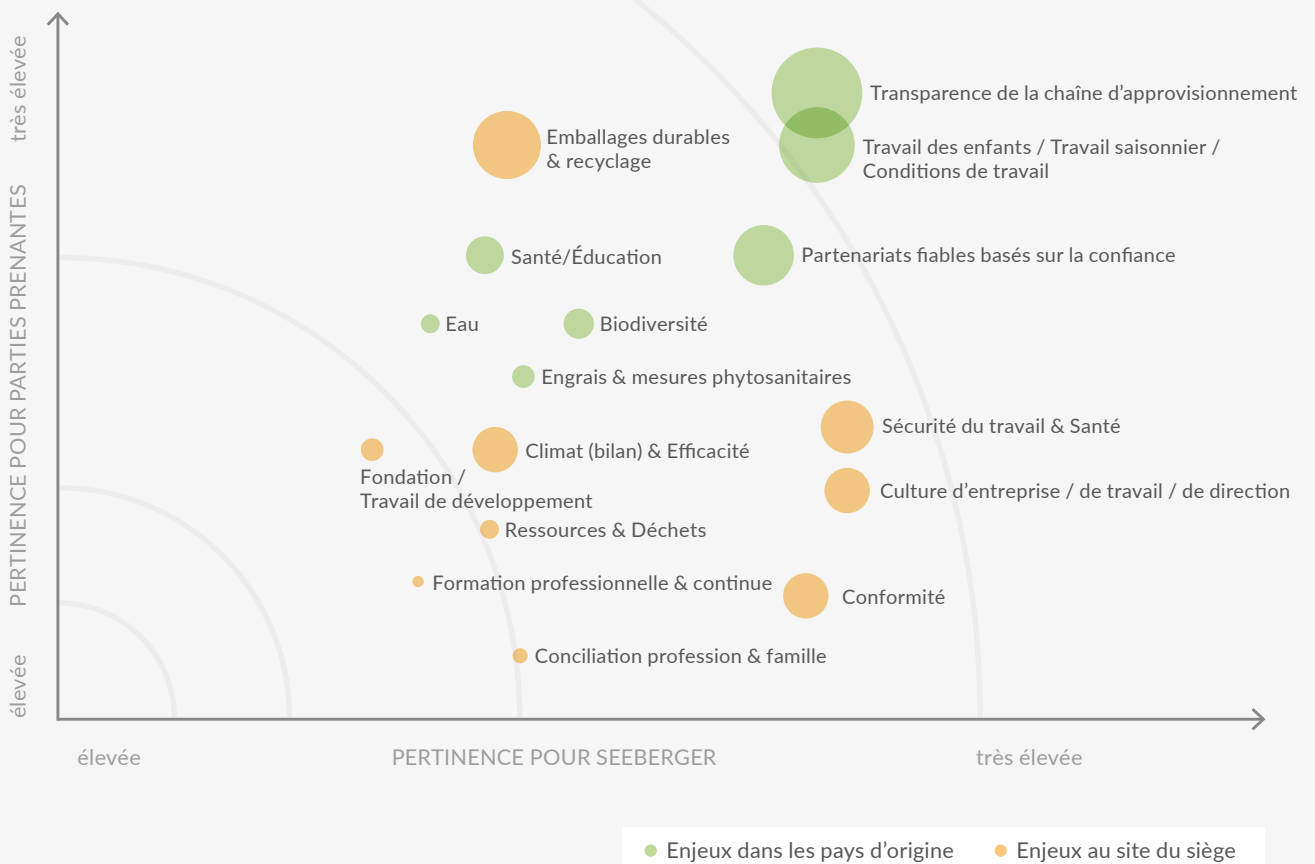


ASSOCIATIONS
ET INITIATIVES

Quels sont les thèmes qui importent à nos parties prenantes ? C'est ce que nous vérifions régulièrement par des échanges avec les groupes intéressés. Où attendent-ils des solutions et de l'engagement de notre part ? C'est ce que montre notre Matrice de pertinence. Nous

définissons à partir de cette matrice nos thèmes prioritaires. Nous alignons nos activités de durabilité définies à partir des thématiques provenant des parties prenantes sur les Objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies.

Notre Matrice de pertinence



« NaturWelt » – Notre stratégie de durabilité

Pour définir de quelle manière nous souhaitons progresser sur la durabilité, nous planifions notre stratégie de durabilité sous le concept « NaturWelt », le monde de la nature. Jusqu'à présent, nous avons donné à nos thèmes de durabilité une orientation spatiale en fonction du « Site d'Ulm » et des « Fournisseurs alimentaires dans les pays d'origine ». Cependant, non seulement la pandémie, mais aussi les changements nettement perceptibles dus au réchauffement climatique le montrent : la durabilité est un sujet sans frontières. C'est pourquoi nous avons décidé d'organiser désormais notre stratégie en domaines d'action thématiques. Toutes les normes de reporting actuelles, et bien entendu nos objectifs, restent valables.

LES ANCIENS DOMAINES D'ACTION GÉOGRAPHIQUES

FOURNISSEURS ALIMENTAIRES DANS LES PAYS D'ORIGINE

DOMAINES D'ACTION AU SITE D'ULM



SONT REMPLACÉS PAR QUATRE NOUVEAUX DOMAINES D'ACTION THÉMATIQUES

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

RESPONSABILITÉ DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

PROTECTION DU CLIMAT

COMMUNAUTÉ

La stratégie de développement durable de Seeberger via NOS QUATRE DOMAINES D'ACTION

ÉCONOMIE CIRCULAIRE



VISION → NOUS VOULONS DES CIRCUITS FERMÉS

Notre stratégie

Nos objectifs d'ici 2025

EMBALLAGES DURABLES

// UTILISER DES MATÉRIAUX RECYCLABLES

100 % des emballages Seeberger de la gamme sont recyclables (peuvent être recyclés selon les régions françaises)

// RÉDUIRE LES MATIÈRES PREMIÈRES

Réduire les plastiques fossiles de 20 % sur l'ensemble du cycle de vie du produit

// UTILISER DES MATÉRIAUX ALTERNATIFS

Matériaux d'emballage alternatifs qui ne compromettent pas la protection du produit

PAS DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

// PAS DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Maintenir les déchets alimentaires en dessous de 1 % dans le processus de production

>>> Initiative « Holy Grail »

RESPONSABILITÉ DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT



VISION → NOUS VOULONS 100 % DE TRANSPARENCE DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Notre stratégie

Nos objectifs d'ici 2025

// GARANTIR LA TRANSPARENCE

Introduction et mise en œuvre annuelle d'une analyse de la transparence

Mise en place d'une analyse des risques (de manière annuelle) suite à la parution de la nouvelle loi allemande LkSG (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz) qui vise la protection des droits de l'homme.

Introduction d'un système de plaintes public

// CRÉER UN ENGAGEMENT

Révision/mise à jour des conditions d'achat

// RENFORCER LES PARTENARIATS

Augmenter le nombre de contacts directs

Créer de la valeur au niveau local

>>> Initiative « BioVal »

>>> Fondation « Sternschnuppen für Kinder » (Étoiles filantes pour les enfants) créée par la famille propriétaire



PROTECTION DU CLIMAT

VISION → NOUS VOULONS UNE CHAÎNE
D'APPROVISIONNEMENT NEUTRE EN CARBONE

Notre stratégie

// MESURER
LES ÉMISSIONS

// RÉDUIRE
LES ÉMISSIONS

// COMPENSER LES
ÉMISSIONS QUI NE
PEUVENT PAS ÊTRE ÉVITÉES

Nos objectifs d'ici 2025

Réaliser chaque année
un bilan carbone de
l'entreprise.

Réalisation de trois bilans
climatiques sur des
produits exemplaires

Réduire les émissions
de CO₂ de 10 % par
rapport à l'année de
base 2019

Neutralité carbone de l'entreprise
à partir de 2022



COMMUNAUTÉ

VISION → NOUS VOULONS ÊTRE UN PARTENAIRE
ATTRACTIF ET RECHERCHÉ

Notre stratégie

// RENFORCER UNE CULTURE ET DES
VALEURS D'ENTREPRISE FÉDÉRATRICES

// CRÉER DES ENVIRONNEMENTS
DE TRAVAIL ATTRACTIFS

Nos objectifs d'ici 2025

Mise en place du projet « EIN SEEBERGER »
pour renforcer notre sentiment de communauté,
objectif du projet : extension du programme
pour les salariés « Seeberger-Family »
à l'ensemble du groupe Seeberger

Mise en place d'une culture de management
cohérente pour l'ensemble du groupe Seeberger

Extension et adaptation des parts sociales des
salariés à l'ensemble du groupe Seeberger

Encourager et exiger la performance de chacun
afin de réussir ensemble

Élaborer et adopter l'accord d'entreprise
« Travail mobile »

Mise en place d'une structure salariale
transparente et motivante

Mise en place d'un groupe de travail
« New Work » sur le thème principal de
la mise en réseau et de la coopération

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

VISION →

NOUS VOULONS DES CIRCUITS FERMÉS



>>> EMBALLAGES DURABLES

>>> PAS DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

CIRCUIT TECHNIQUE

CIRCUIT BIOLOGIQUE

Notre stratégie



UTILISER
DES MATÉRIAUX
RECYCLABLES



RÉDUIRE
LES MATIÈRES
PREMIÈRES



UTILISER DES
MATÉRIAUX
ALTERNATIFS



PAS DE
GASPILLAGE
ALIMENTAIRE



Nos objectifs d'ici 2025

100 % des emballages Seeberger de la gamme sont recyclables (peuvent être recyclés selon les régions françaises)

Réduire les plastiques fossiles de 20 % sur l'ensemble du cycle de vie du produit

Matériaux d'emballage alternatifs qui ne compromettent pas la protection du produit

Maintenir les déchets alimentaires en dessous de 1 % dans le processus de production



>>> Initiative « Holy Grail »

Nous nous orientons sur cet ODD



Favoriser l'économie circulaire

Le principe de l'économie circulaire s'inspire du modèle de la nature. C'est là que naissent des produits naturels de grande qualité, dont nous vivons en tant qu'entreprise. Nous sommes donc responsables d'une utilisation respectueuse des ressources naturelles partout où nos produits sont cultivés, transformés, emballés et expédiés.

Notre modèle « cradle to cradle » ou : l'économie circulaire parfaite

Dans une économie circulaire parfaite, il n'y a pas de déchets. Les produits sont fabriqués de manière à pouvoir être transformés en nouvelles matières premières, puis à nouveau en produits, sans perte de qualité. L'économie circulaire préserve les ressources, réduit les gaz à effet de serre nocifs pour le climat et pourrait résoudre le problème mondial des déchets. Ce processus fonctionne dans deux systèmes :



LE CIRCUIT TECHNIQUE

À l'expiration de leur fonction, les biens de consommation sont décomposés en intrants techniques et permettent ainsi la production de nouveaux biens de consommation.



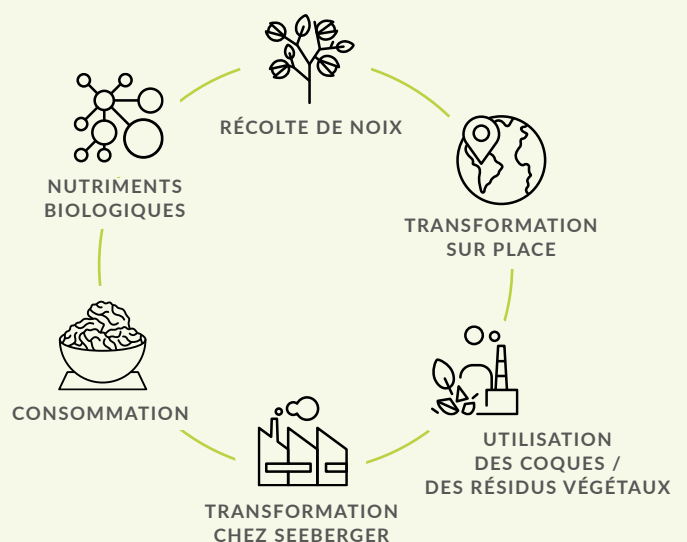
Les emballages Seeberger

Nos produits naturels de haute qualité doivent arriver chez clients en toute sécurité et dans une qualité optimale. Pour cela, leur emballage doit avoir une qualité exceptionnelle. Cela vaut également de plus en plus pour leur durabilité. Pour parvenir à un emballage durable, nous nous inspirons du principe de l'économie circulaire. Notre objectif est que nos emballages soient, dans la mesure du possible, recyclés à 100 % et puissent être réutilisés comme recyclat.



LE CIRCUIT BIOLOGIQUE

Les matières premières utilisées pour les produits de consommation sont décomposées en nutriments biologiques après l'utilisation. Elles favorisent par exemple la croissance végétale de matières premières renouvelables pour de nouveaux produits.



Les produits naturels Seeberger

Les aliments tels que nos produits naturels font déjà partie du cycle biologique, depuis leur production et leur utilisation jusqu'à leur décomposition.

→ NOUS VOULONS DES CIRCUITS FERMÉS

Nous voulons réussir à établir une économie circulaire précisément là où nous tirons parti des ressources, de l'environnement ou du climat. Et là où nous sommes le plus à même de pouvoir changer les choses : au niveau de l'emballage Seeberger, et dans les processus de transformation de nos produits naturels, de l'origine à l'emballage. Nous y travaillons d'arrache-pied. Et avec succès. Par exemple : nous avons déjà pu convertir 94 % de nos sachets plats à un film recyclable en monocomposant. De plus : nous perdons actuellement moins de 1 % de la matière première livrée au cours du processus de production.

Nos objectifs sont ambitieux. Nous observons attentivement les développements qui peuvent nous être utiles. Cela vaut pour les solutions prometteuses partout où nous utilisons des emballages. C'est-à-dire dans la production et l'emballage du produit brut dans le pays d'origine, dans la transformation et l'emballage secondaire pour le commerce ou la restauration, jusqu'à chacun des emballages Seeberger que nos clients ouvrent pour un moment de plaisir Seeberger.



COMMENT FAIRE ?

>>> EMBALLAGES DURABLES

>>> PAS DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Notre stratégie

CIRCUIT TECHNIQUE



UTILISER
DES MATÉRIAUX
RECYCLABLES



RÉDUIRE
LES MATIÈRES
PREMIÈRES



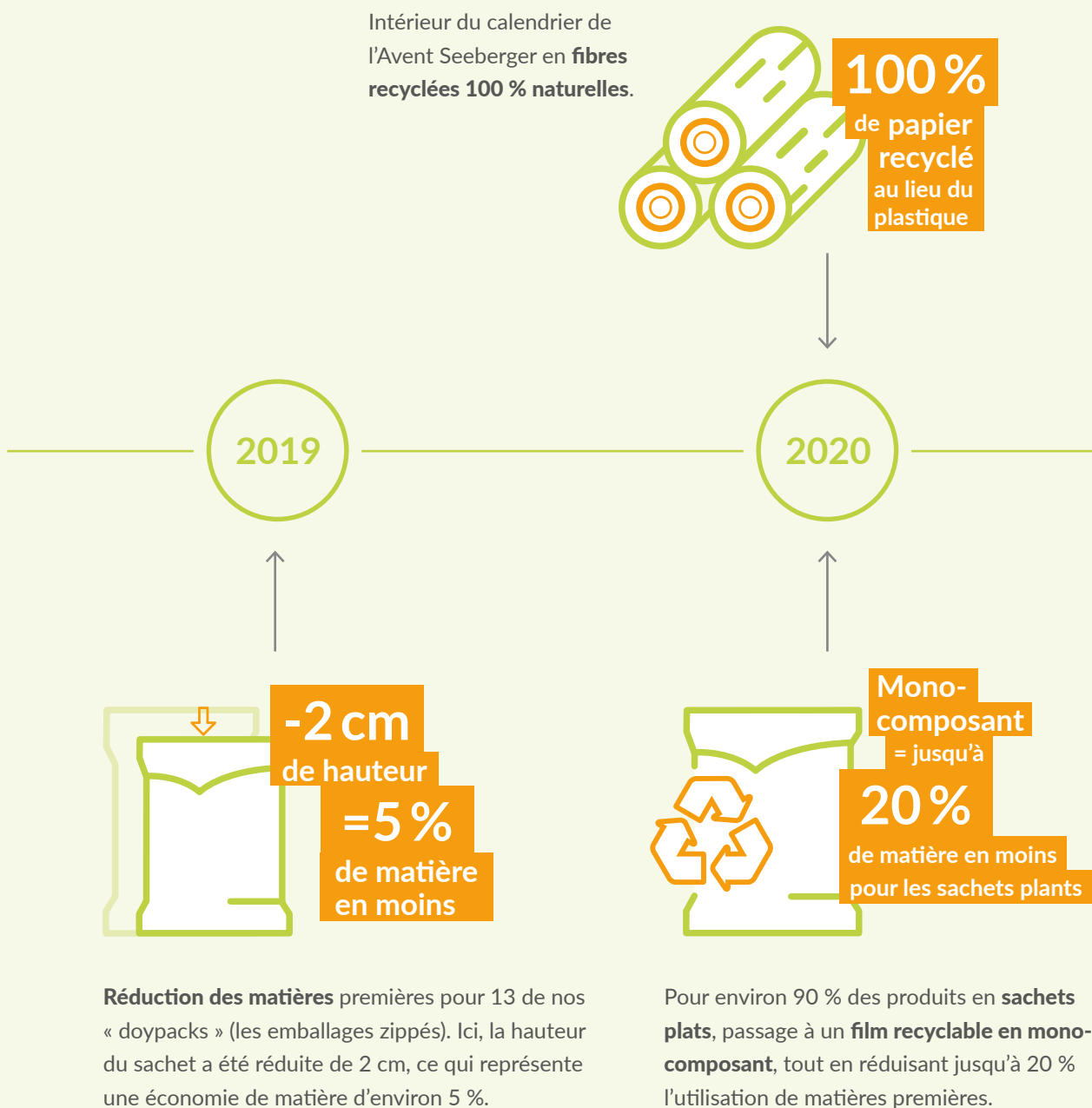
UTILISER DES
MATÉRIAUX
ALTERNATIFS

CIRCUIT BIOLOGIQUE



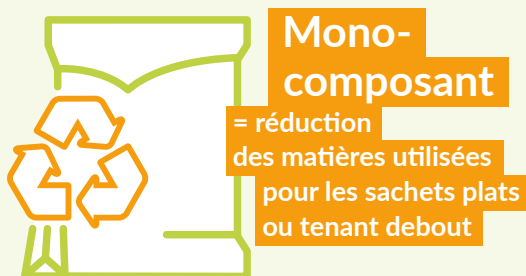
PAS DE
GASPILLAGE
ALIMENTAIRE

Qu'avons-nous accompli jusqu'à présent ? Nos jalons vers l'économie circulaire – Dans le secteur d'activité Handel





Depuis le printemps 2022, nous avons supprimé la fermeture zippée de six de nos emballages « zippés » de faible grammage. Cela nous permet **d'économiser 2 tonnes de matières premières** par an.



Poursuite du passage à un **film recyclable en monocomposant** pour les produits en **sachets plats** et en **sachets tenant debout**, tout en **réduisant l'utilisation de matières**.

>>> EMBALLAGES DURABLES

Comment arriver à une économie circulaire ?

Un abricot tendre, une noix de cajou croquante : l'emballage Seeberger doit protéger au maximum nos produits naturels uniques. Préserver les arômes, assurer la sécurité contre les germes nocifs et garantir une durée de conservation optimale – telles sont ses principales missions.

Des matériaux d'emballage plus durables peuvent-ils y parvenir ? Pouvons-nous par exemple utiliser un volume réduit de matériau et des films plus fins ? Existe-t-il des alternatives praticables à base de matières premières renouvelables ? Comment réduire les pertes de matériau dans le processus de production afin de mieux préserver les ressources ?

Que se passe-t-il si, par exemple, un film durable et respectueux des ressources ne résiste pas au traitement technique ? Un conflit d'objectifs classique, car la production doit se poursuivre sans être retardée et avec la qualité habituelle.

Telles sont les questions que doivent résoudre nos équipes de développement pour des emballages Seeberger plus durables. C'est pourquoi elles travaillent de manière transversale et interdisciplinaire sur des idées d'emballages meilleurs et plus durables. Et elles conviennent ensemble d'objectifs ambitieux mais réalistes pour y parvenir.

