

Agir ensemble

responsabilité sociale des entreprises

— **Année comptable 2019** —

du 01/10/2018 au 30/09/2019

Numéro 1

Avant-propos

Les Nations Unies ont défini 17 défis clés auxquels le monde doit faire face aujourd'hui. Cela inclut de grandes problématiques, telles que le changement climatique ou bien la pauvreté.

Les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies (ODD) donnent la marche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et durable pour tous.

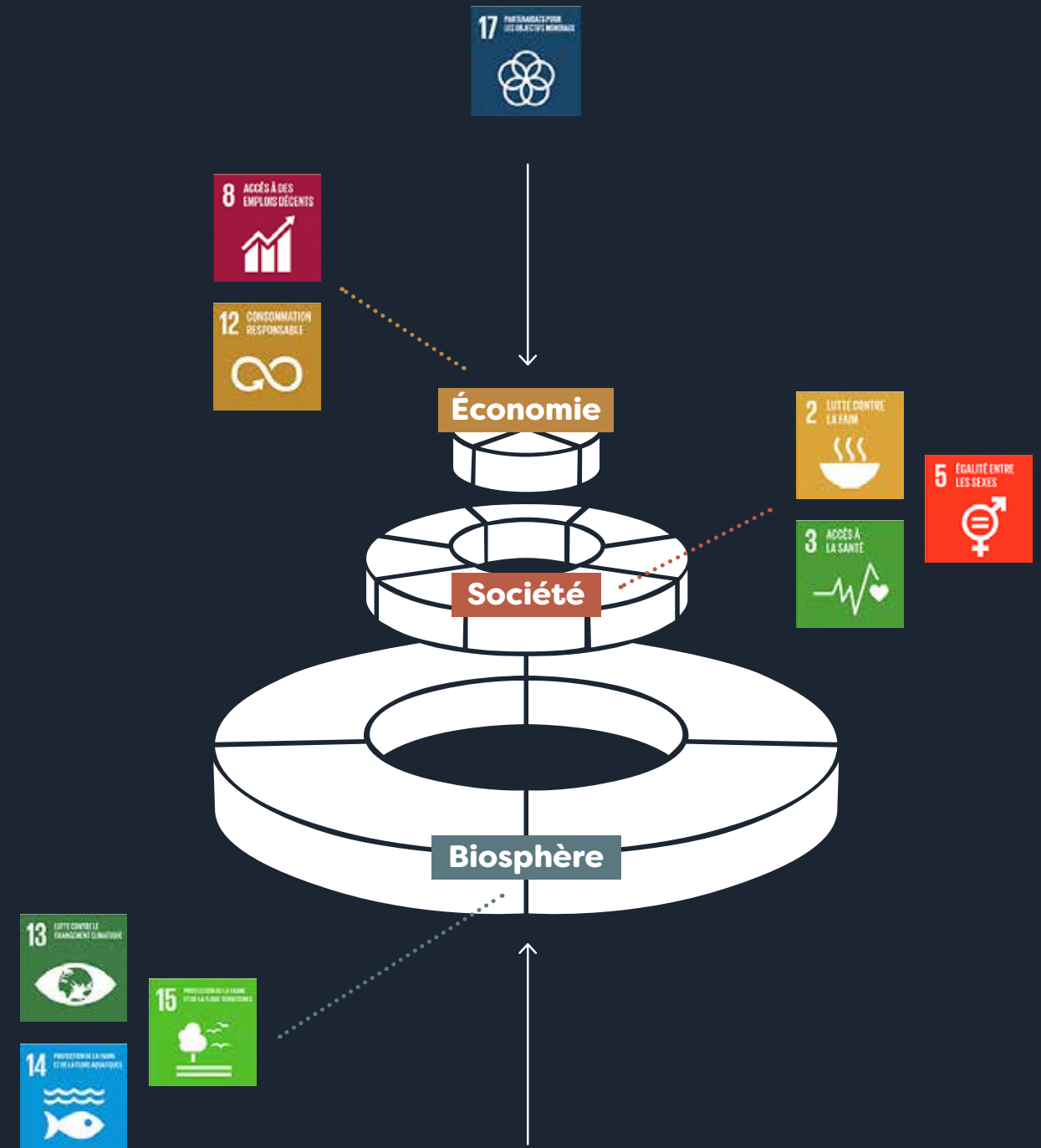
Afin d'avoir l'espoir de les atteindre, les pays, les entreprises, les ONG ou encore les actionnaires doivent travailler main dans la main.

