

Entreprise à mission *



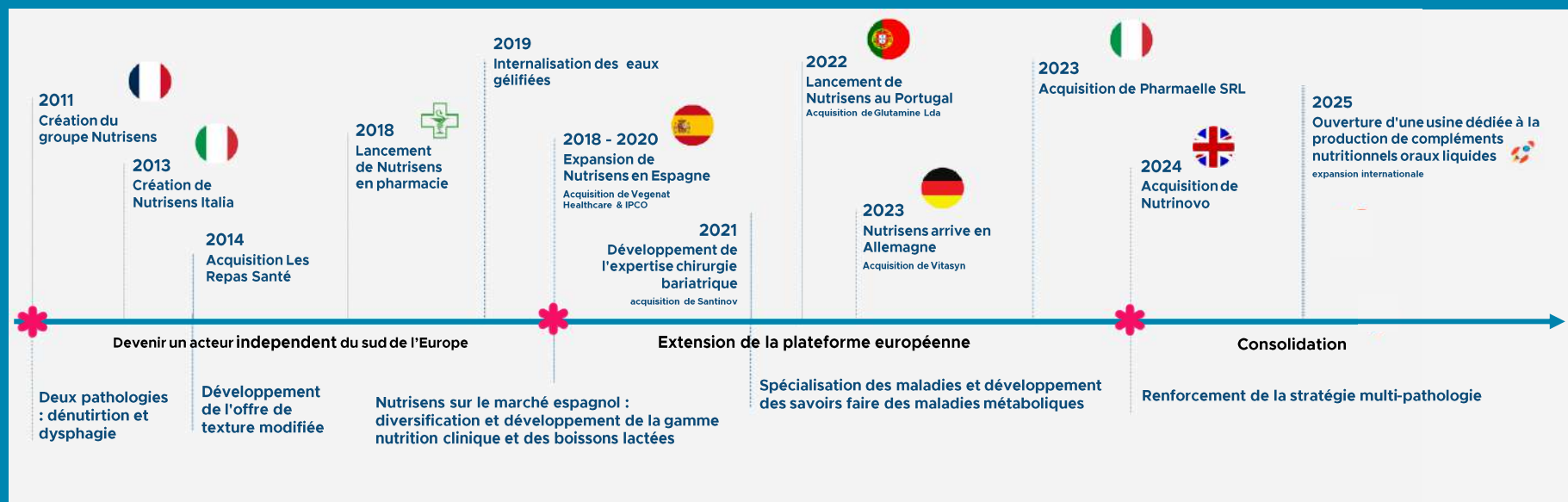
RAPPORT DE MISSION 2025



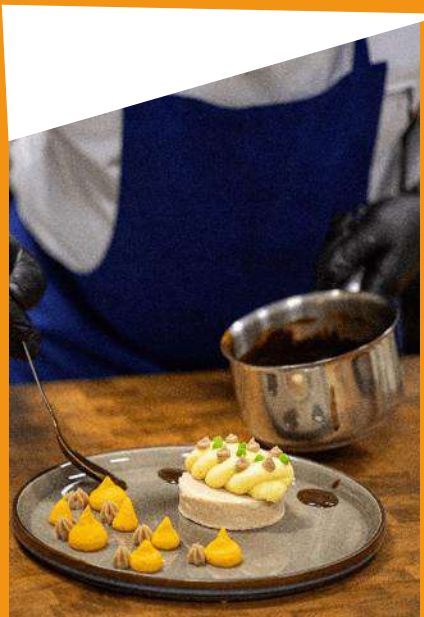
Notre Histoire au fil des années : “être présent partout où se trouve le patient en France et à l’international”

En l’espace de 13 ans, pour satisfaire toujours davantage nos clients et leurs besoins, nous sommes passés d’une PME française à une ETI européenne.

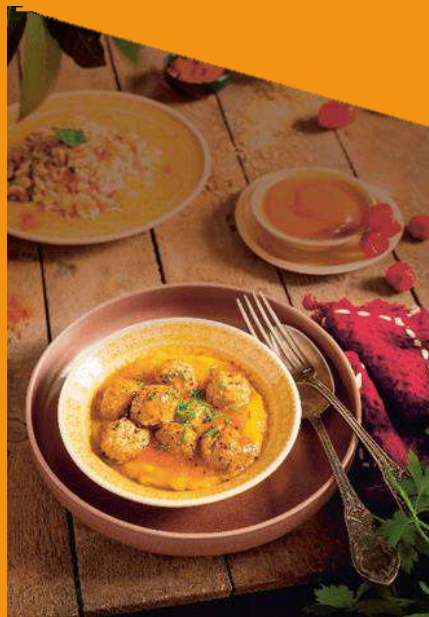
Forts de notre stratégie d’acquisition, nous n’avons cessé de développer nos compétences et notre expertise afin de toujours mieux répondre à nos clients et à leurs besoins.



Des solutions nutritionnelles toujours plus personnalisées et spécifiques.



**Textures
modifiées**



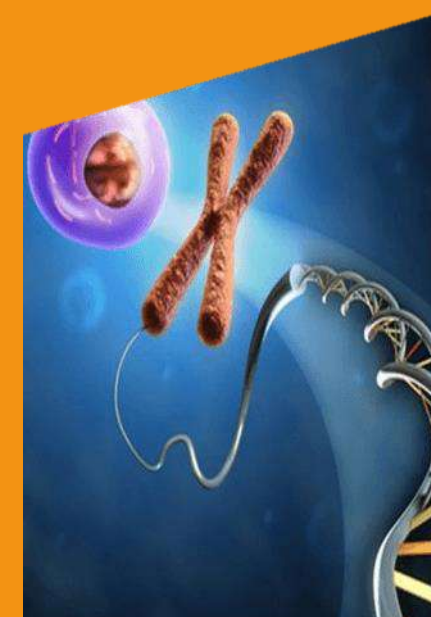
**Régimes
« Sans »**



**Complémentation
Nutritionnelle Orale**



**Complémentation
Nutritionnelle
Spécifique orale et
entérale**



**Supplémentation
maladies
métaboliques rares**



“

Créé en 2011 en région lyonnaise, nous n'avons cessé de développer nos compétences et notre expertise pour devenir l'acteur européen multi-spécialiste des pathologies.

