



terre d'Oc

HAUTE PROVENCE

Né du talent des femmes

RAPPORT DE
mission

|
2024





Depuis 1995, de la Haute-Provence au monde entier, nous sommes un collectif de femmes, et aussi de quelques hommes, passionné.e.s & engagé.e.s à créer un monde plus beau et solidaire.

Qu'il s'agisse d'un thé, d'une bougie, d'une eau parfumée ou d'un mélange d'huiles essentielles, nous créons de façon artisanale au travers de nos échanges et de nos rencontres des produits qui font du bien.

C'est en changeant tous un petit peu, que l'on peut tout changer..

Nous croyons que chacun peut avoir un impact positif sur la société. Cela commence dès nos choix de consommation.

Chaque jour, nous avons à cœur de créer et fabriquer des produits de bien-être, beaux, bons et sains dans le respect de la qualité et de l'éthique, qui prennent soin de la planète et de ses habitant.e.s.

En tant que créateurs et créatrices, nous ajoutons à notre démarche un défi supplémentaire: celui de prendre soin et de faire rayonner les talents des femmes partout dans le monde, car pour nous, il n'est de durabilité possible sans égalité des chances.

Ainsi, nous pensons que nous pouvons permettre à nos client.e.s de contribuer à leur échelle, à un monde plus durable et solidaire. Parce que nos produits invitent chacun.e à prendre un temps pour soi, d'abord; et parce qu'ils sont fabriqués avec des ingrédients 100 % bio ou naturels et dans une démarche éthique, toujours.

Nous croyons à la symétrie des attentions.

Acheter un produit terre d'Oc, c'est contribuer à une démarche plus globale de redistribution des richesses et de valorisation des talents des femmes, à travers le monde.

Pour cela aussi, nous sommes devenus entreprise à mission depuis juillet 2021. Chez terre d'Oc, nous sommes par héritage des artisanes des sens. Nous vous invitons à faire et vous faire plaisir, avec nos produits qui procurent une expérience heureuse et généreuse d'une attention que l'on offre à soi-même, à l'autre, aux femmes, à la planète.



Laure Vincent
Directrice terre d'Oc



À propos



Depuis 2010, terre d'Oc est engagée auprès du Pacte Mondial des Nations Unies et depuis 2021, entreprise à mission. Ainsi cette année, nous avons travaillé sur un rapport RSE très global regroupant notre rapport de mission et le rapport de communication sur le progrès pour le Pacte Mondial des Nations Unies.

Ce document présente de façon transparente notre mission, nos engagements et les actions que nous mettons en place pour l'atteindre. Il présente ainsi notre capacité à créer de la valeur durable pour nos clients, consommateurs, nos fournisseurs et partenaires, notre territoire et plus globalement pour la Société et la Planète.

terre d'Oc n'a aucune obligation à rendre ce rapport public. Nous le faisons dans une démarche de partage et de transparence. Ce rapport présente la contribution de l'entreprise aux Objectifs Développement Durable (ODD) et aux 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unis.

Nous tenons à remercier tous nos collaborateurs et l'ensemble de nos parties prenantes pour leur contribution et implication dans notre démarche d'entreprise à mission et pour leur contribution à la réalisation de ce beau rapport. Un merci particulier à notre designeuse, Eléonore, pour la mise en forme toujours joyeuse et colorée de tous nos supports de communication.

Les informations de ce rapport concernent l'année 2024 et l'ensemble des activités de terre d'Oc.

1	terre d’Oc, entreprise engagée	
	Quelques dates.....	6
	Chiffres & faits marquants 2023.....	7
	Notre héritage & nos valeurs.....	8
	Entreprise RSE, éthique & solidaire.....	10
	Une politique RSE vraie & reconnue.....	11
	Les 10 principes du Pacte des Nations Unies.....	12
2	Entreprise à mission	
	Entreprise à mission depuis 2021.....	14
	Notre comité de mission.....	15
	Évolution de notre comité de mission.....	17
	Résultat 1 ^{er} audit par RSE France.....	19
	Résultat 2 ^e audit par RSE France.....	20
	Plan d’actions.....	21
3	Nos 5 engagements	
	Nos produits.....	23
	Notre sourcing.....	31
	Notre planète.....	40
	Les femmes.....	50
	Nos collaborateurs.....	55
4	Pour finir	
	Revue de Presse.....	64
	Conclusion.....	74

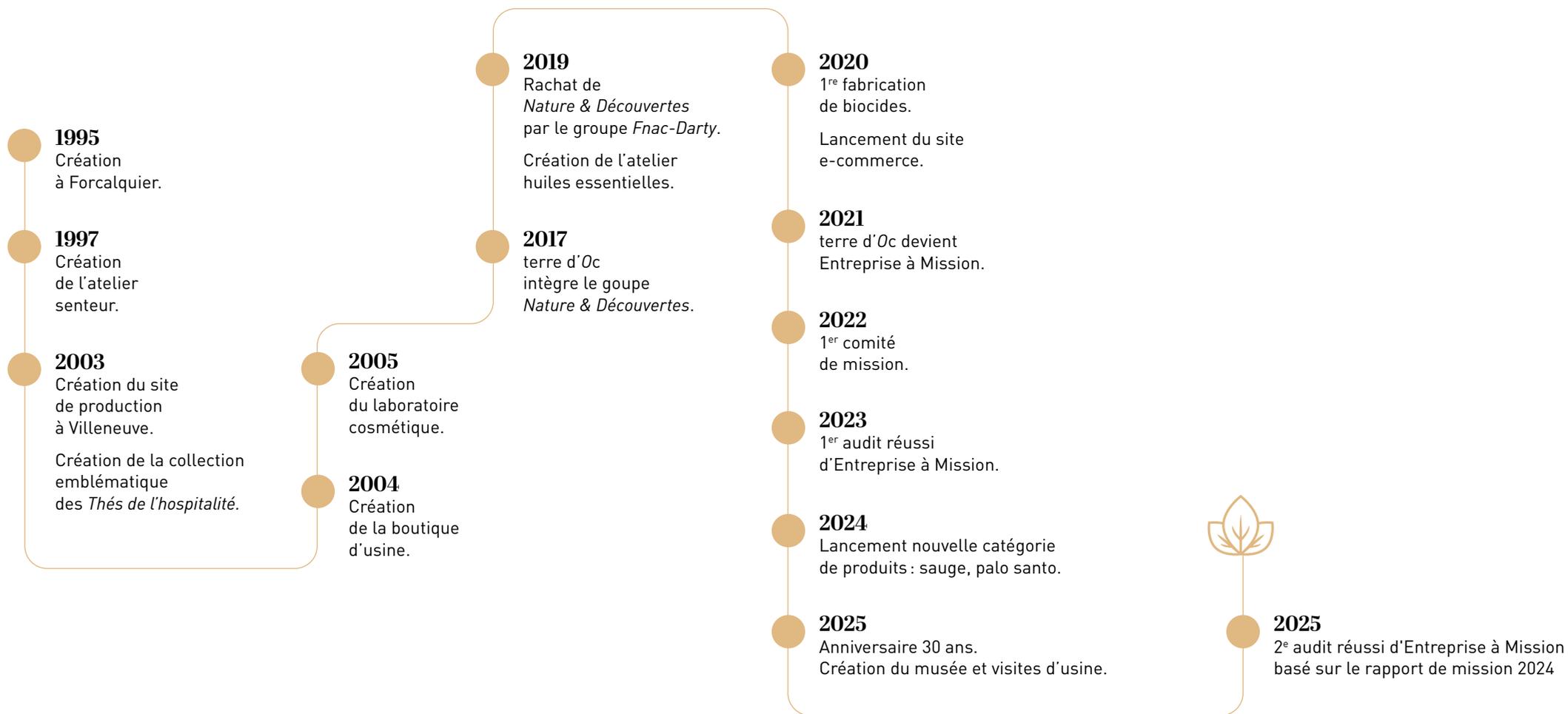


1. terre d'Oc, entreprise engagée

HISTOIRE & DÉMARCHE RSE

Quelques dates

LE CHEMINEMENT DE L'ENTREPRISE



Chiffres

& FAITS MARQUANTS 2024



Nos produits

- Sur 200 produits lancés en 2024 :
 - 100 % certifiés bio ou naturels
 - 100 % sans huile de palme
 - 100 % sans perturbateurs endocriniens
 - 69 % sans emballage secondaire
 - 82 % avec le logo Too Good To Go
 - 100 % avec étuis FSC et Imprim'vert
- Bougies 100 % cire végétale & mèche en coton
- Minéraux 100 % avec certificats de gemmologie et authenticité
- 44 % de la gamme thé en recharges
- 6 collections dont le poids du packaging a été réduit
- 2 nouvelles solutions responsables pour notre boutique d'usine : meuble à infusettes et thés en vrac
- 40 sondages produits
- 4,75/8 note avis vérifiés
- 84 % posts réseaux sociaux sur notre politique RSE
- 1 film « Responsables »

Notre sourcing

- 22 fournisseurs questionnés sur leurs démarches RSE et analyse des réponses
- 16 % de nos achats en masse sourcés en commerce équitable
- 2 nouvelles filières équitables (Assam Inde, gunpowder Chine)
- 72 % de nos achats en France
- 51 % de nos activités de sous-traitance à moins de 200 km
- 100 % fabrication en France



Notre planète

- 69 % de notre chiffre d'affaires en livraison sur plateforme centrale en transport décarboné
- 6000 articles de conditionnement, 7600 accessoires et 150 kg de matières premières sauvés du stock pour de nouveaux produits
- Bilan carbone lancé
- -11 % de consommation électrique et -35 % de consommation d'eau
- 70 % de déchets valorisés, 600 kg de glassine collectée
- +3,5 % de paniers *Too Good To Go* en boutique d'usine et 4 ventes groupées de 8300 unités de conditionnement sauvés
- 1 % de notre chiffre d'affaires reversé à des associations environnementales du collectif *1 % for the Planet*
- Les Centrales Villageoises Durance Luberon créées
- 60k€ de produits (fin de collection) donnés à des associations

Gouvernance

- 1^{er} audit réussi d'Entreprise à Mission en 2023
- Entreprise Bcorp, For Life. Produits bio, COSMOS Organic/Natural, Fair for Life, BIOPARTENAIRE®, SPP
- Adhérent au Pacte Mondial des Nations Unies
- 50 tonnes de thé, 50 tonnes de senteurs & cosmétiques produites dans notre usine
- 3 millions de produits sortis de notre usine

Les femmes

- 1 post tous les 3 jours sur les femmes et 1 portrait de femmes tous les 2 mois en moyenne
- 100 % de nos packs à marque propre signés *Né du talent des femmes*
- Plus de 10 k€ de soutiens financiers dont 50 % à l'étranger pour les femmes (hors *1 % for the Planet*)
- 13 associations portées par les femmes ou pour les femmes soutenues aux Rencontres pour la Planète (*1 % for the Planet*) depuis 2018
- 236k€ récoltés avec notre calendrier de l'aveugle pour les associations environnementales *1 % for the Planet*

Nos collaborateurs

- 46 collaborateurs (7 hommes et 39 femmes)
- 1 sondage de satisfaction tous les mois
- 1 enquête approfondie bien-être au travail et 1 enquête sur l'entreprise apprenante
- 1 réunion trimestrielle "bien-être au travail" avec tous les salariés
- 100 % de collaborateurs formés/sensibilisés
- 12 stagiaires accueillis en 2024
- 12 ateliers bien-être en 2024
- Moments de convivialité tout au long de l'année

Notre héritage

& NOS VALEURS



Nous croyons que chacun peut avoir un impact positif sur la société. Cela commence dès nos choix de consommation

Depuis 1995, de la Haute-Provence au monde entier des femmes passionnées & engagées, échangent et se rencontrent pour créer des produits de bien-être du corps, de l'esprit et de la maison.

Nous sommes par héritage des artisanes des sens. Citoyenne du monde, altruiste, passionnée et éthique, terre d'Oc prône l'Empowerment féminin et la Sororité. Nous vous invitons à faire et vous faire plaisir avec nos produits qui procurent une expérience généreuse d'une attention que l'on offre à soi-même, à l'autre, aux femmes, à la planète.