La stratégie de Compass Group en termes de développement durable a été définie de telle manière à ce que nous puissions contribuer à 9 des objectifs sur lesquels nous avons le plus d'impact (voir page de droite). Compass Group Luxembourg s'engage à suivre cette stratégie à son échelle locale.

Celle-ci est axée sur trois piliers : les ressources humaines, la sécurité et le développement durable. Nous œuvrons chaque jour afin de respecter nos engagements et nos valeurs dans toutes nos activités.

Nous faisons de notre politique ressources humaines et de la sécurité pour tous nos métiers notre priorité, car nos collaborateurs sont le support essentiel de toutes nos activités.

Les objectifs de Développement Durable des Nations Unies



Nos trois priorités stratégiques



Ressources humaines

Développer nos talents

Susciter l'engagement

Créer un environnement de travail diversifié et inclusif

Égalité entre les sexes

Travail décent



Sécurité

Culture de la sécurité

Partage des connaissances

Simplification



Développement durable

*Bien-être
et santé*

Meilleure nutrition

Style de vie sain

Bonne santé et bien-être
émotionnel

*Enjeux
environnementaux*

Gaspillage alimentaire

Plastiques à usage unique

Alimentation basée sur
les végétaux

Consommation et production
responsables

Lutte contre les
changements climatiques

*Rendre le monde
meilleur*

Achats responsables

Acteurs du changement

Respect de la vie des
communautés locales

Partenariats pour la
réalisation des objectifs

Croissance économique

Vie terrestre

Vie aquatique

Développer



talents

De par les évaluations de performance annuelles, nous sommes à l'écoute des projets professionnels de nos équipes et de leurs ambitions. Nous pouvons apprécier et gérer les compétences avérées de nos collaborateurs et collaboratrices.

Pour leur développement personnel, nous veillons à leur assurer les formations nécessaires, afin de pouvoir progresser, accéder à la mobilité interne et donc favoriser leur évolution. Un catalogue reprend de façon détaillée l'ensemble des formations disponibles. Cette organisation nous permet de gérer les carrières, de motiver et fidéliser nos effectifs.

Nous veillons à assurer la réussite des projets de tous grâce à notre Plan de Formation Annuel.

Exemple de thèmes abordés

Intégration

Adaptation au poste de travail, hygiène sécurité environnement.

Compétences métiers

Cuisine, pâtisserie, alimentation saine, conseils culinaires, accord mets et vins, enchantement client, nettoyage, distribution automatique, soins et santé.

Management et développement personnel

Merchandising, amélioration de la croissance, leadership, management, Leadership in Action, Mapping for Action.

Bureautique et outils collaboratifs

Intranet, Outlook, informatique, langues.

Sécurité

Allergènes, premiers secours.

Sites certifiés

MSC, ISO 22000.



Leadership in Action



3083 heures de formations annuelles



Mapping for Action

3 engagements

Respect

Nous nous traitons les uns les autres avec équité et respect

Croissance

Nous avons l'opportunité de nous développer et de progresser

Travail d'équipe

Nous travaillons au sein d'une équipe positive et attentive



Une politique sociale forte

Nous avons conscience de l'importance d'une politique sociale basée sur l'intégration et la diversité.

Nous encourageons donc les projets fédérateurs et intégrateurs et proposons à nos collaborateurs des actions dans ce sens.

Cela passe notamment par la participation à des événements sportifs et/ou associatifs ou encore des rendez-vous informels entre collègues :

BusinessRun : course à pieds pour tous les collaborateurs Compass Group (inscription et t-shirts offerts)

DayCare : accueil de stagiaires pendant une journée et don pour financer la formation de sages-femmes au Niger

ELA Mets tes Baskets : les collaborateurs viennent travailler en basket et portent un podomètre pour compter leur nombre de pas dans la journée. Une marche est organisée sur le temps de midi pour booster le nombre de pas. Un don est ensuite effectué en fonction du nombre de pas total réalisé par l'ensemble des collaborateurs.

TGIF (Thanks God It's Friday) : Un repas est organisé pendant la pause de midi tous les 3^{ème} vendredis du mois pour les collaborateurs du siège de Compass Group Luxembourg avec un thème différent à chaque fois. Cet événement a pour but pour favoriser les échanges informels entre collègues avant l'arrivée du week-end..

Chef Appreciation Week : Nous mettons à l'honneur nos chefs pendant une semaine autour d'événements dans nos restaurants et grâce à des contenus sur nos réseaux sociaux et canaux de communication interne.