”



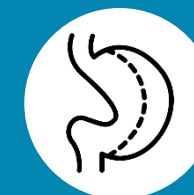
DENUTRITION



DYSPHAGIE



CICATRISATION



CHIRURGIE
BARIATRIQUE



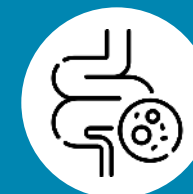
ALZHEIMER



STRESS
METABOLIQUE



ALLERGIES
ALIMENTAIRES



TROUBLE
DU TRANSIT



MALADIES
METABOLIQUES
RARES

Présent sur l'ensemble du parcours patient.



Hôpitaux
Cliniques

90%
De présence



Médico-social

80%
De présence



Grossistes
et distributeurs

**Couverture
européenne**



Pharmacie

8000
Pharmacies



Domicile

**Boutique en ligne
Portage à domicile**



Nous sommes garants de nos propres productions.

SITES DE PRODUCTION :

France & Espagne

* **Siège de l'entreprise**

CHAPONOST (région lyonnaise)

AUTUN | Produits déshydratés | ISO 22000, Bio

BADAJOS | Nutrition clinique | BRC, ISO9000, ISO 14000

BEAUNE | Textures modifiées fraîches et eaux gélifiées | ISO 22 000

CARENTAN | Textures modifiées fraîches | ISO9001, Bio

LOUDUN | Plats stérilisés | Bio, Afdiag

MALIGNY | Produits déshydratés et conditionnement | IFS, Bio

1 site partenaire certifié IFS / BIO

Laiterie COLLET | Crèmes lactées

Nos chiffres clés.

UNE CROISSANCE EUROPEENNE FORTE

Pour satisfaire toujours davantage nos clients et leurs besoins, nous sommes passés d'une PME Française à une ETI Européenne.

- 6 Filiales : France, Italie, Espagne, Portugal, Allemagne et UK
- Plus de 500 collaborateurs à travers l'Europe
- 185 Millions d'€ en 2024, dont près de 50% à l'international
- 10.000 clients dans 30 pays dans le monde
- Un chiffre d'affaires multiplié par 10 en 10ans



En 2024 :



devient



ENTREPRISE
À MISSION

Le statut de société à mission a été introduit par la loi Pacte et permet aux entreprises d'affirmer leurs raisons d'être, à travers l'inscription dans leurs statuts d'objectifs sociaux et environnementaux qu'elles se donnent pour mission de poursuivre dans le cadre de leurs activités.



“

Multi-spécialiste européen de la nutrition médicale, NUTRISENS a lancé en 2022 une démarche responsable visant à agir positivement sur la société et notre planète.

L'année 2024 a été une année fondatrice pour Nutrisens. En devenant officiellement Entreprise à Mission, nous avons franchi une étape structurante, tout en restant fidèles à notre vocation première : œuvrer pour une nutrition au service des patients concernés par des besoins spécifiques.

Ce premier rapport du Comité à Mission marque un nouveau chapitre. Il reflète une dynamique en mouvement, portée par l'ensemble du Groupe, dans un esprit d'actions, de cohérence et d'engagements partagés.

”



Georges DEVESA, PRÉSIDENT

Paroles du Président sur le Comité de Mission.

1. Une gouvernance mobilisée

“ Le Comité de mission a joué un rôle clé dans le suivi régulier et rigoureux des indicateurs liés à nos engagements. Il a su faire preuve d’une exigence utile, en challengeant nos approches, nos priorités, et notre manière de rendre compte. Ce travail collectif a permis d’installer une dynamique de pilotage sérieuse, sans prétendre que tout est figé ou définitif. Comme pour toute démarche ambitieuse, il s’agit d’un processus progressif, qui gagne en maturité mais dont l’intention et la méthode sont déjà bien affirmées. ”



2. Des signaux clairs et une dynamique prometteuse

“ Ce qui ressort très nettement de cette première année, c’est la mobilisation rapide et spontanée des équipes. Sur l’ensemble du périmètre, y compris à l’international, la mission est devenue un langage commun, un levier de priorisation, et parfois même une source de fierté. Les chiffres sont là pour nous inciter à progresser, pour nous guider, et surtout pour éviter que la mission ne reste théorique. Le plus important aujourd’hui, c’est que les projets avancent, que les indicateurs soient suivis avec sérieux, et que la culture de l’impact s’ancre durablement dans notre modèle de développement. ”

3. Une mission qui fait bouger les lignes

“ Cette année nous révèle également que la mission n'est pas simplement un engagement éthique. Elle redonne du sens à notre modèle d'affaires, en le connectant davantage aux attentes sociétales et environnementales, et en générant de nouveaux arbitrages dans nos choix stratégiques. C'est une démarche vivante, parfois exigeante, mais surtout structurante : elle nous oblige à mieux relier ce que nous faisons à ce que nous voulons incarner, à oser, à clarifier, et à fédérer autour d'une ambition partagée. ”



4. Perspectives : agir avec toujours plus de profondeur

“ L'année 2025 nous invite à renforcer cette dynamique. En plus du suivi annuel, nous commencerons à préparer nos trajectoires de moyen terme, post-2025, avec l'objectif d'élargir notre impact tout en gardant l'agilité de nos débuts.

Nous veillerons à ce que cette montée en puissance reste fidèle à l'esprit de notre mission : lucide, pragmatique, mais toujours orientée vers l'action utile. ”

5. Dans une ambition collective

“ Je souhaite remercier très chaleureusement les membres du Comité pour leur implication, les équipes Nutrisens pour leur mobilisation concrète, et tous ceux qui contribuent, chaque jour, à faire vivre cette mission.

