



RAPPORT

# RSE 2019



#AMI\_RSE

[www.ami-ingredients.fr](http://www.ami-ingredients.fr)



## LE MOT DU **PRÉSIDENT**

“

Dans notre entreprise, les enjeux sociétaux sont depuis longtemps au cœur de nos préoccupations. Nous avons en effet toujours souhaité adopter une démarche d'entreprise vertueuse consistant à ne pas dissocier notre développement économique d'une maîtrise de notre impact sur nos collaborateurs et notre environnement au sens large. C'est pourquoi dès 2011 nous nous sommes engagés dans une démarche RSE structurée qui nous a permis de progressivement matérialiser ces valeurs dans des actions concrètes que nous pouvions suivre au quotidien. En 2019, notre

démarche s'est accélérée avec la création du groupe de travail RSE, constitué de collaborateurs volontaires et désireux de s'investir dans la transformation de leur entreprise. Ceci a permis d'impulser une nouvelle dynamique et d'amplifier le déploiement de la RSE au sein d'AMI Ingrédients. Je vous souhaite une bonne lecture de ce rapport qui condense l'ensemble de nos engagements et actions actuelles. La suite appartient aux 53 collaborateurs d'AMI, à nos clients et à tous les partenaires qui nous accompagnent !

Jean-Marc VENIN, Président AMI INGRÉDIENTS

”

# 01 MIEUX NOUS CONNAÎTRE

- A. Nos dates clés
- B. Nos valeurs
- C. Nos marchés
- D. Nos certifications

# 02 NOS ENGAGEMENTS

- A. Optimisation du portefeuille de partenariats
- B. Développement et valorisation de l'offre de service
- C. Excellence opérationnelle
- D. Alignement long-terme avec les valeurs de l'entreprise

# 03 À L'ÉCOUTE DE NOS PARTIES PRENANTES

- A. Nos clients
- B. Nos commettants
- C. Nos associés et investisseurs
- D. Nos collaborateurs
- E. Nos partenaires financiers
- F. Nos administrations

# 04 NOTRE ENVIRONNEMENT

- A. Nos consommations énergétiques
- B. Nos émissions
- C. Nos déchets
- D. La biodiversité chez AMI

# 05 LES TEMPS FORTS 2019

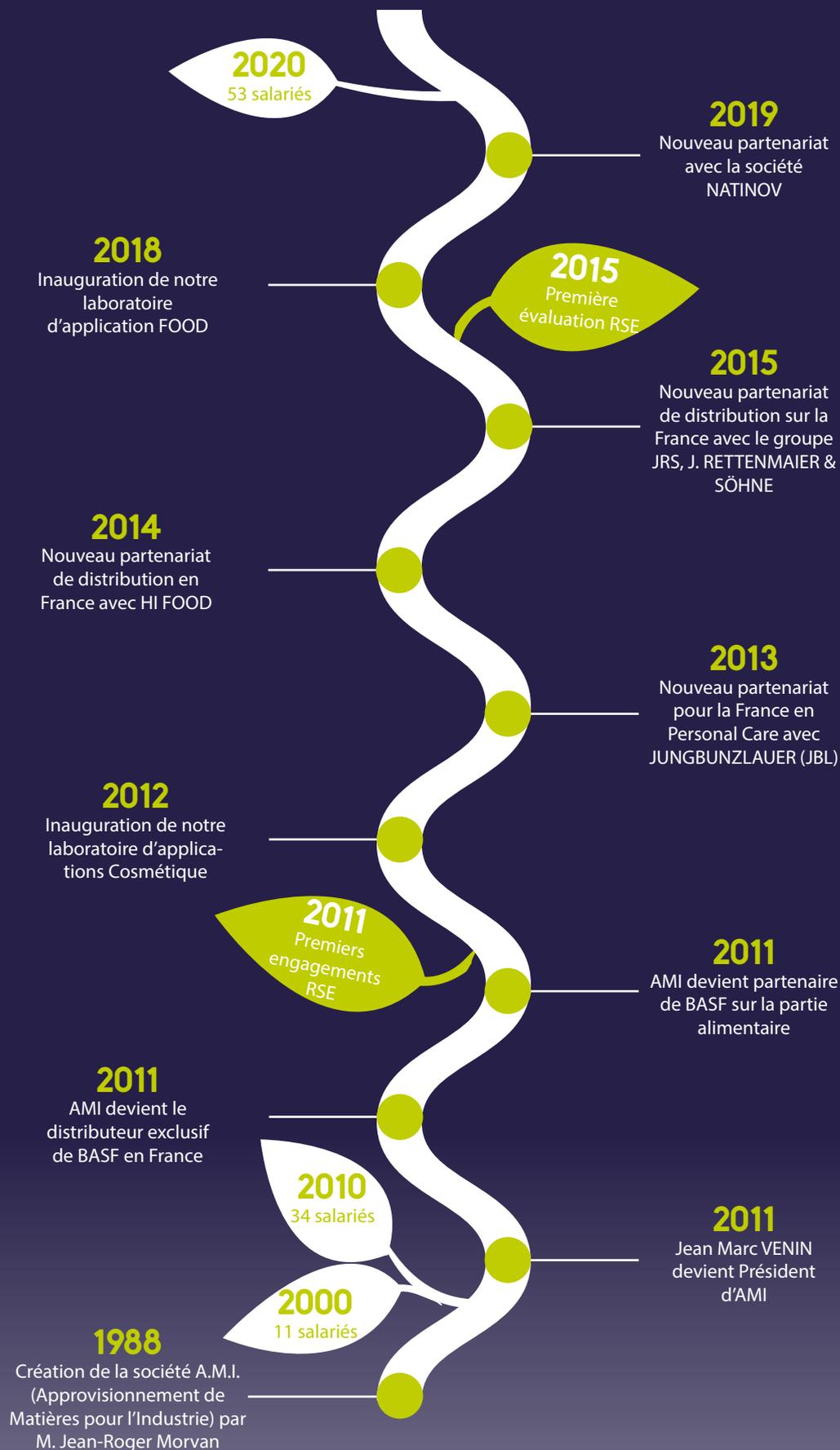
# 06 ET POUR 2020 ?