17 actions positives



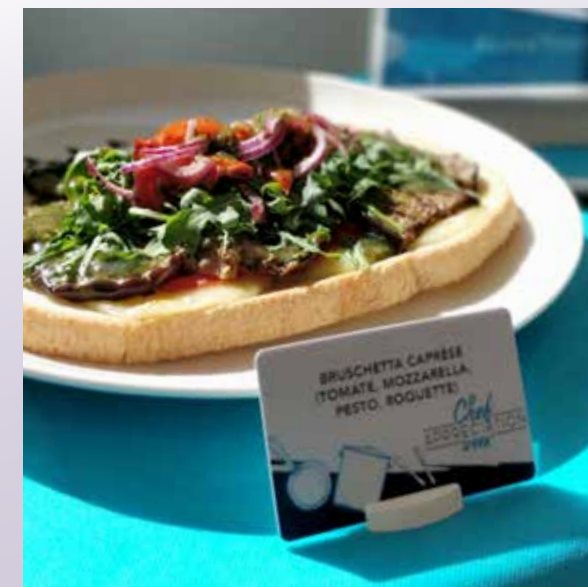
Nous avons obtenu l'Award Actions Positives en reconnaissance des 17 actions positives que nous avons mises en place pour nos collaborateurs pendant deux ans.

Cet award vient souligner le travail effectué par Compass Group Luxembourg pour prendre part à un monde du travail plus égalitaire.

La diversité est présentée comme une valeur fondatrice au sein de notre groupe et repose sur 6 champs d'action : le genre, la nationalité, l'origine ethnique, l'âge, le handicap et la promotion sociale. Ces valeurs sont prises en compte dans nos politiques de recrutement, d'intégration, de management, de gestion de carrière, de formation et de communication.



50% de participation aux TGIF



210 participants en 2019



33 participants en 2019



ENVISION

2025



En 2019, nous avons lancé officiellement notre stratégie Eurest Envision 2025.

Cette stratégie vise à donner des lignes directrices claires et cohérentes aux actions que nous menons dans chacun de nos restaurants.

La stratégie Envision 2025 repose sur 4 piliers :

Food - Vous proposer le meilleur

Community - Bien plus qu'un lieu de travail

Ownership - Simplicité et flexibilité

Storytelling - Notre métier, toute une histoire

Le 22 mai 2019, nous avons lancé officiellement la stratégie Envision 2025 en conviant nos collaborateurs Eurest à un événement d'exception qui comprenait une présentation de la stratégie, une conférence sur les nouvelles tendances de la restauration collective et un workshop autour de nos 4 piliers, suivi d'un cocktail.

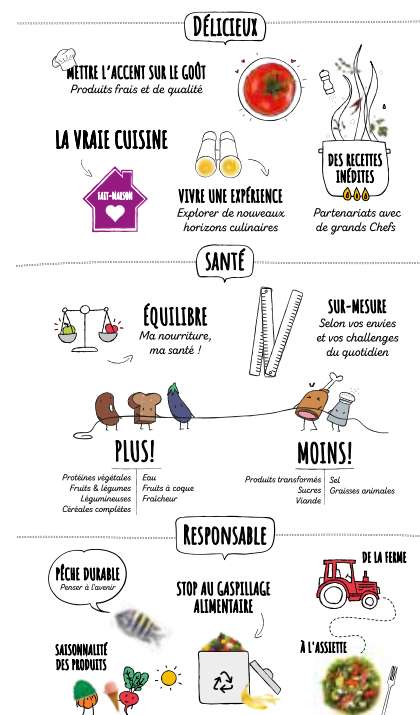
Chaque personne a ainsi pu découvrir l'essence même de ces 4 piliers et échanger avec des professionnels durant les workshops afin que cela se retranscrive dans nos prestations quotidiennes.