Notre ambition est claire : améliorer la santé des personnes notamment des plus fragiles. Et si cette mission nous pousse à progresser, à évoluer, à nous remettre en question, elle nous donne aussi une force nouvelle : celle d'agir avec cohérence, responsabilité et enthousiasme. ”

Le rôle et les attentes du Comité de Mission.

Le comité de mission est l'organe de gouvernance chargé du suivi de l'exécution de la mission.

Véritable organe de gouvernance, il est chargé de suivre l'exécution de notre mission. Composé de **9 membres internes et externes**, il est renouvelé tous les 2 à 3 ans.

Le comité se réunit **3 fois par an** pour évaluer l'efficacité de nos actions sociales et environnementales.



Le Comité nous **accompagne** dans l'écriture et le suivi de nos ambitions. Nous comptons aussi sur lui pour nous **conseiller**, **nous challenger** et faire vivre notre culture d'agilité, d'innovation et de bienveillance qui caractérise Nutrisens.

Réfléchir aux **meilleures stratégies** à adopter, afin de toujours mieux répondre à notre mission et à notre raison d'être.

Notre Comité de Mission.

Composé de membres internes et externes à l'entreprise, experts dans leur domaine :



Georges DEVEZA,
Président de Nutrisens



Sophie MERIGOT,
Déléguée Générale de la fondation HCL



Carine DELAYRE-ORTHEZ,
Directrice du Collège Santé UniLaSalle Beauvais



Audrey BRET,
Directrice QHSE / RSE Groupe



Paul-Maurice MOREL,
Président bénévole de la Fondation Paul Bocuse



Jean-Luc ANGELIS,
Directeur de la Fondation Recherche Alzheimer



Lucie BORJON,
Directrice Marketing France



Dominique BLANCHIN,
Consultant Nutrition
Santé



Nathalie SALLES,
Gériatre

Un petit mot.



Sophie MERIGOT,
Déléguée Générale de la fondation HCL

« Au vu du professionnalisme des équipes à travailler sur les différents items de l'entreprise à mission et au vu de la rapidité avec laquelle elles avancent, on se rend bien compte que le Groupe s'était déjà emparé de toutes ces questions. S'inscrire dans le cadre de l'entreprise à mission porte une ambition plus grande encore d'avancer sur ces sujets et de vocation à fédérer les équipes dans une dynamique très positive et vertueuse avec toujours au cœur des préoccupations, le volet patients, central dans la mission de Nutrisens »

« Dans le cadre de l'entreprise à mission, Nutrisens s'est engagé dans une réflexion sur l'ensemble du cycle de vie du produit : des approvisionnements plus durables chez leurs fournisseurs qui seront sensibilisés à la démarche jusqu'à la conception éco-responsable de leurs emballages et la réduction de leur quantité. »



Carine DELAYRE-ORTHEZ,
Directrice du Collège Santé UniLaSalle
Beauvais



Dominique BLANCHIN,
Consultant Nutrition
Santé

« Le statut d'entreprise à mission chez Nutrisens n'a pas introduit une rupture, mais a renforcé une exigence déjà présente. Impact et innovation sont pensés simultanément. La mission, autrefois intuitive, s'est institutionnalisée. Elle guide les décisions, se mesure et engage collectivement. Le mot même a changé de nature : il est devenu un moteur d'action. L'élan initial a été fort ; il faut désormais inscrire cette dynamique dans un rythme d'évolution durable »

Un petit mot.



Jean-Luc ANGELIS,
Directeur de la Fondation Recherche
Alzheimer

« Au regard de la cohérence entre le discours et les actions observées sur le terrain, il est évident que Nutrisens s'est pleinement engagée dans la démarche de l'entreprise à mission. Cette dynamique se traduit par une volonté collective forte et une pédagogie partagée à tous les niveaux de l'organisation, du site de production à la direction. Le véritable défi résidera désormais dans la capacité à préserver cette exigence éthique dans la croissance à venir, sans jamais perdre le sens qui anime aujourd'hui l'ensemble des équipes. »

« S'engager dans une mission, c'est allier exigence et clarté dans nos objectifs, des valeurs fortes portées par Paul Bocuse. Chez Nutrisens, cela se traduit par une volonté collective de concevoir des réponses justes, concrètes et utiles. Chaque projet est le fruit d'un travail collectif, nourri par l'écoute du terrain, avec une attention constante à la valeur nutritionnelle et à l'impact réel pour les patients »



Paul-Maurice MOREL,
Président bénévole de la Fondation Paul
Bocuse



Nathalie SALLES,
Gériatre

« La démarche de Nutrisens se distingue par une réelle prise en compte des besoins liés à l'avancée en âge. Les projets sont construits avec sérieux, en s'appuyant sur des observations concrètes du terrain. Cette attention aux réalités cliniques, à la faisabilité comme à l'impact, montre une volonté de s'adresser aux publics les plus fragiles avec pertinence et personnalisation. Ce positionnement, à la fois pragmatique et attentif, est particulièrement important dans un domaine où la justesse des réponses fait toute la différence. »

Un petit mot.