# 01

## MIEUX NOUS CONNAÎTRE

### A. NOS DATES CLÉS



NOUS AVONS DONNÉ LA PAROLE À NOS COLLABORATEURS...  
**POUR VOUS QU'EST-CE QUE LA RSE ?  
COMMENT L'INTÉGREZ-VOUS, AU QUOTIDIEN, CHEZ AMI INGRÉDIENTS ?**

Dominique GIRAUD - *Directeur logistique*

« C'est un cadre qui comprend une attention globale sur l'environnement, le développement durable, la vie de l'entreprise, la satisfaction de nos clients... Pour mon service, la RSE passe par le tri des déchets, la gestion de l'éclairage des dépôts et bureaux mais également par les aménagements déjà en place des postes de travail et de leur amélioration (acquisition en cours d'un système de préhension pour faciliter la manutention des sacs, seaux, bidons...) »



Éloïse ALAIS - *Responsable laboratoire d'application cosmétique*

« Pour moi la RSE passe par le respect entre collègues, envers nos clients et nos prestataires, l'environnement où chaque petit geste compte. Pour le laboratoire d'application cosmétique, cela s'intègre dans la recherche de l'optimisation de process afin de faciliter le travail au quotidien en étant investi dans la qualité de service : développer des produits stables et aboutis. »



## B. NOS VALEURS

AMI Ingrédients est un distributeur spécialisé dans les matières premières à destination des industries liées au bien-être (cosmétique, alimentaire, pharmacie).

### NOUS REVENDIQUONS DES VALEURS :

- D'éthique
- D'exemplarité
- De respect des personnes et d'esprit d'équipe
- De respect de l'environnement

Ces valeurs se reflètent dans les orientations de l'entreprise et sa gouvernance.



### ÉCONOMIQUE

AMI Ingrédients a élaboré une stratégie de croissance qui privilégie les relations de longue durée avec ses différents partenaires et souhaite se distinguer par la qualité et la diversité de son offre de produits et services, son expertise et son excellence opérationnelle.

### SOCIAL

Une démarche d'amélioration continue est installée à tous les niveaux de l'entreprise, pilotée par un système de management que l'ensemble des collaborateurs doit s'approprier au quotidien.

### ENVIRONNEMENTAL

AMI Ingrédients a également engagé de multiples actions de long-terme visant à concilier son développement économique et ses valeurs : promotion des ingrédients naturels, ou issus de la Chimie Verte ou du Végétal, gestion optimisée des ressources, mise en place de nouveaux modes managériaux, etc.

Dans un objectif de redevabilité de ses actions auprès de la totalité de ses parties prenantes, AMI Ingrédients a formalisé l'ensemble de ses engagements par une démarche RSE structurée et dûment évaluée.

## C. NOS MARCHÉS

Nos marchés et notre cœur d'activité...font écho aux tendances.



### ALIMENTAIRE

- Matières premières et formules :
  - CLEAN LABEL
  - Végétariennes
  - VEGAN - BIO
- Calcul du NUTRISCORE pour les nouvelles recettes qui s'y prêtent



### COSMÉTIQUE

- Matières premières (COSMOS et BIO)
- Matières premières RSPO (généralisation des achats sur les grades MB)
- Nouveaux développements applicatifs sans sulfates
- Calcul systématique de la naturalité (ISO 16128) des matières premières et formules d'orientation



### INDUSTRIE

- Acides gras RSPO grade MB
- Glycérine Palm free et Glycérine COSMOS et BIO
- Glycérine sur base colza offrant un sourcing européen

## D. NOS CERTIFICATIONS

### LES ENGAGEMENTS D'AMI INGRÉDIENTS :



#### CERTIFICATION QUALITÉ

Certifié depuis 1999



#### LES BONNES PRATIQUES DE FABRICATION

Engagement volontaire pour qu'il n'y ait pas de rupture entre nos fabricants et nos clients



#### ENGAGEMENT POUR LA CHIMIE DURABLE

Engagement volontaire depuis 2011



#### RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES

Engagement volontaire et par conviction, évalué depuis 2015



#### CERTIFICATION DE L'HUILE DE PALME DURABLE

Engagement volontaire et par conviction, évalué depuis 2016



#### CERTIFICATION KASCHER

Site certifié depuis 2019



#### PRODUITS BIOLOGIQUES

Certifié depuis 2019



# 02

## NOS ENGAGEMENTS

Des axes de développement ont été définis pour le déploiement des grandes orientations stratégiques énoncées dans la politique de l'entreprise : chacun de ces axes fait l'objet d'un plan d'action spécifique, suivi et commenté mensuellement en réunion d'encadrement.

### QUELLE COMMUNICATION AUPRÈS DU PERSONNEL ?

Ces axes de développement ainsi que leurs enjeux sont explicités par le biais de l'équipe d'encadrement et des représentants du personnel. À l'intention de nos partenaires extérieurs et dans un souci de transparence, nous résumons les principales actions déjà menées et engagées.

#### A. OPTIMISATION DU PORTEFEUILLE DE PARTENARIATS

##### CONSOLIDATION DES PARTENARIATS HISTORIQUES

- Les partenaires exclusifs et de longues durées sont privilégiés et formalisés par des contrats sécurisant les deux parties.
- Les attentes de nos partenaires sont prises en compte dans notre politique d'investissement et de recrutement.
- Des contacts réguliers à différents niveaux de management permettent de consolider et valider les actions ainsi que notre place dans le dispositif de nos commettants.
- Des projets sont menés de façon concentrée sur des sujets d'intérêt commun : développement de nouvelles technologies, organisation d'événement clients.

##### DÉVELOPPEMENTS DES PARTENARIATS COMPLÉMENTAIRES EN LIEN AVEC LES ATTENTES EN TERME DE NATURALITÉ DU MARCHÉ :



Lauréat prix de l'innovation 2019  
catégorie PAI avec l'ingrédient MELTEC®



- Développement de notre business d'oléochimie sur de nouveaux produits et secteurs : Glycérine BIO, certification Kashmer, marché des e-cigarettes.