Connecting
people
through food

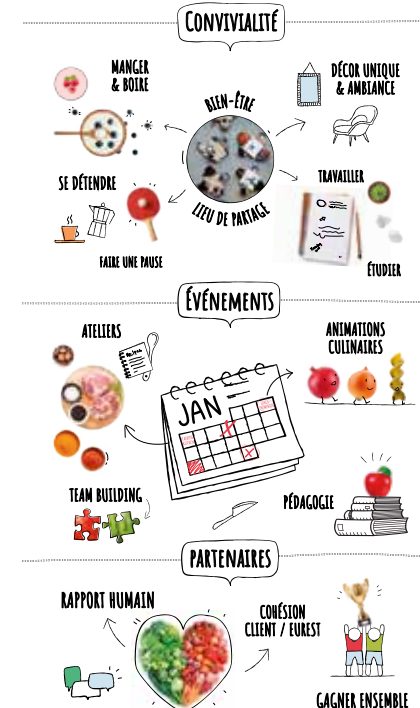
FOOD

VOUS PROPOSER LE MEILLEUR



COMMUNITY

BIEN PLUS QU'UN LIEU DE TRAVAIL



4 piliers

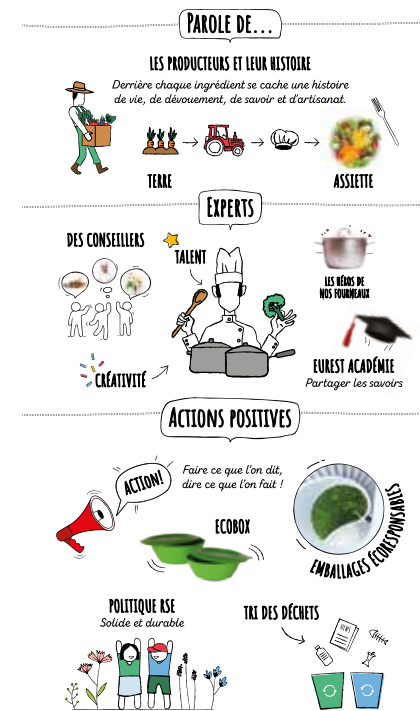
OWNERSHIP

SIMPLICITÉ & FLEXIBILITÉ



STORYTELLING

NOTRE MÉTIER, TOUTE UNE HISTOIRE



Priorité à la santé

L'importance d'une alimentation équilibrée

Ce que nous mangeons et buvons a un grand impact sur notre santé et notre bien-être. Nous souhaitons aider nos clients et nos collaborateurs à maintenir un mode de vie sain, afin de contribuer à leur bonheur et à leur productivité.

Nous sommes les mieux placés pour aider nos convives à faire de meilleurs choix nutritionnels.

Cela passe par la réduction de sel, de sucre et de graisse, au profit de fruits et légumes et en privilégiant les plus petites portions. Notre priorité est de ne pas faire de compromis sur la qualité et le goût !

Miser sur une alimentation basée sur les plantes

L'industrie alimentaire révolutionne les options de repas basés sur les plantes en réponse à une augmentation de la demande des consommateurs et en lien avec les bénéfices que cela apporte.

Les nutriments qu'apporte une alimentation basée sur les plantes peut réduire les risques d'hypertension et de diabète, mais les avantages de ce type d'alimentation se trouvent au-delà du seul bien-être personnel.

Comme le démontre un rapport publié récemment par les Nations Unies, l'industrie de la viande génère environ 1/5 des émissions de gaz à effet de serre produites par l'homme et accélère le changement climatique, sans compter les émissions liées au transport.

**100% de nos sites
proposent au moins
une alternative
végétarienne**

Le concept



Les recettes sont classées selon le bénéfice qu'elles apportent :



Se ressourcer : hydratation du corps, apport d'antioxydants et de fibres
 + on intègre en majorité les légumes verts et les protéines végétales
 - on limite les protéines animales



Se booster : apport constant d'énergie, de vitamines et d'oméga 3
 + on intègre en majorité les légumes colorés, les céréales complètes, la viande blanche, le poisson et les fruits oléagineux
 - on limite les viandes rouges et les féculents raffinés



Se faire plaisir : libérer les tensions, écouter ses envies, trouver le bon équilibre et lâcher prise
 + on intègre en majorité le fromage, les saveurs sucrées, les poissons gras et les fruits de mer
 - on limite les quantités, les excès de sucre et de sel

La restauration à l'heure du

DIGITAL

Lancement de l'application



L'application MyLunch a pour but de faciliter la vie de nos convives en leur proposant un contact avec leur restaurant à tout moment depuis leur smartphone ou bien leur ordinateur.

Disponible depuis l'AppStore et le Play Store, MyLunch offre les fonctionnalités suivantes :