Georges DEvesa,
Président de Nutrisens

« Devenir une entreprise à mission n'a pas été une transformation de l'entreprise mais simplement un acte qui met des mots sur ce que nous entreprenons depuis toujours et qui nous engage à poursuivre et à communiquer sur ce que nous faisons pour que d'autres entreprises nous suivent. »

« Le Comité de Mission de Nutrisens est un lieu d'échanges et de débats parfois passionnés mais constructifs. Après plus d'un an, la dynamique de l'Entreprise à Mission est réelle, et nous a permis de structurer et aussi d'accélérer une démarche qui avait déjà éclos au sein de Nutrisens. La diversité des profils des membres du Comité nous permet d'interagir sur tous les types de sujets RSE, de l'environnement à la santé, en passant par l'implication des collaborateurs. Elle nous pousse également à approfondir certaines de nos réflexions, ce qui renforce l'engagement de Nutrisens envers nos patients et consommateurs. »



Audrey BRET,
Directrice QHSE / RSE Groupe



Lucie BORJON,
Directrice Marketing France

« Cette première année en tant qu'entreprise à mission a structuré et consolidé nos initiatives en matière de communication, de projets d'observance et de partenariats. Elle a également renforcé notre engagement aux côtés des professionnels de santé dans une logique de co-construction, d'écoute et de service. Elle nous invite à aller plus loin, en innovant et en renforçant nos liens avec les acteurs de santé »



Notre raison d'être :

“

Améliorer la vie des personnes fragilisées avec les solutions nutritionnelles les plus adaptées.

”

Nos piliers RSE.

Nous incarnons déjà les valeurs de notre Entreprise à mission.

Parce que nous souhaitons réduire l'impact de nos activités sur la société & l'environnement et contribuer positivement aux Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies, NUTRISENS s'engage dans une *démarche de responsabilité sociétale* au travers de sa feuille de route 2022-2025.



Améliorer la santé des personnes, notamment des plus fragiles



Agir pour réduire notre impact sur l'environnement, la biodiversité et le réchauffement climatique



Co-construire notre projet sociétal, avec notre écosystème et nos collaborateurs

Nos Objectifs RSE.



Améliorer la santé des personnes, notamment des plus fragiles

Partager partout le même niveau de qualité et de sécurité apporté par nos produits en adoptant les plus hauts standards de l'industrie,

Innover pour redonner le plaisir de manger aux personnes fragiles,

Apporter notre expertise au travers d'actions de communication, sensibilisation et de formation auprès de nos clients.

Agir pour réduire notre impact sur l'environnement, la biodiversité et le réchauffement climatique

Réduire l'impact de nos sites de production sur l'environnement et les ressources existantes,

Eco-concevoir notre offre,

S'engager dans la lutte contre le réchauffement climatique et la protection de la biodiversité tout au long de notre chaîne de valeur.

Co-construire notre projet sociétal, avec notre écosystème et nos collaborateurs

Développer les collaborations internes et faire grandir nos équipes,

Mobiliser notre écosystème pour co-construire des solutions innovantes.

Permettre à nos collaborateurs d'être acteurs de leur bien-être et du projet sociétal de NUTRISENS,

Améliorer la santé des personnes, notamment des plus fragiles.

Objectifs	Indicateurs	Cible	Avancement 2024	Résultats
Partager partout le même niveau de qualité et de sécurité apporté par nos produits en adoptant les plus hauts standards de l'industrie	Taux de réclamation client produit	Diminution de 5% par an dès 2025	Deux axes de travail prioritaires	✓
	Certification GFSI de nos sites de production	4 sites dans 3 ans (2028)	2 sites certifiés	✓
Innover pour redonner le plaisir de manger aux personnes fragiles	Nombre de projets visant à améliorer l'observance	Etat des lieux en 2024 et définition de la trajectoire	Trajectoire définie pour 2026	✓
Apporter notre expertise au travers d'actions de communication, sensibilisation et de formation auprès de nos clients	Nombre d'actions de communication	Augmentation de 5% par an	+ 5% Ajout de critères qualitatifs au jalon	✓



Taux de réclamation client produit

Chez NUTRISENS, le taux de réclamation produit est pour nous un *indicateur clé* au sein du groupe pour évaluer la qualité perçue de nos solutions et notre capacité à répondre aux attentes de nos clients et de nos patients. Il reflète directement la fiabilité de nos processus et l'attention portée à chaque étape de notre production.

En **2024**, nous avons mené d'importants travaux afin de fiabiliser toujours plus les textures de nos produits, ce qui garantit la sécurité pour nos consommateurs dysphagiques.

Cela confirme la pertinence de nos choix d'innovation et d'écoute active du terrain, dans un marché très exigeant en matière de nutrition clinique. En Italie, la structuration qualité a également contribué à mieux piloter la satisfaction client et à renforcer l'adhésion à nos

solutions.



Chaque réclamation reçue est systématiquement analysée afin de déclencher rapidement des actions correctives et d'inscrire les retours clients dans une dynamique d'amélioration continue.

En **2025**, nous continuerons de faire de la qualité et de l'écoute client un levier stratégique pour accompagner durablement la confiance et la fidélité de notre écosystème.

Certification GFSI de nos sites de production



Chez NUTRISENS, garantir un haut niveau de qualité et de sécurité est au cœur de notre mission, car nos produits s'adressent aux publics les plus vulnérables. En 2024, nous avons renforcé notre engagement en matière de sécurité alimentaire, en alignant nos sites industriels sur les standards reconnus par le Global Food Safety Initiative (GFSI).

Nos sites traduisent cet engagement d'excellence : Beaune, Autun, Carentan et Loudun sont certifiés ISO 22000, tandis que Maligny (France) et Badajoz (Espagne) sont certifiés IFS.

Cette dynamique rigoureuse vient confirmer la robustesse de nos systèmes qualité et illustre notre capacité à garantir des produits de qualité tout au long de notre chaîne de valeur.

En consolidant nos certifications, nous renforçons chaque jour la confiance de nos clients et de nos partenaires, en France comme à l'international.

En **2025**, nous poursuivrons cet engagement avec la volonté de maintenir un niveau d'exigence élevé pour mieux protéger les plus fragiles.



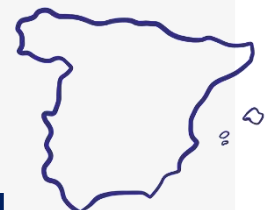
Nombre de projets visant à améliorer l'observance

L'observance nutritionnelle constitue un levier essentiel pour renforcer l'efficacité de nos produits et soutenir la santé des patients sur le long terme.

