

# LA POPSTORY CONTINUE...

---

## 2025

Notre aventure n'est pas terminée. Nous avons déjà mille et un projets. Avec nos équipes et nos clients, pour nos consommateurs et notre planète.

**NOUS IMAGINONS DÉJÀ 2025**

3



## ENSEMBLE !

Parce que chaque salarié est avant tout un consommateur responsable et un citoyen soucieux de l'environnement, il est naturellement l'acteur principal de notre démarche RSE.

Chez Refresco, ensemble on va plus loin, ensemble on prépare 2025.





Tous les jours nos valeurs nous permettent de renforcer nos engagements avec un seul objectif : se challenger pour faire de Refresco une entreprise référente en matière de responsabilité sociétale aujourd'hui et pour les années à venir.

Emilie Isenbart, Directrice Qualité, Environnement et RSE

# AMÉLIORER ENCORE LA QUALITÉ DE NOS PRODUITS

## DÉVELOPPER NOS FILIÈRES FRUITS

### « Pur jus de pomme bio, origine France »

D'ici à 2025, Refresco s'engagera sur un contrat de 10 millions de litres sur la filière.

### « Pur jus d'ananas Bio, origine Côte d'Ivoire »

A l'image de notre partenariat au Burkina Faso pour la production de mangues, nous souhaitons nouer un partenariat avec une ONG. D'ici 2025 nous avons pour ambition de réaliser 80% de nos volumes pur jus ananas avec la Côte d'Ivoire.

## CONTINUER D'AMÉLIORER LE PROFIL NUTRITIONNEL DE NOS BOISSONS

Les équipes R&D apporteront une réduction de sucre supplémentaire de 10% tout en conservant la saveur des boissons et le plaisir du consommateur.

Nous encouragerons le déploiement des jus désucriés à hauteur de 4 millions de litres.

10% du volume de nos boissons toutes catégories confondues posséderont un nutriscore A ou B d'ici 2025. 35% auront un nutriscore égale à C.

# 2025





*Les filières nous permettent, grâce à un engagement sur plusieurs années, de donner de la visibilité à nos partenaires. Ils peuvent ainsi investir pour une agriculture plus durable.*

*Au final, nous pouvons offrir des produits de Qualité et plus responsables, tout en assurant une parfaite traçabilité. De quoi répondre aux attentes des consommateurs.*

Jean-Emmanuel Chantre, Directeur Commercial & Innovation

## 85% DE RPET

Grâce à l'engagement de nos clients, plus de la moitié de notre production de bouteilles PET contiendra du PET recyclé d'ici 2021. En 2025 85% de notre production de bouteilles PET intégrera du PET recyclé.

La participation des consommateurs aux gestes de tri sera indispensable pour tenir cet objectif et nous soutiendrons nos clients dans la mise en place de consignes à l'image de la consigne mise en oeuvre par Système U en 2020.

### DÉPLOYER LE BOUCHON SOLIDAIRE DE SA BOUTEILLE

En 2021 nous commencerons la production de bouteille PET avec le bouchon solidaire. 100 % de bouteilles seront équipées du bouchon solidaire en 2025.

## MIEUX MAITRISER NOS CONSOMMATIONS

Poursuivre la modernisation de nos outils de production et plus généralement de nos infrastructures pour réduire nos consommations à leur strict nécessaire.

Déployer des systèmes d'informations sur les lignes pour une meilleure gestion des flux.

### UNE STATION DE MÉTHANISATION SUR LE SITE DE MARGÈS

Après un premier site industriel équipé de cette technologie à Le Quesnoy (59), le site de Margès (26) sera doté d'un système d'épuration des effluents par méthanisation en avril 2022.



*Sur le chemin de l'excellence opérationnelle et de la recherche de performances durables, nous investissons continuellement sur notre outil industriel pour répondre à un marché en perpétuel mouvement tout en réduisant l'utilisation de nos énergies et en minimisant l'impact de nos activités sur l'environnement.*

Stéphane Deliessche, Directeur industriel.

## POUR SUIVRE LA RÉDUCTION DE NOS ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub>

Non seulement nous souhaitons mutualiser davantage les commandes pour optimiser chaque transport, mais aussi renforcer l'utilisation de moyens de transport à énergie verte.

D'ici 2025, nous doublerons nos envois par transport multimodal, grâce à des camions roulant au biogaz pour Refresco.

# 2025





*Nous avons plus que jamais un rôle important à jouer pour réduire l'impact environnemental de notre activité. Ce n'est pas seulement au travers de la multiplication des projets logistiques visant à réduire nos émissions de CO<sub>2</sub>, mais également par une prise en compte des impacts environnementaux lors des décisions quotidiennes de nos équipes Supply et avec nos clients. Nous devons proposer des solutions toujours plus « Lean & Green ».*

**Benoît Parent, Directeur Supply Chain.**

## DES RELATIONS DE TRAVAIL LIBRES ET POSITIVES

Développer un environnement de travail où les collaborateurs se sentent responsables et épanouis est un objectif que nous poursuivons depuis toujours. Nous poursuivrons l'animation de notre démarche de libération des énergies : libérer les organisations, les actions, la parole grâce à un management centré sur la confiance (crédibilité, respect et équité).

Pour cela nous créerons des occasions propices au développement de relations authentiques et conviviales.

### DES CONDITIONS DE TRAVAIL EXEMPLAIRES

Proposer des espaces de travail encore plus sûrs, plus ergonomiques et toujours agréables.

D'ici 2025 nous souhaitons offrir à nos collaborateurs des espaces de travail tempérés sur l'ensemble des nos sites. Nous engagerons, une fois par an sur chacun de nos sites, une démarche ergonomique visant à améliorer les conditions de travail.



## RENFORCER NOTRE ENGAGEMENT TERRITORIAL

Refresco s'inscrit dans une démarche de partage de richesses et de compétences en soutenant des actions sociales sur les territoires dans lesquels nous sommes présents.

D'ici à 2025, nos objectifs seront de :

- soutenir des causes nationales au travers d'actions de mécénat en lien avec les priorités sociétales de Refresco : Terra Isara, Fondation Ardouvin, Break Poverty
- développer, sur chaque territoire de nos sites, un partenariat auprès d'associations en lien avec la pauvreté ou l'aide à la jeunesse.



*Agile, Entreprenant, Responsable, Excellent et Passionné. Ce sont nos valeurs. C'est notre richesse. Notre responsabilité est de les cultiver, les renforcer, les développer chez chacun de nos collaborateurs. Ces valeurs sont le moteur de notre POPstory.*

Luc Létoublon, Directeur des Ressources Humaines