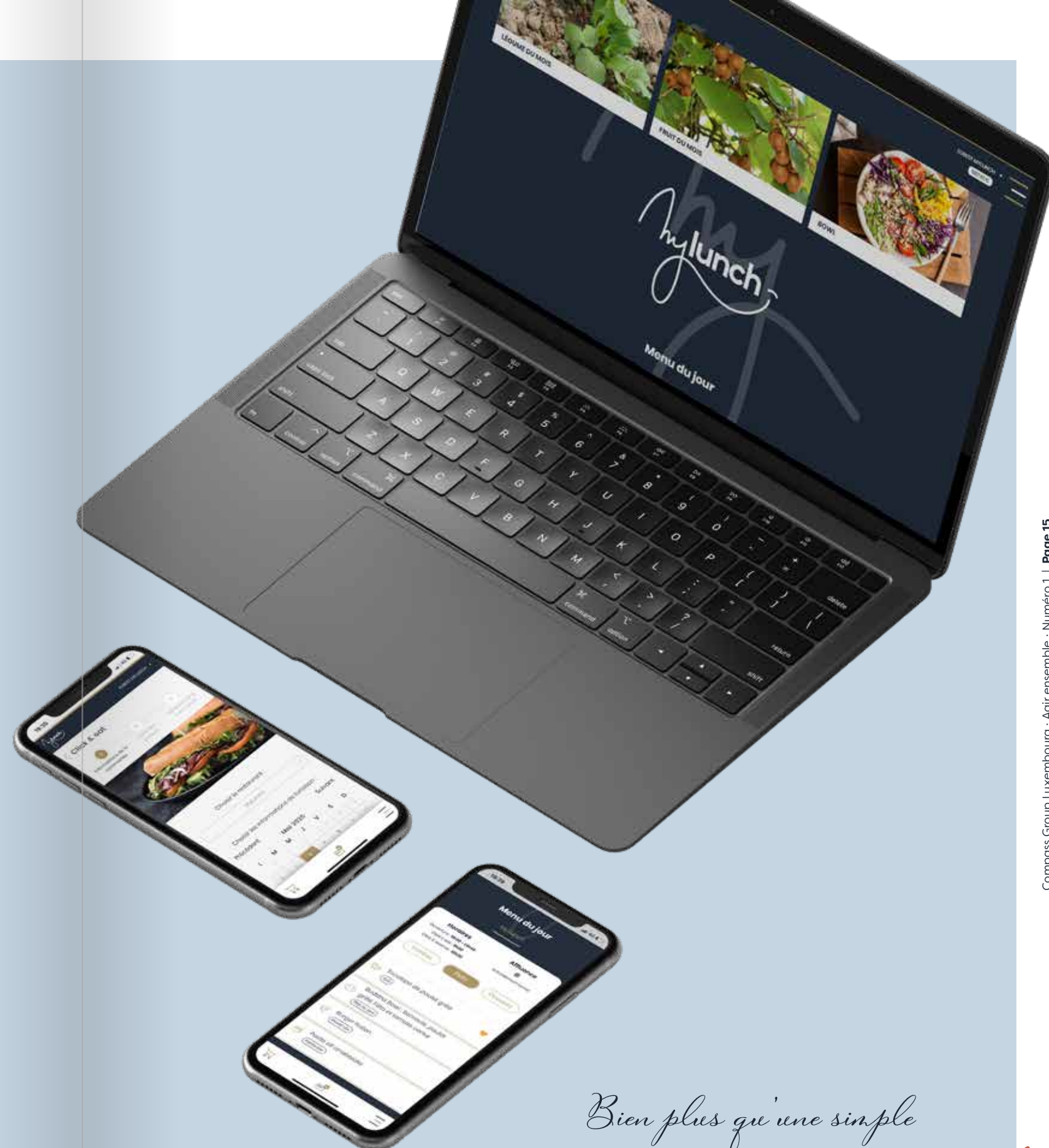
Toute l'offre de restauration : menus du jour et de la semaine, informations produits, calories, allergènes, horaires et affluence en restaurant, animations et contenus informatifs.

Commande de son déjeuner en ligne : Click & Collect, Click & Deliver, Click & Serve

Gestion du profil : authentification, confidentialité des données et personnalisation du service, programme de fidélité.

Paiement et transactions : rechargement par carte bancaire ou badge, paiement mobile, historique de transactions.

Écoute des convives : réclamations, suggestions.



Bien plus qu'une simple application

MyLunch permet aussi de contribuer au bien-être de la personne qui l'utilise, notamment par le suivi de l'apport nutritionnel de chaque plat.

STOP

aux plastiques à usage unique

La réduction des emballages jetables et des emballages en plastique est une priorité absolue pour Compass Group.

En collaboration avec nos partenaires, nous voulons relever ce défi et nous restons informés des innovations permanentes sur le marché. Nous aidons nos clients à ne plus utiliser des produits jetables, à réduire leur consommation, à encourager le recyclage et faire des choix durables.

Les emballages en plastique offrent aux consommateurs un moyen sûr, pratique et efficace d'emporter avec eux leurs aliments et leurs boissons. Au cours des dernières années, le caractère « à emporter » dans nos habitudes de vie s'est accru et cela n'a pas été sans conséquence.