En **2024**, nous avons engagé plusieurs projets en France visant à améliorer l'observance des solutions disponibles pour les patients. Par exemple, nous avons testé l'amélioration de l'observance apporté par un format novateur de CNO sous forme de biscuits hyper-protéinés et hypercaloriques et déclinés en des saveurs variées et appétissantes.

Par ailleurs, nous sommes en projet d'innovation pour améliorer l'observance d'eaux gélifiées pour personnes dysphagiques.

En Italie, plusieurs études cliniques ont été initiées en hôpitaux pour évaluer l'impact de nouvelles textures sur l'adhésion des patients hospitalisés.



En Espagne, Le produit Nutri Dens, un CNO dédié aux personnes atteintes de troubles de la déglutition a été plus largement évalué auprès des patients.

À travers ces initiatives, notre objectif est de poursuivre le développement de solutions innovantes pouvant améliorer le bien être des patients.

En **2025**, une trajectoire claire se dessine : capitaliser sur ces retours pour accompagner le développement progressif de solutions nutritionnelles toujours plus ciblées, dans des formats adaptés et avec un niveau de qualité renforcé.



Nombre d'actions de communication

En **2024**, nous avons intensifié nos actions de communication en France et en Espagne pour renforcer la visibilité de nos solutions nutritionnelles et sensibiliser aux enjeux de santé.

En France, en regroupant nos actions marketing, nous avons réalisé plus de 500 actions sur l'année, combinant publications sur les réseaux sociaux, emailings, webinaires, interventions en congrès, stands animés, et d'autres diverses initiatives

En Espagne, nous avons poursuivi notre déploiement avec plus de 100 actions consolidant notre notoriété sur le marché et renforçant nos liens avec les professionnels de santé, notamment via les réseaux sociaux, congrès et plateformes digitales.

Toutefois, face à cette dynamique soutenue, l'enjeu pour **2025** sera de porter une attention accrue à la qualité de l'impact généré. Si le volume d'actions témoigne de notre mobilisation, nous souhaitons désormais affiner notre compréhension de leur portée



Pour incarner cela, Nutrisens a remporté le Trophée de la catégorie «Meilleure action de communication » lors de la 23^e édition des Trophées de la Communication. Cette distinction récompense notre concept innovant de Cookinars, qui allie pédagogie et convivialité.

Notre dernier Cookinar, animé par Benoît DIAGNE, diététicien nutritionniste, et Laurent Sicre, notre expert culinaire, a une nouvelle fois illustré le succès de ce format !

Agir pour réduire notre impact sur l'environnement, la biodiversité et le réchauffement climatique.

Objectifs	Indicateurs	Cible	Avancement 2024	Résultats
Réduire l'impact de nos sites de production sur l'environnement et les ressources existantes	Augmentation du recyclage des déchets	Analyse des typologies de recyclage et définition de la trajectoire 2025	Etat des lieux Objectifs chiffrés définis	
Eco-concevoir notre offre	Part des emballages recyclables	Analyse et définition de la trajectoire 2025	Trajectoire définie Premières actions réalisées	
	Déploiement du plan d'éco-conception	Analyse de cycle de vie de 3 produits en 2025	Initiation du projet avec l'Ademe	
S'engager dans la lutte contre le réchauffement climatique et la protection de la biodiversité tout au long de notre chaine de valeur	Bilan Carbone groupe	Bilan Carbone groupe 2025 et définition de la trajectoire	Bilan de Gaz à Effet de Serre France terminé	
	Nombre de fournisseurs évalués ECOVADIS	2024 : collecter les informations puis fixer la trajectoire	Collecte effectuée Objectifs chiffrés définis	

Augmentation du recyclage des déchets



En **2024**, Nutrisens a renforcé sa stratégie de gestion durable des déchets, avec pour objectif de réduire leur volume et d'augmenter significativement leur recyclabilité. Cette dynamique s'est appuyée sur une mobilisation collective des équipes, des échanges réguliers avec nos prestataires spécialisés, et la mise en œuvre d'actions concrètes sur chacun de nos sites.

Cette année, ce sont plus de 1 816 tonnes de déchets qui ont été générées sur l'ensemble du groupe.

Plusieurs sites ont engagé des leviers d'amélioration significatifs : presses à balles, renforcement du tri à la source, changement de prestataires, réemploi de contenants, ou encore packaging repensé. Ces mesures ont permis non seulement d'optimiser la valorisation des flux, mais aussi de réduire les volumes non recyclables.

Ces actions concrètes traduisent notre volonté de conjuguer efficacité opérationnelle et responsabilité environnementale, et marquent une étape structurante dans la réduction durable de notre empreinte déchets.



Part des emballages recyclables (1/2)

Chez Nutrisens, nous avons poursuivi en **2024** notre engagement pour rendre nos emballages plus durables, en intégrant pleinement les enjeux de recyclabilité dans nos réflexions industrielles.

Nous savons que chaque amélioration dans la conception de nos emballages contribue directement à la réduction de notre impact environnemental.

Tout au long de l'année, nous avons mis en œuvre des actions concrètes au sein du groupe. À Maligny, nous avons repensé le packaging du produit Forteocare en adoptant un emballage format Doypack entièrement recyclable. Ceci nous a permis d'optimiser nos approvisionnements d'emballages et nos colis.



Nous avons ainsi réduit de manière significative la part de nos matériaux non valorisables. Également, nous avons fait le choix de fournir à nos clients une cuillère en INOX réutilisable en remplacement d'une cuillère en plastique à usage unique.

Ce changement a permis de réduire significativement la part de matériaux non valorisables.

Part des emballages recyclables (2/2)

À Loudun, nos équipes ont déployé plusieurs leviers : un film étirable plus fin, servant à réduire la consommation de plastique de 20%, a été adopté ; des intercalaires réutilisables ont été introduits dans les cartons et nous avons renforcé l'usage de palettes de seconde vie, plus sobres en ressources.