Être passionné.e.s

Energie . Joie de Vivre . Sens de l'équipe . Amour
Créativité . Beauté . Qualité

Être engagé.e.s

Transparence . Communication . Respect . Intégrité
Partage . Cosmopolite . Amélioration continue

Faire du bien

Solidarité . Durabilité . Éthique . Équitable
Eco-responsabilité . Partage . Sororité

Donner le ton

Force . Rythme . Agilité . Fiabilité . Pro-activité
Innovation . Efficacité . Changement

Être orienté.e.s clients

Ecoute . Assertivité . Pragmatisme . Facilitation
Excellence . Exemplarité . Résultats

**C'est en changeant tous un petit peu
que l'on peut tout changer...**





***Nous nous attachons
à ce que nos produits soient:***

Beaux

qu'ils apportent la joie et l'émotion du beau.

Bons

qu'ils soient conçus autant que possible en commerce équitable et en développant des filières en direct du producteur, où chacun bénéficie des actions solidaires tout en préservant les ressources et la biodiversité.

&

Sains

exigence de naturalité, priorité aux ingrédients biologiques, aux arômes 100 % naturels.

Enfin, que nos produits mettent en avant **LE TALENT DES FEMMES** : sourcing qui favorise les groupements de femmes et leur autonomie, mise en synergie de femmes de talent, en France et dans le monde.



Une entreprise RSE

ÉTHIQUE & SOLIDAIRE

Certifications équitables

Nous développons des filières directes aux quatre coins du monde, si possible en commerce équitable sous certifications. Au-delà de nos contrats commerciaux, nous mettons en place des actions solidaires sur le terrain à travers des aides matérielles et techniques, comme l'accompagnement et le financement des certifications, les financements de soins médicaux, de formations et de bourses scolaires, de plants de thésiers/arganiers, de forage...

Quelques exemples

1997 filière argan au Maroc
 1998 filière beurre de karité au Burkina Faso
 2004 atelier encens et rotin au Vietnam
 2005 filière figue de Barbarie au Maroc
 2020 filière rooibos en Afrique du Sud
 2021 filière huile essentielle en Provence
 2022 filière plantes/tisanes en France
 2022 filière cacao au Pérou
 2022 filière épices au Sri Lanka
 2023 filières matés au Brésil, gingembre à Madagascar, encens en Inde
 2024 filière thé noir en Inde, gunpowder en Chine



1. Maté du Brésil
 2. Encens en Inde
 3. Karité au Burkina Faso
 4. Rooibos en Afrique du Sud
 5. Argan au Maroc
 6. Cannelle au Sri Lanka
 7. Plantes en France



Politique RSE

VRAIE & RECONNUE

2002

Lancement de la gamme *Beauté du monde* avec des ingrédients équitables.

2005

1^{re} gamme cosmétique certifiée par Ecocert.

2007

Démarche BPF ISO 22716.

2009

Certification Ecocert alimentaire.
Certification ISO 14001.

2010

Adhésion au *Pacte Mondial des Nations Unies*.

1^{re} certification Équitable Solidaire Responsable (ESR).

2015

Évaluation AFAQ 26000 basée sur ISO 26000 (niveau confirmé).

Prix meilleure Communication sur le Progrès *Pacte Mondial des Nations Unies* (UNESCO).

2014

Démarche HACCP (qualité alimentaire).

2012

Signature de la charte de la diversité en entreprise.

Prix de l'économie des Femmes Responsables.

2011

Trophé RSE PACA de la PME.

2017

Certification équitable *For Life* et *Fair For Life*.

Prix excellence bio d'*Aval Bio Sud*.

2019

Adhésion fournisseur d'énergie renouvelable en solaire et éolien, compensation carbone de nos ventes à distance.

2020

Adhésion à *Too Good To Go* et signature du pacte sur les dates de consommation.

2025

2^e audit réussi d'Entreprise à Mission basé sur le rapport de mission 2024

2024

Prix Alim'acteurs (ARIA Sud) pour notre politique RH et bien-être au travail.

Film *Resonsables*.

2023

1^{er} audit réussi Entreprise à Mission

Trophée développement durable *La Provence*.

2022

Certification BIOPARTENAIRE® et SPP.

2021

Certification BCorp via *Nature & Découvertes*.

Audit ISO 26000 à blanc (niveau confirmé).

Trophée d'or marque RSEponsible.

Entreprise à Mission.

Engagement dans la Convention des Entreprises pour le Climat.

10 principes

DU PACTE DES NATIONS UNIES

LES DIX PRINCIPES DU GLOBAL COMPACT DES NATIONS UNIES

DROITS DE L'HOMME

- 1 Promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux Droits de l'Homme
- 2 Veiller à ne pas se rendre complices de violations des Droits de l'Homme

NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL

- 3 Respecter la liberté d'association et reconnaître le droit de négociation collective
- 4 Contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire
- 5 Contribuer à l'abolition effective du travail des enfants
- 6 Contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi

ENVIRONNEMENT

- 7 Appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant à l'environnement
- 8 Prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement
- 9 Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

- 10 Agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin

Les Dix Principes du Global Compact des Nations Unies sont dérivés de : la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, la Déclaration de l'Organisation Internationale du Travail relative aux principes et droits fondamentaux au travail, la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement, et la Convention des Nations Unies contre la corruption.

LES OBJECTIFS du développement durable

Adhérent au Pacte des Nations Unies depuis 2010, nous répondons aux 10 principes du Global Compact et aux objectifs du développement durable.



ODD1 - Éliminer l'extrême pauvreté & la faim.



ODD2 - Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.



ODD3 - Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge.



ODD4 - Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.



ODD5 - Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.



ODD6 - Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement.



ODD7 - Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.



ODD8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.



ODD9 - Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.



ODD10 - Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.



ODD11 - Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.



ODD12 - Établir des modes de consommation et de productions durables.



ODD13 - Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.



ODD14 - Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.



ODD15 - Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.



ODD16 - Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols, et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.



ODD17 - Des partenariats efficaces entre les gouvernements, le secteur privé et la société civile.



2. Entreprise à Mission

ENJEUX & STRATÉGIE

NOTRE RAISON D'ÊTRE

Concevoir et fabriquer des produits de bien-être, beaux, bons, et sains à partir d'une démarche préservant les ressources naturelles et la biodiversité tout en développant des filières biologiques et équitables, et en mettant en lumière le travail des femmes partout dans le monde.

La Loi PACTE introduit en 2019 la qualité de société à mission permettant à une entreprise de déclarer sa raison d'être à travers plusieurs objectifs sociaux, sociétaux et environnementaux. Ces éléments sont inscrits dans les statuts de l'entreprise et déclarés au greffe du tribunal de commerce.

Les rôles dans une Entreprise à Mission

L'Entreprise à Mission (EAM) repose sur un dispositif de contrôle impliquant 3 acteurs : l'entreprise terre d'Oc, l'Organisme Tiers Indépendant, le comité de mission.

terre d'Oc

Rompus aux normes ISO depuis de nombreuses années, nous appliquons la même méthodologie pour le suivi de nos actions EAM dans l'entreprise. Chaque service définit une fois par an des objectifs opérationnels découlant des engagements statutaires et des indicateurs clés de suivi et mesure. Ils les partagent avec l'ensemble de l'entreprise lors d'une revue de direction annuelle. C'est aussi l'occasion de faire le bilan de l'année passée en présentant les résultats et les preuves. Tous les collaborateurs chez terre d'Oc ont chaque année des objectifs EAM.

L'Organisme Tiers Indépendant (OTI)

L'OTI vérifie l'exécution des objectifs de la mission. Avons-nous alloué les moyens nécessaires à l'attente de nos objectifs ? Quels sont les résultats atteints ? Y a-t-il des circonstances extérieures éventuelles qui sont venues perturber l'atteinte de nos objectifs ? Suite à cette vérification, l'OTI émet un avis (nous l'avons reçu en 2023 pour la période 2021-2022) concernant le respect ou non des objectifs de la mission, rendu public dans le rapport de mission.

Le comité de mission

Il est en charge du suivi de l'exécution de la mission, c'est-à-dire qu'il nous accompagne à définir notre stratégie et à la challenger. Il est chargé d'évaluer l'efficacité des actions conformément à notre feuille de route statutaire. Il examine la pertinence des actions et des indicateurs de performance, ainsi que leurs impacts sur les parties prenantes et l'écosystème de terre d'Oc. Le comité présente un rapport de mission annuel sur le suivi des actions, joint au rapport de gestion lors de l'assemblée générale. Enfin le comité de mission assure le suivi des évaluations réalisées par l'organisme tiers indépendant.

Nos 5 engagements statutaires

1. Nos produits

Créer des produits de bien-être responsables dans une démarche d'éco-conception en co-création avec nos consommateurs.

2. Notre sourcing

Favoriser un sourcing bio et éthique avec des filières locales en privilégiant le travail des petits producteurs en France et dans le monde.

3. Notre planète

Préserver notre Terre en améliorant notre impact carbone et favorisant les matériaux recyclés et le recyclage de nos déchets.

4. Les femmes

Mettre en avant le travail et le talent des femmes en France et dans le monde et les soutenir dans leurs projets.

5. Nos collaborateurs

Favoriser le bien-être des collaborateurs à travers un cadre de travail agréable, un bon équilibre de vie familiale et professionnelle et en développant leurs compétences.

NOTRE COMITÉ de mission

Nous avons constitué un comité de mission équilibré entre membres internes et externes.

Les membres externes ont été choisis pour représenter chacun les cinq engagements de notre Entreprise à Mission, en fonction de leurs domaines de compétences.

En interne, nous avons lancé un appel à candidatures et sélectionné deux salariées volontaires.



Pascal Mayol

Président Groupe Environnement et Nature du CESE. Expert associé au Conseil scientifique de la Fondation pour la Nature et l'Homme. Président d'honneur ecoscience Provence.

Expert de l'environnement. Il nous accompagne et nous conseille sur les sujets liés à l'environnement, ainsi que sur les modèles de l'entreprise et du travail.

Construire la résilience nécessite de ne pas avoir peur de se transformer, radicalement. Si l'enjeu consiste à trouver les ressources pour faire face aux bouleversements en cours, il s'agit aussi de bâtir un monde juste, solidaire, régénérateur du vivant, bienveillant, inclusif et démocratique, où les rapports entre humains et le reste du vivant sont repensés et institutionnalisés. Chaque jour, je constate que les femmes et les hommes, poussés par cet impérieux désir d'enfanter ce nouveau monde, expérimentent ce changement depuis leurs territoires. C'est le cas de terre d'Oc, de sa direction et de ses salariés qui, au travers du statut d'entreprise à mission, ont trouvé un cadre soutenant pour s'engager, à leur échelle dans ce projet. Je suis très heureux de faire partie de cette aventure à leurs côtés ! C'est une façon concrète d'accorder mes convictions avec mes actes, en mettant mon énergie au service d'un projet utile et exemplaire.

P.M



Virginie Julien

Responsable qualité, règlementaire et R&D terre d'Oc. Représentante du personnel.

Elle se concentre particulièrement sur le "sain" des produits terre d'Oc, en veillant à leur certification bio ou naturelle ainsi que sur le bien-être des collaborateurs.

L'EAM donne du sens à notre travail quotidien et nous guide dans nos divers choix d'entreprise. terre d'Oc avait déjà cette démarche et les 5 piliers sur lesquels nous nous sommes engagés font parti de notre ADN.

C'est une démarche fédérative, plus que l'ISO14001 qui était vécu auparavant comme une contrainte et porté par une seule personne.

Le fait d'avoir un comité de mission apporte une ouverture d'esprit et d'autres angles de vue. C'est enrichissant et structurant. C'est un moyen pour chacun de se poser sur le travail quotidien et de prendre un peu de hauteur, de prendre conscience de tout ce que l'on fait et de valoriser notre travail.

V.J



Mégane Vechambre

Coordinatrice Agribio04.
Conseillère PPAM.