#### B. DÉVELOPPEMENT ET VALORISATION DE L'OFFRE DE SERVICE

##### INNOVATION / DÉVELOPPEMENT

- Mesure de la naturalité des ingrédients et des formules développées au laboratoire.
- Développement des relations avec les laboratoires applicatifs de nos commettants.
- Développement des partenariats avec les universités locales en cosmétique comme en alimentaire.
- Le projet « Emulsions sans émulsionnants » retenu dans le cadre de l'appel à projet Cosmetosciences permettant de financer un stage de 6 mois.

##### MARKETING / COMMUNICATION

- Renforcement de notre dispositif « salons » : CFIA, COSMET'AGORA, In-Cosmetics, U'Cosmetics, Rencontres Ingrédients COSMEBIO, ...
- Déploiement continu de notre présence sur les réseaux sociaux.
- Création de Beauty Box à thèmes.
- Refonte communication interne (Les actus d'AMI).
- Mise en place de webinars.
- Organisation événement clients sur le thème « Clean is the new Green » mettant en avant nos ingrédients naturels.

##### SERVICES NUMÉRIQUES

- Mise en place de la GED (Gestion Electronique des Documents).
- Déploiement du RGPD (Règlement Général de la Protection des Données).

##### STOCKAGE / CONDITIONNEMENT

- Projet de construction d'un nouveau bâtiment afin de pallier à la saturation de notre bâtiment actuel mais également d'accompagner la croissance continue d'AMI.

NOUS AVONS DONNÉ LA PAROLE A NOS COLLABORATEURS...  
**POUR VOUS QU'EST-CE QUE LA RSE ?  
COMMENT L'INTÉGREZ-VOUS, AU QUOTIDIEN, CHEZ AMI INGRÉDIENTS ?**

Isiss SLILAM *Technico-commerciale & Chef produit BASF COLORS & EFFECTS*

« La RSE est une démarche d'amélioration continue avec un leitmotiv : rendre notre quotidien plus agréable. C'est également soutenir des projets qui ont du sens pour nous, pour l'entreprise et plus globalement pour la société. De manière plus générale, c'est s'interroger, se remettre en question et apporter sa pierre à l'édifice qu'importe sa taille. Je l'intègre en créant des automatismes via des petites actions comme par exemple encourager la réduction de la manutention et des impacts liés au transport en proposant des tarifs par palettes complètes. »



Fabien CAILLAUD - *Assistant achats*



« Pour moi la RSE est l'ensemble de bonnes pratiques pour le développement durable au niveau de l'entreprise. C'est une façon d'être sensibilisé sur ce sujet et de le pratiquer sur le plan personnel. Dans mon quotidien chez AMI, la RSE s'intègre par plusieurs actions : les mugs réutilisables pour le café, les mails internes envoyés sans bandeaux pub, venir en trottinette au travail (quand il fait beau), éviter de trop imprimer de papier. »



## C. EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

### GOUVERNANCE D'ENSEMBLE

- Des groupes de travail sont mis en place pour que chaque collaborateur soit acteur de la transformation de l'entreprise et de son engagement RSE.
- Des indicateurs de performance sont définis pour chaque processus opérationnel.
- L'entretien annuel de fin d'année prévoit pour chaque collaborateur, une évaluation de ses compétences ainsi que son adhésion aux valeurs de l'entreprise.

### RESSOURCES HUMAINES

- Des coachings d'équipe ou individuels sont mis en place en fonction des besoins.
- Participation au programme Academy RH avec la CCI.
- Recrutement de stagiaires et alternants.

### SUPPLY CHAIN

- Réflexion sur la future organisation en Supply Chain Management.
- Suivi et optimisation des rotations par produit et des cadences de commande auprès de notre partenaire BTC.
- Implication des Chefs Produits et des Achats dans l'optimisation de la Supply Chain.

## D. ALIGNEMENT LONG-TERME AVEC LES VALEURS DE L'ENTREPRISE

### GESTION OPTIMISÉE DES RESSOURCES

- Partenariat avec des transporteurs ayant des politiques de maîtrise de leurs émissions de CO<sub>2</sub>.
- Évolution progressive du parc automobile vers essence et/ou hybride.
- Panneaux photovoltaïques sur notre prochain bâtiment.

### PÉRENNISATION DE LA STRUCTURE ET DU MODÈLE

- Contrats de longue durée avec les partenaires producteurs.
- Entrée à l'actionnariat d'AMINOV, holding composée de 6 managers cadres de l'entreprise.
- Mise en place d'un schéma privilégié de transmission capitalistique progressive.
- Mise en place d'un plan de transition managériale.

NOUS AVONS DONNÉ LA PAROLE A NOS COLLABORATEURS...

### POUR VOUS QU'EST-CE QUE LA RSE ? COMMENT L'INTÉGREZ-VOUS, AU QUOTIDIEN, CHEZ AMI INGRÉDIENTS ?



**Galane MORISSE - Comptable et Assistante RH**

« La RSE, c'est réussir à concilier la viabilité économique de la société en identifiant les risques qu'elle pourrait rencontrer afin de les maîtriser : garantir de bonnes conditions de travail tant pour le personnel que pour les divers interlocuteurs et avoir une bonne gestion des ressources afin de mesurer son empreinte environnementale. Certaines actions sont plus faciles à mettre en place : éteindre la lumière, faire le tri, supprimer les mails au maximum, faire du covoiturage. D'autres restent parfois un peu plus compliquées notamment la gestion du papier dans le domaine RH. »



# 03

## A L'ÉCOUTE DE **NOS PARTIES** PRENANTES

### A. NOS CLIENTS

Les clients, au-delà des conditions tarifaires, sont de plus en plus sensibles à la qualité, au support technique, à l'innovation et au respect de critères environnementaux. Le service apporté est un critère différenciant vis-à-vis de la concurrence.