Ces actions s'inscrivent dans une trajectoire ambitieuse que nous avons définie pour **2025**, incluant : l'identification systématique des emballages non recyclables, la recherche de substitutions plus simples à trier, l'intégration des emballages de produits sous-traités dans nos analyses, et la formation de nos équipes aux bonnes pratiques de recyclabilité.

Aujourd'hui, plus de la moitié de nos emballages sont recyclables, grâce aux efforts menés ces dernières années. C'est une avancée significative, qui témoigne de notre capacité à faire évoluer nos pratiques.

Nous poursuivons cette transformation avec la volonté constante d'aligner performance industrielle et responsabilité environnementale.



Déploiement du plan d'éco-conception

Au sein de Nutrisens, nous avons structuré un plan d'éco-conception qui sera concrétisé en **2025** par la réalisation d'analyses de cycle de vie (ACV) sur trois de nos produits stratégiques en France. Ces ACVs permettront d'évaluer de manière précise l'impact environnemental de nos solutions à chaque étape de leur vie, de la fabrication jusqu'à leur fin d'usage.

Dans le cadre de ce projet, une équipe pluridisciplinaire a été mobilisée afin d'apporter une vision globale et structurée. Elle rassemble 3 chefs de projets R&D, un acheteur, un chef de produit, la directrice QHSE RSE ainsi qu'un chargé de mission RSE. La complémentarité de ces expertises nous permet d'aborder les enjeux environnementaux avec pragmatisme, rigueur et sens de l'engagement.



Cette démarche bénéficie du soutien de l'ADEME, avec laquelle nous avons engagé un partenariat dans le cadre d'un dispositif de subvention. Ce soutien va nous permettre de mieux outiller notre réflexion, d'objectiver nos choix de conception et d'identifier les leviers d'amélioration les plus pertinents, aussi bien sur les emballages que sur les recettes ou la logistique.

Les trois produits sélectionnés pour cette première étape sont volontairement issus de familles différentes, afin de couvrir une diversité de cas d'usage et d'offrir une visibilité élargie sur l'ensemble de notre portefeuille. Cela nous permettra de repenser nos produits avec une approche plus transversale, guidée par les enjeux environnementaux.

Bilan Carbone Nutrisens 2024

Dans la continuité de notre engagement en faveur de la transition écologique, Nutrisens a réalisé en **2024** son premier Bilan Carbone pour l'entité «Nutrisens France», selon la méthodologie du GHG Protocol.

Ce travail a permis d'établir un état des lieux de nos émissions, première étape indispensable pour structurer une stratégie climat adaptée à notre activité.

Les résultats montrent que la majorité de nos émissions se situent au niveau des matières premières ainsi que des produits, dans l'amont de notre chaîne de valeur (Scope 3). Cette prise de conscience est particulièrement importante pour une entreprise agroalimentaire, où l'origine et la transformation des ingrédients représentent un enjeu majeur de réduction de l'empreinte carbone. Il est de notre devoir de renforcer la collaboration avec nos fournisseurs afin de se diriger vers des pratiques plus durables.

La réalisation de ce bilan a également nécessité une organisation rigoureuse, impliquant la collecte, l'affinage et la consolidation d'un grand nombre de données, afin d'assurer la fiabilité et la pertinence des résultats.

Un Bilan Carbone Groupe sera engagé en **2025** pour étendre cette démarche à l'ensemble de nos filiales. De plus, nous avons participé à une promotion climat, animée par notre prestataire, nous permettant d'échanger avec d'autres entreprises engagées, de mieux comprendre les trajectoires de transition et d'identifier les leviers d'action les plus adaptés à notre activité.





Nombre de fournisseurs évalués Ecovadis

Chez Nutrisens, nous avons à cœur de construire une chaîne de valeur responsable, en cohérence avec nos engagements RSE.

En **2024**, notre propre démarche a été reconnue par la plateforme **Ecovadis** avec une note de 69/100, nous positionnant parmi les 15% d'entreprises les mieux notées de notre secteur.

Dans la continuité de cet engagement, nous avons effectué un état des lieux complet de nos fournisseurs stratégiques sur le périmètre groupe, couvrant nos achats de matières premières et d'emballages. Au total, l'ensemble de nos fournisseurs ont été sollicités.

À ce jour, près de 50 % disposent déjà d'une démarche RSE ou d'une évaluation active, constituant une base solide pour aller plus loin ensemble.

Conscients du potentiel que représente cette communauté de partenaires, nous souhaitons désormais structurer davantage notre relation avec eux. Nous visons à renforcer les échanges, partager les bonnes pratiques et accompagner les fournisseurs dans leur montée en maturité RSE.

Nous avons ainsi défini une trajectoire à horizon 2025-2026 : augmenter la part de fournisseurs évalués Ecovadis à 40 % (vs 31,6 % en 2024). Ce travail constitue une étape structurante pour renforcer l'impact positif de nos choix d'approvisionnement.

En consolidant notre écosystème autour de valeurs partagées, nous contribuons activement à la transformation durable de notre filière, dans une logique de progrès collectif et de transparence.

Co-construire notre projet sociétal, avec notre écosystème et nos collaborateurs.