Spécialiste des plantes à parfum. Elle nous conseille et nous soutient côté fournisseurs pour les senteurs et huiles essentielles locales.

Pauline Bechet

Dirigeante de PBC (agence de communication engagée digitale et webmarketing).

Experte du digital et dirigeante de plusieurs entreprises engagées, particulièrement investie en RSE dans la région Sud. Elle nous challenge et nous soutient dans nos projets avec nos clients et consommateurs.



Vincent Cavallès

Ancien Président terre d'Oc.
Drôme, Alpes Provence Conseil.

Il nous conseille et nous soutient sur les sujets industriels et l'impact carbone.



Valérie Roubaud

Co-fondatrice de terre d'Oc.
Présidente Aval Bio Sud. Présidente Créations & Compagnies. Juge consulaire tribunal de commerce.

Elle nous challenge et nous soutient sur divers sujets, notamment celui des femmes.

La mission de donner du sens à l'entreprise, comme le sens que l'on veut donner à sa vie! Donner du sens pour embarquer toutes les forces collectives dans l'engagement social et environnemental de terre d'Oc.

Toutes les énergies et les actions sont déployées pour apporter des impacts positifs à la société...

Je suis fière d'être membre du comité, je trouve que mission rime avec vocation, vision, différenciation, implication, coopération et admiration!

V.R

Laure Vincent

Directrice Générale terre d'Oc.
Présidente du comité de mission.
Vice-Présidente 1 % for the Planet.
Conseillère banque de France Alpes-de-Haute-Provence.
Administratrice STEPI, UESS.

Elle se concentre sur le "bon" des produits terre d'Oc, en étant investie notamment auprès des filières en commerce équitable.

Elle préside généralement les séances du comité de mission.



L'entreprise à mission a donné un nouveau souffle à notre engagement RSE pourtant bien ancré dans l'entreprise. Le sentiment d'embarquer de façon bien plus collective l'ensemble des salariés où chacun est acteur de la démarche.

C'est vraiment chouette de voir la motivation et l'envie de tous d'aller toujours plus loin et d'être force de proposition pour trouver de nouveaux axes préondant à notre engagement en faveur de nos produits, de notre sourcing, de la planète, des femmes et du bien-être des collaborateurs... l'intelligence collective prend ici tout son sens.

À titre plus personnel, un supplément d'âme, en accord avec mes valeurs, qui m'aide à me lever bien plus volontiers pour aller travailler... même les jours "sans".

A.H



Audrey Haupt

Responsable marketing, communication et digital terre d'Oc.

Elle se focalise particulièrement sur le "beau" des produits, notamment grâce à son rôle de marketeuse et communicante.

Une entreprise à mission c'est quelque chose de nouveau, c'est un projet commun et partagé.

Bien que terre d'Oc soit une entreprise privée, le projet me parait d'intérêt collectif, où les dirigeants, les salariés et des personnes extérieures comme moi définissent le projet et l'évalue.

Par ailleurs, j'ai trouvé de la convivialité, du respect entre les partenaires et un intérêt pour la réussite économique de l'entreprise. Ce qui est très motivant et épanouissant pour tous.

G.L



Georgia Lambertin

Présidente de la Chambre d'Agriculture du Vaucluse. Présidente commission agriculture CESER PACA. 1^{re} femme à recevoir à l'ONU le prix mondial de la créativité des femmes en milieu rural.

Leader de l'agriculture en France et membre élue de différents organismes. Elle nous apporte son expertise et son soutien sur tous les sujets de sourcing et fournisseurs.

Évolution

DE NOTRE COMITÉ DE MISSION

1^{er} juillet 2021

Dépôt des statuts
au tribunal du commerce.

Recherche de membres
pour le comité de mission.

12 mai 2022

Constitution et 1^{er} comité
de mission.

Apprendre à connaître terre d'Oc
et les membres du comité.

Définition du rôle
du comité de mission.

Présentation des ambitions
pour le modèle de mission de terre d'Oc.

Élaboration des indicateurs.

24 novembre 2022

2^e comité de mission.
Validation des indicateurs
à court terme pour chaque objectif
et de la méthodologie d'évaluation
et l'année de référence.

Revue des actions engagées
pour le plan EAM 2021-2022.

24 mars 2023

Évaluation des objectifs et indicateurs
pour le plan EAM 2021-2022.

Validation de l'Organisme Tiers
Indépendant pour le premier audit
et vérification à 24 mois.

1^{re} trame du rapport de mission
2021-2022 pour l'AG annuelle.

Présentation du plan EAM 2023 avec
la sélection des actions à impact majeur.

24 mai 2023

4^{ème} comité de mission.
Retravail du plan EAM 2023
pour être plus incisif.

Décision pour le système de notation
définitif des objectifs du plan
EAM 2021-2022.

Audit OTI (Organisme Tiers Indépendant).
Avis favorable.

3 avril 2025

Avis définitif pour le plan EAM
2024, rapport de mission 2024
et approbation plan EAM 2025

26 avril 2024

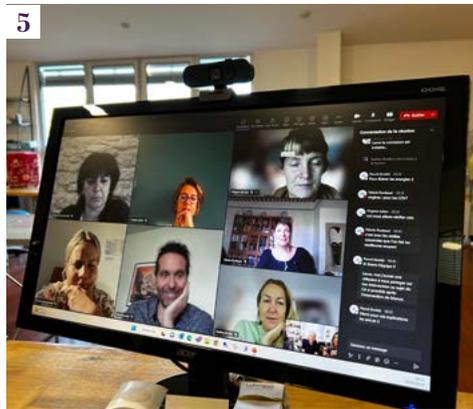
Avis définitif pour le plan EAM
2023, rapport de mission 2023
et approbation plan EAM 2024

1 décembre 2023

Évaluation des objectifs
et indicateurs du plan EAM 2023.

Challenge sur le modèle
d'entreprise de terre d'Oc,
sur les catégories produits
et les circuits de distribution
stratégiques.





Un comité de mission agile, actif et engagé depuis 3 ans qui monte en compétences et challenge sur des sujets majeurs.

1 & 2. 1^{er} comité de mission et lancement EAM (12/05/2021)/ 3. Laure Vincent & Pascal Mayol lors de l'inauguration de l'EAM / 4. 3^e comité de mission/ 5. 4^e comité de mission/ 6. 5^e comité de mission/ 7 & 8. Inauguration de l'EAM/ 9, 10, 11 & 12. Revue de direction mars 2024.



Avis sur l'exécution des objectifs statutaires constitutifs de la mission

Conclusions

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par nos travaux :

- le fait que la Société ait atteint les résultats qu'elle a définis à la fin de la période couverte par nos travaux, pour chaque objectif social ou environnemental retenu en application du 2° de l'article L.210-10 et inscrit dans ses statuts,
- le fait que la Société a mis en œuvre des moyens adéquats pour chaque objectif social ou environnemental retenu en application du 2° de l'article L.210-10 et inscrit dans ses statuts,

Par conséquent, la Société respecte chacun des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est donnée pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.

Paris, le 1er juin 2023

RSE France

Gérard SCHOUN

Patrice LABROUSSE



Accréditation n°3-1904
Portée disponible sur www.cofrac.fr



Avis sur l'exécution des objectifs statutaires constitutifs de la mission

Avis sur l'exécution des objectifs statutaires constitutifs de la mission

Réf : TERRE D'OC SM 2024

À la suite de la demande qui nous a été faite par la société TERRE D'OC (ci-après la « Société »), nous vous présentons notre avis motivé sur les informations liées à l'exécution des objectifs statutaires constitutifs de la mission (ci-après les « Objectifs ») que la Société s'est fixée sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et relatives à la période allant du 1er janvier 2024 au 31 décembre 2025, telles que présentées notamment dans le rapport du comité de mission joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L.210-10 du code de commerce . Ces informations constituent la « Déclaration ».

RSE France a la qualité d'Organisme Tiers Indépendant (OTI) accrédité par le Cofrac sous le n°3-1904 (portée disponible sur www.cofrac.fr).

Conclusions

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous formulons les conclusions suivantes.

Nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification

- le lien entre la raison d'être inscrite dans ses statuts et l'activité de la société ;
- le lien entre les objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts et l'activité de la société ;
- le suivi de l'exécution de la mission par le comité de mission ;
- les conclusions favorables du comité de mission sur la pertinence des objectifs ;
- la possibilité de vérifier l'exécution des objectifs ;

Nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification

- le fait que l'entité ait mis en œuvre des moyens adéquats pour l'objectif « Créer des produits de bien-être responsables dans une démarche d'éco-conception tout en créant une communauté de consommateurs qui partagent la raison d'être de la Société » retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts ;
-
- le fait que la Société ait atteint les résultats qu'elle a définis à la fin de la période couverte par la vérification, pour l'objectif « Créer des produits de bien-être responsables dans une

Paris, le 15 mai 2025

RSE France

Gérard SCHOUN

Patrice LABROUSSE

Plan d'actions

L'objectif de l'Entreprise à Mission est de créer du sens.

Une mission qui repose sur 5 engagements statutaires, 24 objectifs opérationnels et 27 indicateurs.

Ces 24 objectifs sont définis et choisis par l'ensemble des collaborateurs, présentés lors de la Revue de Direction annuelle.

Ces propositions sont ensuite présentées au comité de mission qui les analyse, les challenge et les sélectionne en fonction d'une vraie trajectoire à impact qui s'étale sur le long terme avant de définir les indicateurs quantitatifs ou qualitatifs de chaque objectif opérationnel.

La sélection finale est repartagée avec l'ensemble des salariés et constitue le plan annuel EAM terre d'Oc.

Le supplément d'âme terre d'Oc

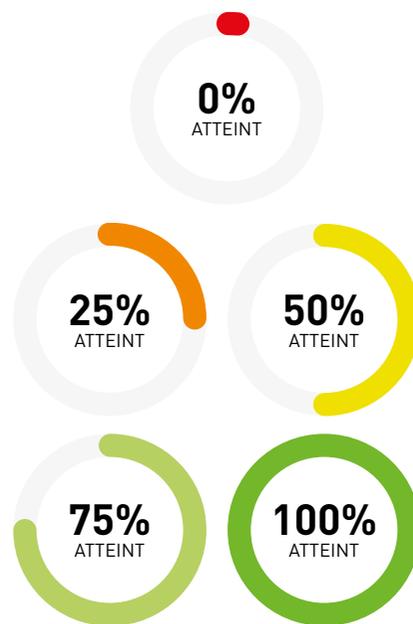
Chaque salarié est challengé sur 1 objectif qui lui est propre lors de son entretien annuel d'évaluation.

Le comité de mission

Il évalue une fois par an "le niveau d'atteinte de l'objectif opérationnel macro". Les sous-objectifs opérationnels sont partagés avec le comité de mission et s'il le souhaite, les détails sont donnés.

Un objectif opérationnel est considéré comme atteint :

- si les indicateurs qui y contribuent sont au vert foncé et vert clair à condition que si un sous-objectif opérationnel n'est pas atteint, il ne remette pas en cause l'objectif statutaire ;
- si certains sous-objectifs opérationnels sont notés de rouge à jaune, le comité de mission doit avoir une réflexion (élément de jugement) pour évaluer si la non-atteinte de ce sous-objectif remet en cause l'atteinte de l'objectif opérationnel global. Le comité de mission décidera alors de l'atteinte ou pas de l'objectif opérationnel en étudiant l'ensemble des sous-objectifs opérationnels.



Évaluation de l'atteinte de l'objectif.



Moments de partage lors de l'inauguration de notre Entreprise à Mission

2. Nos 5 engagements

ANCRÉS DANS NOTRE ADN ET INSCRITS DANS NOS STATUTS

terre d'Oc
HAUTE PROVENCE

Né du talent des femmes



ENGAGEMENT 1

nos produits

Créer des produits de bien-être responsables dans une démarche d'éco-conception tout en créant une communauté de consommateurs qui partagent notre raison d'être.



L'avis du comité

100 % atteint : "une démarche exemplaire au-delà des objectifs et de ce qui a été challengé précédemment, un sujet ancré dans la raison d'être que terre d'Oc et ses équipes conduisent naturellement « sans calculer »".