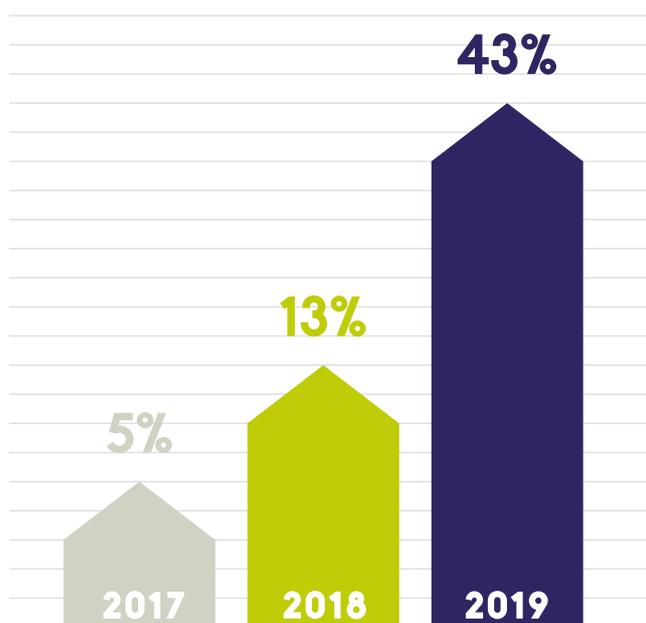
### **ACTIONS DÉJÀ ENTREPRISES**

- Transparence et communication fiable sur les informations liées aux commandes.
- Optimisation des conditionnements et adaptation en fonction des besoins clients.
- Mise en place de la segmentation client afin de prioriser les actions des services supports.
- Développement de nos laboratoires d'application.
- Mise à disposition de notre documentation technique sur une interface web.
- Sensibilisation au groupage des commandes.
- Organisation d'évènements clients.
- Communication avec nos clients par le biais de notre Newsletter AMISCOPE, de LinkedIn, de notre site internet et sur Instagram.
- Promotion des emballages « verts » (fûts kraft).
- Promotion des ingrédients naturels, clean label, des nouveaux modes de consommation.

### > LES MATIÈRES PREMIÈRES

# 56%

DES VOLUMES VENDUS  
CERTIFIÉS COSMOS EN 2019



**% DES VOLUMES VENDUS CERTIFIÉS RSPO**

Dans le cadre de notre partenariat avec BASF, entre juillet 2018 et juillet 2019, le passage sur des grades RSPO nous a permis d'économiser :



1 595 TONNES DE CO<sub>2</sub>

SOIT



45 571 ARBRES PLANTÉS

1 arbre stocke environ 35 kg de CO<sub>2</sub>/an

## > L'ACHAT D'EMBALLAGES

AMI Ingrédients privilégie des emballages performants et respectueux de l'environnement tel que le fût kraft, fabriqué à partir de fibres naturelles ou recyclées. Issu de la filière carton, le fût fibre valorise les ressources naturelles et renouvelables de la forêt et est parfaitement recyclable.

ÉMISSIONS POUR  
UNE TONNE DE PRODUCTION :

1 060 kg de CO<sub>2</sub>



Fût kraft

2 045 kg de CO<sub>2</sub>



Fût métal

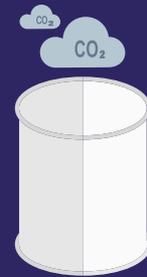
ÉMISSIONS POUR  
LE TRANSPORT D'UN FÛT DE 220L :

9 kg de CO<sub>2</sub>



Fût kraft

31 kg de CO<sub>2</sub>



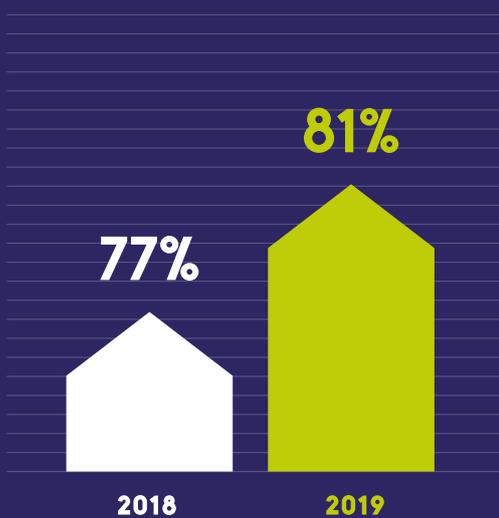
Fût métal

**43%** DE NOS FÛTS UTILISÉS  
EN 2019 SONT EN KRAFT

### OBJECTIF À 5 ANS

AUGMENTER DE 15% L'UTILISATION DES FÛTS KRAFT

% DE COMMANDES LIVRÉES  
À LA DATE DEMANDÉE



### LES LIVRAISONS

- 3.6 TONNES en moyenne par expédition
- Optimisation des livraisons : moins de 4 livraisons dans le mois concernant moins de 9 clients
- 100% des livraisons réalisées par des transporteurs engagés en RSE

### BILAN CARBONE

1,9T ÉQUIVALENT CO<sub>2</sub> GÉNÉRÉ PAR TONNE DE MATIÈRES PREMIÈRES VENDUES

## B. NOS COMMETTANTS

Les commettants recherchent un partenariat de longue durée, leur apportant une croissance régulière et significative, une réduction de leur complexité, une autonomie croissante de leur distributeur et beaucoup de transparence.



### ACTIONS DÉJÀ ENTREPRISES

- Nombreux investissements et actions allant dans le sens d'une complémentarité opérationnelle et une réduction de leur complexité (stockage, conditionnement, échantillonnage).
- Communication sur nos prévisions d'achats et les budgets annuels mis en place avec nos fournisseurs partenaires.
- Regroupement des commandes et achats par palettes complètes.
- Bonne santé financière pour régler nos fournisseurs.

# 8%

DE PRODUITS BASF ACHETÉS  
PLUS D'UNE FOIS DANS LE MOIS

# 55%

DES PRODUITS BASF SONT ACHETÉS PAR  
PALETTE COMPLÈTE EN 2019

### COSMÉTIQUE



### ALIMENTAIRE



N'hésitez pas à nous demander le rapport RSE de nos commettants

## C. NOS ASSOCIÉS ET INVESTISSEURS

Les associés et investisseurs veulent une valorisation de leur investissement et prise de risque, nécessitant développement et sécurisation de l'entreprise, transparence et fonctionnement fluide.