Bien que la plupart des emballages en plastique puissent être recyclés en nouveaux produits, une grande partie d'entre eux terminent dans des sites d'enfouissement ou d'incinération.

Au Luxembourg, toutes les formes de recyclage et valorisation ne sont pas encore appliquées par les entreprises de traitement des déchets. La situation pourrait bien évoluer sur le long terme, il est donc d'autant plus important de faire le bon choix durable dès aujourd'hui.

Notre politique « Single-Use Plastics » est mise en place en se conformant aux nouvelles lois et réglementations mais aussi en utilisant de nouveaux produits, matériaux et services innovants.

Il est indispensable de prendre en considération l'empreinte environnementale totale d'un produit afin de créer un véritable impact.

Quelques chiffres

2 260 000

objets en plastique
supprimés par an

0

sac plastique pour nos
offres take-away

8

références en
plastique à usage
unique visées par un
objectif de réduction

10

références de
plastique à usage
unique supprimées en
2019



Déjà 10 restaurants
cette année !

Le projet Ecobox

Récemment, le projet Ecobox, un nouveau système de consigne écologique et responsable pour les pauses déjeuner à emporter, a vu le jour au Luxembourg.

Mise en place par le Ministère du Développement Durable et des Infrastructures en collaboration avec SuperDrecksKëscht, cette action a pour but de réduire la quantité de déchets générés et leur impact sur l'environnement.

Le client-consommateur paye une consigne de 5€ pour obtenir ce récipient réutilisable et adapté au micro-ondes, en remplacement des emballages en plastique et carton jetables. Une fois le repas consommé, le client rapporte l'Ecobox utilisée au restaurant qui se charge

soit de lui retourner la consigne de 5€ ou bien de lui fournir son repas dans une nouvelle Ecobox propre.

Notre restaurant Husky a été le premier de nos sites à mettre en place le système Ecobox auprès de ses clients pour ses plats à emporter.

Bon nombre de nos restaurants ont depuis adopté la solution Ecobox. Nos équipes opérationnelles sont sensibilisées et accompagnées grâce à un book opérationnel dédié pour mettre en place cette solution afin que, dans un futur proche, les emballages à usage unique disparaissent totalement de nos sites.

Qui a un mug réutilisable !

Les collaboratrices et collaborateurs du siège de Compass Group Luxembourg se sont vu remettre un mug en porcelaine.

L'occasion, non seulement de leur faire un cadeau pour les remercier de leur travail, mais aussi de leur offrir l'opportunité d'adopter un réflexe durable et zéro déchet.

Ces mugs sont également commercialisés dans nos restaurants et cafétérias, afin que chacun puisse agir dans ses actions quotidiennes.



SAUVER NOS OCÉANS

100% de nos restaurants proposent des poissons issus de la pêche durable

47,5% de produits issus de la pêche MSC, soit 50 969 kg de poissons

La certification

Marine Stewardship Council (MSC)

La pêche durable laisse suffisamment de poissons dans l'océan, respecte les habitats marins et permet aux personnes qui dépendent de la pêche de vivre de leur métier.

Sauvage, traçable, durable : le label MSC ne s'applique qu'aux poissons sauvages ou aux fruits de mer provenant de pêcheries qui ont été certifiées durables selon le Référentiel MSC.

L'utilisation du logo MSC est réservé aux sites et références certifiés.

Cette certification garantit une évaluation indépendante sur les impacts des stocks de poissons et les écosystèmes marins à tous les niveaux.

Ce label est en totale adéquation avec nos engagements sur le développement durable et la préservation des ressources halieutiques. En tant qu'acteur majeur de la restauration, notre rôle est de sensibiliser nos convives à la préservation des océans et d'encourager une consommation responsable pour les produits de la mer.

Sur l'année comptable 2019, nous comptons un restaurant certifié MSC.