Objectif 1

Créer des produits écoconçus en bio et naturels

- **TRAJECTOIRE**
Améliorer l'écoconception des produits en favorisant le bio et le naturel
- **INDICATEURS**
Taux de naturalité et de bio dans nos produits



Notre objectif est de favoriser la naturalité et le bio dans le développement de nos produits que ce soit pour les senteurs, les cosmétiques, les huiles essentielles ou les thés et ce pour nos marques propres et celles de notre principal client Nature & Découvertes. Les référentiels à suivre selon les catégories de produits sont différents. Voici nos résultats pour 2024 :

La senteur

Sous le référentiel ISO16128 ou ISO9235. Nous avons développé 100 % de nos références avec un minimum de 95 % d'ingrédients d'origine naturelle.

De plus en 2024, nous avons travaillé pour une formulation de nos Senteurs sans DPG et avec 100 % de solvants naturels.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Un travail collaboratif avec nos parfumeurs en Provence pour faire évaluer notre cahier des charges.
- Un travail de sourcing de longue haleine pour arriver à nos objectifs.
- Une veille réglementaire continue.
- Une agilité créative, ADN de terre d'Oc.

La cosmétique

Sous le référentiel COSMOS avec 100 % de nos produits lancés certifiés COSMOS organic ou COSMOS natural.

Les huiles essentielles

Sous le référentiel alimentaire ECOCERT avec 100 % de nos produits lancés certifiés bio par Ecocert

Le thé

Sous le référentiel alimentaire ECOCERT avec 100 % de nos produits certifiés bio par Ecocert.





Objectif 1

Créer des produits écoconçus en bio et naturels

• **TRAJECTOIRE**

Améliorer l'écoconception des produits existants en favorisant les packagings à moindre impact

• **INDICATEURS**

50 % des gammes majeures en marques propres proposées en recharges d'ici 5 ans (2027)



Notre objectif est de proposer des recharges pour nos produits les plus vendus à la marque terre d'Oc. Un défi majeur pour trouver des recharges en matériaux respectueux de l'environnement, souvent impactés par un prix plus élevé tout en restant en ligne avec notre positionnement et notre volonté d'offrir au consommateur un produit au prix juste.

Pour le thé

En 2024, nous avons lancé des recharges pour notre gamme *Les Jolies Tisanes Fruitées*. Ainsi notre offre de thé propose 44 % de la gamme en recharges (27 ref. sur 61 ref. proposées en format individuel).

Pour la senteur

Pour la collection Sensorielle senteurs ainsi que pour la marque Poetic Nature de *Nature & Découvertes*, sont disponibles les recharges pour capilla en 2 formats.

En 2024, nous avons lancé la recharge de rotin pour notre collection Sensorielle. Nous proposons à date 20 % des formats en recharges pour les gammes senteurs. Et 100 % des produits flacons avec bague à vis pour permettre le réemploi.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Proposer des recharges avec des formats qui font sens pour les consommateurs. Proposer en priorité des recharges sur les gammes qui fonctionnent. Proposer les recharges dans des packagings vertueux.



1. Recharges *Les Thés de l'hospitalité*/ 2. Recharges *Les Thés d'origine*
3. Recharges *Les jolies tisanes*/ 4. Recharge *Les glassés*/ 5. Recharge de rotin



Objectif 1

Créer des produits écoconçus en bio et naturels

• **TRAJECTOIRE**
Améliorer l'écoconception des produits existants en favorisant les packagings à moindre impact

• **INDICATEURS**
1 collection repensée par an



Repenser nos collections

Se challenger chaque année sur la conception de nos gammes existantes et tenter de encore les améliorer, tel est le challenge que nous nous fixons chaque année.

En 2024, nous avons travaillé sur plusieurs projets pour réduire le poids matière des emballages sans nuire à l'intégrité du produit :

- Le passage de la gamme thé et tisane bien-être de pot verre en doypack papier ;
- Une recharge de rotin plus simple sans étui ;
- Les coffrets huiles essentielles de *Nature & Découvertes* ont été repensés ;
- La réduction du poids des étuis des synergies voyage et des flacons 400 ml de recharge parfum pour capilla.

L'étude sur la matière, refermabilité des recharges en doypack sera faite en 2025.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Réduire l'impact environnemental en limitant les ressources utilisées et les émissions dès la conception.

Valoriser l'image responsable : répondre aux attentes des clients et se démarquer par l'engagement.

Solutions responsables pour notre boutique d'usine

En 2024, nous avons aussi souhaité tester de nouvelles idées de vente plus responsables pour nos produits dans notre boutique d'usine.

Ainsi plutôt que de proposer nos infusettes seulement en format coffret ou en format boîte nomade de 10 sachets, nous avons créé un meuble « infusettes » libre service où le consommateur peut choisir lui-même les infusettes : véritable succès, nos consommateurs sont ravis. Le meuble a été mis en service début novembre et c'est près de 2000 infusettes vendues en 2 mois !

Nous avons également installé un mur de thés en silo. Ce projet sera actif pour mi-2025.

1. Amélioration de différents emballages
2 & 3. Meubles à infusettes et vrac dans notre boutique d'usine



Objectif 2

Favoriser l'intelligence collective au profit de l'écoconception

- **TRAJECTOIRE**
Améliorer nos connaissances en écoconception et écoconcevoir nos produits

- **INDICATEURS**
Minimum 20 sondages consommateurs & clients et 3 comités créatifs par an

Quoi de mieux que l'intelligence collective pour partager ses connaissances et co-créer des produits beaux, bons et sains en mettant la création au cœur de l'entreprise et en faisant participer le maximum de collaborateurs et clients ?

C'est une vraie philosophie chez terre d'Oc puisque depuis 2021 nous avons mis en place des outils de co-création qui fonctionnent particulièrement bien.

Le comité créatif

Il s'agit d'une journée dédiée à la création. On oublie tout, toute l'entreprise est invitée et sous l'organisation de notre responsable marketing, 2 à 4 ateliers de design thinking sont organisés dans la journée sur différents sujets : cela peut aller de la génération d'idées pour de nouveaux produits à des idées pour diminuer notre bilan carbone ou encore comment améliorer la charge de travail ! En 2024, nos 3 comités créatifs se sont tenus en février, août et novembre.

Des exemples concrets « d'outputs » 2024 : création d'infusettes personnalisées pour des événements, création d'une section dédiée « bons plans » et liste de nos points de vente sur le site internet et un arbre à vœux au sein de terre d'Oc.

En 2024 aussi, nous nous étions fixés de faire participer activement la production, ce qui a été le cas pour 2 comités créatifs.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Innovation continue, cela ne s'arrête jamais chez terre d'Oc et nous générons continuellement de nouvelles idées pour rester à la pointe.

Adaptabilité : nous questionnons nos parties prenantes et adaptons ensuite nos produits en fonction du feedback reçu.

Qualité : les retours de nos parties prenantes garantissent que nos produits répondent à la qualité attendue.

Collaboration et engagement : chacun peut contribuer à la création chez terre d'Oc.

La tribu et autres sondages digitaux

La tribu est un groupe digital fermé d'environ 150 membres, composé de clients B2C et B2B (boutiques indépendantes et grands comptes), d'agents commerciaux et de quelques salariés terre d'Oc. Chaque semaine, le groupe est sollicité via des sondages sur nos nouvelles idées : recettes, packagings, graphismes, noms, et tests produits à domicile. Les retours sont analysés afin d'améliorer la conception de nos produits, notamment sur le plan de l'écoconception.

En 2024, un nouveau sondage a été mené auprès de la tribu pour évaluer leur perception de nos engagements RSE : 90 % des répondants les notent au-dessus de 4 sur 5. En suggestion, ils recommandent une meilleure communication sur les actions environnementales mises en place.

Parallèlement, des idées sont aussi testées sur nos réseaux sociaux (ex. : "Quel type de thé boire la journée ?", "Connaissez-vous les pays producteurs de thé ?") ainsi que dans notre boutique d'usine.

Au total, 40 sondages ont été réalisés en 2024 pour mieux comprendre nos consommateurs, leurs attentes et leurs préférences produit.

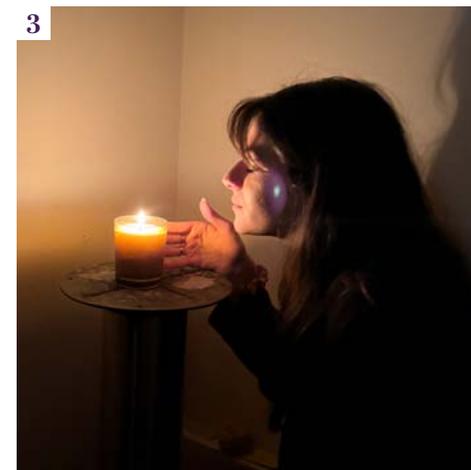
Sondages internes

Les Rendez-vous du mardi à 9h30 pour tester les nouvelles recettes de thé à l'aveugle et donner son avis grâce à une grille organoleptique ont été maintenus en 2024.

Nouveauté en 2024 : 7 salariés de la production ont participé au moins 1 à 2 fois à ces rendez-vous, le partage de compétences et connaissances se fait dans tous les services chez terre d'Oc.

En 2024, les évaluations olfactives de nos produits ont aussi été nombreuses. Nous possédons 2 cabines olfactives qui permettent de comparer des senteurs. Les collaborateurs sont invités à y participer régulièrement et à compléter un questionnaire en ligne.

En 2024, nous avons organisé une dégustation hebdomadaire et 7 sondages internes olfactifs avec 77 participants.



1. Idée produits d'infusettes événementielles du comité créatif
2. Notre communauté fermée La tribu
3. Test olfactif en cabine



Objectif 3

Avoir une communauté de consommateurs et de clients qui partagent notre raison d'être

- **TRAJECTOIRE**
Partager notre démarche avec nos clients B2C et B2B

- **INDICATEURS**
+ 10% de consommateurs dans nos bases et 25 % de nos posts en RSE



2 LE SITE LE BLOG terre d'Oc HISTOIRE VALEURS



À l'occasion de la quinzaine du commerce équitable, nous vous proposons de revenir sur l'engagement de terre d'Oc. Du sourcing à la fabrication de nos produits, les valeurs du commerce équitable nous animent. Ensemble pour un commerce différent !



NOTRE SOURCING

Chez Terre d'Oc, chaque sélection de matière première est le fruit d'une recherche minutieuse visant à privilégier les filières biologiques, équitables ou locales. Depuis 25 ans, nous plaçons l'humain au centre de nos partenariats, mettant en avant des valeurs de responsabilité sociale et environnementale.

NOS PARTENAIRES

Nous travaillons la plupart du temps sans intermédiaires et établissons des partenariats avec des producteurs locaux et des coopératives engagées.

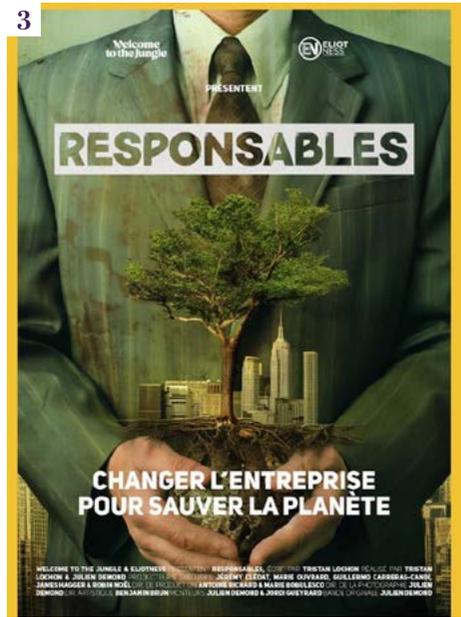
Ces échanges et rencontres nous permettent de nous approvisionner directement auprès des cultivateurs, en garantissant des conditions de travail justes et des prix équitables.

NOTRE VISION

Nous croyons fermement qu'il est possible de faire du commerce autrement.