### ACTIONS DÉJÀ ENTREPRISES

- Reporting mensuel d'activité et reporting trimestriel financier.
- Comité stratégique trimestriel entre associés.
- Gouvernance privilégiant la collégialité et l'accord unanime dans les principales décisions.
- Schémas de pérennisation du modèle et de transition managériale et capitalistique.



#### CHIFFRE D'AFFAIRES

2018 : **35.2 M€**  
2019 : **38.2 M€**



#### CHIFFRE D'AFFAIRES GÉNÉRÉ PAR DE NOUVEAUX RÉFÉRENCIEMENTS

2018 : **7.5 %**  
2019 : **10.28 %**

## D. NOS COLLABORATEURS

Les collaborateurs, en plus des besoins essentiels (rémunération et conditions de travail satisfaisantes, sécurisation de l'emploi), sont de plus en plus en recherche d'un épanouissement professionnel impliquant autonomie, prise d'initiative, travail collaboratif, transparence, etc.

### ACTIONS DÉJÀ ENTREPRISES

- Pérennisation de l'emploi.
- Accompagnement dans le développement des compétences.
- Proposition des postes en interne avant recrutements externes.
- Réunions régulières entre les représentants du personnel et la direction.
- Réalisation d'entretiens individuels annuels.
- Plan de formation / coaching lié aux besoins identifiés lors des entretiens individuels de fin d'année.
- Amélioration des conditions de travail.
- Mutuelle et prévoyance pour l'ensemble des salariés.
- Souscription d'un PEE et PERCO pour l'ensemble des salariés.
- Cadeaux de fin d'année.
- Places VIP au Tours Volley Ball pour l'ensemble du personnel.
- Création du Groupe de travail RSE.
- Chèques KADEOS Culture distribués aux collaborateurs en fonction des résultats de l'année.

### EN 2019 ...

**92%**

DES SALARIÉS  
EN CDI

**10.5%**

DE TRAVAILLEURS  
RECONNUS TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

**2.99%**

DE TAUX  
D'ABSENTÉISME

**1**

ACCIDENT DU TRAVAIL  
AVEC ARRÊT

**10%**

DE SAUVETEURS  
SECOURISTES DU TRAVAIL

**70%**

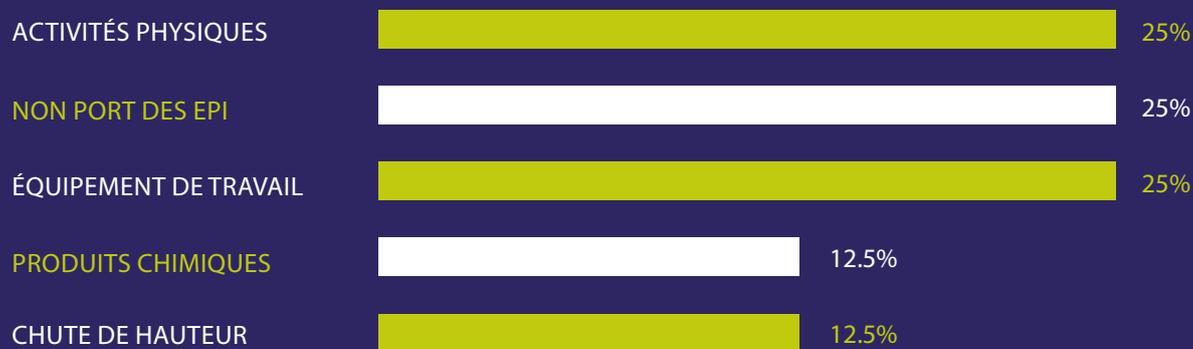
DES FORMATIONS VALIDÉES  
AU PLAN DE FORMATION RÉALISÉES



## > SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL



## > ACCIDENTS/PREMIERS SOINS CAUSÉS PAR :



## > LA PRÉVENTION PAR LA PRÉSENCE TERRAIN



## E. NOS PARTENAIRES FINANCIERS

Les partenaires financiers / banquiers exigent évidemment un respect de nos engagements financiers, mais souhaitent aussi nous accompagner dans notre croissance.

### ACTIONS DÉJÀ ENTREPRISES

- Consolider l'entreprise pour respecter nos engagements auprès des banques.
- Communiquer régulièrement et de manière transparente sur nos résultats et nos projets.

### INDICATEURS 2019



SUIVI DES RÉSULTATS FINANCIERS ET  
COVENANTS TRIMESTRIELLEMENT



RÉUNION POOL BANCAIRE  
BI-ANNUELLE

## F. NOS ADMINISTRATIONS

Les administrations exigent un respect strict de la réglementation et de la transparence sur nos pratiques.

### ACTIONS DÉJÀ ENTREPRISES

- Mise en place d'une veille réglementaire (droit du travail, droit de l'environnement, paiement des cotisations sociales, impôts...) et veille sur nos matières premières.

0

NON  
CONFORMITÉ  
LORS DES CONTRÔLES  
EN 2019



# 04 NOTRE ENVIRONNEMENT

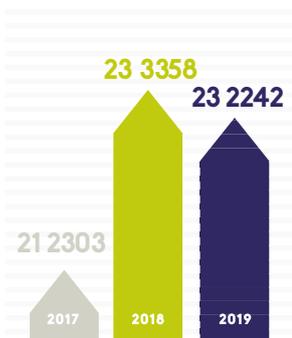


## ACTIONS DÉJÀ ENTREPRISES

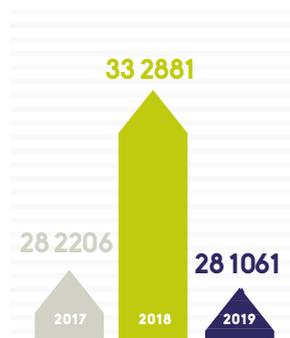
- Emplois solidaires avec des associations d'insertion, de développement local (consultation de la mission locale), d'aide aux personnes en situation de handicap...
- Partenariats locaux afin de diminuer les transports et favoriser l'emploi local.
- Mesure de notre empreinte carbone avec la réalisation de notre bilan carbone en 2011 et la définition d'un plan d'action.
- Sélection et évaluation de nos transporteurs selon des critères de partenariat durable et d'actions sociales.
- Implication auprès de la collectivité territoriale via la participation aux conseils de développement du territoire (Agenda 21).
- Accueil d'élèves du collège pour une découverte du monde de l'entreprise.
- Sponsor pour des événements culturels locaux et des clubs sportifs locaux.
- Stagiaires recrutés dans les écoles de proximité en priorité.
- 9 200 € alloués au mécénat en 2019.