>>> EMBALLAGES DURABLES

Notre stratégie



1

**UTILISER
DES MATÉRIAUX
RECYCLABLES**



2

**RÉDUIRE
LES MATIÈRES
PREMIÈRES**



3

**UTILISER
DES MATÉRIAUX
ALTERNATIFS**

Stations du cycle de vie de produit d'une noix





1

UTILISER DES MATÉRIAUX RECYCLABLES



COMMENT FAIRE ?

Notre objectif jusqu'en 2025

100 % des emballages dans l'assortiment Seeberger sont recyclables.

→ POSTULAT : PROTECTION OPTIMALE DU PRODUIT POUR LA SAVEUR, L'ARÔME ET LA DURÉE DE CONSERVATION, MÊME PENDANT LONGTEMPS



Pour les emballages de vente

Nous évitons les combinaisons de plastiques pour les matériaux d'emballage afin d'augmenter leur aptitude au recyclage. Lorsque cela est possible d'un point de vue fonctionnel, un seul type de polymère doit être utilisé pour l'ensemble de l'emballage. Nous voulons utiliser le moins possible les emballages composites, c'est-à-dire les combinaisons de plastique et d'autres types de matériaux (papier, carton, métal). Surtout s'ils ne peuvent pas être facilement décomposés par les consommateurs lors de l'élimination. Nous examinons en outre la proportion de matériaux recyclés que nous pouvons utiliser pour la fabrication de nos emballages de vente. Il s'agit par exemple d'emballages issus du recyclage de déchets ménagers, industriels ou commerciaux.



Pour l'emballage des matières premières

Nous travaillons à des solutions durables pour les emballages de matières premières en collaboration avec les producteurs et les fournisseurs dans les pays d'origine. Nos produits bruts arrivent à Ulm dans différents conditionnements. Nous voulons également concevoir ces emballages selon les principes de l'économie circulaire. Mais ce n'est pas si simple. Nous travaillons avec différents fournisseurs, dont les clients ont eux-mêmes des exigences spécifiques. En 2022, nous lançons un projet dans ce domaine : nous voulons augmenter la part de film en monocomposant dans l'emballage des matières premières. Les films en monocomposant sont particulièrement aptes au recyclage et se prêtent donc bien à la réutilisation. Nous développons donc un système de tri qui nous permet de les identifier de manière sûre lors du déballage en production et de les éliminer séparément. Dans une prochaine étape, nous souhaitons augmenter avec nos fournisseurs la part des films en monocomposant dans les emballages et modifier les livraisons en conséquence.



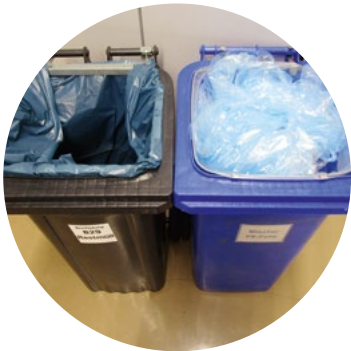
Pour les emballages secondaires

Nous optimisons notre suremballage pour le commerce et la restauration. La part de papier recyclé dans les cartonnages est augmentée et les fibres vierges ne sont utilisées que dans la mesure où elles garantissent la stabilité d'un carton. Nous l'avons constaté dans le cadre d'un test de transport : si la part de papier recyclé est trop élevée, les cartons deviennent instables. En 2022, nous lançons un projet visant à étudier la possibilité d'utiliser nos cartons de haute qualité dans un système de réutilisations multiples.



Pour les autres matériaux d'emballage

Le matériel supplémentaire de nos emballages fait également l'objet d'un examen critique : pouvons-nous utiliser des banderoles, des étiquettes ou des fermetures zippées plus durables ? L'idéal est d'utiliser des matériaux identiques pour l'emballage et le matériel auxiliaire, car cela augmente l'aptitude au recyclage. Nous y travaillons.



Dans la gestion des déchets

Nous voulons continuer à optimiser le tri et l'élimination des emballages et des matériaux de travail dans le processus de production et sur le site. Dans le domaine de la logistique, nous nous efforçons de vendre les palettes de transport que nous ne pouvons plus utiliser en tant que fabricant de produits alimentaires.



Le cycle de recyclage des filtres à eau

Dans le secteur des clients commerciaux, qui utilise également des cartouches filtrantes pour fontaines à eau, nous avons mis en place un nouveau processus: les cartouches des fabricants les plus courants sont désormais collectées dans des boîtes sur nos sites et reprises par le fabricant. Elles sont ainsi introduites dans le circuit de recyclage, ce qui permet d'éviter des déchets.

Nous sommes heureux que les fabricants de cartouches offrent cette possibilité et que nous puissions ainsi prendre part à l'économie circulaire.



2

RÉDUIRE LES MATIÈRES PREMIÈRES



COMMENT FAIRE ?

Notre objectif jusqu'en 2025

Réduire les plastiques fossiles de 20 % sur l'ensemble du cycle de vie du produit

→ **POSTULAT : LE FILM EN MONOCOMPOSANT A LA PRIORITÉ. SI CELA N'EST PAS POSSIBLE, NOUS ESSAYONS DE RECOURIR À DES FILMS PLUS FINS.**



Pour les emballages de vente

- » Nous examinons si des éléments d'emballage peuvent être remplacés ou supprimés, comme les zips de fermeture jusqu'à une certaine taille d'emballage.
- » Nous réduisons l'épaisseur des emballages avec de nouvelles générations de films plus fins. Nos films sont produits en Europe, la plupart des films et des sachets viennent directement d'Allemagne ou d'Autriche. Les distances de transport sont donc courtes, ce qui réduit les émissions de gaz à effet de serre nocifs pour le climat.
- » Bonnes proportions : nous vérifions la hauteur idéale du sachet par rapport au taux de remplissage idéal. En fonction de l'espace vide ou de la taille du produit et des exigences techniques de l'emballage, la hauteur du sachet peut être réduite pour un produit ou sa taille diminuée.
- » Pour les emballages convertis au film en monocomposant, nous économisons jusqu'à 20 % du matériau d'emballage utilisé auparavant. Actuellement, 94 % de nos sachets plats sont en film en monocomposant.
- » Pas de pertes : nous nous efforçons de limiter les pertes de matériau au cours du processus de production. Notre objectif est de maintenir les pertes de film sur les machines d'emballage à moins de 1 %.



Pour l'emballage des matières premières

- » Nous avons des échanges réguliers avec nos producteurs et fournisseurs dans les pays d'origine, y compris sur les emballages des matières premières.
- » Dans nos Directives sur le développement durable pour les fournisseurs, nos exigences en matière de durabilité font également partie des conditions d'achat en ce qui concerne les matériaux d'emballage.
- » En 2022/2023, nous voulons analyser les emballages actuels des matières premières, les séparer/trier en conséquence et convertir le plus grand nombre possible d'emballages de matières premières à des monomatériaux.



Pour les emballages secondaires

- » Nous utilisons des emballages secondaires optimisés, par exemple des cartons fabriqués de manière à être aussi fins que possible.
- » Grâce à un nouveau film étirable pour les palettes ainsi qu'à des réglages de machines optimisés, nous avons réduit de 45 % l'utilisation de film, qui était d'environ 20 tonnes par an.
- » Nous réduisons les dépôts de colle pour la fermeture des cartons. Notre objectif : économiser 20 % de colle et ce, à qualité égale.
- » Les rails porte-étiquettes sont-ils encore utiles sur les présentoirs ? Dans le commerce de détail national, nous y renonçons à partir de 2022 et économisons ainsi jusqu'à 5 tonnes de plastique par an.

Emballage durable : les conflits d'objectifs classiques

Si nous supprimons la fermeture zippée des emballages de petite taille (60-80 grammes), nous économisons 13 % de matériau par emballage. Cela correspond à deux tonnes de plastique par an. La suppression des étiquettes de refermeture contribuerait également à économiser du matériau et à accroître l'aptitude au recyclage. En principe, il serait même plus durable de renoncer aux emballages de petite taille. Mais nos clients veulent des produits sains et savoureux dans des emballages pratiques, refermables, et qui soient aussi de petite taille.

CONSERVER LA FERMETURE ZIPPÉE :



PROTECTION
commode contre les pertes de qualité et de goût



SUPPRIMER LA FERMETURE ZIPPÉE :



JUSQU'À 13 % D'ÉCONOMIE DE MATÉRIAU PAR EMBALLAGE

Pour six produits de petit grammage, nous allons renoncer à la fermeture zippée, car elle n'offre ici aucune valeur ajoutée.



3

UTILISER DES MATÉRIAUX ALTERNATIFS



COMMENT FAIRE ?

Notre objectif jusqu'en 2025

Matériaux d'emballage alternatifs qui ne compromettent pas la protection du produit

→ POSTULAT : UNE PROTECTION OPTIMALE DU PRODUIT EST TOUJOURS GARANTIE.

Le papier, une matière première alternative et renouvelable

Nous examinons l'utilisation judicieuse de matières premières renouvelables comme le bois et testons l'utilisation de papier au lieu de plastique. Par exemple, nous emballons avec du papier à chiffonner plutôt qu'avec des films plastiques à bulles ou des chips et des pièces moulées en polystyrène. Pour nos emballages en carton, nous veillons à ce qu'ils contiennent une part importante de papier recyclé. Dans la mesure du possible, nous utilisons également du papier FSC et neutre en CO₂ pour les imprimés, et des matériaux durables pour nos supports publicitaires. Pour leur production, nous privilégions les fournisseurs régionaux.

Pour nos installations d'emballage hautement techniciées, le papier est un matériau difficile à traiter. Nous étudions néanmoins aussi la mise en œuvre de papier pour les emballages de produits. Lors de nos précédents essais de faisabilité sur nos installations d'emballage, nous avons testé différents types d'emballages en papier. Jusqu'à présent malheureusement sans succès. Le papier est en effet par définition très fragile et nécessite une manipulation totalement différente. Outre un papier qui présente une certaine résistance et ne se déchire pas, nous avons besoin d'une solution qui nous permette de sceller de manière sûre (= emballages étanches) et de garantir ainsi une protection parfaite du produit. Nous devons donc encore attendre que des alternatives en papier soient développées et testées pour nous. Ce qui, naturellement, demande aussi du temps.

Quel usage pouvons-nous faire de matériaux alternatifs ?

Verre, papier ou plastiques biosourcés : quelles solutions de remplacement durables pouvons-nous utiliser pour nos emballages ? En effet, il faut savoir que chacun de nos produits naturels a des propriétés différentes et donc des exigences différentes en matière d'emballage. Cela signifie que les alternatives à l'emballage utilisé jusqu'à présent ne conviennent pas toutes au produit et n'offrent pas la protection dont nous avons besoin. Nous avons déjà testé différentes solutions – et les avons rejetées. C'est pourquoi nos spécialistes de l'emballage se déplacent, se renseignent et s'informent afin de trouver de nouvelles solutions adaptées à nos besoins.

Exemple des emballages biosourcés

Il existe aujourd'hui déjà de nombreuses solutions pour les plastiques biosourcés et biodégradables à base de matières premières renouvelables, comme le maïs ou la canne à sucre. Jusqu'à présent, nous n'avons pas encore trouvé d'emballages biosourcés qui protègent nos produits de manière optimale et sûre pendant une longue période dans les rayons contre les effets de la lumière et de l'oxygène.



Emballage biosourcé : mode d'emploi

Un partenariat inspirant : « No waste, only taste ! », telle est la devise de notre partenaire Samova pour les thés bio de haute qualité dans notre secteur d'activité Seeberger Professional. Pour les enveloppes des sachets de thé, Samova utilise le matériau NatureFlex™, compostable à 100 % en milieu marin et au jardin. NatureFlex est un film d'emballage en fibres de bois produites de manière durable, qui se décompose entièrement en six semaines environ dans le compost.

Cela semble une bonne chose : pourquoi ne pas faire de même pour d'autres emballages ? Les plastiques biosourcés n'entrent en ligne de compte pour nous que s'ils ne sont pas cultivés en concurrence avec les cultures alimentaires sur les terres agricoles. Ils devraient donc pouvoir être fabriqués à partir de déchets ou de sous-produits de la production alimentaire, par exemple. De plus, les emballages biosourcés ont leur propre DLC et ne répondent pas à nos exigences en matière de barrière à l'oxygène.

Le concept « sans emballage »

Le meilleur des emballages est-il de ne pas en avoir ? C'est ce que nous avons testé dans le commerce alimentaire de détail. Pour constater ceci : un certain nombre de défis sont non résolus pour nous. Jusqu'à présent, il n'existe pas de système de remplissage ou d'ensachage uniforme pour les aliments en vrac dans le commerce alimentaire de détail. La charge de travail pour le personnel du magasin est élevée, par exemple

pour maintenir la propreté du poste de remplissage. De même, d'après notre expérience, les exigences en matière de conservation, de sécurité des produits et d'hygiène ne sont pas encore garanties. Actuellement, nous nous engageons dans des projets à l'échelle du secteur afin de trouver un concept uniforme pour les produits « sans emballage ».

Où en sommes-nous dans le domaine des emballages durables ? Dans le secteur d'activité Handel

52 %

de nos snacks sains et naturels
sont déjà disponibles
en emballage durable.



69 %

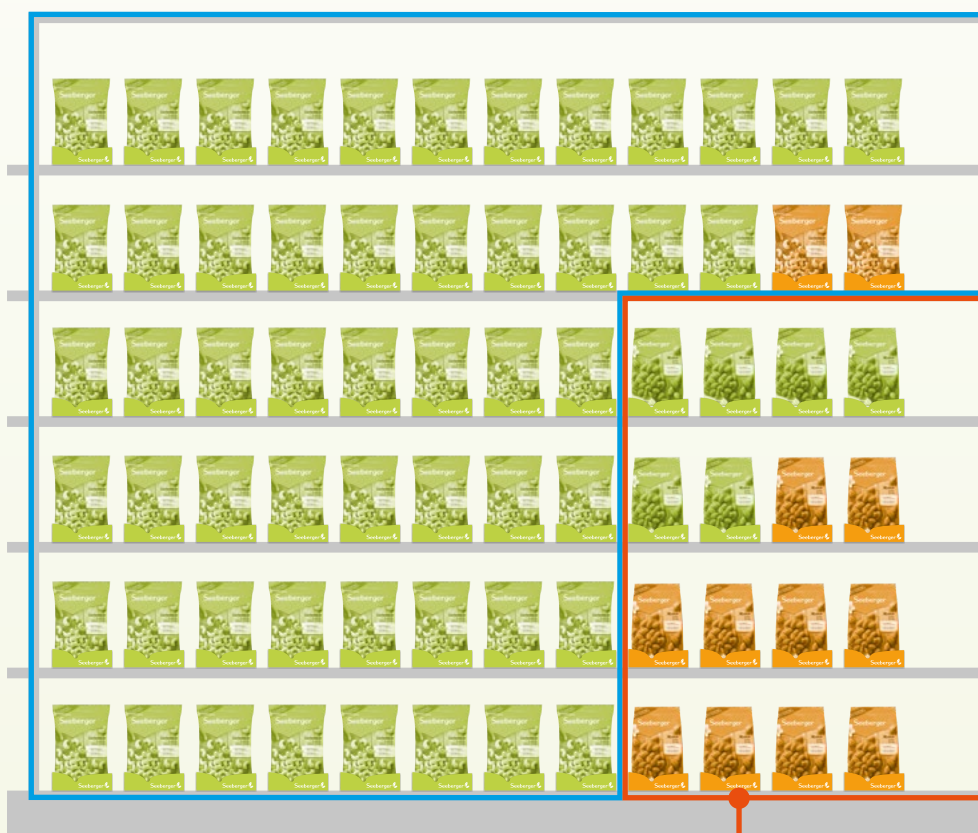
le seront jusque
fin 2022 environ.



Disponible en
emballage durable



Conversion à un
emballage durable
en cours d'étude



EMBALLAGES EN SACHETS TENANT DEBOUT

✓ 32 %
sont déjà disponibles dans un
film recyclable en monocomposant

🕒 Offrant une **résistance à la perforation**
pour deux produits présentant des
pointes ou des arêtes

🕒 94 %
seront disponibles en 2022 dans un
film recyclable en monocomposant
Examen de matériaux alternatifs

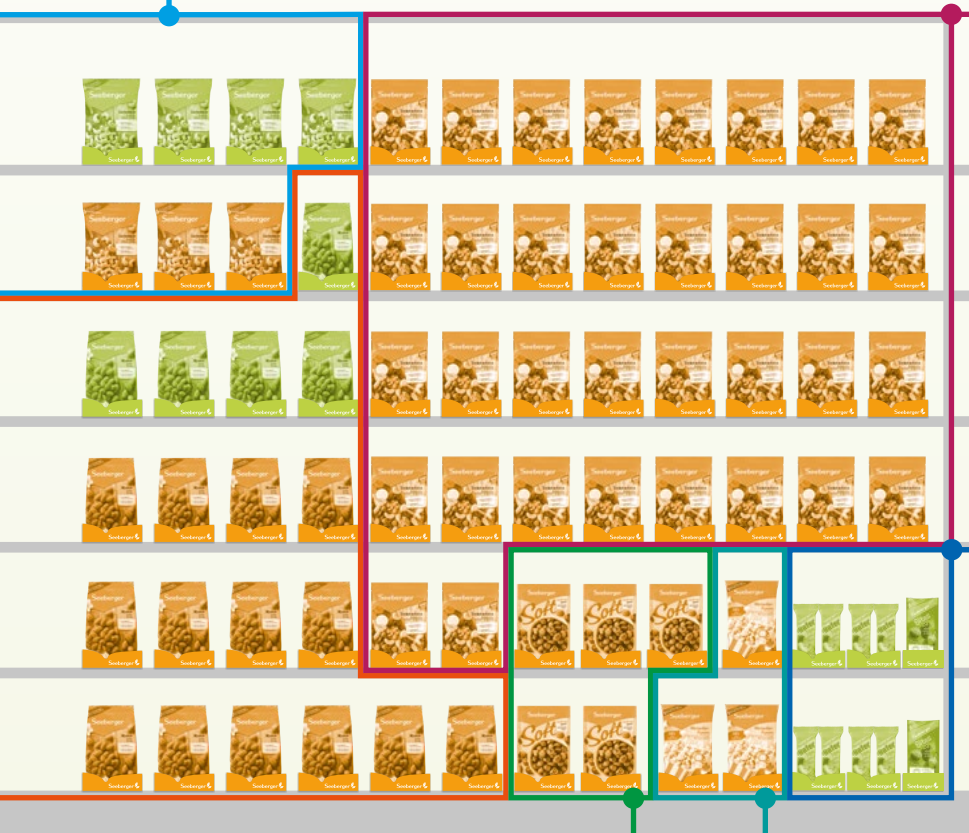
🗑️ Examen **d'emballages en papier**
pouvant être éliminés avec le
vieux papier

EMBALLAGES EN SACHETS PLATS

✓ 94 %
sont déjà disponibles
dans un **film recyclable
en monocomposant**

🕒 En 2022 :
examen de matériaux
alternatifs offrant une
résistance à la perforation
pour les produits grillés et
caramélisés présentant des
pointes ou des arêtes

🔍 10 de nos snacks doivent
être emballés dans un film
contenant une **part de recyclat
de 30 %**



EMBALLAGES ZIPPÉS

✓ En 2022 :
**abandon de la fermeture
zippée** pour six produits
de faible grammage

🕒 Évtl. en 2023 :
examen de matériaux
alternatifs pour le passage
à un **film recyclable
en monocomposant**

BARRES ET BOULES DE FRUITS

✓ 100 %
de notre gamme 2go sont
déjà **disponibles dans un
film recyclable en
monocomposant**

FRUITS MOELLEUX

🕒 En 2022 :
réduction de matériau par le passage
à un **matériau de film mat**

🕒 Évtl. en 2023/24 :
examen de matériaux alternatifs
pour le passage à un **film recyclable
en monocomposant**

POP-CORN POUR MICRO-ONDES

🕒 En 2022/2023 :
passage à un **film recyclable
en monocomposant**

Où en sommes-nous dans le domaine des emballages durables ? Dans le secteur d'activité Professional

Jusqu'à présent

1 tonne

de matériau économisée
grâce au passage à un film
d'emballage mat.