Objectifs	Indicateurs	Cible	Avancement 2024	Résultats
Développer les collaborations internes et faire grandir les équipes	Nombre de programmes de développements mis en place	Déploiement progressif de 3 programmes clés et suivi annuel jusqu'en 2026	3 programmes en cours	✓
	Taux de personnes concernées par les programmes collaboratifs	30 % en 2025, 40 % en 2026, 50 % en 2027	Mise en place des programmes collaboratifs	✓
Mobiliser notre écosystème pour co-construire des solutions innovantes	Nombre de projets initiés avec un écosystème technique	Augmentation d'un projet par an	Décision du projet pour 2025	✓
	Taux estimé de personnes qui participent à des actions d'informations internes au sujet des pathologies et de nos expertises	20% en 2025, 25% en 2026, 30% en 2027	Mise en place d'un suivi et réalisation des actions	✓
Permettre à nos collaborateurs d'être acteurs de leur bien-être et du projet sociétal de Nutrisens	Indicateur du bien-être de nos collaborateurs	Ressenti global au moins à 6	Stable à 6,8	✓
	Sécurité des collaborateurs : réduction du nombre d'accidents au travail	Réduction de 30%/an des accidents avec arrêt	« règles d'or » et autres actions mises en place	✓



Programmes de développement et collaboratifs mis en place

Au sein de Nutrisens, nous considérons l'humain comme un pilier clé de succès de l'entreprise. Notre vision RH est de créer des équipes engagées et alignées sur les valeurs et les ambitions de Nutrisens. Cela passe par le déploiement de plusieurs dispositifs pour renforcer l'engagement, développer les compétences et structurer les trajectoires professionnelles, et aussi par le développement des compétences managériales et le renforcement du leadership. C'est pourquoi Nutrisens a investi depuis 2023 dans la

formation de nos managers (avec un taux de managers formés de 95%), avec un programme permettant à tout nouveau manager d'être formé sur différentes thématiques managériales telles que la gestion de conflit, le développement de compétences de leur équipe, le feedback... D'abord déployés en France, les programmes de management et les initiatives collaboratives ont été étendus à l'ensemble du groupe. Mis en place en 2024, ils seront mesurés et détaillés en 2025 à l'échelle du groupe.



En France, des sessions de co-développement entre managers ont également été lancées en 2024. Ce dispositif, basé sur l'intelligence collective et sur le partage de pratiques managériales a réuni 20% de nos managers.

En Italie, plus de 580 heures de formation ont été dispensées aux collaborateurs et en Espagne des plans de carrières et des programmes de tutorat ont été mis en place afin de structurer les parcours professionnels tout en favorisant la fidélisation.

Nombre de projets initiés avec un écosystème technique



*Monsieur Christian Têtedoie,
Chef étoilé et Meilleur Ouvrier de France*

Trois projets significatifs ont été engagés en France :

Une collaboration a été engagée avec les associations Feux Follets et AGEPS, autour des maladies métaboliques. Ces échanges permettent de diffuser en interne des connaissances sur des pathologies rares mais particulièrement exigeantes sur le plan nutritionnel

Enfin, les notions de plaisir et d'appétence, notamment pour les produits mixés, ont également été travaillées avec le chef Christian Têtedoie. Ce projet met en avant l'importance de l'expérience gustative, même en contexte médicalisé.

En parallèle, notre partenariat avec la Fondation Alzheimer a contribué à nourrir notre approche sur le terrain de la recherche et du vieillissement cognitif, en lien direct avec nos enjeux cliniques.

Dès **2025**, deux projets majeurs viendront enrichir encore cette dynamique.

Comme par exemple, Nutrisens s'engage aux côtés du programme ALIMCARE, centré sur la formation des professionnels de santé et de la restauration à une alimentation durable et adaptée aux maladies chroniques. En tant que partenaire financier et technique, nous contribuerons à diffuser nos solutions nutritionnelles au sein de ces formations.

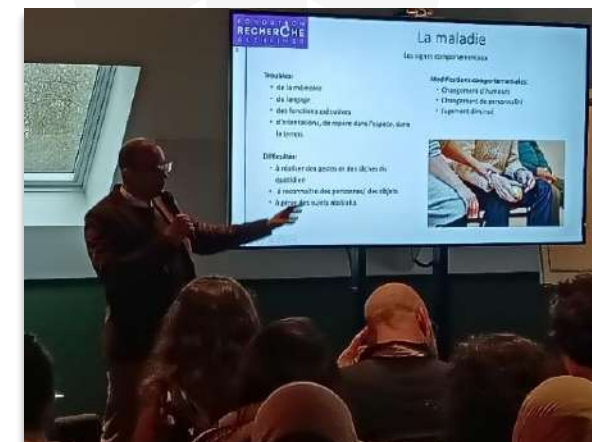
Taux estimé de personnes qui participent à des actions d'informations internes au sujet des pathologies et de nos expertises

Partager notre expertise en nutrition et en santé avec nos collaborateurs constitue une priorité pour Nutrisens.

Mieux comprendre les pathologies et les patients que nous accompagnons chaque jour renforce l'engagement de chacun dans sa mission, tout en apportant du sens. C'est aussi une source de fierté.

En **2024**, plusieurs initiatives en France, menées en collaboration avec les acteurs de notre écosystème ont permis de consolider notre culture d'entreprise et de renforcer les synergies entre l'interne et l'externe, en diffusant largement nos domaines d'expertise. Des actions de sensibilisation, notamment sur la maladie d'Alzheimer ou sur la dénutrition, ont été organisées sur différents sites du groupe.

En **2025**, des formats pédagogiques adaptés — tels que des interventions thématiques et des quiz — seront déployés, avec pour ambition d'élargir significativement le nombre de collaborateurs sensibilisés sur l'ensemble du groupe.



Bien-être de nos collaborateurs

En **2024**, 85 % des collaborateurs ont pris part au baromètre social, permettant de recueillir 241 suggestions ou idées.

Ce taux élevé de participation reflète un engagement fort autour des enjeux de qualité de vie au travail au niveau groupe. Le score global s'établit à 6,7, en légère baisse par rapport à l'année précédente, et reste supérieur au seuil de vigilance fixé à 6.

La perception des collaborateurs reste globalement stable sur plusieurs dimensions, notamment sur le sens au travail, qui demeure un point fort avec une note de 7,5, traduisant une forte adhésion au projet d'entreprise. Le bien-être global se maintient à 6,8.

Les thématiques liées à l'organisation (6,1) et à la reconnaissance (5,8) montrent une légère progression, mais constituent encore des axes d'amélioration à approfondir.