Nous sommes convaincus que le commerce équitable n'est pas seulement une option, mais une nécessité. Nous croyons en un modèle où chaque étape de la chaîne de production profite à toutes les parties prenantes.

1. Planning éditorial/ 2. Newsletter RSE
3. Film *Responsables*



Aujourd'hui, la communication de terre d'Oc est particulièrement active, à la fois sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn) mais aussi auprès des abonnés à notre newsletter ou encore notre communication boutique d'usine.

Aujourd'hui terre d'Oc a une croissance de communauté continue. En 2024, nos communautés ont augmenté de + 15 % au total (entre + 8 % et + 35 % selon les réseaux).

Il est important pour nous, à travers nos communications de présenter tout ce qui se cache derrière nos produits, nous tenons à ce que nos pages reflètent parfaitement et en toute transparence nos actions d'entreprise à mission et de RSE.

En 2024 84 % de nos communications parlent de RSE, toujours illustrées par des actions vraies et concrètes.

Nous avons de plus, en 2024 édité 9 newsletters spéciales "RSE" (+2 vs. 2023) pour expliquer notre démarche ou faire des focus sur des sujets qui nous tiennent à cœur comme les femmes, le commerce équitable ou encore un Noël solidaire. Ces newsletters ont été à destination du B2C et B2B et autres parties prenantes de terre d'Oc (officiels, fournisseurs,...).

En 2024, est également sorti le film *Responsables* produit par *Welcome to the Jungle* et diffusé sur *Ushuaia TV* et *TF1+* où Laure Vincent, notre dirigeante a pu partager la philosophie engagée de notre entreprise. Nous remercions Tristan Lochon et Julien Demond pour ce projet incroyable et vous invitons à aller découvrir le film sur *TF1+*.

9 newsletters RSE sur l'année

- 05.03.24 : journée des droits des femmes avec soutien à l'association *La maison des femmes* B2C
- 16.04.24 : nouveau packaging des tisanes fruitées éco-conçu B2C
- 07.05.24 : *La quinzaine du commerce équitable* B2C
- 08.05.24 : réunion citoyenne pour *Les centrales villageoises* B2C
- 04.06.24 : journée mondiale du bien-être avec soutien à l'association *Nour* B2C
- 03.09.24 : partage rapport de mission 2023 B2C / B2B / Corporate
- 17.09.24 : quinzaine du développement durable B2C
- 24.09.24 : *Too Good To Go* B2C
- 15.10.24 : octobre rose avec soutien à l'association *Ruban rose* : 1 € reversé par boîte de thé parmi une sélection B2C

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Une communication structurée et organisée autour de 5 thèmes : "beau, bon, sain, femmes et RSE".

Du vrai contenu avec des actions concrètes partagées.



Objectif 3

Avoir une communauté de consommateurs et de clients qui partagent notre raison d'être

- **TRAJECTOIRE**

Partager notre démarche avec nos clients B2C et B2B

- **INDICATEURS**

Avis vérifiés note cible 4,8/5

Proposer aux clients de laisser un avis après leur commande via la plateforme *Avis Vérifiés* est une étape clé dans notre stratégie e-commerce.

Cela permet tout d'abord de renforcer la confiance des futurs acheteurs: les avis authentiques rassurent et influencent positivement la décision d'achat. C'est aussi un excellent moyen d'écouter nos clients, de mesurer leur satisfaction et d'identifier des axes d'amélioration pour nos produits ou services.

Suivre ces retours dans le temps nous aide à maintenir un bon niveau de qualité, à réagir rapidement en cas de problème, et à valoriser ce qui fonctionne bien. Enfin, les avis clients contribuent à notre visibilité en ligne, en améliorant notre référencement naturel. C'est donc un levier simple, mais très efficace pour améliorer à la fois l'expérience client et écouter nos clients.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Renforce la confiance client et améliore l'expérience grâce à des avis authentiques et visibles.

Permet un suivi de la satisfaction et une amélioration continue.

Nous nous étions fixé un objectif de note supérieure à 4,8/5 sur *Avis Vérifiés*.

En 2024, nous avons atteint une moyenne de 4,75/5, soit un objectif rempli à 99 %. Aujourd'hui c'est notre service règlementaire qui pilote avec de bons échanges consommateurs cette activité.





Les plus

Autres actions menées en 2024

- **TRAJECTOIRE**
Hors « trajectoires à impact » suivies par le comité de mission
- **INDICATEURS**
Définis par les équipes

1 terre d'Oc
SAULE PESTICIDE
N°1 des Jardins
des Français

l'écho conception
"Le meilleur déchet est celui que l'on ne produit pas"

FBI
Fausse Bonne Intuition
Méfions-nous!

TOUS NOS **EMBALLAGES** SE TRIENT quelle que soit leur matière!

Par contre, tous n'offrent pas une **RECYCLABILITÉ** optimum et les apparences sont parfois trompeuses!

40 % POLYÉTHYLÈNE*
*PE
+ 60 % KRAFT

100 % POLYÉTHYLÈNE

Lequel de ces 2 emballages est le plus vertueux en termes de DÉCHET?

C'est le doypack 100 % polyéthylène qui gagne le combat car son taux de recyclabilité est de 100 % contrairement au doypack Kraft qui n'atteint que 60 %.

Pourquoi, ce dernier n'est-il pas entièrement recyclable?
Le sac kraft suivra la filière de recyclage papier puisque majoritairement en papier. Cette filière, lors de son processus de triage, ne reconnaîtra pas les 40 % de PE qui seront alors identifiés comme intrus et rejeté sans être recyclé.

Attention!
cela ne veut pas dire que l'emballage en PE est le plus vertueux. Seule une ACV de ces 2 emballages peut l'affirmer (c'est dans ma ToDo liste).
À suivre...

1 & 2. Premiers posts internes L'écho conception

2 terre d'Oc
SAULE PESTICIDE
N°1 des Jardins
des Français

l'écho conception

LE TRI
aujourd'hui

TOUS NOS **EMBALLAGES** SE TRIENT quels qu'ils soient, sans exception!
Tous sont à déposer dans les **bacs jaune et vert du tri** de votre commune, de votre lieu de travail ou de vacances, en France et en Europe (très bientôt).

Et si vous avez encore un doute entre à trier / à jeter
"Mischanger" l'appel "Guide du tri"

QUELQUES CHIFFRES En France en 2023

108 MILLIARDS D'EMBALLAGES ont été triés

5,4 MILLIONS DE TONNES D'EMBALLAGES

72 KILOS PAR HABITANT D'EMBALLAGES ET DE PAPIERS TRIÉS

Milleur élève du tri: région **Bretagne** = 106 kg/hab
Bons derniers : régions **PACA** & **Île-de-France** respectivement 57 & 45,5 kg/hab
*régions les plus peuplées faut bien avouer...

25 %
DU PIEDS DE NOS OMBRES MÉNAGÈRES CONTIENNENT ENCORE DES EMBALLAGES ET DES PAPIERS soit 84 kg /an/habitant

Chez terre d'Oc, l'engagement anime chaque collaborateur. C'est pour cela que dans chaque service, toutes les équipes proposent chaque année des actions en plus de celles suivies par notre comité de mission. En 2024, des résultats supplémentaires que nous souhaitons partagé ici !

Service direction/RSE

- Suivi du projet de mise en place de l'affichage environnemental.

Service marketing communication

- Formations des équipes de ventes: 2 séminaires agents (janvier et juin) / 2 formations grand comptes, 4 formations export, 1 vidéo formation Français/ Anglais
- PLV/ flyer entreprise: reprise de nos supports de communication pour y rajouter nos engagement Bcorp et FFL.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

L'engagement chez terre d'Oc, une affaire de cœur. Toute l'équipe a envie de contribuer à son niveau même si cela va au-delà de nos objectifs suivis par le comité de mission.

Service design

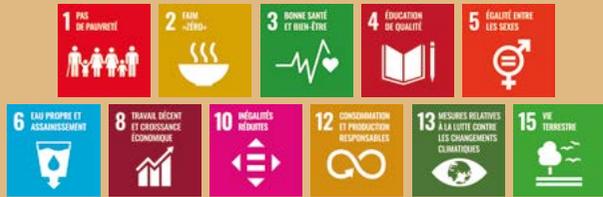
- Ne pas créer d'emballages secondaires quand c'est possible: 62 % des nouveaux produits 2024 lancés sans emballages secondaires.
- Mise en place d'un nouveau support *L'écho conception* pour partager sous forme de posts dans notre réseau social interne des infos et astuces sur l'écoconception.
- Recherche de solutions pour digitaliser notre catalogue commercial.



ENGAGEMENT 2

notre sourcing

Favoriser un sourcing bio éthique avec des filières locales en privilégiant le travail des petits producteurs en France et dans le monde.



L'avis du comité

100 % atteint " l'engagement dans cette démarche est sincère, il y a une réelle volonté de travailler en local, équitable et bio. Ce modèle économique est à tenir pour soutenir les filières malgré la conjoncture économique actuelle peu propice à de telles démarches."



Objectif 5

Mieux connaître nos fournisseurs et leur stratégie RSE

• **TRAJECTOIRE**
Sélectionner nos fournisseurs en fonction de leur stratégie RSE

• **INDICATEURS**
Auditer 3 fournisseurs par an et questionner le Top 20 en masse d'achat / grille analyse en place

Nous travaillons en partenariat avec nos fournisseurs et souhaitons partager des valeurs communes.

En 2023, nous avons élaboré un questionnaire achat/qualité/RSE "matières premières" et un pour les "emballages". Celui-ci a été diffusé et validé par notre comité de mission.

Nous récoltons notamment des informations sur :

- Leur politique d'achat responsable, leur capacité de production ;
- Leurs certifications et labels ;
- Leur process qualité, traçabilité et conformité réglementaire ;
- Leurs pratiques RSE, environnementales et sociales.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Pour mieux connaître nos fournisseurs principaux et stratégiques.
- Pour partager nos valeurs, sensibiliser et faire évoluer les pratiques de nos fournisseurs.
- Pour mieux appréhender leurs activités et leurs problématiques.
- Pour s'assurer de la cohérence avec nos valeurs et exigences.
- Pour créer du lien.

En 2024, nous avons déployé ce questionnaire sur le Top 20 de nos fournisseurs ainsi que sur les nouveaux entrants pour comprendre leur politique d'entreprise. Nous avons mis en place une grille d'évaluation et un système de notation synthétisant les points forts et les axes d'amélioration de nos fournisseurs. L'analyse a été au final surprenante, nous allons la partager avec nos fournisseurs, l'objectif étant aussi les faire grandir sur les actions RSE et de partager notre feedback.

Également, la responsable achats et la responsable qualité réalisent 3 audits de fournisseurs principaux ou stratégiques chaque année. En 2024, nous en avons ainsi audité 1 fournisseur majeur existant et 2 en cours de référencement chez nous.



1, 2, 3 & 4. Audit chez notre parfumeur Robertet



Objectif 6

Connaître nos matières, les formuler en interne

- **TRAJECTOIRE**
Développer nos connaissances en interne

- **INDICATEURS**
Équipe R&D en place, base de données matières premières 2025 : % de recettes créées en interne



En 2024, notre équipe R&D interne a de nouveau développé son champ d'actions et de compétences.

Ainsi, après avoir mis en place en 2023 une échantillothèque matière "thés, plantes, épices, fruits séchés, arômes" et créé notre propre base de données alimentaires incluant certifications/labels, origines géographiques, coupes, statuts réglementaires, l'année 2024 aura été marquée par un fort développement de recettes en interne, à la fois pour nos marques et pour d'autres marques.

Ainsi nous avons créé 18 recettes en 2024 dont 89 % en interne.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Connaitre ses matières premières, pouvoir les toucher, les sentir, les goûter est une étape incontournable à la création de produits beaux, bons et sains. Point de départ de toute la chaîne de traçabilité et de contrôle qualité.