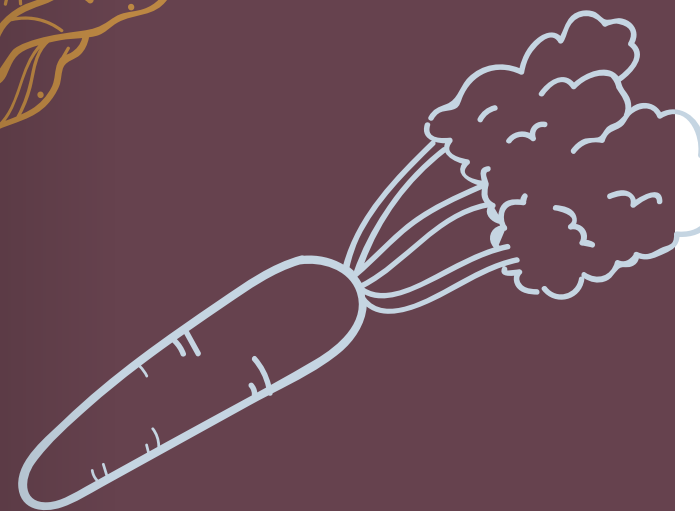
Notre objectif 2020

50 %
des produits de la mer certifiés durables



Lutter

contre le gaspillage alimentaire



Nous avons conscience de notre rôle majeur dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Notre approche s'articule autour de trois axes ayant chacun leur importance :

Prévenir afin de réduire la quantité de nourriture invendue ou non mangée.

Cela passe notamment par une adaptation des portions selon les besoins de nos clients, mais aussi par une meilleure prévision des stocks nécessaires pour chacune de nos recettes.

Inspirer les consommateurs et nos collaborateurs à travers des programmes de sensibilisation.

Nous avons notamment mis en place le système de pesée Trim Trax qui vise à mesurer les quantités d'aliments jetés puis à communiquer les résultats. Cette solution mène à des changements de comportements en mettant en avant les axes d'amélioration possibles.

Revaloriser les invendus

Nous proposons des solutions afin d'éviter que des aliments ne finissent à la poubelle. Notre concept "Sharing is Caring" en fait notamment partie : les invendus du midi sont conditionnés dans un emballage spécifique et sont mis en vente à un prix avantageux. La totalité des bénéfices (hors frais de conditionnement et frais techniques) est reversée à une association en faveur de l'intégration sociale et professionnelle de personnes défavorisées. Quand toutes les pistes ont été épuisées, nous procédons à la valorisation de ces déchets par biométhanisation.



1/3 DE LA NOURRITURE DISPONIBLE EST JETÉE.
OF ALL AVAILABLE FOOD IS THROWN AWAY.



SAUVONS LES ALIMENTS
LET'S SAVE THE FOOD
24 AVRIL - APRIL 24TH

SAVETHEFOOD.COM

90% DE LA POPULATION JETTE LA NOURRITURE ALORS
QU'ELLE POURRAIT ENCORE ÊTRE CONSOMMÉE.
OF US THROW AWAY FOOD TOO SOON.



SAUVONS LES ALIMENTS
LET'S SAVE THE FOOD
24 AVRIL - APRIL 24TH

SAVETHEFOOD.COM

STOP FOOD WASTE
Day 

Dans le cadre de la journée internationale de lutte contre le gaspillage alimentaire, Compass Group a développé à l'échelle mondiale une grande campagne de sensibilisation de ses équipes et de ses clients : Stop Food Waste Day.

Des animations et des affichages de sensibilisation sont mis en place avec un seul objectif : la réduction du gaspillage alimentaire dans le monde.

Nous déployons chaque année cette campagne de sensibilisation sur nos réseaux sociaux mais aussi dans nos restaurants, en étroite collaboration avec nos clients. Nous voyons cet événement comme une opportunité de mettre en lien nos valeurs communes.

Nos supports reprennent des chiffres clés, des conseils anti-gaspi ou encore des idées recettes pour accommoder les restes. Le but est d'offrir du contenu ludique et un soutien solide afin d'agir significativement sur le gaspillage alimentaire.

20% DE LA NOURRITURE ACHETÉE N'EST PAS
CONSOMMÉE
OF FOOD EACH BUYS NEVER
GETS EATEN



SAUVONS LES ALIMENTS
LET'S SAVE THE FOOD
24 AVRIL - APRIL 24TH

SAVETHEFOOD.COM

124 KILOGRAMMES DE NOURRITURE SONT JETÉS CHAQUE ANNÉE
PAR HABITANT AU LUXEMBOURG
OF FOOD THROWN AWAY EACH YEAR
PER PERSON IN LUXEMBOURG.



SAUVONS LES ALIMENTS
LET'S SAVE THE FOOD
24 AVRIL - APRIL 24TH

SAVETHEFOOD.COM

Des achats responsables

Privilégier la proximité

Notre priorité est de garantir la fraîcheur, la diversité et le goût des produits dans le respect de l'environnement.

La proximité crée un lien de confiance entre les agriculteurs et les consommateurs. Elle présente également comme avantage de garantir des échanges réguliers avec nos fournisseurs et nous fait bénéficier de relations privilégiées qui profitent à nos convives au travers d'animations, d'interventions sur site ou encore de visites organisées.