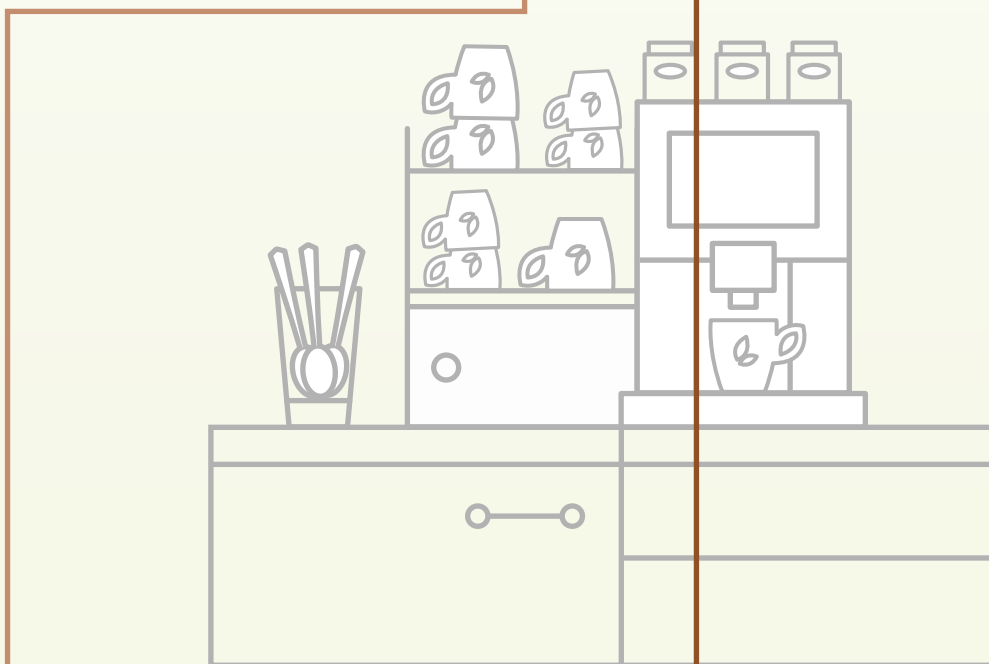


62 %

des groupes de produits
représentés seront disponibles fin 2022
dans un emballage durable.

CAFÉ EN GRAINS 1 KG

- ✓ 15 %
des emballages sont passés en 2020 à un **film d'emballage mat** = avec **10 % d'économie de matériau**
- 🕒 En 2022 :
85 % des emballages seront disponibles dans un **film recyclable en monocomposant sans aluminium** et dont la couleur noire est obtenue sans suie
- 🕒 Probabl. en 2023 :
d'autres conversions à **des films recyclables en monocomposant** dès que les stocks restants auront été utilisés



CAFÉ EN GRAINS 250 G

- 🕒 En 2022/2023 :
examen de matériaux alternatifs pour le passage à un **film recyclable en monocomposant**

CAFÉ MOULU

- 🕒 En 2022 :
97 % des emballages seront disponibles dans un **film recyclable en monocomposant sans aluminium**
- 🕒 Probabl. en 2023 :
d'autres conversions à **des films recyclables en monocomposant sans aluminium**

PRODUITS POUR DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES (POUDRES DE NAPPAGE, BLANCHISSEURS DE CAFÉ)

🕒 En 2022/2023 : examen de matériaux alternatifs pour le passage à un **film recyclable en monocomposant**

BOISSONS CHOCOLATÉES

🕒 En 2023 : examen de matériaux alternatifs pour le passage à un **film recyclable en monocomposant**

SACHETS DE THÉ EXPRESS ET SPACE

- ✔️ 100 % des sachets de thé Express sont **compostables**
- ✔️ 100 % des sachets de thé Space sont **biodégradables**

BOÎTES DE THÉ

- ✔️ 100 % des boîtes sont en fer-blanc **recyclable** et de longue durée de vie, et peuvent être regarnies

RECHARGES DE SACHET DE THÉ

- 🕒 En 2022 : examen de **matériaux alternatifs** recyclables

ARTICLES ALIMENTAIRES (SUCRE, CRÈME À CAFÉ & BLANCHISSEURS, BISCUITS, CAFÉ SOLUBLE)

- ✔️ 40 % sont disponibles en **papier Green Seal** (élimination avec les papiers à recycler)

- 🕒 En 2022 : 20 % supplémentaires seront convertis au **papier Green Seal** (élimination avec les papiers à recycler)

- 🕒 En 2022/2023 : examen de matériaux alternatifs pour le passage à un **film recyclable en monocomposant** ou à du **papier Green Seal**



INITIATIVE « HOLY GRAIL »

Interview

Une technologie numérique innovante est-elle la solution pour l'économie circulaire des emballages ? Pour répondre à cette question, 160 entreprises et institutions dans toute l'Europe se sont réunies au sein de l'initiative "Holy Grail", dont nous faisons aussi partie. Notre objectif : rendre possible ensemble une économie circulaire pour les emballages. Notre experte Christina Köhn nous explique comment.



CHRISTINA KÖHN
GESTION DES PRODUITS
SEEBERGER

160 entreprises travaillent ensemble à une solution pour un recyclage parfait. Pourquoi Seeberger soutient-elle l'initiative « HolyGrail » ?

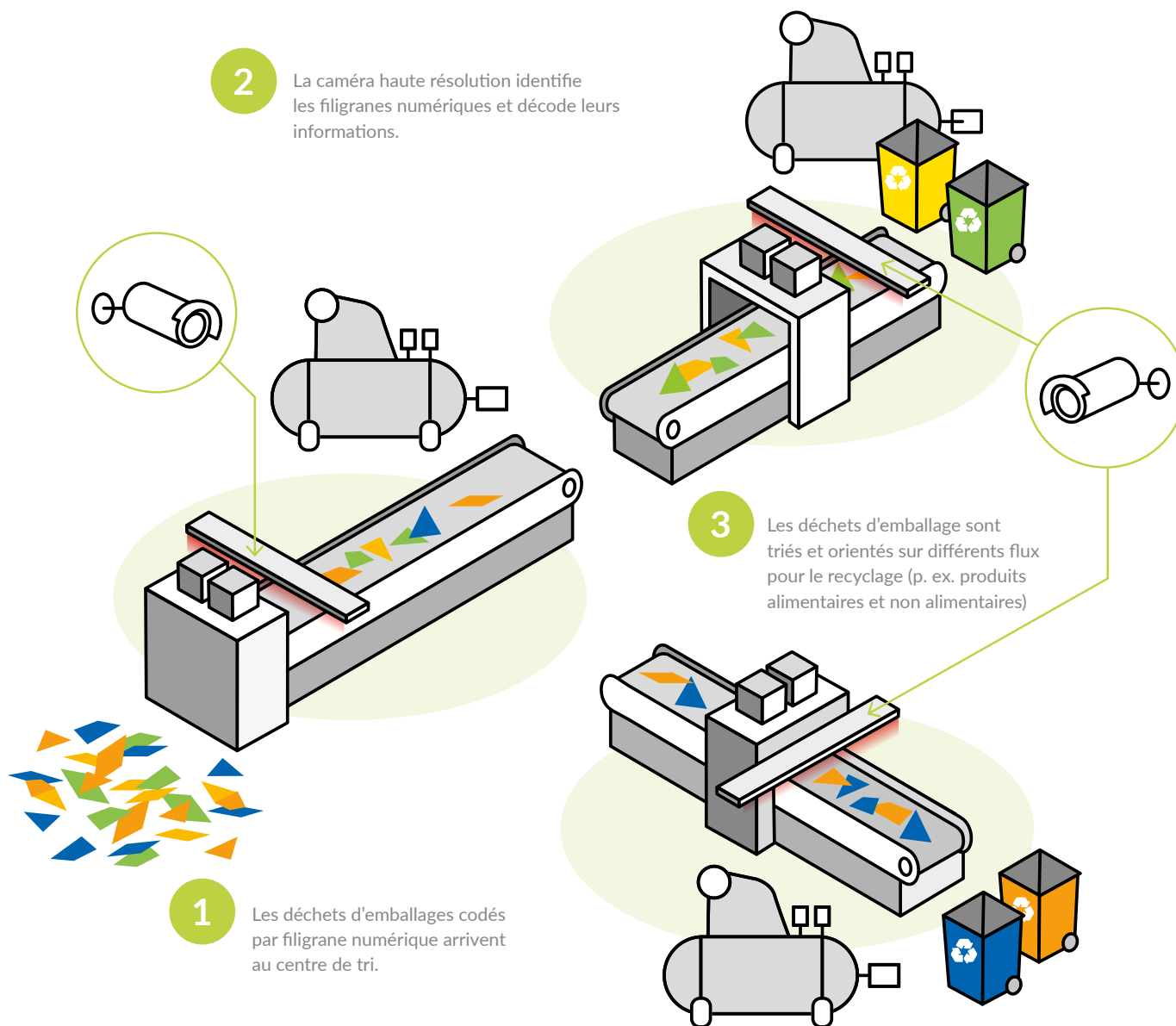
La question est la suivante : comment pouvons-nous concevoir des emballages qui puissent être entièrement réutilisés ? Nous ne sommes pas les seuls à nous poser cette question : elle préoccupe les entreprises de toute la chaîne de valeur de l'emballage au niveau international. En effet, les défis posés par le volume important de déchets d'emballages exigent des solutions à grande échelle. L'objectif de l'initiative est d'établir ensemble une économie circulaire efficace pour les emballages. Nous soutenons financièrement le processus de développement, apportons nos connaissances, nos souhaits et nos questions, et y participons activement. Un recyclage efficace et de qualité est un objectif important du point de vue de la politique environnementale et de l'économie. Dans un circuit idéal, nous réutiliserions simplement nos emballages recyclés comme matière première secondaire pour de nouveaux emballages. Ces matières premières sont trop précieuses pour être simplement jetées.

Quelle forme peut prendre cette solution ?

La condition préalable à un recyclage optimal est que les emballages puissent être triés efficacement dans les centres de tri. C'est là qu'intervient « HolyGrail ». Un marquage numérique en filigrane de l'emballage doit permettre de trier exactement les différents types de plastique. De plus, de nombreuses autres informations peuvent être enregistrées. Les centres de tri des déchets reconnaissent par exemple un emballage Seeberger grâce à son filigrane et peuvent lire qu'il contenait des noix et qu'il est constitué d'un matériau monocomposant. Les centres de tri peuvent alors les classer sans erreur dans la catégorie de matériau correspondante. À partir des déchets triés par variété, il est possible de produire des recyclats de très haute qualité et de les réintroduire dans le cycle. Cela n'est pas encore possible avec la technologie actuelle.

Les emballages Seeberger peuvent-ils être marqués avec le filigrane numérique ?

Techniquement, c'est déjà possible. Cela a déjà été testé avec succès dans la phase « HolyGrail 1.0 ». Les tests actuels réalisés avec un filigrane sur les emballages en circulation devraient être achevés et évalués d'ici fin 2022. Nous sommes impatients d'en voir les résultats.



>>> PAS DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Pas de pertes : pour nous, cela va de soi !

Dans nos emballages, les clients ne trouvent pas seulement des produits savoureux et bien protégés. Ces emballages sont aussi le fruit d'un travail acharné, de ressources, d'énergie et d'une véritable passion. Bien entendu, nous ne voulons pas perdre les précieux aliments qu'ils contiennent au cours du processus de

production. « Pas de gaspillage alimentaire ! » Ce n'est pas seulement une nécessité économique, c'est aussi une question de respect et d'estime. L'emballage est une partie importante de la solution : il protège notre produit de manière optimale jusqu'à la dernière noix ou le dernier abricot. Et que pouvons-nous faire de plus ?

>>> PAS DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Notre stratégie



**PAS DE
GASPILLAGE ALIMENTAIRE**



COMMENT FAIRE ?

Notre objectif jusqu'en 2025

Maintenir les déchets alimentaires en dessous de 1 % dans le processus de production

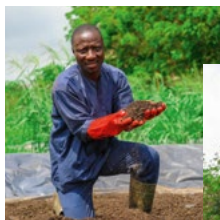
Production d'aliments – sans pertes

Limitier autant que possible les pertes de produits alimentaires et de ressources : cela fait partie de nos conditions d'achat pour les producteurs et les fournisseurs dans les pays d'origine. Ceux-ci ont d'ailleurs eux-mêmes tout intérêt à éviter les pertes de produits. Les rebuts et les déchets sont utilisés de manière à préserver les ressources. Par exemple, les coques de noix sont utilisées pour chauffer les serres, les tiges du raisin égrené intègrent l'alimentation animale et les raisins secs mis au rebut servent à la fabrication de vinaigre. Grâce à nos questionnaires de durabilité destinés aux fournisseurs, nous vérifions également s'il existe un compostage ou une installation de biogaz pour les déchets naturels.



Recyclage des amandiers

Les amandiers ont généralement une durée de vie de 25 ans. À la fin de leur vie productive, les amandiers entiers sont broyés et réintégrés dans le sol. Le carbone fixé est ainsi stocké à long terme dans le sol. Cela permet également de lutter contre le changement climatique. Il est ainsi possible de fixer 2,4 tonnes de carbone par hectare, ce qui correspond à une vie sans voiture pendant un an. De plus, la santé du sol est améliorée, ce qui se traduit par une meilleure capacité de rétention d'eau et des rendements plus élevés.



Recyclage des déchets de mangue

Le fruit et les déchets au sol (noyau de mangue, écorces des fruits) sont compostés pour obtenir de l'engrais organique. L'engrais est incorporé dans le sol afin d'améliorer la qualité des fruits et du sol.

Traitement en douceur des produits alimentaires

Où se produisent les pertes de denrées alimentaires au cours de la production, quelles en sont les causes ? En principe, nous sommes très bien positionnés : nos pertes actuelles en cours de production sont inférieures à un pour cent du volume total des matières premières livrées. Pour que cela ne change pas, nous restons à l'affût de causes possibles :

- » Nous analysons les causes de cassure des produits bruts et les réduisons par des mesures appropriées. Nous optimisons par exemple les réglages des machines.
- » Si les brisures sont encore de qualité supérieure, mais ne sont pas adaptées à la vente, elles sont emballées comme article spécial pour le Genusswelt (l'Univers des saveurs Seeberger)
- » Seules les brisures qui ne sont plus adaptées à la consommation sont éliminées avec les déchets biologiques.

Optimisation contre le gaspillage des noix de cajou grillées et salées

Avec notre ancienne technique de tamisage, le sel et les brisures de noix de cajou étaient éliminés ensemble. Comme le produit tamisé contenait beaucoup de sel, il fallait l'éliminer. Grâce à une technique de tamisage remaniée, il nous est désormais possible d'éliminer séparément les brisures de noix de cajou et le sel, de sorte que ces brisures peuvent être vendues dans notre Marché des saveurs.



RESPONSABILITÉ DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNE MENT

VISION →

NOUS VOULONS 100 % DE TRANSPARENCE
DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT



Notre stratégie



**GARANTIR
LA TRANSPARENCE**



**CRÉER UN
ENGAGEMENT**



**RENFORCER
LES PARTENARIATS**



Nos objectifs d'ici 2025

Introduction et mise en œuvre annuelle d'une analyse de la transparence

Mise en place d'une analyse des risques (de manière annuelle) suite à la parution de la nouvelle loi allemande LkSG* (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz) qui vise la protection des droits de l'homme

Introduction d'un système de plaintes public

Révision/mise à jour des conditions d'achat

Augmenter le nombre de contacts directs

Créer de la valeur au niveau local



- >>> Initiative « BioVal »
- >>> Fondation de la famille de propriétaires « Sternschnuppen für Kinder » (Étoiles filantes pour les enfants)

Nous nous orientons sur ces ODD



* LkSG: loi allemande sur le devoir de vigilance dans les chaînes d'approvisionnement

Vigilance de l'entreprise : pratiquée depuis plus de 175 ans

En 2016, le gouvernement allemand a formulé dans son plan d'action national pour l'économie (NAP) ce qu'il attendait des entreprises : « ...introduire un processus de vigilance des entreprises adapté à leur taille, à leur secteur d'activité et à leur position dans la chaîne d'approvisionnement et de création de valeur ».

La vigilance de l'entreprise en matière de droits de l'homme et d'environnement est une tradition de plus de 175 ans chez Seeberger. Des partenariats équitables

avec les fournisseurs et le respect de l'homme et de la nature dans les pays d'origine de nos produits sont pour nous une évidence. Ils font partie des valeurs de notre entreprise, ils sont la base de notre histoire et de notre réussite. En 2020, le gouvernement allemand a contrôlé la mise en œuvre du NAP à l'aide d'un monitoring national. Nous y avons participé. Le résultat ? Nous remplissons presque intégralement les cinq éléments centraux du processus du NAP.

Une grande étape : la loi sur le devoir de vigilance dans les chaînes d'approvisionnement (LkSG)

À partir de 2023, la loi LkSG s'appliquera aux entreprises établies en Allemagne et employant plus de 3 000 personnes. Nous sommes favorables à la LkSG. Et elle nous met au défi, car elle va bien au-delà des exigences du plan d'action national. La loi LkSG oblige également les entreprises à respecter de manière appropriée les obligations de diligence en matière de droits de l'homme et d'environnement. En tant qu'entreprise, nous n'entrons certes pas dans son champ d'application en raison de notre taille : notre ambition est néanmoins de remplir intégralement les devoirs de vigilance exigés par la loi LkSG.

Cette loi vise à améliorer la protection des droits de l'homme tout au long des chaînes d'approvisionnement mondiales. Il s'agit par exemple d'empêcher le travail des enfants et le travail forcé, de soutenir le commerce équitable et de verser des salaires décent. Les chaînes de création de valeur agricole doivent être encouragées et les substances dangereuses pour l'homme et l'environnement interdites. Le respect de ce devoir de vigilance fait partie intégrante des conditions d'achat convenues avec les exploitations qui nous approvisionnent.

Opportunités de l'analyse des risques : l'exemple du travail des enfants

Le travail des enfants est strictement interdit par les conditions d'achat dans les entreprises qui approvisionnent Seeberger. Actuellement, nous testons la procédure suivante dans le cycle de monitoring : si l'analyse des risques a identifié un pays ou une région concernés par ce thème, le monitoring interne se met en marche. Est-ce qu'une exploitation qui approvisionne Seeberger y travaille ? L'analyse de transparence Seeberger montre à quel niveau se situent nos contacts avec les fournisseurs. L'étape suivante consiste à comparer ces informations avec les questionnaires auxquels ont répondu les fournisseurs éventuellement concernés. Avec le

questionnaire, un fournisseur est en mesure d'apporter la preuve que, malgré le risque élevé pour la région mis en évidence par l'analyse des risques, le travail des enfants n'est pas pratiqué dans son entreprise. Lors de leur prochaine visite sur place, les responsables des achats Seeberger vérifient si les données correspondent à leur impression personnelle. Avant leur visite dans le pays d'origine, ils sont préparés par un entretien avec l'équipe de durabilité de Seeberger et reçoivent une liste de contrôle détaillée. En cas de résultat négatif, des solutions sont recherchées ensemble.