## A. NOS CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

ELECTRICITÉ (kWh)



GAZ (kWh)



EAU (m<sup>3</sup>)



### OBJECTIF À 5 ANS

Réduire de 10% nos consommations électriques

### OBJECTIF À 5 ANS

Supprimer nos consommations en gaz

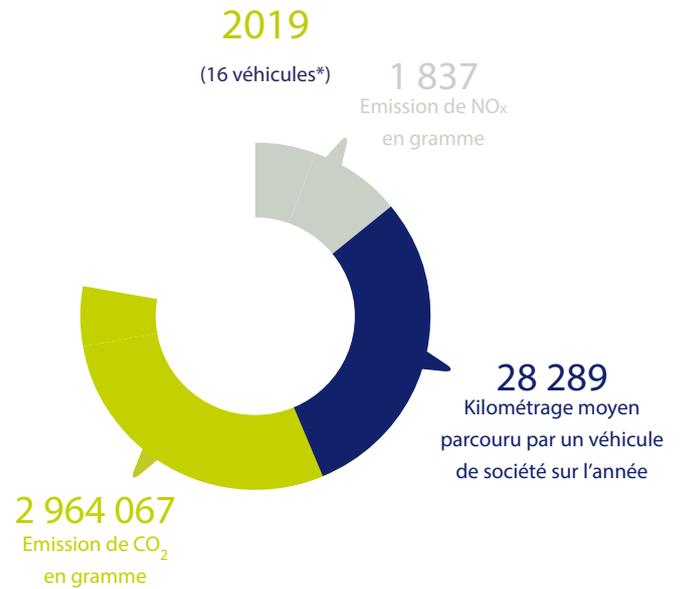
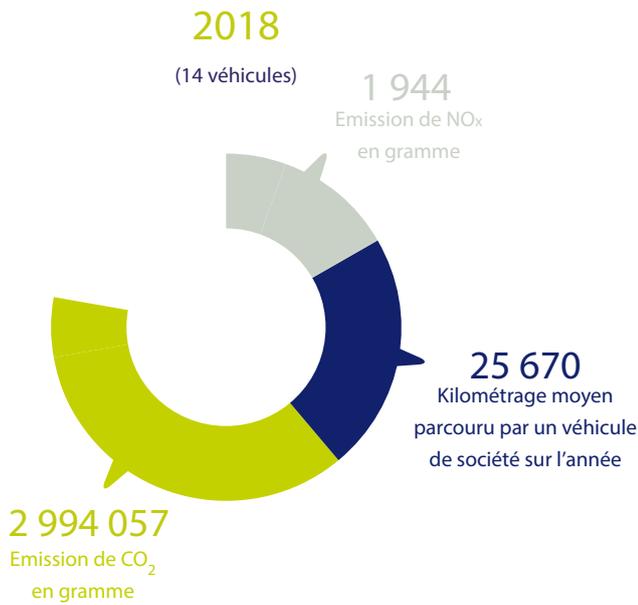
### OBJECTIF À 5 ANS

Maintenir la consommation actuelle malgré la croissance

Comment ?

Installation de panneaux photovoltaïques !

## B. NOS ÉMISSIONS



\*4 véhicules hybrides rechargeables, 1 diesel, 11 essences

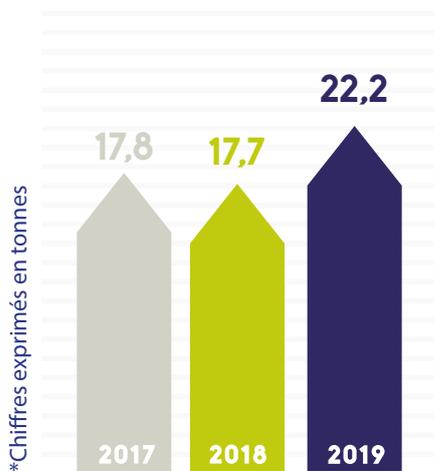


Environ 20% de nos collaborateurs optent pour du covoiturage, un vélo ou encore une trottinette pour venir travailler.