Objectif 7

Favoriser le sourcing en contrat équitable

- **TRAJECTOIRE**
Acheter plus de matières équitables
- **INDICATEURS**
Passer de 10 % (2022) à 12,5 % (2023) et 15 % (2024) en masse d'achat

Notre démarche équitable notamment au travers de la certification Fair for Life

Soutenir des filières lointaines ou en créer de nouvelles fait partie intégrante de notre ADN. Nous avons à cœur de redistribuer la richesse en reversant une prime équitable sur chaque achat, tout en établissant des contrats pluriannuels (3 ans) pour garantir un revenu stable à nos producteurs — souvent de petits groupements de femmes. En cas de baisse d'activité de notre côté, nous trouvons des solutions pour maintenir leur activité: mise en relation avec d'autres clients, valorisation d'autres productions... Au-delà du commerce équitable, nous finançons des actions concrètes: soutien scolaire, médical, alimentaire... et prenons souvent à notre charge les démarches de certification. Tout ceci est encadré pour la plupart de nos produits en commerce équitable au travers du référentiel *For Life* (FL) et *Fair For Life* (FFL). Nous avons 1 audit par an qui vérifie toutes ces démarches et confirme notre certification annuelle.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Pour soutenir les filières de petits producteurs et de femmes du monde.
- Pour accompagner les filières équitables tout en veillant à leur non-dépendance.
- Pour émanciper les groupements de femmes avec lesquels nous travaillons.

De nouvelles filières équitables

En 2024, nous avons référencé de nouvelles matières équitables en mettant notamment en place une nouvelle filière FFL de thé Assam en Inde, une nouvelle filière FFL de thé vert gunpowder en Chine. Ainsi la part de matières achetées en équitable représente en 2024 16 % de nos achats conformément à nos objectifs.

Filière gunpowder en Chine

Nous souhaitons mettre un accent particulier sur cette filière, car cela fait maintenant trois ans que nous accompagnons ce groupement de femmes en Chine dans leur transition. L'objectif initial était de passer en agriculture biologique, suivi par une certification équitable (*Fair Trade*), désormais reconnue en France sous le label FFL. Nous sommes fières d'avoir contribué à cette transformation: ces jardins sont aujourd'hui certifiés bio et équitables, avec un impact profond et positif sur les communautés locales.

Aujourd'hui nous sommes un des rares acteurs du thé en France à proposer cette matière en équitable.



1. Répartition de nos achats dans le monde en % de CA
2 & 3. Nouvelle filière en Chine
4 & 5. Nouvelle filière en Inde



Objectif 7

Favoriser le sourcing en contrat équitable

• **TRAJECTOIRE**
Développer notre sourcing en commerce équitable

• **INDICATEURS**
Switcher 50 % des produits d'une collection en équitable par an et switcher 1 référence *Thé de l'Hospitalité* en équitable par an

En 2024, nous avons étendu notre gamme *Les Boissons du Monde* avec 2 nouvelles références :

- Maté torréfié saveur façon Dulce de Leche
 - Écorces de gingembre au combava
- Ces 2 références ont été lancées en FFL et viennent compléter notre gamme certifiée en équitable à 100 %.



En 2024, nous avons aussi passé 1 thé de notre gamme phare *Les Thés de l'hospitalité* en contrat équitable, le thé vert menthe grâce à la mise en place de notre filière de femmes en Chine sur le thé vert gunpowder.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Pour continuer de soutenir les filières de petits producteurs et de femmes du Monde.



1 & 2. Collection Les boissons du Monde
3, 4 & 5. Nouvelles références certifiées équitables
6 & 7. Thé à la menthe



Objectif 7

Favoriser le sourcing en contrat équitable

• **TRAJECTOIRE**
Développer notre sourcing en commerce équitable

• **INDICATEURS**
Proposer/Prospecter en négoce nos matières équitables



En 2024, pour soutenir nos filières équitables, nous avons décidé de proposer nos matières équitables en négoce.

Dans un premier temps l'équipe marketing et réglementaire a mis en place des fiches de matières premières complètes pour pouvoir les proposer à des prospects. 5 fiches ont été créés : beurre de karité, thé noir Assam, rooibos rouge et vert, thé vert gunpowder. Le commerce s'en est ensuite emparé et a pu proposer ces matières à des clients existants ou de nouveaux clients.

En 2024, nous avons notamment proposé notre beurre de karité à 12 prospects pour soutenir la filière. Certains sont intéressés. Malheureusement notre filière n'a pas eu la certification bio et les nouveaux partenariats ne pourront pas être mis en place cette année.

Un de nos clients historiques qui achetait du rooibos rouge a été ainsi séduit par le rooibos vert ainsi que par le thé Assam et des commandes ont été passées.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Pour soutenir nos filières équitables d'une autre façon que dans nos propres produits en proposant les matières à d'autres.

1. Beurre de karité
2. Rooibos
3. Thé noir Assam
4. Thé vert gunpowder



Objectif 8

Favoriser
le sourcing local

- **TRAJECTOIRE**
Développer notre sourcing en local
- **INDICATEURS**
En 2024, référencer des fournisseurs locaux en boutique et au niveau des prestataires RH de l'entreprise



Pendant des années, nous vendions principalement nos produits sortis de l'usine dans notre boutique d'usine.

En 2024, nous avons décidé de mettre en avant les acteurs du territoire et nous avons ainsi décidé de référencer de nouveaux produits locaux.

Nous l'avons fait au travers du collectif de la marque *Provence Enjoy the unexpected* pour laquelle nous avons aussi développé des produits en 2023. Ce collectif regroupe aujourd'hui 9 maisons provençales engagées. Nous avons ainsi référencé dans notre boutique 3 d'entre elles : *Maison Craquelin*, *Kom & Sal* et *Jog éditions*.

Dans ce cadre nous avons aussi participé au salon *Vivre Côté Sud* avec le collectif *Provence Enjoy the unexpected*.

Toujours en boutique, nous avons décidé en 2024 de mettre en avant les partenaires locaux en proposant des ateliers découvertes gratuits à nos clients de ces partenaires : ainsi 22 ateliers ont été organisés pour mettre en avant un aromathérapeute local, une professeur de yoga, ...

De même lors du mois de décembre nous organisons un calendrier de l'Avent en boutique pour faire découvrir toutes les belles entreprises de notre territoire

Côté prestataires RH, en 2024, nous avons travaillé uniquement avec des agences d'interim locales (Proman, Proman Manosque / Actual Manosque / Samsic Manosque).

Les programmes de formation 2024 n'ont généré aucun déplacement hors du 04 et 1/3 des organismes de formation ou formateur sont venus du 04.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Pour développer et soutenir les filières locales.
- Pour travailler en direct avec les entreprises locales et les soutenir.
- Pour favoriser les circuits courts.

- 1 & 2. Produits marque *Provence Enjoy the unexpected*
- 3. Ateliers yoga ouvert aux clients
- 4. Ateliers aromathérapie ouvert aux clients
- 5. Salon *Vivre Côté Sud*
- 6. Calendrier de l'Avent boutique



Objectif 9

Développer notre sourcing en bio

- **TRAJECTOIRE**
Renforcer la part de bio dans nos produits de senteurs
- **INDICATEURS**
Questionner nos parfumeurs et se fixer un %



Ce projet initié à la demande de notre comité de mission a retenu toute notre attention. Nous avons interrogé tous nos parfumeurs sur le sujet. Leur retour a été qu'à ce jour il est trop compliqué de pouvoir tracker la part du bio dans les matières premières que les parfumeurs utilisent pour construire leur parfum. L'objectif de questionnement en soi est donc atteint mais nous n'avons pas eu l'impact souhaité qui n'est pas de notre responsabilité directe.

Nous avons donc proposé à notre comité de mission de redéfinir cet indicateur : désormais notre objectif sera pédagogique pour sensibiliser nos fournisseurs. Cette sensibilisation se fera au travers de notre questionnaire RSE et feedback donné aux fournisseurs. Nous effectuerons également cette sensibilisation au travers de notre cahier des charges pour 2025. Il est préconisé de valoriser le cahier des charges des parfums en interdisant certaines molécules telles que les phtalates, les ingrédients issus du fossile et les CMR en ajout direct. Il s'agira donc d'un objectif de moyens et pas de résultats. Notre comité de mission approuve cette démarche.

En 2024, nous avons par ailleurs étudié la possibilité de passer en alcool bio dans nos produits de senteurs, nous avons identifié un fournisseur. Ce projet est faisable d'un point de vue réglementaire. Compte tenu du contexte économique et de l'impact financier d'un tel switch, ce projet est pour le moment mis en attente.

En 2024 toujours nous avons retravaillé 2 parfums pour notre gamme de cosmétiques sensorielle pour les passer de COSMOS Natural à COSMOS Organic. Les formules sont prêtes à être utilisées.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Pousser nos partenaires à être plus vertueux reste notre objectif. Nous allons continuer de le faire via notre questionnaire fournisseur.



1 . Collection senteur *Poetic Nature* marque *Nature & Découvertes*
2, 3 & 4. Collection senteur à notre marque *terre d'Oc*



Les plus

Autres actions menées en 2024

- **TRAJECTOIRE**
Hors « trajectoires à impact » suivies par le comité de mission
- **INDICATEURS**
Définis par les équipes



1. Soutien (depuis 2004) à notre filière équitable au Vietnam pour la production de tiges de rotin
2 & 3. Visite chez notre principal sous-traitant

Chez terre d'Oc, l'engagement anime chaque collaborateur. C'est pour cela que dans chaque service, toutes les équipes proposent chaque année des actions en plus de celles suivies par notre comité de mission. En 2024, des résultats supplémentaires que nous souhaitons partagé ici !

Service direction/RSE

- Compte rendu annuel pour chaque fournisseur équitable sur la relation et leurs besoins et émission d'un rapport public sur la filière.

Service achats

- Mise en place de contrats avec la majorité de nos top 20 fournisseurs afin de mieux cadrer la relation (versus des bons de commandes uniquement) et 100 % avec nos fournisseurs de matières équitables.
- Mise en place d'un tableau de suivi de nos sourcings équitables avec contrats, quantités, etc... partagés avec toutes les équipes (modèle FFL).

Service design/ data

- Mise en place d'un outil X3 (ERP) pour évaluer la part des MPA (Matières Premières Agricoles) dans nos tarifs.

Service finance

- Mise en place de process de règlement pour les primes équitables et les contrats équitables.

Service approvisionnements

- Mise en place d'un tableau de suivi mensuel de nos activités de sous-traitance pour mieux anticiper la charge et les dépenses.
- Lissage de la charge de travail pour nos sous-traitants ESAT ou entreprise adaptée afin de leurs permettre de garder les volumes en répartissant mieux les ordres de fabrication.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

L'engagement chez terre d'Oc, une affaire de cœur. Toute l'équipe a envie de contribuer à son niveau même si cela va au-delà de nos objectifs suivis par le comité de mission.

ENGAGEMENT 3

notre planète

Préserver notre Terre en améliorant notre impact carbone et en favorisant les matériaux recyclés et le recyclage de nos déchets.



L'avis du comité

100 % atteint"un pilier ADN pour terre d'Oc, majeur dans le contexte de changement climatique actuel. Le nombre d'actions « bonus » en plus de ce qui était demandé est impressionnant. Bravo pour les idées « décalées et innovantes » du projet RESCUE pour créer de nouveaux produits avec le stock et ce même dans une conjoncture difficile. Bravo !"





Objectif 10

Repenser les emballages des gammes existantes pour en diminuer l'impact

- **TRAJECTOIRE**
Faire des achats responsables en repensant nos gammes
- **INDICATEURS**
1 ACV par an sur un produit majeur



1. Gamme *Les bien-être*, tisanes aux huiles essentielles, en doypack
2. Gamme *Les bien-être*, infusions au chanvre CBD, en doypack
3. Gamme *Les glassés*, recharge infusettes XL en doypack



Étude de l'impact des doypacks

En 2024, une étude a été menée sur l'impact environnemental de nos doypacks, de plus en plus présents dans notre catalogue (recharges kraft brun et collections bien-être/glacés/matés en kraft blanc imprimé).