Le suivi des fournisseurs de Seeberger

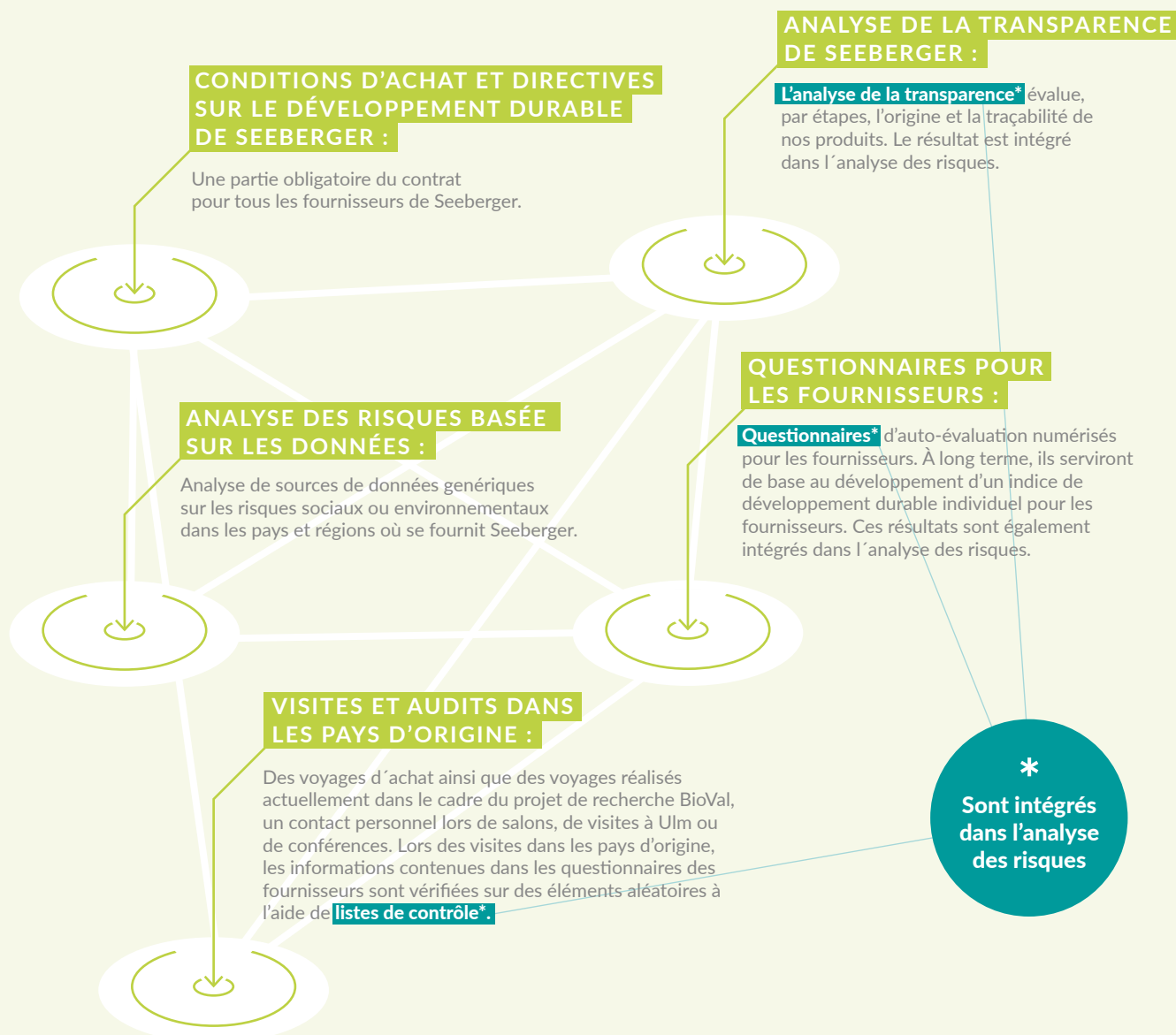
Depuis 2012, les directives sur le développement durable de Seeberger font partie intégrante de nos conditions d'achat. Nous vérifions si et comment elles sont respectées à l'aide du suivi des fournisseurs de Seeberger. Celui-ci ne sert pas uniquement à contrôler le respect de nos conditions d'achat et de notre politique de développement durable. Il nous aide à développer et à améliorer en permanence les processus et la gestion, et à démontrer que nous respectons notre devoir de diligence.

Notre suivi des fournisseurs se compose de modules de contrôle complémentaires. Les modules sont conçus de telle sorte que, dans le processus, chacun d'entre eux

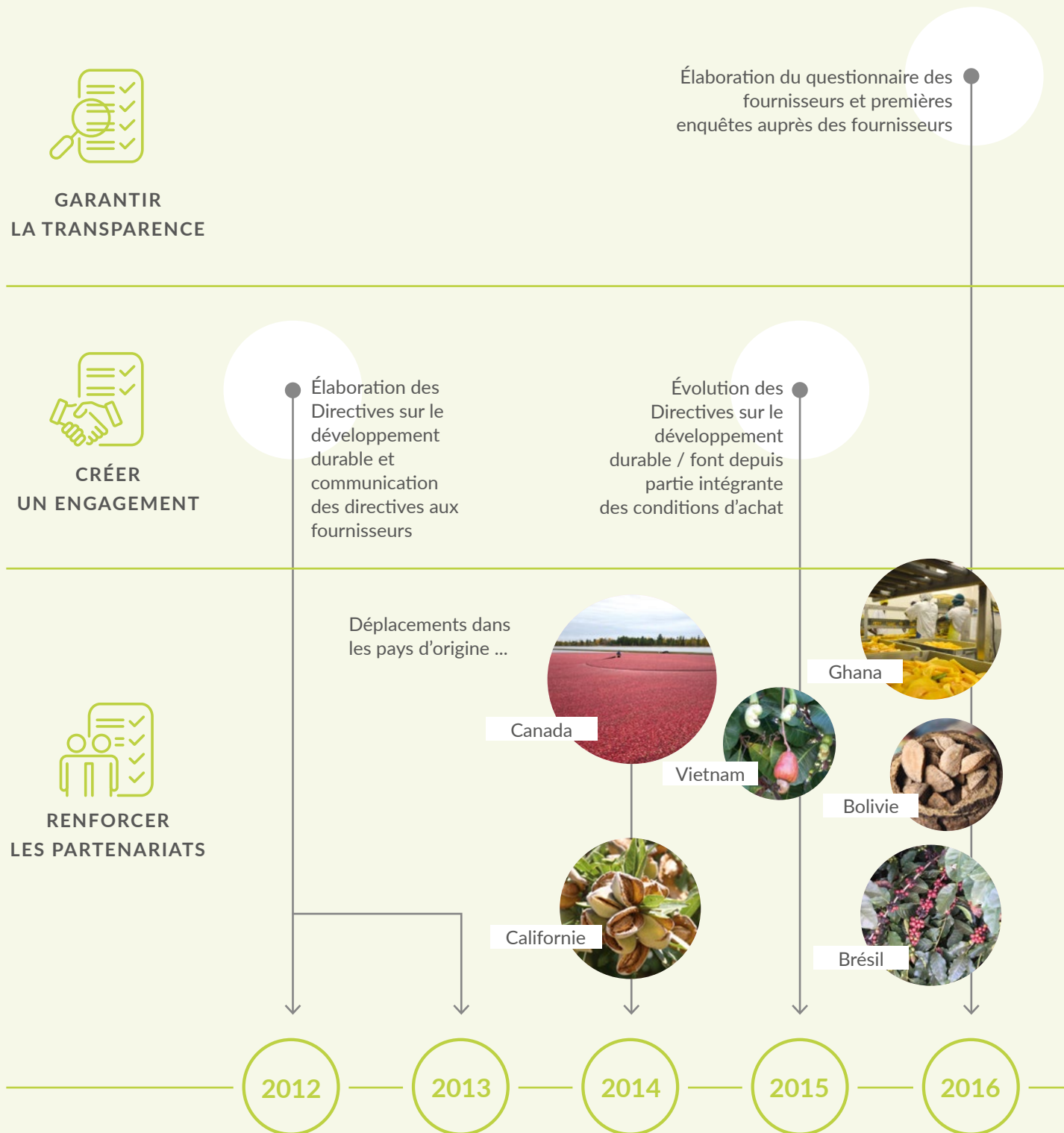
aide à améliorer les autres en permanence. C'est essentiel pour notre travail quotidien : nous identifions les risques plus rapidement et pouvons ainsi réagir de manière appropriée.

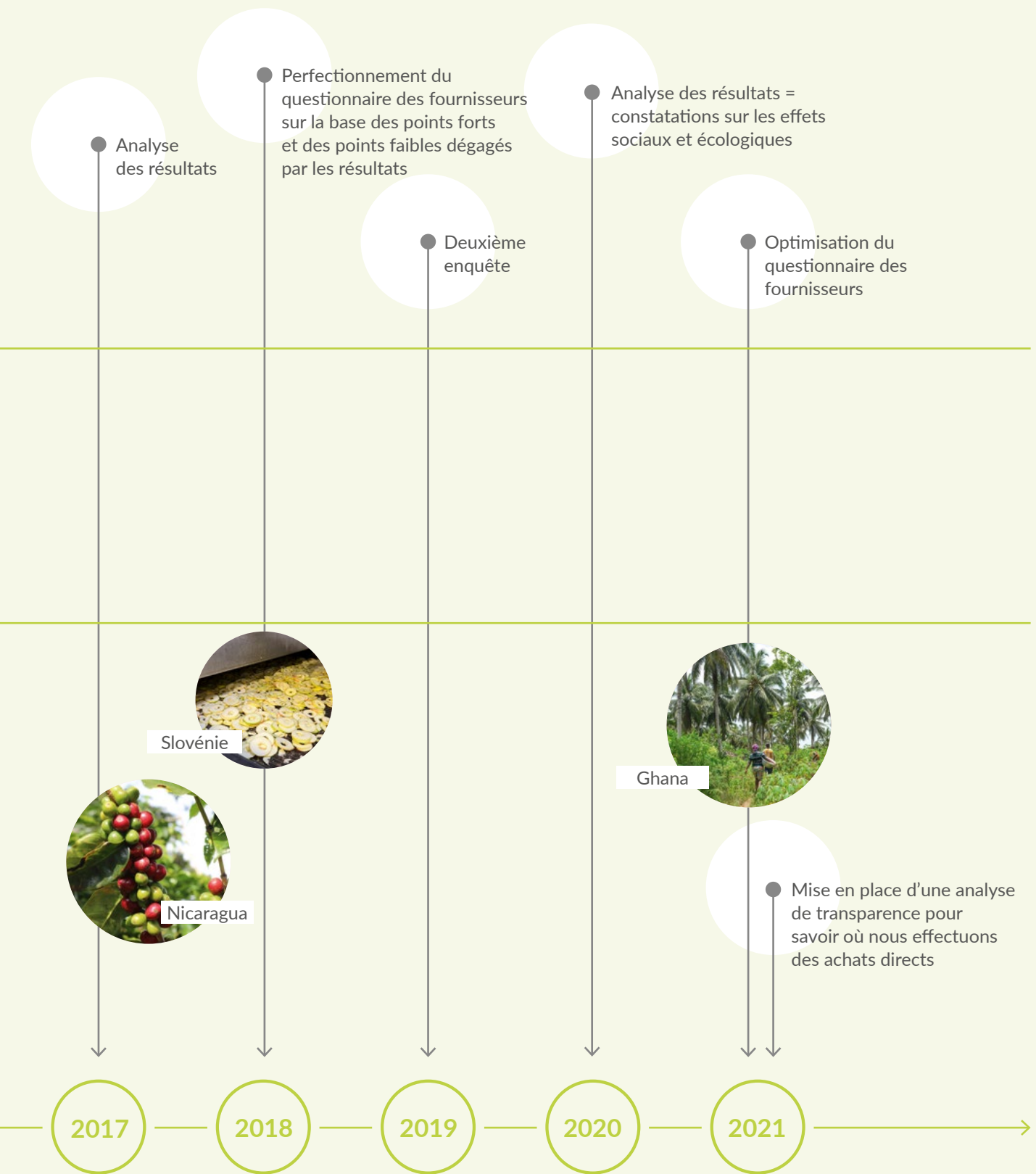
Nous récoltons d'importantes informations qui nous permettent de différencier nos questionnaires fournisseurs. Ils sont ainsi mieux compris et peuvent être par conséquent mieux remplis. Les directives sur le développement durable sont également intégrées dans ce processus. Grâce à l'adaptation et la différenciation continues de notre suivi fournisseur, nous garantissons un niveau de qualité élevé pour nos produits naturels et encourageons une production durable.

Les modules du suivi des fournisseurs de Seeberger :



Qu'avons-nous accompli jusqu'à présent ?





→ NOUS VOULONS 100 % DE TRANSPARENCE DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Notre stratégie



1

GARANTIR
LA TRANSPARENCE



2

CRÉER UN
ENGAGEMENT



3

RENFORCER
LES PARTENARIATS



1

GARANTIR
LA TRANSPARENCE



COMMENT FAIRE ?

Nos objectifs d'ici 2025

Introduction et mise en œuvre annuelle d'une analyse de la transparence

Mise en place d'une analyse des risques (de manière annuelle) suite à la parution de la nouvelle loi allemande LkSG (Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetz) qui vise la protection des droits de l'homme

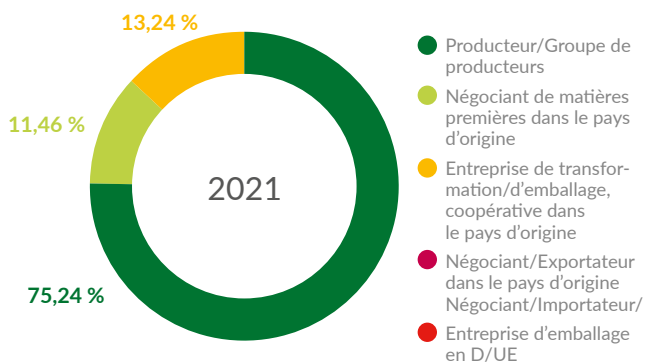
Introduction d'un système de plaintes public

L'analyse de transparence Seeberger

La transparence est une condition préalable au changement. Mais nos chaînes d'approvisionnement sont complexes. Nous ne recevons pas tous les produits directement de la part des exploitations qui les produisent. De plus, les questions de durabilité revêtent une importance et une valeur très différentes pour les exploitations qui nous fournissent. Cela se reflète dans leurs réponses à nos questionnaires des fournisseurs. En 2021, nous avons constaté dans notre analyse des questionnaires que les questions sont comprises différemment et que les réponses sont donc en partie incomplètes. Par conséquent, nous n'obtenons pas toujours la transparence souhaitée et ne pouvons pas exercer partout la même influence sur les thèmes de la durabilité.

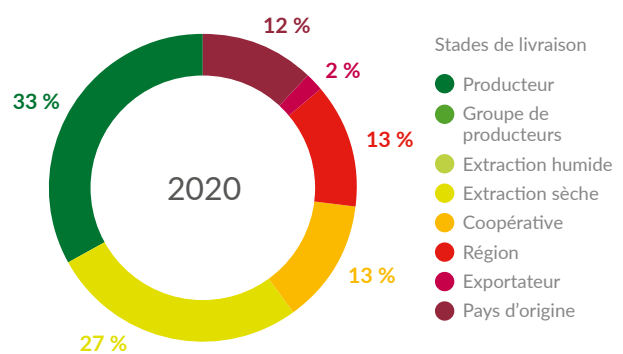
Nos questionnaires des fournisseurs doivent donner une image de la réalité sur le terrain. Mais comment cela est-il possible lorsque le fournisseur n'est pas une entreprise agricole dans le pays d'origine, mais une société d'importation en Allemagne ? Dans quelle mesure les réponses sont-elles concrètes et nous aident-elles à obtenir plus de transparence ? Nous voulons savoir jusqu'à quel point nous sommes « proches du terrain » dans les entreprises qui nous fournissent. Depuis 2020, nous réalisons pour cela une analyse de transparence. Elle nous montre par catégorie de produits et par stade de livraison notre degré de proximité avec la production de nos fournisseurs. Plus nous sommes « proches », plus nous avons de possibilités de coopérer sur des thèmes liés au développement durable.

ANALYSE DE TRANSPARENCE NOIX/FRUITS



Notre niveau de transparence est très élevé et nous pouvons en grande partie retracer nos produits jusqu'au producteur. Dans le même temps, nous identifions aussi des domaines dans lesquels il importe d'agir et nous les abordons activement.

ANALYSE DE TRANSPARENCE CAFÉ VERT



Pour 73 % de notre café, notre niveau de transparence est très élevé. Pour les 27 % restants, et en particulier pour les 12 % dont nous ne connaissons que l'origine, nous travaillons activement à une meilleure transparence.

Plus de transparence grâce aux questionnaires des fournisseurs ?

Notre expérience nous dit oui ! Et non ! Car les réponses à nos questionnaires des fournisseurs sont faites de manière subjective. Il y a une différence entre une amande qui vient des États-Unis et une noix du Chili. Notre conclusion après de nombreuses années

d'évaluation de questionnaires des fournisseurs : ils sont indispensables, car ils nous montrent dans tous les cas si et où il est nécessaire d'agir. Et ils montrent clairement à nos fournisseurs l'importance que nous accordons aux questions de durabilité sur place.

Apprendre et s'améliorer ensemble

Pour faire découler des mesures concrètes des questionnaires des fournisseurs, il faut donc qu'ils soient individuels et concluants. Notre projet de recherche et de partenariat actuel « BioVal » nous aide dans la mise à jour continue de la qualité des questionnaires. Grâce à une méthodologie élaborée en commun sur le thème de recherche « Valorisation de la biodiversité dans le cycle

de vie du produit », nous allons de manière générale concevoir nos questionnaires des fournisseurs sous une forme plus différenciée et plus efficace pour tous les enjeux. Notre objectif : apprendre les uns des autres dans ce processus avec des partenaires et des fournisseurs compétents, et ainsi nous améliorer.



Seeberger et le projet Orang Utan Coffee

Seeberger est l'un des plus anciens torréfacteurs d'Allemagne. Des cafés aromatiques exceptionnels sont au cœur de notre offre pour la restauration et les clients professionnels. Avec le projet « Orang Utan Coffee », nous assumons la responsabilité d'une production de café vert transparente, équitable et durable, de la plantation à la torréfaction. Le café Orang Utan provient de familles de petits paysans sur l'île indonésienne de Sumatra. Environ 350 familles cultivent leurs parcelles de café selon les directives strictes du projet « Orang Utan Coffee ». Celles-ci comprennent des prescriptions sur la culture écologique et la protection de la nature. L'interdiction de déboisement de la forêt primaire en fait aussi partie. La chasse, la capture, la détention et le commerce d'espèces animales protégées sont également interdits. Les familles s'engagent à protéger la forêt tropicale, ses animaux et ses plantes. En échange, elles reçoivent une prime de 0,50 € par kg de café vert. Un montant supplémentaire de 0,50 € par kg est versé au programme de protection des orangs-outans de Sumatra (SOCP). Le SOCP lutte pour la préservation des forêts vierges des plaines de Sumatra, en voie de disparition, exploite quatre stations de recherche et réalise de vastes programmes d'éducation environnementale.



2

CRÉER UN
ENGAGEMENT



COMMENT FAIRE ?

Notre objectif jusqu'en 2025

Révision et mise à jour des conditions d'achat

Que signifie exactement le terme « engagement » pour nous ?

L'engagement, c'est pour nous une collaboration ouverte, amicale et respectueuse avec toutes les personnes que nous rencontrons chez Seeberger. Mais avant tout, cela signifie : de la fiabilité. Nous faisons confiance à nos fournisseurs, et ils nous font confiance. La base de ces partenariats, souvent très anciens, est également la

transparence : nous formulons en toute clarté ce que nous attendons dans nos conditions d'achat. Cela vaut également pour les questions de durabilité. Nos Directives sur le développement durable (Sustainability Guidelines) font partie intégrante des conditions d'achat et sont donc un élément du contrat.

Les Directives sur le développement durable et le Questionnaire des fournisseurs Seeberger



ENJEUX SOCIAUX : OBLIGATIONS LIÉES AUX DROITS DE L'HOMME

- » Garantie de la protection du travail et de la santé
- » Respect des normes sociales
- » Rémunération équitable
- » Protection sociale de base en cas de maladie, de congés, de congé de maternité et de retraite
- » Pas de travail forcé
- » Pas de travail abusif des enfants : l'emploi de mineurs ne doit pas comporter de travail physiquement difficile ou dangereux, ni restreindre la fréquentation scolaire.
- » Pas de discrimination physique, verbale ou financière fondée sur l'origine ethnique et nationale, la religion ou le sexe
- » Pas de subordination ni de corruption
- » La liberté de réunion et d'association s'applique

AGRICULTURE RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT : OBLIGATIONS LIÉES À L'ENVIRONNEMENT

- » Gestion responsable des ressources naturelles comme l'eau, la terre, l'énergie
- » Exploitation soignée des plantations pour obtenir la meilleure qualité de produit, avec un impact aussi faible que possible sur l'environnement
- » Utilisation de pesticides et d'engrais uniquement dans la mesure du strict nécessaire
- » Pas de génie génétique
- » Éviter les monocultures
- » Préservation et promotion de la biodiversité

Deux ans de pandémie : exigences et réalité

2020 : nos chaînes d'approvisionnement sont tendues. La Covid-19 aussi nous donne du fil à retordre. Des pénuries de personnel, des restrictions pour les déplacements – les contraintes sont élevées dans le service des achats. Le développement de nos thèmes de durabilité ne peut pas se dérouler comme nous l'avions prévu. Conséquence : les discussions sont nombreuses. Entre autres parce nous avons tenu à considérer comme un impératif de nous conformer à la loi sur le devoir de

vigilance dans les chaînes d'approvisionnement (LkSG). Nous sentons en outre que les consommateurs attendent davantage de nous. Peut-être plus qu'il n'est possible de faire actuellement, avec une transparence que nous n'obtenons que de manière irrégulière sur place. Mais ce qui nous réjouit ? La pandémie a nettement augmenté l'importance accordée aux enjeux du développement durable dans la société.