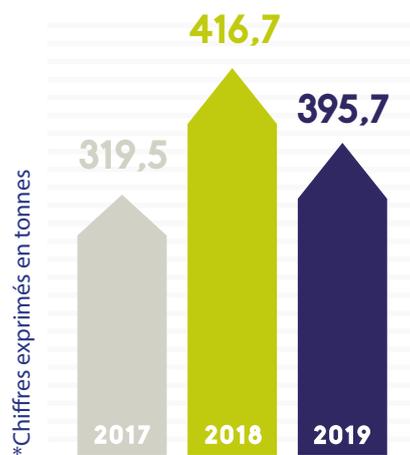
## C. NOS DÉCHETS

### >> LES DÉCHETS DANGEREUX



#### LES DÉCHETS DANGEREUX\*

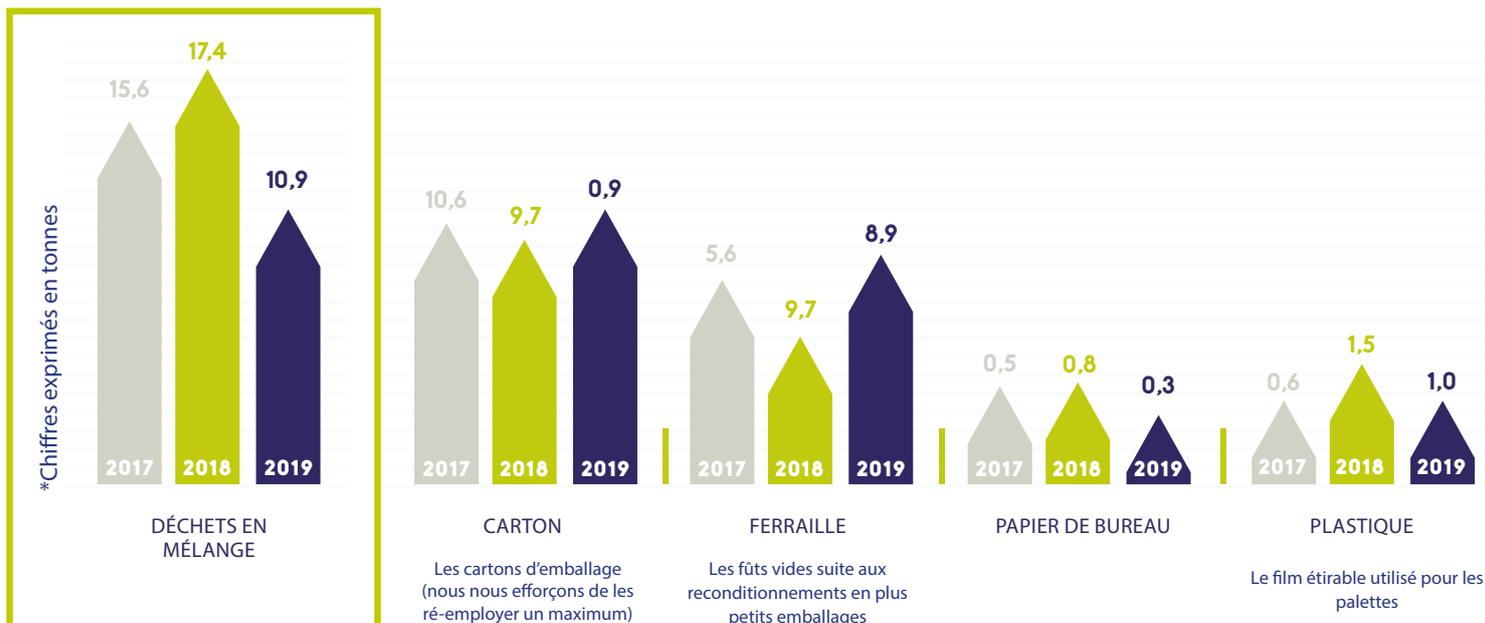
Ce sont les purges (réalisées avant nos conditionnements BPF) et les matières non conformes (emballages abimés, DLUO dépassées...)



#### EAUX DE RINÇAGE\*

Issues de notre Nettoyage En Place (NEP) installé sur notre ligne de conditionnement BPF automatisée

## >> LES DÉCHETS NON DANGEREUX (DND)\*



**43%**

MOYENNE VALORISATION ÉNERGÉTIQUE 2017-2019

**57%**

MOYENNE VALORISATION MATIÈRE 2017-2019

**OBJECTIF À 5 ANS**

Augmenter de 10% la valorisation matière

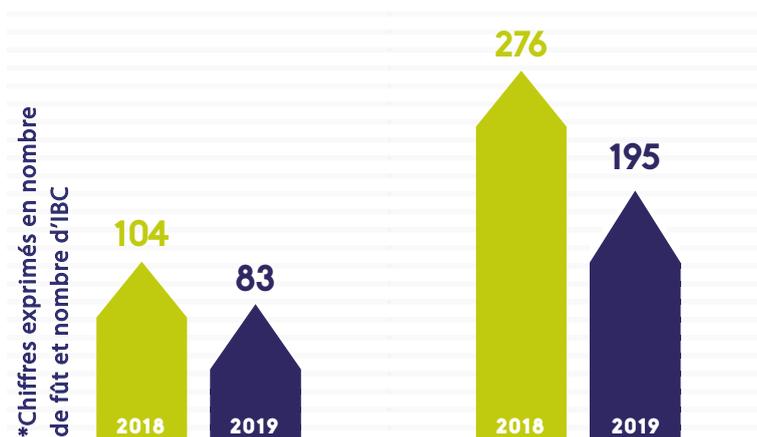
COMMENT ?

Optimiser la valorisation de nos fûts kraft !



LES PALETTES BOIS\*

Nombre de palettes revalorisées en externe



IBC

FÔTS PLASTIQUES

LES EMBALLAGES PLASTIQUES\*



Parmi les DND, nous avons aussi les déchets « bois ». Ce sont nos palettes cassées. Nous faisons intervenir un prestataire qui récupère ce bois pour les réemployer dans la construction de nouvelles palettes ! En 2019, plus de réemploi en interne ce qui justifie cette diminution.



100% de nos emballages sont valorisés. Cette diminution en 2019 est liée au mix produits.

NOUS AVONS DONNÉ LA PAROLE A NOS COLLABORATEURS...  
**POUR VOUS QU'EST-CE QUE LA RSE ?**  
**COMMENT L'INTÉGREZ-VOUS, AU QUOTIDIEN, CHEZ AMI INGRÉDIENTS ?**

Jonathan APREMONT - *Magasinier & Agent de conditionnement*

« Pour moi, la RSE est l'ensemble des actions qui contribuent à la diminution de notre empreinte environnementale comme par exemple la bonne gestion des déchets toxiques, le regroupement des commandes. D'un autre côté, la RSE contribue à favoriser l'économie locale. Mon Eco-geste quotidien est que je prends mon vélo pour venir travailler et que j'effectue le tri des déchets. »



## D. LA BIODIVERSITÉ CHEZ AMI

Chez AMI, nous sommes soucieux de notre empreinte environnementale. Aujourd'hui, 80% des espèces végétales existent grâce à la pollinisation des abeilles qui ont un rôle majeur dans la préservation de la biodiversité. C'est tout naturellement qu'une très grande majorité des collaborateurs AMI ont voté favorablement à l'installation de ruches dans nos locaux.

Depuis septembre dernier, nous cohabitons avec 3 ruches ECOBEE soigneusement implantées dans nos espaces verts.



# 05

## LES TEMPS FORTS 2019

### - LE GROUPE DE TRAVAIL DÉDIÉ À LA RSE

En 2019, AMI a mis en place un groupe de travail dédié à la RSE, composé aujourd'hui de 12 personnes volontaires. L'idée est d'associer des compétences et énergies diverses pour réfléchir, échanger et partager sur la RSE. Il crée une véritable cohésion d'équipe et profite au bien-être de nos collaborateurs.