Mettre en avant les produits locaux

Nous nous associons aux producteurs de la région afin de garantir une haute qualité et nous participons à un prix minimum au producteur sur la récolte tout au long de la saison.



L'item "**bien-être animal**" a notamment été ajouté à nos audits fournisseurs.

Sou schmaacht
Lëtzebuerg

Savourez le Luxembourg

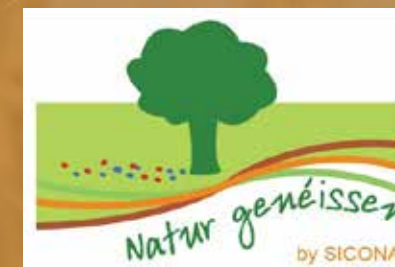
Sou Schmaacht Lëtzebuerg

Le projet Sou Schmaacht Lëtzebuerg a été créé par la Chambre de l'Agriculture en mai 2009, en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture luxembourgeois.

Le but de cette initiative est d'augmenter la visibilité des producteurs locaux, tout en sensibilisant les consommateurs sur la diversité des produits et les bienfaits que ceux-ci peuvent apporter.

Nos convives peuvent identifier les plats réalisés avec des ingrédients luxembourgeois grâce au logo «SSL».

Contribuer à l'économie locale est l'une des priorités de notre groupe et ce label représente un engagement de plus de notre part envers les producteurs locaux.



Natur Genéissen

Le projet Natur Genéissen promeut la restauration durable dans les structures d'éducation et d'accueil des communes membres de SICONA.

L'objectif est ici d'accroître l'utilisation de produits régionaux, de saison et en partie issus de l'agriculture biologique dans nos cuisines tout en offrant à nos convives des plats sains et durables.

Il s'agit également de mettre en avant le travail des producteurs locaux ayant pour engagement le respect de la nature et de l'environnement.

Nos indicateurs ressources humaines

21

sites Eurest participants à la
« Chef Appreciation Week »

100 %

de cadres adhérents à la
Charte Éthique et au Code des
Pratiques Commerciales

18

collaborateurs en situation de
handicap dans nos effectifs

50 % / 50 %
hommes femmes

répartition sur l'ensemble
du leadership

83,5 %

de participation au premier
événement de présentation de la
stratégie Envision

Nos indicateurs sécurité

2

Safety Visits Leadership
sur 4 mois de mise en place

95 %

de conformité aux audits
sécurité Eurest

0,27

taux d'incidents de sécurité
alimentaire (corps étrangers pour
1 million d'euros d'achats)

3,61

taux d'accidents du travail
(nombre par rapport à 1 million
d'heures travaillées)

5,45

taux d'accidents routiers pour
1 million de kilomètres



Nos indicateurs développement durable

Santé et bien-être



100 %

de nos restaurants et cafétérias
proposent une ou plusieurs
alternatives végétariennes

53 %

de nos restaurants ont participé
à des journées nutritionnelles ou
animations santé

25

restaurants proposant le
« Balanced Choices Nutrition
Programme »

*Gaspillage
alimentaire*

37

restaurants suivent un
programme de réduction des
déchets alimentaires

31

grammes d'invidus par couvert
en moyenne

*Plastiques à
usage unique*



100 %

des déchets recyclés en
biométhanisation

75 %

de nos restaurants scolaires
pratiquent le tri à la desserte

20

restaurants participants à la
journée « Stop Food Waste Day »

100 %

de notre personnel administratif a
été équipé d'un mug en
porcelaine réutilisable

Rendre le monde meilleur

20%

d'achats fruits et légumes sur le total d'achats food

27%

d'achats de protéines animales sur le total d'achats food

10%

de nos produits lessiviels Eurest sont écologiques

15,5%

de nos produits lessiviels Innoclean sont écologiques

100%

des restaurants ont mis en place le calendrier marketing fruits et légumes

100%

des restaurants des administrations communales adhèrent au programme Natur Genéissen

16 623

kilos de bananes Fairtrade dans nos restaurants

0

huile de palme dans nos cuisines

100%

de nos fournisseurs référencés ont signé notre Code des Pratiques Commerciales

50 969

kilos d'approvisionnement de poissons issus de la pêche durable par an

14%

d'achats sur des plateformes certifiées, sources locales, éthiques sur total d'achats food

100%

des restaurants proposent des poissons issus de la pêche durable

Notre *objectif*
est de créer un changement
positif à travers des
expériences pleines de sens
pour la *planète*
et les *êtres* qui l'occupent.