Thème phare de la planification d'entreprise : la durabilité dans les achats

En 2021, la loi LkSG sera l'un des cinq thèmes phares pour les achats chez Seeberger. La durabilité sera ainsi ancrée concrètement dans les objectifs de l'entreprise. Les voyages du service des achats dans les pays d'origine ? Ils ne seront plus effectués qu'avec un entretien de conseil interne au préalable, y compris une liste de contrôle sur

la durabilité. En organisant davantage de formations, nous augmentons le savoir en matière de durabilité dans le service des achats. Et il y a du renfort pour notre équipe des achats : avec à partir de 2022 un poste d'assistant et un poste de stagiaire temporaire pour la direction des achats et la chaîne d'approvisionnement.



3

**RENFORCER
LES PARTENARIATS**



COMMENT FAIRE ?

Nos objectifs d'ici 2025

Augmenter le nombre de contacts directs

Créer de la valeur au niveau local

Les voyages du service des achats : des échanges sur place

Les relations avec nos fournisseurs ont toujours été pour nous une question d'échange sur un pied d'égalité. Rien ne nous aide autant à comprendre nos fournisseurs qu'un voyage dans les pays d'origine. Et inversement. Ces voyages sont la base d'une collaboration fondée sur la confiance. Ils nous permettent de partager nos expériences,

d'apprendre les uns des autres. Nous comprenons mieux les enjeux sur place et pouvons partager notre savoir-faire de manière plus concrète et plus personnelle. Après presque trois années où nos visites dans les pays d'origine ont été rares, nous reprenons la route en 2022.

Entretenir des partenariats sans être sur place

Chez nous, les échanges sont toujours au rendez-vous : chaque achat et chaque livraison de produits Seeberger s'accompagne d'un contact intense par courriel, rencontre virtuelle ou téléphone. Il en va de même lorsque nous collaborons avec des fournisseurs ou des producteurs pour créer de nouveaux produits, et quand nous

recevons des réactions ou des réclamations. Les salons sont un lieu de rencontre important : ainsi en 2021, nous avons à nouveau pu profiter intensivement de l'Anuga pour des entretiens personnels et pour renouer les relations avec nos partenaires.



D'abord les mangues, puis les chips de coco : un partenaire important depuis 10 ans

Nos nouvelles chips de coco sont disponibles depuis juillet 2021. Plus que tout autre produit, elles représentent une collaboration étroite et fructueuse avec les producteurs dans les pays d'origine. Cela vaut non seulement pour la qualité supérieure des chips fruitées et croquantes, mais aussi en termes de développement durable et de transparence. Les noix de coco poussent dans des forêts de palmiers semi-naturelles. Les restes de leur transformation sont utilisés pour produire de l'engrais organique afin de fertiliser le sol de la prochaine génération de cocotiers. Nous travaillons avec notre entreprise partenaire au Ghana depuis 2012. Elle fait partie des principaux employeurs du Ghana et offre un revenu sûr à plus de 1 000 employés tout au long de l'année. En outre, plus de 1 000 petites exploitations agricoles de la région fournissent des noix de coco fraîches. Les employés ont accès à des repas gratuits à la cantine, au transport vers le lieu de travail et à une école maternelle d'entreprise pour leurs enfants. Il y a également des possibilités de formation professionnelle continue.



INITIATIVE DE RECHERCHE « BIOVAL » - VALORISATION ET ÉVALUATION DE LA BIODIVERSITÉ

Interview

Seeberger est partenaire du projet de recherche « BioVal » au niveau de la pratique. Comment les entreprises peuvent-elles contribuer à une plus grande biodiversité dans le cycle de vie des produits ? Cette question est au cœur du travail de l'équipe de recherche. À l'aide d'exemples concrets tirés de la pratique et de la mise en œuvre, le projet élabore des recommandations pour la gestion et la communication des entreprises sur la manière dont elles peuvent protéger, promouvoir et communiquer la biodiversité. Verena Schädler, déléguée à la durabilité chez Seeberger, accompagne le projet.



VERENA SCHÄDLER
DÉLÉGUÉE SEEBERGER
À LA DURABILITÉ

Qu'est-ce que le projet de recherche « BioVal » ?

Dans le cadre du projet de recherche BioVal, des scientifiques étudient, en collaboration avec des partenaires de terrain, c'est-à-dire des entreprises du secteur alimentaire, la possibilité de réduire les effets négatifs de la production et de la consommation de denrées alimentaires sur la biodiversité. Nous voulons également découvrir comment sensibiliser les consommateurs à l'importance de la biodiversité, afin qu'ils y prêtent une plus grande attention lorsqu'ils choisissent leurs produits.

Pourquoi est-ce important ?

La diversité des écosystèmes est l'une des bases les plus importantes de la vie sur terre. La diversité génétique des animaux et des plantes assure notre survie. Et elle disparaît aujourd'hui plus rapidement que jamais. Nous considérons la préservation de la biodiversité comme une tâche essentielle pour l'avenir.

Quel est le rôle de Seeberger dans le projet ?

Les partenaires de BioVal au niveau de la pratique étudient dans des « laboratoires réels » des questions spécifiques sur la biodiversité dans le cycle de vie des produits. Le sujet qui nous concerne : l'agriculture, comme premier maillon de la chaîne d'approvisionnement. Nous voulons savoir comment notre impact sur la biodiversité peut être mesuré et évalué dans les pays d'origine. L'objectif du « laboratoire réel » de Seeberger est ensuite de montrer de manière exemplaire comment la préservation et la promotion de la biodiversité peuvent être intégrées dans la gestion des fournisseurs. BioVal jouera à l'avenir un rôle important pour nous dans le suivi des fournisseurs, et pas seulement pour l'aspect de la biodiversité. Les enseignements et les résultats de la recherche commune seront intégrés dans notre gestion des fournisseurs.





STIFTUNG
STERNSCHNUPPEN FÜR KINDER

La Fondation de la famille propriétaire « Sternschnuppen für Kinder »

La fondation privée « Sternschnuppen für Kinder » (Étoiles filantes pour les enfants), du propriétaire de Seeberger Clemens Keller et de son épouse Alexandra, souhaite venir durablement en aide aux enfants et aux jeunes en détresse dans le monde entier. Les projets de soutien se concentrent notamment sur les domaines de l'agriculture et de l'alimentation. Outre un soutien

financier, une aide ciblée à l'autonomisation doit permettre aux bénéficiaires de se constituer durablement par leurs propres moyens de meilleures conditions de vie. Tous les projets sont soigneusement sélectionnés et mis en œuvre avec des partenaires de projet établis sur place.

Les projets « Sternschnuppen »

Guatemala : « Protéger la nature – soutenir les familles d'agriculteurs » *Utilisation durable des terres (2021-2023)*

70 % des familles d'agriculteurs de la population rurale indigène des hauts plateaux de Sololá sont pauvres. Pour subvenir à leurs besoins, elles surexploitent les ressources naturelles que sont l'eau, la forêt et les sols. Il n'existe pas d'utilisation réglementée des terres. En raison de la diminution des rendements agricoles, de nombreux agriculteurs brûlent des surfaces forestières. Les surfaces défrichées ne produisent toutefois de bons rendements que pendant quelques années. De précieuses terres arables sont perdues à cause de l'érosion des sols dans les ruisseaux, la qualité de l'eau se détériore. En outre, les agriculteurs luttent contre la sécheresse croissante causée par le changement climatique. Ce projet de soutien contribue par le biais d'ateliers à sensibiliser la population à la protection de l'environnement et des ressources, et à développer d'autres sources de revenus agricoles. Une nouvelle station météorologique, un réseau climatologique et le reboisement des surfaces forestières perdues doivent aider à mieux évaluer les événements climatiques locaux et à réagir aux conséquences du changement climatique.





Burkina Faso, Afrique de l'Ouest : « One class for all » Éducation inclusive dans les régions pauvres (2020-2023)

Au Burkina Faso, la probabilité pour un enfant handicapé de ne pas aller à l'école est plus de deux fois plus élevée que pour un enfant sans handicap. La Fondation soutient l'organisation internationale à but non lucratif « Light for the World ». Celle-ci s'engage depuis plus de 30 ans pour les droits et l'inclusion sociale des personnes handicapées dans les régions pauvres du monde. Ce projet aide les enfants handicapés de la province de Kossi, dans le nord-ouest du Burkina Faso, à bénéficier de leur droit à l'éducation et à une vie autonome. Pour cela, « Light for the World » met en place en collaboration avec des partenaires locaux un environnement durable de soutien à l'apprentissage.

Nandapur, Inde : Uppahar Student Care Centre Éducation et santé des enfants (depuis 2017)

Dans le secteur de Nandapur, district de Koraput dans l'Odisha, plus de 20 000 personnes de différentes tribus, castes et religions se côtoient. Dès 2018, le partenaire de projet « Uppahar » inaugurait ici le Uppahar Student Care Centre (USCC). Les enfants de familles pauvres dont les parents ne sont pas en mesure de s'occuper suffisamment y reçoivent des soins de santé réguliers, un soutien éducatif et un repas chaud quotidien. Uppahar motive les enfants à s'intéresser à leur éducation et encourage les parents à permettre à leurs enfants d'avoir une bonne formation.



Projets en cours

GUATEMALA

« Au delà du maïs pour les enfants mayas » (2020-2022)

Éducation nutritionnelle, sécurité alimentaire, amélioration des méthodes de culture, exploitation et utilisation durables des terres, formation à l'hygiène, création d'un climat de confiance pour l'utilisation des centres de santé locaux. Objectif : prévenir la malnutrition et renforcer les compétences en matière d'alimentation.

INDE

« Uppahar » : projets éducatifs pour les enfants (depuis 2017)

Soutien de l'organisation d'aide à l'enfance « Uppahar ». Aide aux soins médicaux de base avec des « camps de santé Uppahar » d'une journée pour les familles démunies dans les villages isolés. Aide à différents projets d'éducation des enfants : fournir aux enfants des familles pauvres (système des castes) du matériel scolaire, des uniformes, des tickets de bus et leur donner ainsi la possibilité de suivre une formation scolaire. Soutien aux centres d'Uppahar pour mener à terme la fin de scolarité et assurer la sécurité alimentaire.

Projets achevés

GUATEMALA

« Un bon départ dans la vie » (2019-2021)

Soutien préscolaire, formation des parents et organisation communautaire dans 16 communautés mayas du haut plateau d'Atitlán. Objectif : réussite du parcours scolaire, promotion de l'éducation et prévention de la pauvreté.

Petits agriculteurs au Guatemala

Assurer la sécurité des revenus et de l'alimentation dans les petites exploitations agricoles sur les hauts plateaux du Guatemala. Développement des compétences et des structures communautaires : pépinières pour la mise en place de cultures mixtes afin d'éviter la dépendance à un seul produit. Connaissance de la culture durable et respectueuse des ressources. Élargissement des produits cultivés, p. ex. bananes, miel (apiculture), café.

» Voir tous les projets :

www.sternschnuppenfuerkinder.de

» Nos partenaires de projets : Guatemala : Vivamos Mejor, Asunción Vivamos Mejor, Panajachel
Inde : organisation d'aide « UPPAHAR »
Burkina Faso, Afrique de l'Ouest : « Light for the World »

PROTECTION DU CLIMAT

VISION →

NOUS VOULONS UNE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT
NEUTRE EN CARBONE



Notre stratégie



MESURER
LES ÉMISSIONS



RÉDUIRE
LES ÉMISSIONS



COMPENSER LES
ÉMISSIONS QUI NE
PEUVENT PAS ÊTRE ÉVITÉES



Nos objectifs d'ici 2025

Réaliser chaque année un bilan carbone de l'entreprise.
Réalisation de trois bilans climatiques sur des produits exemplaires.

Réduire les émissions de CO₂ de 10 % par rapport à l'année de base 2019

Neutralité carbone de l'entreprise à partir de 2022

Nous nous orientons sur ces ODD



La protection du climat chez Seeberger

Températures record, sécheresses, inondations – nous ressentons de plus en plus le changement climatique. Et pas seulement dans de lointains pays. En Europe aussi, les changements du climat se manifestent par exemple par des tempêtes, la fonte des glaciers, une chaleur considérable, des incendies à grande échelle et bien d'autres bouleversements. Qu'est-ce que cela signifie pour nous ?

Nos produits naturels sont cultivés dans de nombreux pays touchés par le changement climatique. Qu'il s'agisse de noisettes d'Italie ou de noix du Chili, le changement du climat a des répercussions sur la culture et la

récolte de nos produits dans le monde entier. Les cycles de croissance sont décalés, les inondations ou les gelées tardives amenuisent les récoltes ou les détruisent. La protection du climat n'est donc pas seulement une mission politique ou sociale. Pour nous, elle fait et fera de plus en plus partie des processus de travail quotidiens et des décisions stratégiques de grande portée. Car nous ne promettons pas seulement à nos clients la qualité exceptionnelle de nos produits naturels. Nous voulons également nous assurer que ces produits pourront être cultivés dans les pays d'origine pendant des générations.

Sans bilan, pas de stratégie : le bilan climatique de Seeberger

Nous établissons notre bilan climatique depuis 2013 déjà. Ce bilan est un point de départ, mais désormais aussi tous les deux ans le résultat de notre stratégie de protection du climat. Avec le bilan carbone de Seeberger, nous mesurons où se produisent les émissions de CO₂ sur le site et dans la production et en quelle quantité. Comment pouvons-nous réduire ces émissions ? Et que pouvons-nous faire s'il y a des domaines où cela

n'est pas possible ? Le rôle de notre stratégie de protection du climat est de trouver des réponses. Notre bilan climatique montre donc aussi l'efficacité de nos mesures de protection du climat. Il prouve que les collègues Seeberger peuvent faire quelque chose pour la protection du climat dans tous les domaines de l'entreprise avec de bonnes idées, des mesures efficaces, à grande et à petite échelle.

Prochaine étape : notre parcours vers la neutralité climatique

Notre vision est une chaîne d'approvisionnement climatiquement neutre. Pour cela, nous développons le domaine d'action de la protection climatique. Nous économisons de l'énergie partout où cela est possible. Depuis 2014, nous utilisons 100 % d'électricité verte et recourons de plus en plus à l'électromobilité. Nous produisons nous-mêmes de l'énergie avec des installations photovoltaïques modernes – et bien plus encore.

Notre prochaine étape : la neutralité carbone de l'entreprise grâce à des projets de compensation. Les émissions de CO₂ que nous ne pouvons pas économiser par

nos propres moyens seront compensées à l'avenir par des projets de protection du climat certifiés et soigneusement sélectionnés.

Et comment arriver à la neutralité carbone de la chaîne d'approvisionnement ? Tout d'abord avec d'autres bilans. À partir de 2023, nous établirons un bilan carbone pour un produit ayant valeur d'exemple dans chacune de nos catégories : fruits, noix et café. Avec ces résultats, nous prenons le chemin de chaînes d'approvisionnement neutres pour le climat.



Remplacement des presses à cartons, à films et à déchets

Grâce à un processus optimisé, les conteneurs ne sont plus enlevés que lorsque le système indique que le niveau est « plein ». Cela nous permet de réduire notre consommation d'énergie, d'éviter les trajets inutiles et de diminuer ainsi les émissions de CO₂.



Rénovation des fenêtres dans la zone de production

Les fenêtres de notre site de production ont été remplacées en deux étapes par des fenêtres en aluminium à triple vitrage. Les nouvelles fenêtres sont optimisées sur le plan énergétique et contiennent une isolation thermique.



L'atelier de torréfaction « avant » avec les anciennes lampes



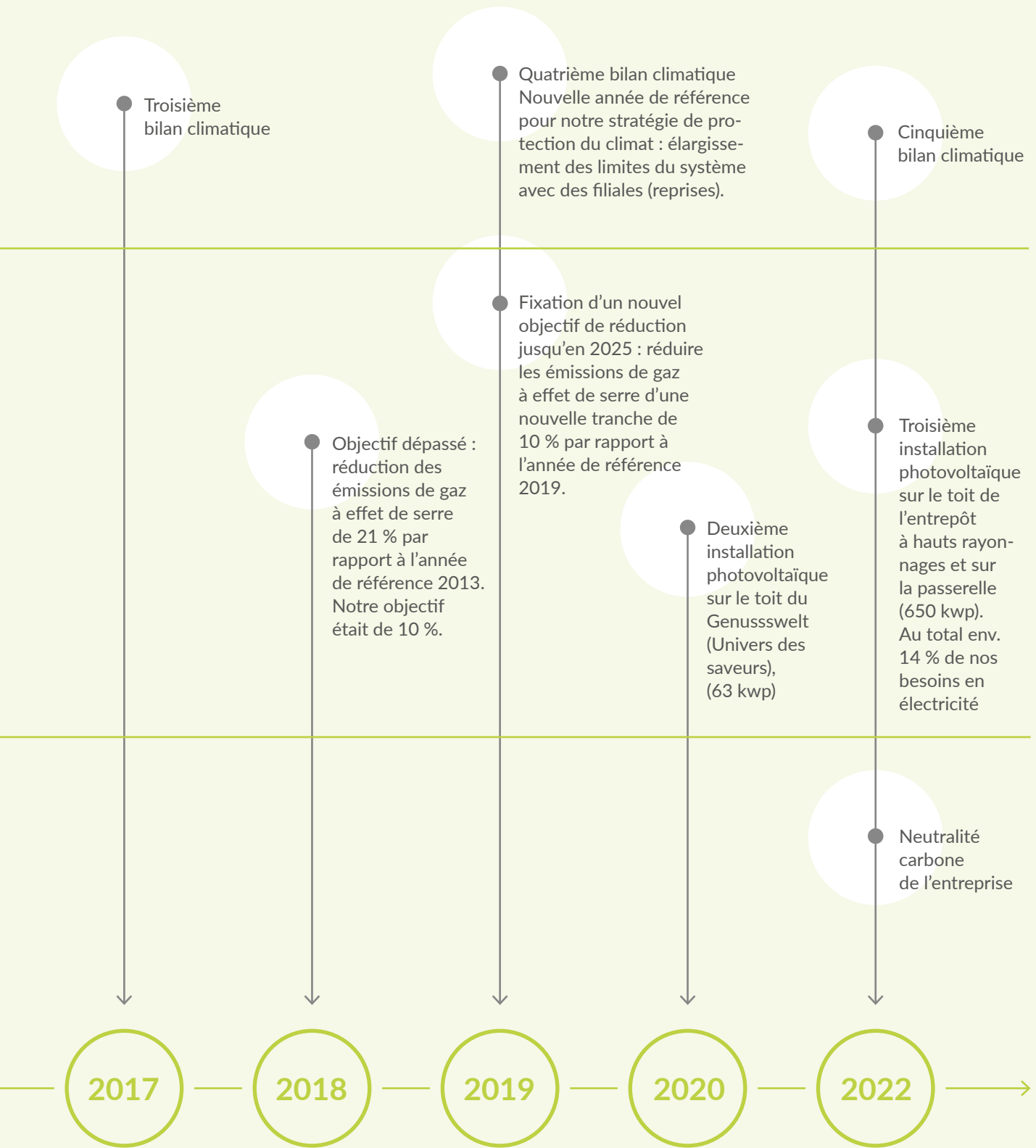
L'atelier de torréfaction « après » avec des lampes à LED

Conversion de l'éclairage aux lampes à LED

Les sources lumineuses de notre site ont été et sont encore progressivement remplacées par des éclairages à LED. Cela nous permet de réduire les émissions de CO₂ d'environ 250 tonnes par an.