Ces emballages sont composés de 60 % de papier et 40 % de polyéthylène (PE/EVOH), nécessaire pour préserver les arômes des thés. À ce jour, aucune alternative technologique satisfaisante n'a été trouvée par nos fournisseurs.

Grâce à l'outil TREE de la plateforme CITEO (évaluation de la recyclabilité), nous avons conclu que : notre doypack actuel est recyclable à 60 % (partie papier uniquement). Le polyéthylène (40 %) n'est pas recyclable et devient un déchet*. Un doypack en 100 % PE est, quant à lui, entièrement recyclable.

Selon la réglementation européenne PPWR, à l'horizon 2030, tout emballage recyclé à moins de 70 % sera considéré comme non recyclable. La recyclabilité pourrait être le critère le plus important dans une ACV.

Trois pistes de réflexion :

- 100 % papier : écartée, car ne permet pas de conserver les arômes.
- Mix papier/PE : perçu comme vertueux par le consommateur, mais générateur de déchets.
- 100 % PE : recyclable, mais perçu comme moins écologique à première vue.

Une étude BEE sera lancée dès la (re) disponibilité de cet outil pour approfondir cette réflexion et prendre une décision éclairée.

*Le doypack kraft suivra la filière de recyclage papier puisque majoritairement en papier. Cette filière, lors de son processus de triage ne reconnaîtra pas les 40 % de PE qui seront alors identifiés comme intrus et rejetés sans être recyclé.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Analyse approfondie du cycle de vie d'un emballage.
- Décision basée sur des données.
- Reduction de l'empreinte carbone.



Objectif 11

Avoir des transports responsables

• **TRAJECTOIRE**
Maximiser le ferroutage, éviter l'avion

• **INDICATEURS**
Ne pas dégrader les KPIS de 2023 en termes de % de CA transporté responsablement et en termes de limitation de l'avion



En 2024, nous avons continué de suivre notre indicateur mis en place en 2023 à savoir le % de chiffre d'affaires (pour tous les circuits de distribution que nous pouvons livrer en plateforme centrale) transporté en ferroutage ainsi que par transport décarboné, nouveauté cette année. En effet nous travaillons avec un partenaire transporteur qui nous a proposé des camions en CTL.

Le saviez-vous ? Le PUR-XTL (HVO100) est un biogazole paraffinique de synthèse fabriqué à partir de déchets (huiles ou graisses résiduelles). Un biocarburant conforme à la norme EN 15940 et compatible avec la majorité des motorisations diesel. Le PUR-XTL (HVO100) est très stable dans le temps et très peu sensible à la dégradation par oxydation. Son objectif ? Réduire les besoins en entretien des véhicules et offrir d'importantes réductions d'émissions de CO₂ et de polluants atmosphériques.

CO₂ rejeté :

- GASOIL 238l X 3.10 = 737.8 kg de CO₂ rejeté
- XTL/HVO 238l x 0.54 = 128,52 kg de CO₂ rejeté

Nous sommes fiers de pouvoir ainsi annoncer que cet indicateur est passé de 46 % en 2023 à 69 % en 2024 (de CA livré en plateforme centrale et transporté avec des transports décarbonés).

En 2024, nous avons eu recours au transport aval aérien pour 3 dépannages (vs. 4 en 2023) qui ont été obligatoires pour éviter les ruptures commerciales. Ces dépannages ont été sur des quantités minimisées.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Augmentation significative du ferroutage et transports décarbonés.

Suivi d'un indicateur pertinent : pourcentage du chiffre d'affaires transporté avec des transports responsables.

Utilisation occasionnelle de transport aérien pour des situations d'urgence en gardant en tête l'objectif continu de minimiser l'utilisation de l'avion et d'améliorer la gestion des urgences.



Objectif 12

Développer le re-emploi

- **TRAJECTOIRE**
Tendre vers l'objectif 2030
- **INDICATEURS**
Mise en place projet RESCUE et tri des cartons revalorisables



Projet RESCUE

En 2024, nous avons mis en place le projet RESCUE avec le marketing, les achats, le design, la logistique, le commerce et la qualité. L'objectif a été d'analyser nos stocks dormants tous les 15 jours et de juger de ce qui pouvait être réutilisable pour de nouvelles innovations et de tenir une liste des actions « rescue » abouties.

Ainsi 9 références ont été ré-utilisées soit 6000 articles de conditionnement, 7600 accessoires et 150 kg de matières premières.

Tri des cartons revalorisables

En 2024, nous sommes allés plus loin dans la gestion de nos cartons : nous avons investi dans un composteur, matelasseuse qui permettent de recycler nos cartons et de les utiliser pour le calage de nos petits colis.

Ce travail a de plus aussi permis de supprimer notre benne à cartons. Ainsi nous avons diminué le tonnage de cartons retraités par notre prestataire de tri de déchets de -26 %.

De plus nous avons mis en place des dons de cartons et films plastiques auprès d'un industriel de la zone (pour éviter de jeter).



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Moins de déchets et impact environnement.
- Pas de sur-consommation.
- Gestion raisonnable du stock et des cartons.

1. Utilisation du plateau en bois
2. Utilisation du support à parfum en céramique
3. Utilisation du flacon, de la capsule et du porte bille
4. Utilisation des bouchons marrons
5. Compacteur à carton
6. Matelasseuse

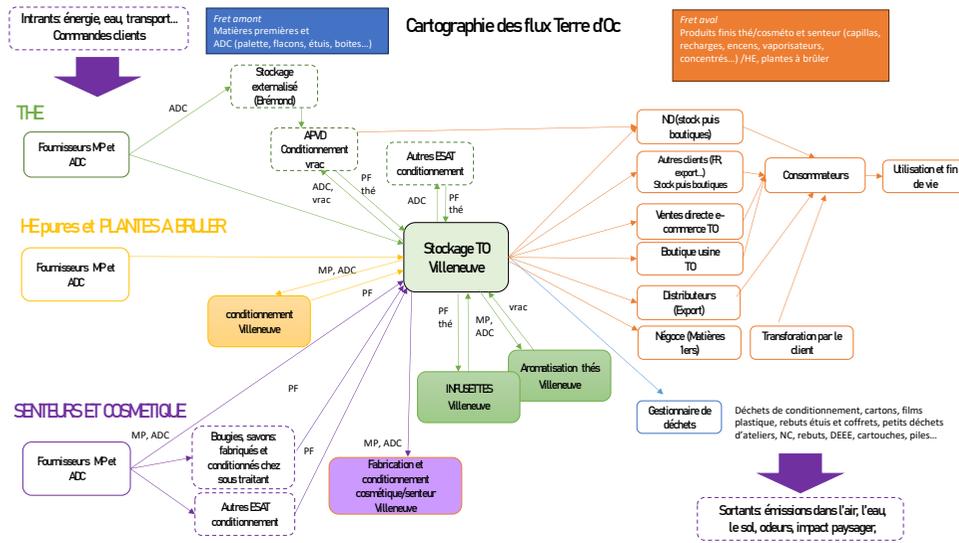




Objectif 13

Réduire nos émissions en partant de notre bilan carbone

- **TRAJECTOIRE**
Se fixer un % de réduction une fois le bilan annuel réalisé
- **INDICATEURS**
En 2024, lancer le bilan carbone



Premier bilan carbone partiel en 2022

Nous avons réalisé notre premier bilan carbone en 2022 sur 9 mois de l'année 2021. À la suite de ce bilan, nous avons mis un premier plan d'actions en place pour réduire les plus gros impacts. Nous travaillons au quotidien à réduire nos émissions (notamment grâce à une réflexion profonde en comité créatif).

Nouveau bilan carbone lancé!

Le bilan 2022 était un bilan partiel. Nous avons donc relancé le projet en 2024 en faisant appel à notre partenaire prestataire du CRITT. Les devis ont été signés. Une subvention de l'Ademe a pu nous être attribuée et le planning et les grandes étapes du projet ont été définies. Le projet a été ainsi lancé début 2025 avec les équipes. Nous voulions en effet travailler sur l'année complète 2024 avec un accès facile aux données dans notre nouvel ERP. RDV mi-juin 2025 pour les résultats.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Évaluation proactive des émissions de carbone avec un premier bilan en 2022 et plan d'actions pour réduire les émissions identifiées.

Engagement continu dans la réduction des émissions de carbone.

Objectif de réaliser un nouveau bilan sur une année complète et avec des données fiables et communication transparente sur le calendrier prévu.



Objectif 14

Faire des économies d'énergie

- **TRAJECTOIRE**
Faire des économies d'énergie
- **INDICATEURS**
-10 % de consommation électrique et eau en 2024

Nous suivons mensuellement nos consommations d'énergie depuis 2008. En 2022 nous sommes allés plus loin en désignant un "référent énergie", notre technicien de maintenance et en mettant en place un plan d'actions de sobriété énergétique.

Les résultats sont toujours là !

Éclairages LED, sensibilisation du personnel, consignes éclairage, mise sous tension et horloges sur les appareils, machines, chauffage & climatisation et aussi moins d'activités cosmétiques.

En 2024 nous avons ainsi économisé plus de 10 % d'électricité vs. 2023, ce qui représente aussi une économie de -30 % vs. 2019



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Engagement à long terme dans la gestion énergétique depuis 2008.
Plan d'actions structuré et désignation d'un "référent énergie" en 2022.
Réduction significative de nos consommations.
Utilisation de diverses stratégies d'optimisation et sensibilisation du personnel.
Défi continu de maintenir la maîtrise des consommations tout en intégrant de nouveaux processus.

Côté eau, nous avons économisé près de 35 % vs. 2023 et 55 % vs. 2019 notamment grâce à la suppression de vidange nocturne de notre osmoseur. Sur l'eau, le challenge est de continuer de maîtriser notre consommation tout en intégrant de nouveaux ateliers notamment sur le thé.





Objectif 14

Faire des économies d'énergie

• **TRAJECTOIRE**
Faire des économies d'énergie

• **INDICATEURS**
Mise en place de projets structurants : *Les Centrales Villageoises*

Les centrales Villageoises Durance Luberon (CVDL)

Depuis 2024, sous l'impulsion de notre Direction Générale à titre bénévole et avec d'autres bénévoles, un collectif citoyen a lancé la *Centrale Villageoise Durance Luberon* (CVDL), une coopérative locale dédiée à la production d'électricité solaire et à l'autoconsommation collective.

La SAS à gouvernance citoyenne a été officiellement créée en décembre 2024, sur le territoire de 12 communes locales.

Un groupe fondateur de 11 membres a porté le projet, en lien avec le réseau national des Centrales Villageoises. Plusieurs réunions publiques ont permis d'informer citoyens et entreprises, tandis que des échanges avec les élus et partenaires locaux ont facilité son ancrage territorial. Des études ont été menées sur des toitures comme terre d'Oc ou Perasso, et un appel d'offres a été lancé.

La campagne de souscription citoyenne, lancée début 2025, a déjà permis de mobiliser du capital. De nouveaux partenaires, dont des collectivités, souhaitent rejoindre le projet.

Ce modèle local, démocratique et durable marque une étape concrète vers la transition énergétique du territoire.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Produire de l'électricité locale et la redistribuer à des prix compétitifs au territoire.
Être la première centrale villageoise créée sous l'impulsion d'entreprises.
Moins émettre d'émissions CO₂ avec des projets structurants pour terre d'Oc.



1. Article presse
2. Communication
3, 4 & 5. Réunions publiques

2

CENTRALES villageoises
Durance Luberon

*Ça y est!
Les Centrales Villageoises Durance Luberon sont créées et vous souhaitez une belle année 2025 !*

Les premiers projets de la Centrale verront donc le jour en 2025 sur les toits de terre d'Oc et de Perasso Architecte à Villeneuve : **plus de 900 m² de panneaux photovoltaïques pour produire de l'électricité locale et très bientôt la reverser en autoconsommation collective sur les territoires.**

REJOIGNEZ-NOUS ET DEVEZNEZ ACTIONNAIRES de ce beau projet de transition écologique pour notre territoire.

1 action = 100 €

Pour devenir actionnaire, contactez :
durenceluberon@centralesvillageoises.fr

NOS PARTENAIRES

DEVENIR ACTIONNAIRE

ÉNERGIE SOLAIRE LOCALE
& compétitive !