Enfin, le baromètre social a nourri une réflexion approfondie sur le bien-être au travail. Les idées recueillies font actuellement l'objet d'une analyse, tant au niveau local qu'au sein de la Direction des Ressources Humaines.

Décembre 2024



Décembre 2023



Sécurité des collaborateurs : réduction du nombre d'accidents au travail

La maîtrise des risques professionnels constitue un pilier fondamental de la politique RH et QHSE de Nutrisens.

En **2024**, plusieurs actions ont été déployées à l'échelle du groupe pour structurer une culture commune de la prévention et ancrer durablement des comportements sécuritaires.

Les « **règles d'or de la sécurité** » ont été diffusées à l'ensemble des collaborateurs, accompagnées d'un événement organisé sur tous les sites, combinant sensibilisation, communication et remise de supports pédagogiques. La formation des référents sécurité (RSST) a été généralisée sur les sites français, et l'engagement formel au respect de ces règles fait désormais partie intégrante du parcours d'intégration des nouveaux arrivants.

Sur plusieurs sites de production, cette dynamique s'est concrétisée par la tenue de "Safety Day's", des journées dédiées à la sécurité, réunissant les équipes autour de temps collectifs de sensibilisation et de partage.

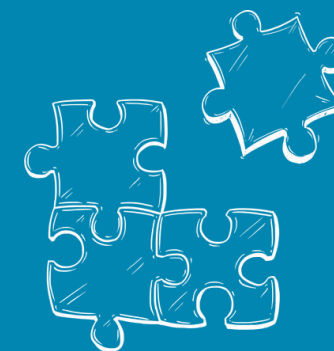
Dans une logique d'amélioration continue, une formation spécifique destinée aux managers axée sur leurs responsabilités en matière de sécurité et leur rôle dans la prévention quotidienne, sera déployée en **2025**.



Par ailleurs, au-delà du suivi réglementaire des accidents du travail, des dispositifs renforcés ont été mis en place au niveau du Groupe pour assurer un pilotage plus fin de la sécurité. Cela inclut le suivi systématique des presque-accidents et des situations à risque, ainsi que la généralisation d'actions ciblées sur le comportement, telles que les visites de sécurité sur le terrain. Ces mesures permettent de mieux mesurer les progrès réalisés et de guider les actions futures en matière de prévention.

Un rapport porté par des acteurs engagés

Le Comité à Mission salue très positivement cette première année de mise en œuvre de la mission de Nutrisens. Il souligne l'engagement sincère et mobilisateur des équipes, ainsi que la qualité du dialogue instauré avec la gouvernance et les différentes parties prenantes. Ce climat de confiance a permis des échanges exigeants, mais constructifs, porteurs d'une dynamique de progrès durable.



1. Les premiers accomplissements à souligner

“

- Des actions concrètes sur la qualité de vie au travail et la sécurité.
- Un socle d'indicateurs en cours de structuration, qui s'enrichit progressivement et permettra de mieux relier la vision aux outils de pilotage.
- Une mobilisation transverse des équipes (achats responsables, RSE, directions d'usines) sur des enjeux tels que la gestion des déchets et des emballages, traduisant une volonté collective d'agir. Par ailleurs, l'ensemble des secteurs s'est fortement impliqué à travers des démarches de sécurité, de qualité de vie au travail, ou encore de partage des expertises.

”

2. Plusieurs signaux forts à relever

“

- La mise en place du suivi des indicateurs au sein des réunions régulières du COPIL RSE, réunissant de nombreuses personnes issues de la direction du Groupe. Ces instances assurent un suivi rigoureux et continu des indicateurs, tout en facilitant une circulation fluide des informations entre la mission, les décisions stratégiques et leur mise en œuvre opérationnelle.
- Une appropriation rapide de la mission par les collaborateurs en France, et une dynamique d'adhésion qui commence à se développer à l'international.
- Un alignement stratégique de plus en plus marqué entre les ambitions sociales, environnementales et les projets opérationnels.

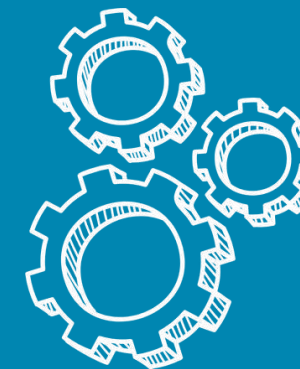
”

3. Les recommandations et axes de progrès pour 2025

“

- Poursuivre l'amélioration continue du lien entre décisions stratégiques et intégration opérationnelle : des marges d'optimisation subsistent pour fluidifier davantage le passage à l'action, sans compromettre la cohérence et la précision des déploiements.
- Améliorer la qualité des indicateurs en y intégrant des dimensions qualitatives permet de mieux refléter les avancées concrètes des divers projets. Il est crucial de maintenir la rigueur et la cohérence des actions pour éviter de se disperser et de traiter trop de sujets à la fois, ce qui pourrait nuire à la qualité et à la pérennité des initiatives. Une approche mesurée et précise est essentielle pour garantir l'impact global et la justesse des décisions.

”



4. Engagements du comité de mission

“

Le Comité jouera pleinement son rôle dans le suivi de cette dynamique. Il restera attentif à la cohérence entre les ambitions affichées, les moyens alloués et les résultats concrets. Il veillera également à ce que Nutrisens continue à faire de sa mission un levier d'innovation, de transparence et d'engagement collectif, pour atteindre l'objectif premier d'améliorer la qualité de vie des personnes, notamment les plus fragiles.

Le Comité encourage Nutrisens à poursuivre ses travaux de clarification et de consolidation des indicateurs de performance, afin de permettre une évaluation toujours plus fine de l'impact réel des actions engagées. Le Comité souligne la dynamique engagée et la mobilisation des équipes, et considère que Nutrisens dispose aujourd'hui des leviers nécessaires tant humains que structurants pour poursuivre avec cohérence et exigence la mise en œuvre de sa mission »

”



NUTRISENS

MERCI