Qu'avons-nous accompli jusqu'à présent ?





→ NOUS VOULONS UNE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT NEUTRE POUR LE CLIMAT

Notre stratégie



1

MESURER
LES ÉMISSIONS



2

RÉDUIRE
LES ÉMISSIONS



3

COMPENSER LES
ÉMISSIONS QUI NE
PEUVENT PAS ÊTRE ÉVITÉES



1

MESURER
LES ÉMISSIONS



COMMENT FAIRE ?

Nos objectifs d'ici 2025

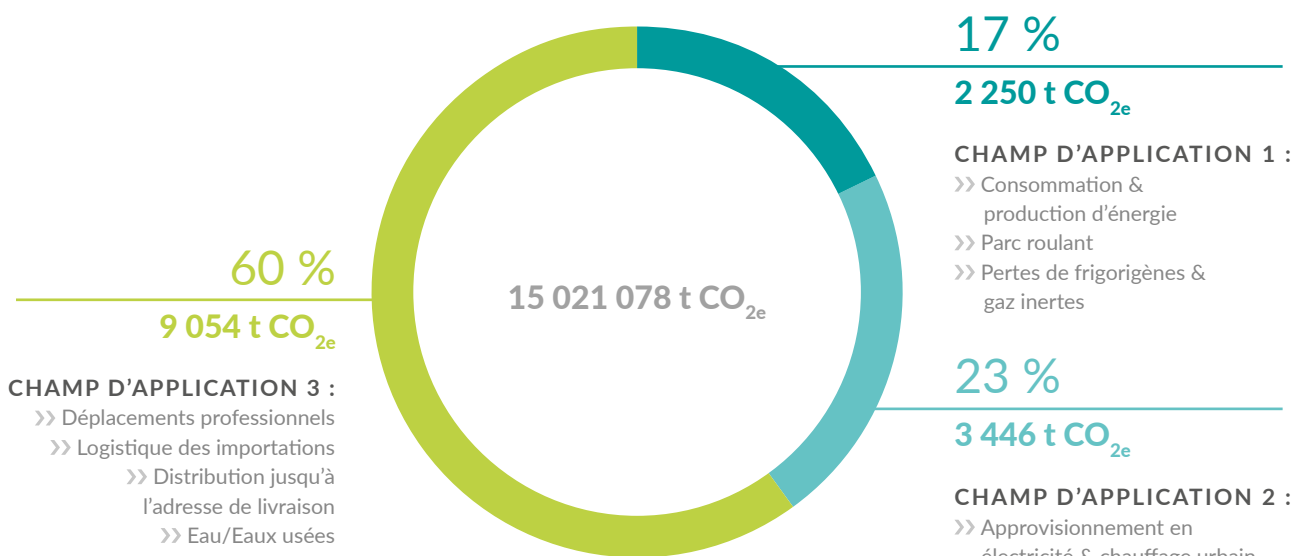
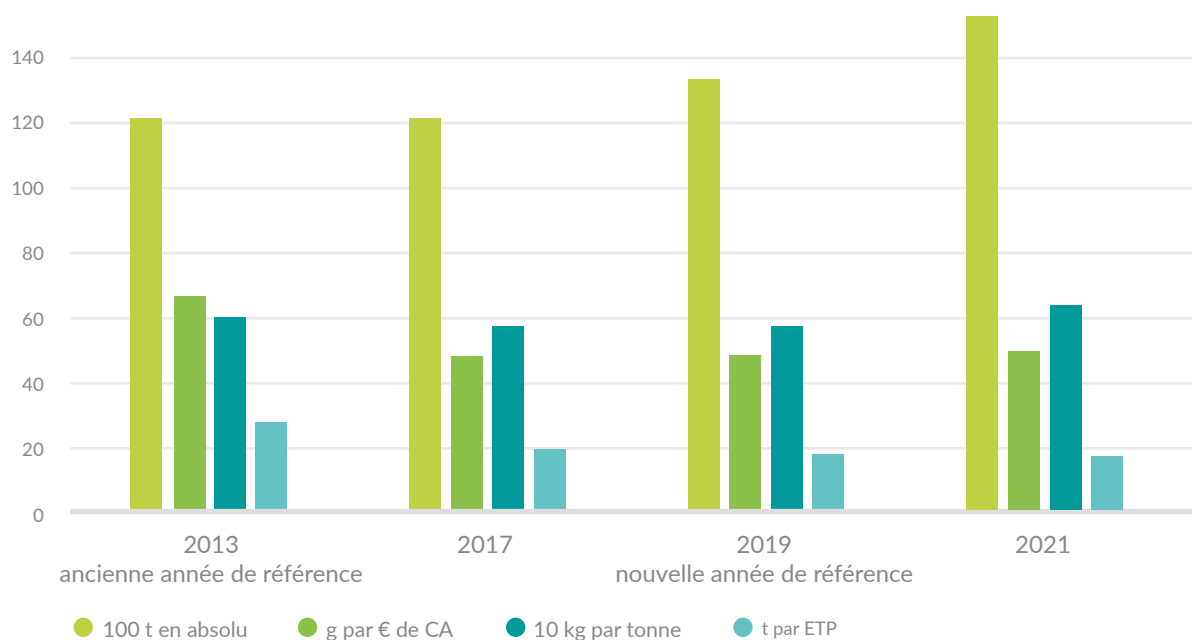
Réaliser chaque année un bilan carbone de l'entreprise.

Réalisation de trois bilans climatiques sur des produits exemplaires.

Le bilan climatique de Seeberger

En raison de la forte demande en noix et en fruits pendant la pandémie de Covid-19, Seeberger a certes enregistré une croissance, mais la logistique des flux de marchandises s'est avérée très difficile. Du fait de cette croissance et des défis logistiques, nos émissions ont également augmenté en valeur absolue. En termes relatifs, par collaborateur (ETP) ou par € de chiffre d'affaires, nos émissions sont toutefois restées stables ou ont

légèrement diminué. Nous ne nous sommes que légèrement rapprochés de notre objectif d'économiser 10 % supplémentaires d'ici 2025, mais la voie empruntée est la bonne. À partir de 2022, nous voulons être encore plus précis : nous établirons alors chaque année le bilan carbone de l'entreprise et calculerons également trois bilans climatiques de produits ayant valeur d'exemple.



*CO_{2e} = en plus du dioxyde de carbone, comprend d'autres gaz à effet de serre



2

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS



COMMENT FAIRE ?

Notre objectif jusqu'en 2025

Réduire les émissions de CO₂ de 10 % par rapport à l'année de base 2019

Réduire les émissions, c'est économiser de l'énergie ou en produire soi-même

Comment parvenir à réduire les émissions de CO₂ et à protéger ainsi le climat ? Nous économisons de l'énergie. Et nous en produisons nous-mêmes – naturellement renouvelable. Et ce depuis 2016 déjà, avec la mise en place et l'extension d'installations photovoltaïques. Nous modernisons nos secteurs d'activité et achetons des machines de production à haute efficacité énergétique, avec la gestion de l'énergie qui s'y rapporte. Notre entrepôt moderne à hauts rayonnages : il est refroidi naturellement avec de l'eau souterraine.

Notre approvisionnement en électricité : déjà 100 % d'électricité verte depuis 2014. Nous avons regroupé de nombreuses autres mesures de réduction des émissions de CO₂ dans les domaines qui en produisent de manière significative. Et dans lesquels travaillent les personnes qui contribuent à les réduire toujours plus. Car dans ce domaine, ce ne sont pas les initiatives, les formations continues ni un haut degré d'engagement qui manquent chez Seeberger.

Économies d'énergie : des exemples pour une meilleure protection du climat

MOBILITÉ



- » Augmenter la part des voitures électriques dans le parc roulant (actuellement 8 %) et développer les stations de recharge
- » Concept de mobilité respectueux du climat pour les collaborateurs : offre d'un abonnement annuel gratuit aux transports en commun et d'un « vélo de fonction ».
- » Proposer l'application « Twogo » pour le covoiturage avec des entreprises voisines



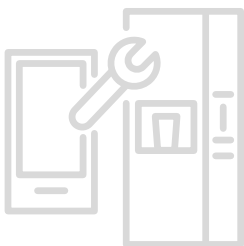
INFRASTRUCTURE

- » Depuis 2014, 100 % d'électricité verte
- » Développer le photovoltaïque à 60 %
- » Développer l'éclairage à LED
- » Achat de nouvelles machines et installations efficaces sur le plan énergétique
- » Technique des bâtiments efficace sur le plan énergétique : mesures de rénovation de l'enveloppe des bâtiments, par exemple vitrage isolant des fenêtres dans le secteur de la production
- » Installations frigorifiques à haute efficacité énergétique dans l'entrepôt à hauts rayonnages
- » Remplacement des presses à cartons, à films et à déchets par des variantes plus modernes, qui signalent automatiquement à l'entreprise d'élimination des déchets que le niveau de remplissage est atteint et que les conteneurs peuvent être enlevés (jusqu'à présent, rotation fixe, quel que soit le niveau de remplissage)
- » Couloirs et toilettes avec détecteurs de mouvement pour l'éclairage



LOGISTIQUE DES TRANSPORTS

- » Logistique des transports respectueuse de l'environnement pour nos matières premières avec des transports par bateau (93 % par bateau, 7 % par train/camion)
- » Renonciation aux transports par fret aérien
- » Remplir les conteneurs au maximum
- » Moins de poids à transporter : le séchage des fruits, souvent à l'aide d'énergie solaire ou renouvelable, a lieu dans le pays d'origine. Le poids transporté est donc moindre par rapport aux produits frais. Nous économisons ainsi de l'énergie de transport et du CO₂.
- » Neutralité carbone de l'envoi des colis aux clients avec « Go Green »

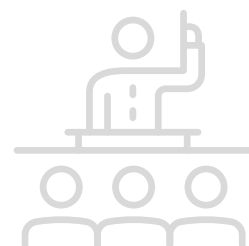


SERVICES

- » Des distributeurs de café et de snacks à faible consommation d'énergie chez nos clients professionnels
- » Réduction des déplacements de contrôle de notre service extérieur : entretien des distributeurs de café et de snacks dans les entreprises clientes avec transmission électronique des données par télémétrie

FORMATION CONTINUE & ENGAGEMENT

- » Programme de formation de la CCI pour nos apprentis : EnergieScouts
- » Initiatives des collaborateurs pour le développement durable : Ambassadeurs et ambassadrices NaturWelt Seeberger et Atelier d'idées Seeberger



Des produits naturels venus du monde entier, est-ce bien nécessaire ?

Nous achetons nos produits naturels dans plus de 40 pays à travers le monde. Ils sont cultivés exactement là où les conditions de croissance sont optimales.

Nous savons tous que les produits naturels exotiques ne poussent pas « au coin de la rue ». Mais qu'en est-il des noisettes ou des pommes qui sont également cultivées en Allemagne ? Venant d'Allemagne, ne pourraient-elles pas aussi trouver le chemin des sachets Seeberger, avec moins de kilomètres à parcourir jusqu'au site d'Ulm et sans devoir faire un long voyage ?

Ce calcul n'est pourtant pas tout à fait juste. D'une part, les quantités disponibles sont malheureusement beaucoup trop faibles. D'autre part, on ne propose ici qu'un faible nombre de variétés d'un même produit, de sorte que nous ne pouvons pas recourir aux qualités que nous souhaitons.

Nous sommes conscients que la logistique d'importation de nos fruits, noix et cafés, en provenance de leurs régions de culture parfois très éloignées, génère des émissions nocives pour le climat.



FIGES DE MONTAGNE EN TRAIN DE SÉCHER AU SOLEIL

C'est pourquoi une grande partie de leur transformation est effectuée directement sur place : les fruits, p. ex. les figes de montagne, sont séchés directement dans la région de production en Turquie, ce qui signifie moins de poids lors du transport. Au lieu de passer par des fours énergivores, ils sont séchés au soleil, ce qui permet d'économiser du CO₂.

Et même si cela prend un peu plus de temps, nos produits naturels ne voyagent jamais par avion, mais par bateau, puis par train et par camion.

Comme nous ne recevons pas nos matières premières en flux tendu, nous veillons de plus en plus à ce que les conteneurs soient entièrement remplis afin de limiter au maximum le nombre de trajets.



ABRICOTS EN TRAIN DE SÉCHER AU SOLEIL



3

COMPENSER LES ÉMISSIONS QUI NE PEUVENT PAS ÊTRE ÉVITÉES



COMMENT FAIRE ?

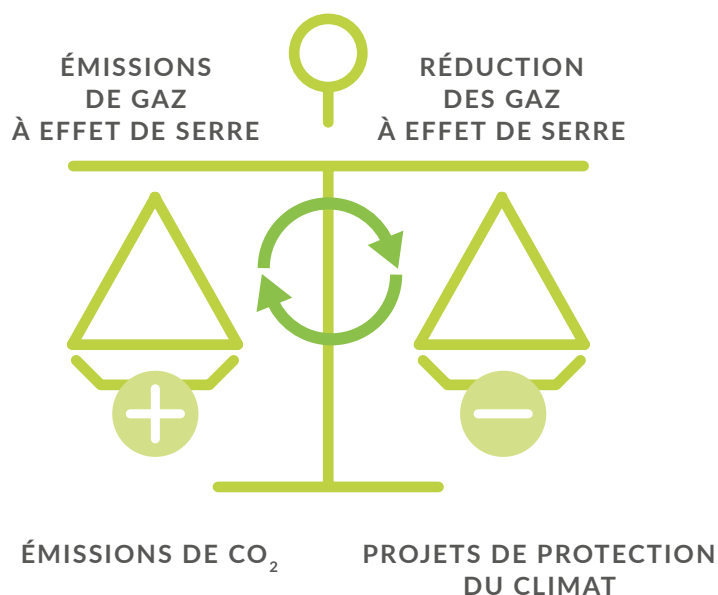
Notre objectif jusqu'en 2025

Neutralité carbone de l'entreprise à partir de 2022

Que signifie la « neutralité carbone de l'entreprise » ?

Grâce à des mesures d'économie d'énergie et à la production d'énergie à partir de sources renouvelables, nous réduisons la production d'émissions de CO₂ nocives pour le climat. Mais il y a des domaines de l'entreprise où cela n'est possible que dans une certaine mesure, voire pas du tout. Sont par exemple concernés les besoins en énergie pour la torréfaction et l'emballage du café, des noix et des fruits, ou leur transport.

Les émissions de CO₂ qui ne peuvent pas être évitées sont notamment compensées par l'achat de certificats de CO₂ issus de projets de protection climatique. Pour atteindre notre objectif de neutralité climatique, nous procédons à partir de 2022 à ce type de compensations avec des projets de protection du climat soigneusement sélectionnés et certifiés.



COMMUNAUTÉ

VISION →

NOUS VOULONS ÊTRE UN PARTENAIRE
ATTRACTIF ET RECHERCHÉ



Notre stratégie



RENFORCER UNE CULTURE ET DES VALEURS D'ENTREPRISE FÉDÉRATRICES



CRÉER DES ENVIRONNEMENTS DE TRAVAIL ATTRACTIFS



Nos objectifs d'ici 2025

Mise en place du projet « EIN SEEBERGER » pour renforcer notre sentiment de communauté, objectif du projet : extension du programme pour les salariés « Seeberger-Family » à l'ensemble du groupe Seeberger

Mise en place d'une culture de management cohérente pour l'ensemble du groupe Seeberger

Extension et adaptation des parts sociales des salariés à l'ensemble du groupe Seeberger

Encourager et exiger la performance de chacun afin de réussir ensemble.

Élaborer et adopter l'accord d'entreprise « Travail mobile »

Mise en place d'une structure salariale transparente et motivante

Mise en place d'un groupe de travail « New Work » sur le thème principal de la mise en réseau et de la coopération

Nous nous orientons sur ces ODD



La Communauté Seeberger

Seeberger s'agrandit. Ces dernières années, nous avons acquis de nouveaux clients et de nouveaux domaines d'activité par le rachat d'entreprises. Et nous avons gagné de nombreux nouveaux collègues. Ce qui est un enrichissement, car nous recevons ainsi des impulsions et des idées passionnantes pour notre travail quotidien commun. Et ce travail quotidien commun fonctionne déjà bien.

Mais il y a des sujets qui demandent simplement beaucoup de temps. Il s'agit de tâches très pratiques ou structurelles : comment créer des structures salariales et des conditions de travail plus homogènes ? Comment intégrer les systèmes informatiques ? Tout aussi

important : comment trouver des valeurs communes et une culture d'entreprise commune ? La manière dont nous travaillons ensemble en tant que communauté en expansion, diverse et agile, est un processus que nous façonnons de concert.

Un processus qui a dû toutefois supporter bien des choses au cours des deux dernières années, avec des ordonnances sur la protection du travail et des règles liées à la pandémie changeant sans cesse. Que retenons-nous de cette période ? Pas mal de bonnes choses, car la pandémie a conduit à une nouvelle poussée de numérisation et de modernisation. Et à une revalorisation de thèmes tels que le travail flexible et mobile.

LE GROUPE SEEBERGER

Seeberger 

SEEBERGER GMBH
Snacks sains et naturels
 Groupe cible : commerce et consommateur final



Seeberger 

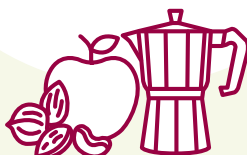
SEEBERGER PROFESSIONAL GMBH
Café, thé
 Groupe cible : restauration et entreprises clientes
 □ Nombreuses acquisitions au cours des 5 dernières années



Seeberger 

**GENUSS
 WELT**

SEEBERGER GENUSSWELT GMBH
(UNIVERS DES SAVEURS SEEBERGER)
 Boutique, café, découverte,
 salles de conférences, événements,
 restaurant du personnel



Ce que nous avons atteint jusqu'ici



RENFORCER UNE CULTURE ET DES VALEURS D'ENTREPRISE FÉDÉRATRICES

● Concept pour la conciliation des statuts d'actif et d'aidant. Les offres font partie du programme pour le personnel « Seeberger Family ».

● Notre système de gestion de la conformité a été complété par les thèmes de la corruption et du lancement d'alertes.

● Code de conduite : l'état actuel est en cours d'examen pour la nouvelle structure Seeberger, y compris les entreprises rachetées.

● Les compétences d'encadrement ont été (et sont encore) consolidées dans des ateliers.

● 30 % des participants au programme pour la relève PEP@SB ont pris en charge des fonctions plus étendues. Pour 50 % d'autres participants, le domaine de compétence a été étendu au sein de la fonction ou du poste existant.



CRÉER DES ENVIRONNEMENTS DE TRAVAIL ATTRACTIFS

● Mise en place de l'organisation des « Business Teams ». Tous les secteurs d'activité Seeberger ont une Business Team. Les membres de la Business Team sont des interlocuteurs fixes à la disposition de tous les services pour leurs enjeux et leurs projets. Ils reprennent ces derniers dans leurs services, les coordonnent ou répartissent des tâches. Les membres de la Business Team se réunissent régulièrement et discutent de manière interdisciplinaire des sujets d'actualité.