### - LA SEMAINE DE LA CRÉATIVITÉ ENVIRONNEMENTALE

L'objectif de cette semaine a été d'amener nos collaborateurs, de manière ludique, à la recherche d'alternatives et/ou de solutions à des problèmes environnementaux au travers d'une boîte à idées, d'un mapping RSE... l'occasion de donner place à de nombreux échanges autour de cette thématique !

Cette sensibilisation s'est faite au travers de nombreux challenges :

« Limiter les mails et les pièces jointes en interne »

« Je fais du covoiturage ou j'utilise un mode de transport vert » :

Taux de participation avoisinant les 90%.

Nombre de kilomètres économisés : environ 800 kms sur une journée !

« Zéro déchet plastique » :

Sur environ 90 cafés servis, seulement 5 gobelets jetables consommés.

« Zéro déchet d'emballage » :

70% de nos collaborateurs ont préparé un repas qui engendrait 0 déchet !

### - TROPHÉE INGRÉDIENT DE L'ANNÉE AU CFIA 2019 POUR LE MELTEC®

Lors du CFIA de Rennes, AMI a remporté le prix de l'innovation dans la catégorie Ingrédients & PAI pour le Meltec®, Agent Texturant préconisé en remplacement des sirops de sucres conventionnels.

### - AMI'DAYS « CLEAN IS THE NEW GREEN »

En 2019 notre événement client avait pour thème la naturalité avec la mise en avant de différents concepts de beauté éco-responsables.

### - JOURNÉE DÉTENTE AMI À LOCHES

Le 27 septembre 2019, nous nous sommes tous retrouvés pour une journée placée sous le signe de la découverte et de la gourmandise à Loches. Après une balade sensorielle retraçant l'histoire de la ville, nous avons profité d'un bon déjeuner à L'Entracte avant de nous rendre à la Confiserie Allard où nous avons appris à confectionner des sucettes et autres berlingots.



# 2019

# 06

## ET POUR 2020 ?

- PREMIÈRE RÉCOLTE DE  
MIEL DE NOS RUCHES

- INSTALLATION D'UN  
POTAGER PARTICIPATIF

- MISE EN PLACE D'ACHAT  
GROUPE DE FRUITS ET LÉGUMES,

- MISE EN PLACE D'UNE  
BIBLIOTHÈQUE PARTICIPATIVE

- VÉGÉTALISATION  
DE NOS LOCAUX

- MISE EN PLACE  
D'UN TRI SÉLECTIF

- CONSTRUCTION DU  
NOUVEAU BÂTIMENT ECO RESPONSABLE

- MISE EN PLACE DE LA GED  
(GESTION ÉLECTRONIQUE DES DOCUMENTS)



# 2020

Ce rapport est construit selon les lignes directrices G4 du GRI pour les points listés ci-dessous :

CODE	DESCRIPTION	PAGE
G4-1	Provide a statement from the most senior decision-maker of the organisation about the relevance of sustainability to the organisation and the organisations strategy for addressing sustainability.	2, 6
G4-2	Provide a description of key impacts, risks & opportunities.	6
G4-3	Report the name of the organisation.	2, 4, 6
G4-4	Report the primary brands, products & services.	6
G4-5	Report the location of the organisations HQ.	6
G4-7	Report the nature of ownership and legal form.	6, 13
G4-8	Report the markets served (including geographic breakdown, sectors served and types of customers and beneficiaries).	6
G4-9	Report the scale of the organisation (including Total number of employees, Total number of operations, Net sales, Quantity of products or services provided).	11-16
G4-10	Report the total number of permanent employees by employment type and gender. Report the total workforce by region and gender.	14-15
G4-12	Describe the organisations supply chain.	6, 8, 10
G4-14	Report whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organisation.	6
G4-15	List externally developed economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organisation subscribes or which it endorses.	7
G4-24	Provide a list of stakeholder groups engaged by the organisation.	11-16
G4-27	Report key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organisation has responded to those key topics and concerns, including through its reporting.	11-16
G4-28	Reporting period for information provided.	1
G4-29	Date of the most recent previous report.	Rapport 2018
G4-31	Provide the contact point for questions regarding the report or its contents.	24
G4-34	Report the governance structure of the organisation, including committees of the highest governance body. Identify any committees responsible for decision making on economic, environmental and social impacts.	6
G4-42	Report the highest governance body's and senior executives roles in the development, approval, and updating of organisations purpose, value or mission statements, strategies, policies and goals related to economic, environmental and social impacts.	8, 10
G4-45	a) Report the highest governance body's role in the identification and management of economic, environmental and social impacts, risks and opportunities. b) Report whether stakeholder consultation is used to support the highest governance body's identification and management of economic, environmental and social impacts, risks and opportunities.	11-16
G4-56	Describe the organisation's values, principles, standards and norms of behavior such as codes of conduct and codes of ethics.	6
EN15	Report gross direct (Scope 1) GHG emissions in metric tons of CO2 equivalent, independent of any GHG trades, such as purchases, sales, or transfers of offsets or allowances.	11, 12, 18
EN23	Report the total weight of hazardous and non-hazardous waste, by the following disposal methods : Recycling , Landfill	18-19
LA6	Report types of injury, injury rate (IR), occupational diseases rate (ODR), lost day rate (LDR), absentee rate (AR) and work-related fatalities, for the total workforce (that is, total employees plus supervised workers).	14-15
LA9	Report the average hours of training that the organisation's employees have undertaken during the reporting period, by : Gender, Employee category.	14-15



La Responsabilité Sociétale des  
Entreprises  
ECOCERT - Note 2019 : 77%



RAPPORT

# RSE 2019

#AMI\_RSE

#ENGAGEMENT

#RESPONSABLE

#NATURALITÉ

#ÉTHIQUE

#EXEMPLARITÉ

#RESPECT

#TRAVAIL D'ÉQUIPE

#AMI\_RSE



[www.ami-ingredients.fr](http://www.ami-ingredients.fr)