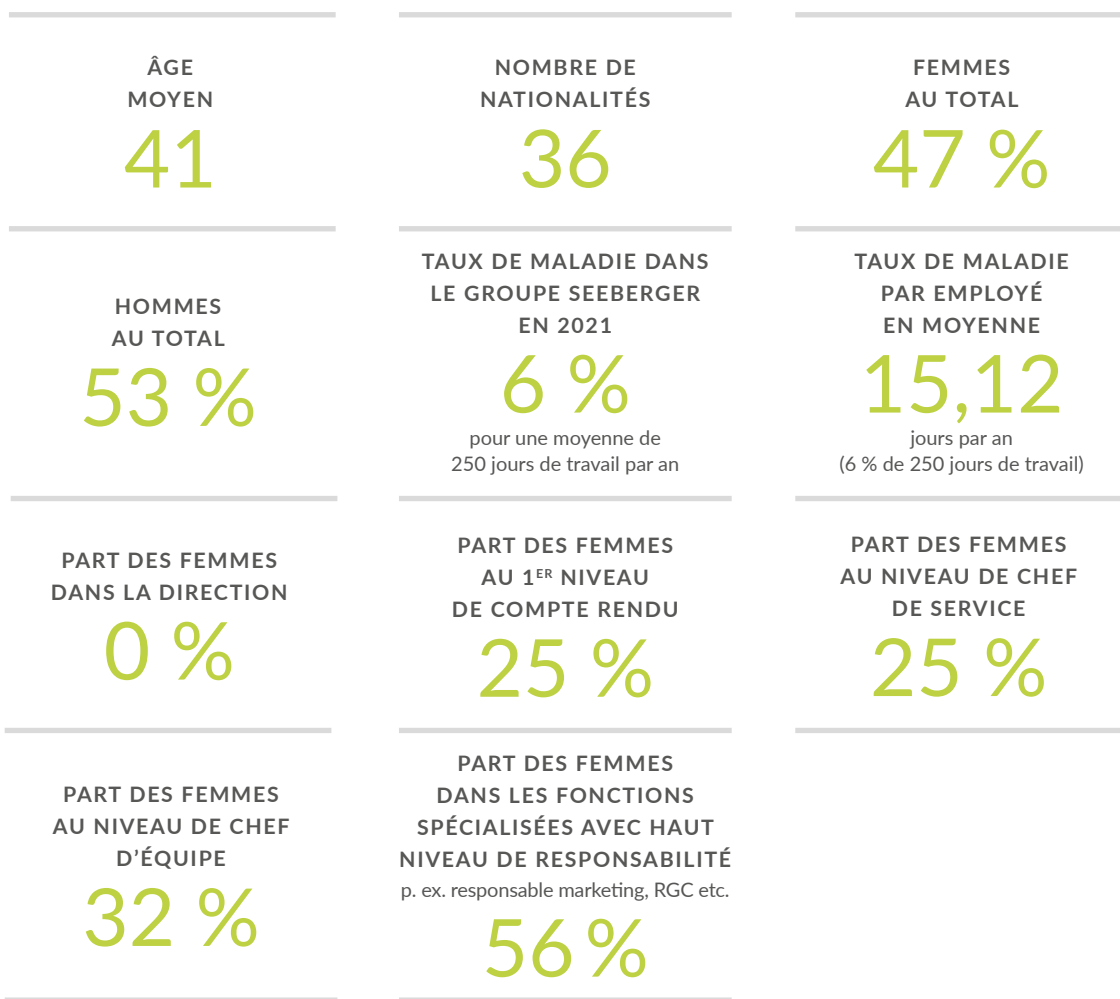
● Certification du système de gestion de la conformité : deux des trois étapes du processus de certification sont achevées. La troisième étape est en cours d'implémentation.

2019

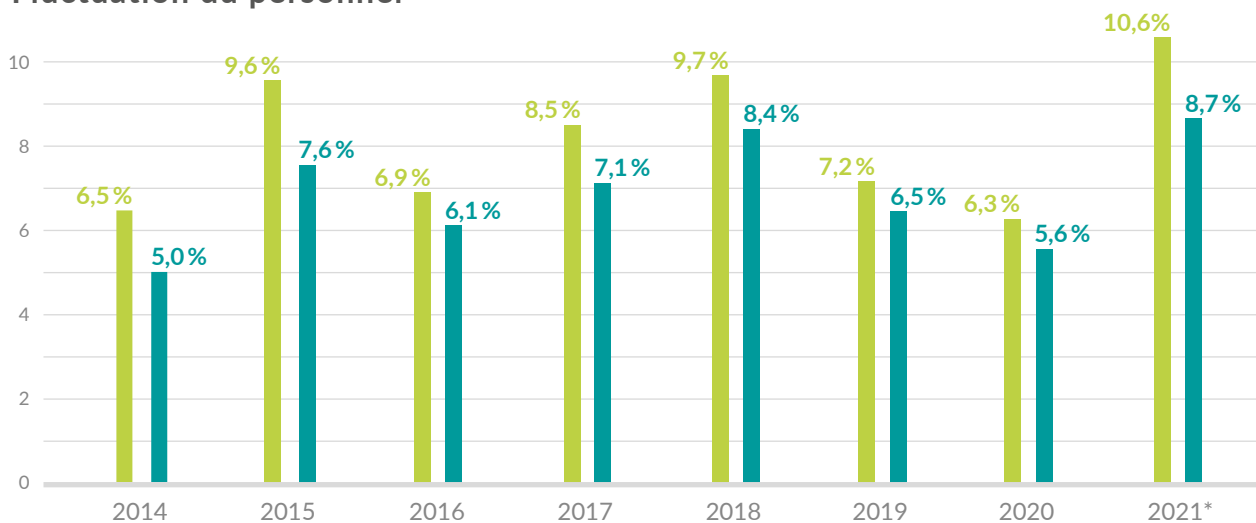
2020

2020
2021

Travailler chez Seeberger – les chiffres



Fluctuation du personnel



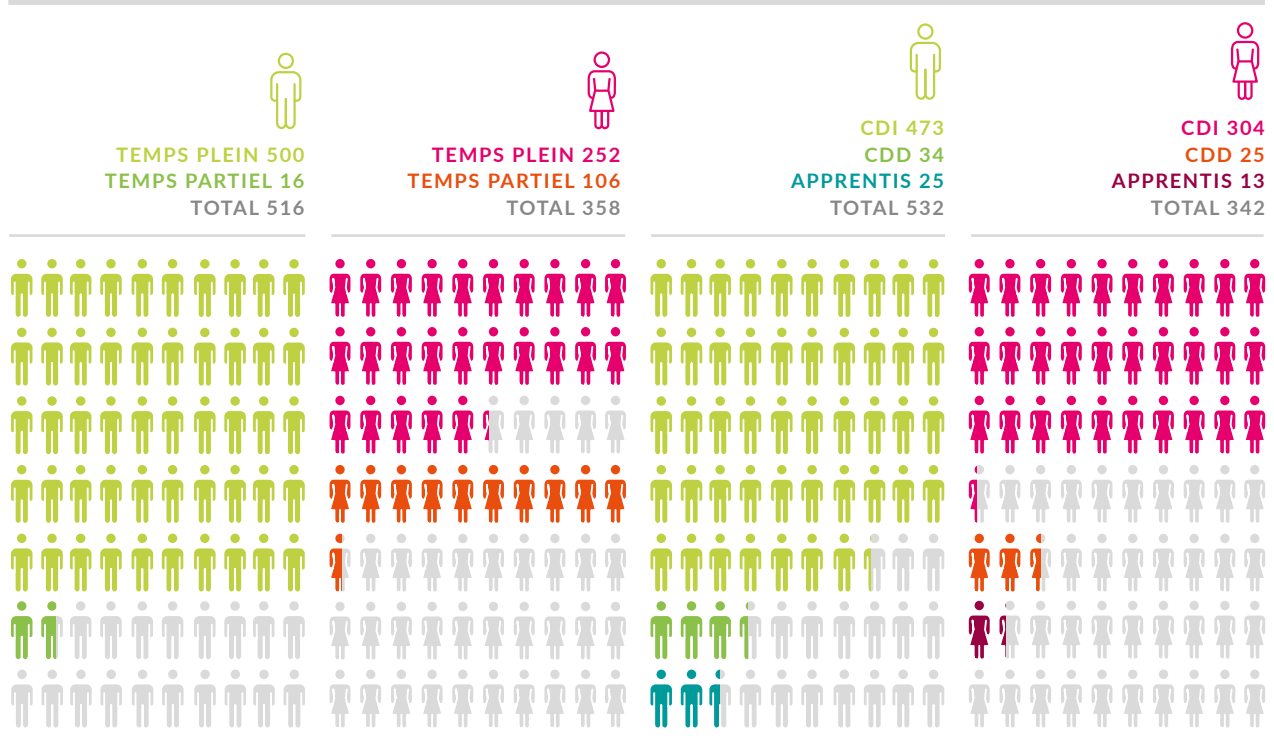
● fluctuation totale

● sans fluctuation naturelle

*Données utilisées : jusqu'en 2020 Seeberger GmbH, à partir de 2021 Groupe Seeberger

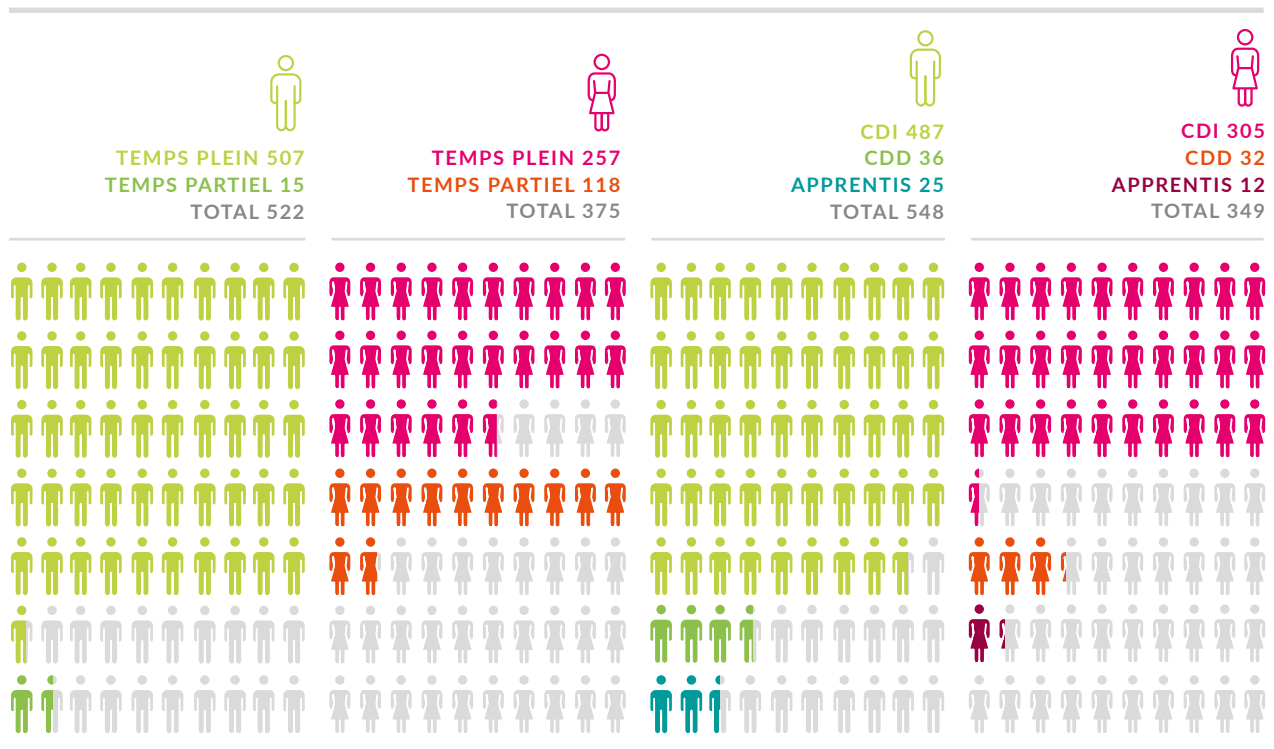
Les collaboratrices et collaborateurs chez Seeberger

2020



TOTAL DES COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS EN 2020 : 874

2021



TOTAL DES COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS EN 2021 : 897

→ NOUS VOULONS ÊTRE UN PARTENAIRE ATTRACTIF ET RECHERCHÉ

Notre stratégie



1

RENFORCER UNE CULTURE
ET DES VALEURS D'ENTREPRISE
FÉDÉRATRICES



2

CRÉER DES
ENVIRONNEMENTS
DE TRAVAIL ATTRACTIFS



1

RENFORCER UNE CULTURE
ET DES VALEURS D'ENTREPRISE FÉDÉRATRICES



COMMENT FAIRE ?

Nos objectifs d'ici 2025

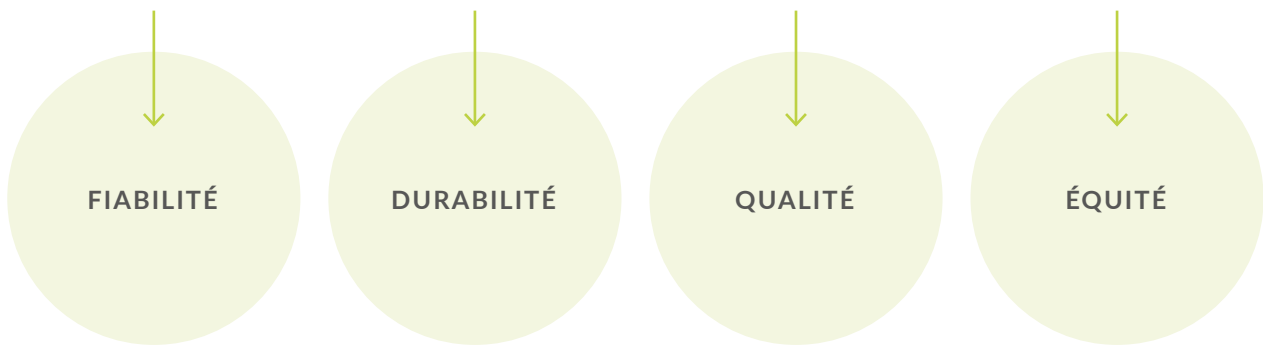
Mise en place du projet « EIN SEEBERGER » pour renforcer notre sentiment de communauté, objectif du projet : extension du programme pour les salariés « Seeberger-Family » à l'ensemble du groupe Seeberger

Mise en place d'une culture de management cohérente pour l'ensemble du groupe Seeberger

Extension et adaptation des parts sociales des salariés à l'ensemble du groupe Seeberger

Encourager et exiger la performance de chacun afin de réussir ensemble

Les valeurs d'entreprise Seeberger



Nos principes

Depuis des générations, notre entreprise progresse avec une seule matière première : les produits naturels. Notre réussite ne serait pas possible sans des conditions de culture optimales dans les pays d'origine et sans l'engagement intense de nos collaborateurs et fournis-

seurs. C'est ce dont nous portons la responsabilité. Nos valeurs d'entreprise en sont la garantie. Elles définissent depuis des générations qui nous sommes aujourd'hui et qui nous serons à l'avenir.

Le Groupe Seeberger : une communauté en mutation

La structure de notre entreprise est devenue nettement plus hétérogène à la suite des rachats de sociétés des deux à cinq dernières années. Les sociétés du Groupe Seeberger n'ont pas seulement des structures organisationnelles différentes. Les conditions de travail de base, telles que la rémunération, les horaires de travail,

le nombre de jours de congé ou les avantages sociaux, sont également différentes. En 2022, nous analysons les structures actuelles des prestations des sociétés Seeberger. Ensuite, les résultats nous permettront de prioriser ensemble les tâches de coordination et d'en déduire les mesures correspondantes.

Une culture d'encadrement commune

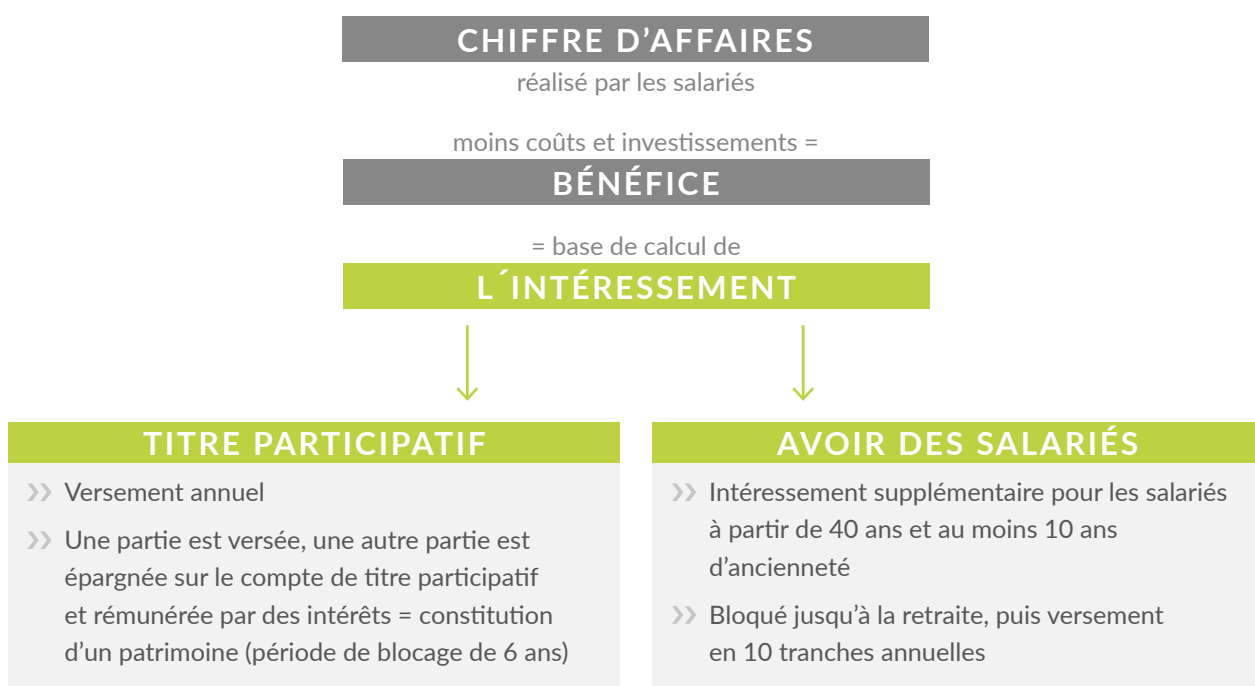
Un bon encadrement est un facteur de réussite. Avoir une même compréhension de ce que veut dire diriger et encadrer n'est pas une tâche facile. C'est pour cette raison que nous avons mis en place un programme pour les cadres de toutes les sociétés du Groupe Seeberger. Avec ce programme, nous formons et renforçons individuellement et collectivement les compétences de direction de nos cadres.

En complément à notre programme, nous formons les cadres en fonction des événements et des besoins. Nous les soutenons également dans leur travail quotidien : dans notre service du personnel, une équipe de « Business Partners » conseille les cadres sur les décisions importantes et les thèmes d'encadrement en fonction de leur domaine d'activité.

La participation des salariés chez Seeberger

Nous faisons participer nos collaborateurs à l'organisation de notre entreprise – et à son succès. Grâce à nos deux modèles de participation des salariés, ceux-ci reçoivent chaque année un intéressement aux bénéfices ainsi qu'un taux d'intérêt attractif en fonction des bénéfices sur leur participation au capital de l'entreprise.

Ce placement et la rémunération du capital favorisent la constitution d'un patrimoine à long terme. Notre objectif est de développer à l'avenir notre participation des salariés pour l'ensemble du Groupe sur la base d'un bilan annuel consolidé, tout en tenant compte de la performance de chacune des sociétés.



Seeberger Family : tous unis chez Seeberger

Nous sommes une entreprise familiale : pour nous, cela implique des relations humaines respectueuses et valorisantes. Et un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée. C'est pourquoi nous offrons à nos collaborateurs à Ulm de nombreuses prestations supplémentaires dans le cadre de notre programme pour le personnel « Seeberger Family ». Outre les offres qui aident à réduire ou à éliminer le stress, comme des places de crèche, des activités sportives et des massages, nous encourageons également l'esprit d'équipe Seeberger par des activités variées.

Et nous voulons que cet esprit règne dans tous les sites. Avec notre projet « EIN SEEBERGER », les prestations de Seeberger Family seront à l'avenir accessibles à tous les collaborateurs, indépendamment du site d'Ulm. Un début a été fait : notre offre « vélo de fonction » est d'ores et déjà valable dans toute l'Allemagne. Nous travaillons actuellement à l'extension de notre offre sportive, aux « accompagnateurs de soins » et à la remise accordée aux collaborateurs pour la boutique en ligne Seeberger.

Un Univers des saveurs pour tous

Nous aurions préféré inaugurer notre « Seeberger Genusswelt » (Univers des saveurs Seeberger) à grand renfort de tambours et trompettes comme concept global de saveur et de dégustation. Malheureusement, ici aussi, la pandémie a entraîné de nombreux retards. Mais ce n'est que partie remise : le grand moment aura lieu en 2022 avec une fête d'été pour la grande communauté Seeberger.





2

CRÉER DES ENVIRONNEMENTS DE TRAVAIL ATTRACTIFS



COMMENT FAIRE ?

Nos objectifs d'ici 2025

Élaborer et adopter l'accord d'entreprise « Travail mobile »

Mise en place d'une structure salariale transparente et motivante

Mise en place d'un groupe de travail « New Work » sur le thème principal de la mise en réseau et de la coopération

Accord d'entreprise « Travail mobile »

Pendant la pandémie, le travail mobile est devenu une partie intégrante de notre univers professionnel. Nous avons désormais appris à combiner les avantages du travail mobile avec ceux du travail classique au bureau. Mieux encore : un nouvel accord d'entreprise « Travail mobile » doit permettre de créer d'ici 2025 les condi-

tions cadres et les bases juridiques nécessaires à cet effet. Dans notre quotidien professionnel mouvementé, nous constatons que le bon dosage fait toute la différence et que nous devons trouver la proportion optimale entre les différents modes de travail.

Structure salariale transparente et motivante

« Manipulation du téléscripateur ». Voici par exemple la description d'une tâche qui figure dans le plan des salaires et des catégories salariales du commerce de gros et du commerce extérieur du Bade-Wurtemberg de 1995. Pour la société Seeberger GmbH liée par les conventions collectives, il constitue la base de classification de nos collaborateurs. Parce que des activités anciennes comme celles-ci ne correspondent pas à nos profils d'emplois et que seule une petite partie de nos tâches

et de nos compétences est couverte par ce plan, le comité d'entreprise et le service du personnel ont mis en place le projet « Réévaluation des classifications ». En collaboration avec les responsables des départements spécialisés, ils créent de nouvelles classes d'emplois avec des descriptions de tâches actuelles et appropriées. Sur la base des nouvelles classes, ils trouvent ensuite une solution commune pour une réévaluation et une classification adaptées.

Groupe de travail « New Work »

Il va de soi que le « New Work » est un sujet d'actualité, même dans une entreprise familiale riche d'une tradition de plus de 175 ans. La crise sanitaire a accéléré la numérisation de nos espaces de travail, ce qui favorise des structures de travail modernes. Mais nous ne prenons pas seulement le New Work au sérieux sur le plan numérique ou organisationnel. Nous voulons également des structures participatives et davantage de responsabilité individuelle pour les collaborateurs. Nous savons que de nombreuses personnes prêtes à essayer de

nouvelles choses travaillent chez nous. Notre nouveau groupe de projet « New Work » étudie l'ouverture des structures de travail à une plus grande participation. Car les meilleures idées pour la communauté ne viennent-elles pas de la communauté ? Actuellement, le groupe de projet « New Work » se concentre sur les thèmes de la mise en réseau interne et de la communication, pour plus de coopération et moins de cloisonnement dans le mode de pensée.

Là, nous marquons des points depuis longtemps : prix et initiatives

À propos du New Work : en 2020 et 2021, nous avons été à nouveau récompensés par la distinction « Employer Branding Award » de la Haute école de Neu-Ulm (HNU). Ce prix est le résultat de l'étude sur la Marque employeur de la HNU : environ 1 000 étudiants des écoles supérieures de Neu-Ulm et d'Ulm, de la Haute école de communication et de graphisme d'Ulm et de l'université d'Ulm sont interrogés sur la notoriété, l'attractivité, l'envie de postuler et la sympathie suscitées par les 40 entreprises de la région ayant le plus fort chiffre d'affaires et employant au moins 500 personnes.

Résultat : Seeberger fait partie du Top 3 des employeurs. Dans la catégorie Sympathie, nous sommes même en tête. Cela est peut-être dû aux clips vidéo créatifs de nos apprentis sur le nouveau canal TikTok de Seeberger (@seeberger_de). Nos initiatives de collaborateurs « Atelier d'idées Seeberger » et « Ambassadeurs et ambassadrices NaturWelt » se montrent elles-aussi imaginatives. Chaque année, elles réalisent de nombreux projets sur la durabilité et l'efficacité dans le travail quotidien.

DISTINCTION
LES MEILLEUR EMPLOYEUR DE LA REGION
»EMPLOYER BRANDING AWARD«, 2020/2021 :
3^E PLACE



HNU
 Hochschule Neu-Ulm
 University of Applied Sciences

TOP 20 ARBEITGEBER 2020/2021
 IM KREIS ULM, NEU-ULM, HEIDENHEIM, GÜNZBURG, DEM ALB-DONAU-KREIS UND DEM OSTALBKREIS

Die Employer Branding Studie wird von dem Kompetenzzentrum Wachstums- und Vertriebsstrategien der Hochschule Neu-Ulm durchgeführt.

FIRMA	MITTELWERT *	
1. Rattepharm GmbH	3,52	🟢🟢🟢🟢🟢
2. Liebher-Werk Ehingen GmbH	3,74	🟢🟢🟢🟢🟢
3. Seeberger GmbH	3,70	🟢🟢🟢🟢🟢
4. GARDENA GmbH	3,58	🟢🟢🟢🟢🟢
5. Aldi GmbH & Co. KG	3,57	🟢🟢🟢🟢🟡
6. Carl Zeiss AG	3,51	🟢🟢🟢🟢🟡
7. FERI GmbH	3,50	🟢🟢🟢🟢🟡
8. Wieland-Werke AG	3,43	🟢🟢🟢🟢🟡
9. Liqui Moly GmbH	3,39	🟢🟢🟢🟢🟡
10. SWU Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm GmbH	3,36	🟢🟢🟢🟢🟡
11. Beurer GmbH	3,34	🟢🟢🟢🟢🟡
12. Iveco Magirus AG	3,32	🟢🟢🟢🟢🟡
13. TEVA GmbH	3,31	🟢🟢🟢🟢🟡
14. Voith GmbH & Co. KGaA	3,30	🟢🟢🟢🟢🟡
15. Müller Holding Ltd. & Co. KG	3,20	🟢🟢🟢🟢🟡
16. Ulm Uli AG	3,18	🟢🟢🟢🟢🟡
17. Paul Hartmann AG	3,06	🟢🟢🟢🟢🟡
18. Leitz GmbH & Co. KG	3,02	🟢🟢🟢🟢🟡
19. SCHWENK Zement KG	3,00	🟢🟢🟢🟢🟡
20. VARTA AG	2,98	🟢🟢🟢🟢🟡

* HNU-Kunden werden für die Berechnung des Mittelwerts mit einem Faktor von 1,5 gewichtet. (Stand März 2021)
 * Bewertung: 1 (Mittelwert) 2 (Mittelwert) 3 (Mittelwert) 4 (Mittelwert) 5 (Mittelwert) 6 (Mittelwert) 7 (Mittelwert) 8 (Mittelwert) 9 (Mittelwert) 10 (Mittelwert)

🟢 Sympathie 🟢 Attraktivität 🟢 Notoriété 🟢 Mithilwert 🟢 Mithilwert 🟢 Mithilwert 🟢 Mithilwert 🟢 Mithilwert
🟡 Sympathie 🟡 Attraktivität 🟡 Notoriété 🟡 Mithilwert 🟡 Mithilwert 🟡 Mithilwert 🟡 Mithilwert 🟡 Mithilwert
🔴 Sympathie 🔴 Attraktivität 🔴 Notoriété 🔴 Mithilwert 🔴 Mithilwert 🔴 Mithilwert 🔴 Mithilwert 🔴 Mithilwert

RÉF. GRI	BRÈVE DESCRIPTION GRI	PAGE	CONTENU, REMARQUES ET COMPLÉMENTS
GRI 102 – ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION			
Profil de l'organisation			
102-1	Nom de l'organisation		Groupe Seeberger
102-2	Activités, marques, produits et services	11	Notre entreprise, chiffres clés de l'entreprise
102-3	Lieu géographique du siège		Hans-Lorenser-Strasse 36 89079 Ulm
102-4	Nombre de pays dans lesquels l'organisation opère		Siège en Allemagne. Bureaux de distribution en Chine (Shanghai), France (Paris) et dans la région de la Baltique (Riga).
102-5	Capital et forme juridique		La société mère est détenue par la famille et est propriétaire des sociétés Seeberger à 100 %
102-6	Marchés desservis	11	Notre entreprise, les marchés Seeberger
102-7	Taille de l'organisation	11	Notre entreprise
			Nombre total de sites d'activité : Site principal/Seeberger GmbH : Hans-Lorenser-Str. 36, Ulm. Seeberger Professional, Klein-Kollenburg-Strasse 42, 47877 Willich Seeberger GenussWelt GmbH, Hans-Lorenser-Str. 20, 89079 Ulm
			Capital total : pas d'indication sur la capitalisation totale
			Pour des raisons de concurrence, pas d'indication sur la quantité des produits et services fournis.
102-8	Informations concernant les employés	72&73	Communauté, travailler chez Seeberger en chiffres
102-9	Chaîne d'approvisionnement de l'organisation	40sq	Responsabilité de la chaîne d'approvisionnement
102-10	Modifications significatives de l'organisation et de sa chaîne d'approvisionnement		Inauguration de l'Univers des saveurs 2021
102-11	Principe de précaution ou approche préventive		Audits de qualité Seeberger et certifications
102-12	Initiatives externes		Pour le reporting ont été utilisées des normes internationales reconnues, telles que le Greenhouse Gas Protocol et les directives de la Global Reporting Initiative. Nous participons depuis 2015 au Pacte mondial, l'initiative mondiale des Nations Unies pour une gouvernance d'entreprise responsable. Engagement dans le domaine du développement durable : projet de recherche BioVal et initiative « Holy Grail »
102-13	Adhésion à des associations et des groupes d'intérêt		Affiliations importantes dans lesquelles le Groupe Seeberger occupe une fonction de direction, participe à des projets ou des groupes de travail ou considère son adhésion comme stratégique : - Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. [Fédération allemande de la législation et des sciences alimentaires] - Industrie- und Handelskammer Ulm [Chambre de l'industrie et du commerce d'Ulm] - Fördergemeinschaft Baden-Württemberg [Groupement Promotionnel du Bade-Wurtemberg] - Waren-Verein der Hamburger Börse [Association des marchandises de la Bourse de Hambourg] - SA2 GS1 Germany - Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. [Fédération all. de commerce de gros, de commerce extérieur et de services] - ASU – die Familienunternehmen [Association d'entreprises familiales] - Bundesverband Mitarbeiterbeteiligung - AGP [Association allemande de participation du personnel] - BDSI Bundesverband der deutschen Süßwarenindustrie e.V. [Association allemande de l'industrie de la confiserie] et German Sweets
Stratégie			
102-14	Déclaration du décideur le plus haut placé	6&7	Avant-propos
Éthique et intégrité			
102-16	Valeurs, principes, normes et règles de conduite	12 sqq.	« NaturWelt » – Notre stratégie de durabilité
Gouvernance			
102-18	Structure de gouvernance		4 gérants (Clemens Keller : responsable de la production et de l'administration, Ralph Beranek : responsable des marchandises, Raphael Steinberg : responsable de Seeberger Professional, Gerald Lindinger : responsable des finances et des TI) Depuis 2015, le développement durable est inscrit dans les objectifs de l'entreprise. Depuis 2022, service dédié au développement durable
Implication des parties prenantes			
102-40	Liste des groupes de parties prenantes	14	Nos parties prenantes
102-42	Identification et sélection des parties prenantes		La base d'identification et de sélection des parties prenantes n'a pas changé. Elle est décrite dans le Rapport 2013 sur la durabilité.
102-43	Approche de l'implication des parties prenantes		L'approche de l'implication des parties prenantes n'a pas changé. Elle est décrite dans le Rapport 2013 sur la durabilité.
102-44	Enjeux et préoccupations majeurs soulevés	15	Matrice de pertinence
Pratique de reporting			
102-45	Entités incluses		Le reporting couvre le siège de la société à Ulm ainsi que toutes les filiales implantées en Allemagne.
102-46	Définition du contenu du rapport et des périmètres des enjeux		« NaturWelt » – Notre stratégie de durabilité
102-47	Liste des enjeux pertinents		Nos quatre thèmes prioritaires
102-48	Réaffirmation des informations	12 sqq.	« NaturWelt » – Notre stratégie de durabilité
102-49	Modifications relatives au reporting	15 sqq.	Perfectionnement du processus de pertinence, voir la Matrice de pertinence.
102-50	Période de reporting	12 sqq.	du 01/01/2020 au 31/12/2021
102-51	Date du rapport le plus récent	15	Décembre 2020
102-52	Cycle de reporting		tous les deux ans
102-53	Point de contact pour les questions relatives au rapport		Verena Schädler, déléguée à la durabilité, naturwelt@seeberger.de
102-54	Option de conformité choisie par l'organisation		Ce rapport a été préparé en conformité avec les normes GRI, option de conformité essentielle
102-56	Vérification externe		Établissement externe du bilan climatique, sans établissement d'un rapport de vérification externe
GRI 103 APPROCHE MANAGÉRIALE			
103-1-3	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	16&17	Nos 4 domaines d'action
GRI 200 ENJEUX ÉCONOMIQUES			
201-1	Valeur économique directe générée et distribuée	10	Nos chiffres
205-1	Sites d'activité évalués en termes de risque lié à la corruption		Tous
205-2	Communication et formation relatives aux politiques et procédures de lutte contre la corruption		Dans le cadre du système de gestion de la conformité
205-3	Cas avérés de corruption et mesures prises		Néant
206-1	Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust		Néant
GRI 300 ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX			
Matières			
301-1	Matières utilisées par poids ou par volume		Pas de données disponibles
Énergie			
302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	63	Voir le bilan climatique
302-3	Intensité énergétique	63	Voir le bilan climatique

RÉF. GRI	BRÈVE DESCRIPTION GRI	PAGE	CONTENU, REMARQUES ET COMPLÉMENTS
GRI 300 ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX			
Énergie			
302-4	Réduction de la consommation énergétique	62 sqq.	Voir le bilan climatique
302-5	Réduction des besoins énergétiques des produits et des services	62 sqq.	Voir le bilan climatique
Eau et eaux usées			
303-1			Volume total du prélèvement d'eau : 100 % en provenance du réseau municipal, pas de prélèvement externe pas de traitement des eaux ni d'utilisation d'eaux grises
Aires protégées			
304-1	Sites d'activité détenus ou loués dans ou bordant des aires protégées		Néant
Émissions			
305-1	Émissions directes de GES (champ d'application 1)	63	Voir le bilan climatique
305-2	Émissions indirectes de GES (champ d'application 2) dues à l'énergie	63	Voir le bilan climatique
305-3	Autres émissions indirectes de GES (champ d'application 3)	63	Voir le bilan climatique
305-4	Intensité des émissions de GES	62 sqq.	Voir le bilan climatique
305-5	Réduction des émissions de GES	62 sqq.	Voir le bilan climatique
Effluents et déchets			
306-2	Déchets par type et méthode d'élimination	18 sqq.	Thème prioritaire Économie circulaire
306-3	Déversements significatifs de substances nocives		Néant
306-4	Transport de déchets dangereux		Néant
Conformité environnementale			
307-1	Non-conformité à la législation et à la réglementation environnementales		Aucune sanction n'a été infligée au motif du non-respect de la législation et de la réglementation environnementales
Évaluation environnementale des fournisseurs			
308-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux (pourcentage)		100 %
308-2	Impacts environnementaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	40sqq	Voir Responsabilité de la chaîne d'approvisionnement Cycle de monitoring Seeberger
GRI 400 ENJEUX SOCIAUX			
Emploi			
401-1	Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel	72&73	Communauté : Travailler chez Seeberger – les chiffres
401-2	Avantages accordés aux salariés à temps plein et non aux employés temporaires ou à temps partiel		Les avantages accordés par l'entreprise bénéficient aussi aux employés à temps partiel
Relations employés/direction			
402-1	Périodes minimales de préavis pour les modifications opérationnelles		Selon les besoins conformément à la loi allemande sur l'organisation des entreprises
Santé et sécurité au travail			
403-1	Système de gestion de la santé et de la sécurité au travail		Comité de santé et de sécurité au travail (CSST) composé de 16 (2021) personnes issues des départements Comité d'entreprise, Direction technique, Direction d'entreprise, Direction de la technique des bâtiments, Déléguée interne à la sécurité, spécialiste externe de la sécurité, médecin du travail). Offres Seeberger Family en matière de santé
403-3	Services de médecine du travail		Médecin du travail
403-4	Participation des employés, consultation et communication sur la sécurité et la santé au travail		Comité d'entreprise, CSST (Comité de santé et de sécurité au travail) et délégué (externe) à la sécurité du travail
403-5	Formations des collaborateurs sur la santé et la sécurité au travail		organisées régulièrement
403-6	Promotion de la santé des collaborateurs		Programme pour le personnel « Seeberger Family »
403-9	Blessures dues au travail		pas de cas de décès
403-10	Maladies dues au travail		pas de maladies liées à l'emploi
Formation professionnelle et continue			
404-2	Programmes d'amélioration des compétences des employés		Formation sur le terrain (training on the job), programme de promotion de la relève PEP@Seeberger, formations continues par des séminaires et des ateliers
Diversité et égalité des chances			
405-1	Diversité des organes de gouvernance et des employés	72	Statut actuel de la part des femmes : Direction : 0 %, 1 ^{er} niveau d'unité : 25 %, direction de service : 25 %, direction d'équipe : 35 %, fonctions spécialisées avec haut niveau de responsabilité : 56 %
405-2	Ratio de la rémunération des femmes et des hommes	72	La hauteur du salaire de base et des rémunérations supérieures au tarif est fonction de la catégorie d'emploi, du type d'activité et de l'ancienneté. Femmes et hommes sont traités à égalité.
Lutte contre la discrimination			
406-1	Cas de discrimination et mesures correctives prises		Néant
Liberté syndicale et négociation collective			
407-1	Opérations et fournisseurs pour lesquels le droit de liberté syndicale et de négociation collective peut être en péril		Couvert par le monitoring des fournisseurs et vérifié lors de visites sur place
Travail des enfants et travail forcé ou obligatoire			
408-1	Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif lié au travail des enfants		Couvert par le monitoring des fournisseurs et vérifié lors de visites sur place
409-1	Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif de travail forcé ou obligatoire		Couvert par le monitoring des fournisseurs et vérifié lors de visites sur place
Droits de l'homme			
412-1	Opérations ayant été soumises à des contrôles du respect des droits de l'homme ou des évaluations des impacts dans ce domaine		Néant
Évaluation sociale des fournisseurs			
414-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux		100 %
414-2	Impacts environnementaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises		Monitoring des fournisseurs, élaboration d'un index de durabilité pour les fournisseurs alimentaires
Influence politique			
415-1	Contributions politiques		Néant
Santé et sécurité des consommateurs			
416-2	Cas de non-conformité concernant les impacts des produits et des services sur la sécurité et la santé		Néant
417-2	Cas de non-conformité concernant l'information sur les produits et services et l'étiquetage		Néant
418-1	Plaintes fondées relatives à l'atteinte à la confidentialité des données des clients et aux pertes de données des clients		Néant
Conformité socio-économique			
419-1	Non-conformité à la législation et aux réglementations sociales et économiques		Néant

CONTACT

Je me réjouis de vos réflexions et de la perspective d'un dialogue constructif. Vous pouvez me joindre directement par courriel à l'adresse :

NATURWELT@SEEBERGER.DE



VERENA SCHÄDLER
DÉLÉGUÉE SEEBERGER
À LA DURABILITÉ

MENTIONS LÉGALES

Éditeur :

Seeberger GmbH
Hans-Lorensen-Strasse 36
D-89079 Ulm

Téléphone : +49 (0)731 4093-0
Courriel : info@seeberger.de
www.seeberger.fr
Courriel : naturwelt@seeberger.de

Rédaction :

Verena Schädler, Seyda Keles
Sabine Jörg, Bettina Stein

Mise en page :

Hanschur Gestaltung



La couverture de ce Rapport sur la durabilité a été réalisée avec du papier Crush **certifié FSC** de la société Römerturm. Le papier contient des composants issus de la récolte des amandes. Les amandes sont utilisées après la récolte dans la production alimentaire et la production de cosmétiques. Les coproduits sont micronisés en une fine poudre et utilisés de manière créative dans le papier Crush durable et écologique.

Jusqu'à **15 %** de papier à base d'amandes

40 % de vieux papier

Reste fibres vierges de cellulose

100 % de production avec de l'énergie « verte »

Le papier utilisé pour les pages intérieures de ce Rapport est composé à **100 % de vieux papier** et a été certifié **FSC et Ange Bleu**.

Ce Rapport a été imprimé sans impact sur le climat avec Climate Partner.