Objectif 14

Faire des économies d'énergie

• **TRAJECTOIRE**
Réduire nos déchets en maximisant la valorisation et les circuits de seconde vie

• **INDICATEURS**
10k€ dons, + 5 % TGTG

Too Good To Go

Depuis 2020, nous travaillons aussi avec Too Good to Go. En 2024 nous avons réalisé + 3,5 % de paniers supplémentaires. Par ailleurs, Too Good To Go a aussi mis en place un nouveau système de rachat en "gros" de produits en fin de vie qu'ils re- conditionnent ensuite en coffrets : en 2024 nous avons fait 4 ventes soit près de 8300 unités de conditionnement (uc) non jetées.

En déstockage, l'Export a également proposé des produits fin de vie en vente privées en Suisse et en Asie.

Notre braderie

Enfin, un évènement à ne pas manquer chez terre d'Oc, désormais un rendez-vous incontournable du territoire, notre traditionnelle braderie de juin qui fait le bonheur de nos clients et de notre stock !

En 2024 nouveau record historique de ventes !

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Gestion pro-active de nos produits en fin de vie.
Engagement continu depuis de longues années notamment grâce à l'ISO 14001.
Réduction significative des déchets grâce aux filières alternatives.
La gestion de nos périmés : toujours un rendez-vous joyeux et coloré lors de notre braderie annuelle.

Dons produits

Une année record en termes de dons produits avec notre soutien à 58 associations locales en dons produits.

Nous avons de plus soutenu massivement Jardimed, la Banque Alimentaire avec des produits alimentaires en fin de vie donnés.

Également une action remarquable auprès de la CPTS Communauté Professionnelle Territoriale de Santé Sud 04 à qui nous avons offert nos anciens stocks de gels hydroalcooliques de la période Covid.

Ces dons produits représentent en 2024 plus de 60k€ de dons produits.

1 Sur les 12 derniers mois,

1700

C'EST LE NOMBRE DE PANIERS QUE NOUS AVONS SAUVÉ DU GASPILLAGE, SOIT L'ÉQUIVALENT DE 4,57 TONNES DE CO2 ÉVITÉES.



1. Périmés sauvés
2 & 3. Braderie

1 Le saviez-vous ?

10 % DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE EST DÙ À LA MAUVAISE COMPREHENSION DES ÉTIQUETTES DE DATES, APPLIQUEZ CES ÉTAPES POUR SAUVER VOS PRODUITS





Objectif 14

Réduire nos déchets

- **TRAJECTOIRE**
Réduire nos déchets en maximisant la valorisation et les circuits de seconde vie
- **INDICATEURS**
Augmenter notre part de déchets valorisés d'année en année pour dépasser les 70 % à long terme, mise en place de KPIs de production et du projet recyclage glassine

1  **ECONOMIE CIRCULAIRE CERTIFICAT 2024**

TERRE D'OC

s'inscrit dans une gestion durable de ses déchets PAPIER

- 1282 kg de papiers usagés y ont été triés. Collectés par un acteur local, ils ont été envoyés dans les usines françaises du Groupe WEPA pour y être recyclés.
- Ainsi la mise en enfouissement ou l'incinération de 1244 kg de déchets réutilisables a été évitée
- Les fibres de cellulose récupérées, composant principal de ces papiers usagés, ont permis de produire à nouveau 754 kg de papiers de qualité pour l'impression, l'écriture et l'hygiène.

Votre partenaire de collecte



Le papetier
wepa



1. Valorisation de nos déchets
2. Glassines
3. Isolant thermo-accoustique à base de glassine

Gestion de nos déchets

En 2024, nous avons encore réussi à traiter nos déchets de façon importante avec notamment près de 70 % qui ont été revalorisés auprès de notre prestataire. En effet depuis 2007 et grâce à l'ISO 14001, la gestion de nos déchets (quantité et type de déchet) est tenue via un registre des déchets et bordereau de suivi pour tous les déchets confiés à des prestataires. Nous incitons aussi fortement nos partenaires fournisseurs et sous-traitants à suivre la même démarche.

Indicateurs de perte en production

FBI (Fausse Bonne Idée): le meilleur déchet est celui qu'on ne produit pas. Nous nous fixons l'objectif de générer le moins de pertes en production. Pour cela en 2024, la production a mis en place des fiches de non-conformités et 95 % des non-conformités ont été enregistrées dans une base de données. Elles sont ensuite l'objet d'un plan de progrès analysé tous les trimestres avec le service qualité.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Gestion pro-active des déchets.
Amélioration continue pour en générer le moins possible

Le tri des glassines

En 2024, le tri des glassines dans nos ateliers de conditionnement a été mis en place. C'est près de 600 kg collectés en interne. Cette action a été aussi proposée à nos sous-traitants et à d'autres entreprises locales pour se regrouper et collecter ensemble les glassines.



Les plus

Autres actions menées en 2024

- **TRAJECTOIRE**
Hors « trajectoires à impact » suivies par le comité de mission

- **INDICATEURS**
Définis par les équipes



1. Nouvel atelier infusettes (avant/après).
2. Chantier 5S (avant/après).



Chez terre d'Oc, l'engagement anime chaque collaborateur. C'est pour cela que dans chaque service, toutes les équipes proposent chaque année des actions en plus de celles suivies par notre comité de mission. En 2024, des résultats supplémentaires que nous souhaitons partager ici !

Service direction/RSE

- Baisse des impressions: -29 % en noir&blanc et -47 % en couleurs.
- Suivi des visiteurs de l'entreprise pour bilan carbone: + 30 % en 2024 mais pas d'avions vs. 2023.

Service réglementaire, qualité et R&D

- Optimisation des documents BA et documents techniques.
- Mise en ligne sur la plateforme Cosmed des MP et ADC en sur-stock.
- Process de recontrôle des périmés pour anticiper les besoins de la prod/achats et éviter de jeter.
- Mise en place d'un indicateur de suivi des contrôles de périmés: 75 % sauvés par trimestre.

Service marketing, communication

- Mise en place de la livraison en point relais pour le site de e-commerce.
- Entretien de recrutements: pré-sélections en visio pour diminuer les transports.

Service ressources humaines

- Télétravail: + 3 % de jours pris (en ligne avec la charte de télétravail).

Service approvisionnements

- Optimisation gestion des BL interservices.
- Optimisation du nombre de kilomètres pour la sous-traitance en forte baisse.
- Vérification de l'absence de stocks dormants en sous-traitance.
- Suivi des déchets/pertes de production chez nos sous-traitants et analyse.

Service commerce

- Suivi des km clients boutique.
- Suivi du type de transport organisé et utilisé par nos clients export: plus d'avion et moins de mer à cause du canal de Suez et délai rallongé, tendance qui continue avec grève des ports.
- 100 % de points stops fait pour les arrêts produits de notre client *Nature & Découvertes* afin d'optimiser au mieux et aller au bout des composants.

Service design

- Intégration du logo *Too Good To Go* sur tous nos packs.
- Déclaration *Citéo*.
- Changements d'imprimantes avec diminution de la consommation d'encre (-20 %).

Service production, maintenance

- Chantiers 5S.
- Prêt de matériel pour les salariés.
- Isolation de l'atelier infusettes et mise en place de l'atelier.

Service production, maintenance

- Économies sur les éditions documentaires (BL, packing, lette de voiture).

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

L'engagement chez terre d'Oc, une affaire de cœur. Toute l'équipe a envie de contribuer à son niveau même si cela va au-delà de nos objectifs suivis par le comité de mission.

ENGAGEMENT 4

les femmes

Mettre en lumière le talent et le travail des femmes en France et dans le monde et les soutenir dans leurs projets.



L'avis du comité

100 % atteint : "la Sororité est ancrée chez terre d'Oc,
Né du talent des femmes."





Objectif 16

Mettre en lumière le travail des femmes

• **TRAJECTOIRE**
Mettre en lumière le travail de femmes d'ici et d'ailleurs au travers de nos produits et communication

• **INDICATEURS**
50 % des communications dédiées aux femmes

Depuis la nuit des temps, les femmes, leur courage, leur inventivité, leur dévouement nous inspirent... et donnent lieu à des univers parfumés qui nous enchantent !

Une signature

Hommage à toutes, témoin de notre engagement profond : "Né du talent des femmes" signe tous nos produits.

Et en termes de communication, la plupart font références aux femmes à travers des articles réseaux sociaux et blog, des newsletters dédiées et divers événements qui célèbrent les femmes tout au long de l'année. En 2024, 34 % de nos posts célébraient les femmes et nous avons fait bien plus d'autres communication sur les femmes.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Promotion de l'égalité des genres et valorisation du talent féminin.
Engagement concret avec la signature *Né du talent des femmes*.
Impact social positif en renforçant la visibilité et la reconnaissance des femmes.
Alignement avec les valeurs de l'entreprise, démontrant son engagement envers la diversité et l'autonomisation des femmes.

Mise en avant des femmes de l'entreprise

Nouveauté en 2024, la mise en avant dans nos posts des collaboratrices internes 8 femmes mises à l'honneur.

Mise en avant de nos clientes et partenaires

Nouveauté en 2024, la mise en avant dans nos posts de nos clientes, patronne par exemple de boutiques indépendantes ou encore de nos partenaires comme l'illustratrice de nos packs de Noël, Nadine Herbelin.



1 & 2. Mise en avant de nos salariées sur les réseaux sociaux
3. Mise en avant des femmes en Inde
4. Mise en avant de nos partenaires: Nadine Herbelin
5. Mise en avant de nos agents commerciales espagnoles
6. Mise en avant de notre cliente belge Claire M



Objectif 17

Soutenir les femmes dans le monde

• **TRAJECTOIRE**
Soutenir les femmes avec qui nous travaillons dans le monde

• **INDICATEURS**
Minimum de 10k€ pour aider nos productrices dans le monde



L'engagement de terre d'Oc envers les femmes et les filières durables

Chez terre d'Oc, nous avons à cœur de collaborer avec un maximum de groupements de femmes dans les filières de matières premières entrant dans la fabrication de nos produits. Lorsqu'un nouveau produit est en développement, nous privilégions systématiquement les partenariats avec des femmes pour l'approvisionnement en matières premières. Si ces groupements ne disposent pas encore de certifications bio ou équitables, nous les accompagnons dans leurs démarches pour les obtenir.

Depuis de nombreuses années, nous avons mis en place plusieurs filières durables, comme celle du beurre de karité au Burkina Faso ou plus récemment celle du thé Gunpowder avec un groupement de femmes en Chine. Chaque année, nous finançons les certifications bio et équitables, tout en versant les primes prévues par le commerce équitable. Notre soutien va au-delà des financements : nous restons en lien régulier avec ces femmes pour les accompagner sur le plan matériel ou financier.

À l'international, nous avons également soutenu en 2024 le projet *IMPULSO* au Pérou, initié par Elsa Bernard, ancienne stagiaire de terre d'Oc, pour favoriser l'émancipation des femmes péruviennes.

En France, nous soutenons aussi des initiatives portées par des femmes. Depuis plusieurs années, nous accompagnons le projet *Les Monocyclettes* d'Angélique Leconte, qui propose de la lingerie asymétrique destinée aux femmes ayant subi une mastectomie. Cette année nous l'avons aidé dans son Business Plan et son pitch pour aller chercher des investisseurs.

En 2024, nous avons également soutenu d'autres projets comme *Défi d'Elles*, l'*APESA* (aide psychologique pour les entrepreneur-e-s en détresse), la *Maison des femmes* à Marseille, la *Ligue contre le cancer*, et *Ruban Rose*.

Notre Directrice, Laure VINCENT a aussi été marraine du salon *OSE* à Manosque, un événement dédié à l'entrepreneuriat féminin, et nous avons participé à l'événement régional *Respect pour les femmes*, organisé par la Région Sud.

Enfin, nous sommes fières de soutenir l'ouverture de la *Maison des femmes* à Manosque prévue en mars 2025, et avons signé la *charte de la monoparentalité* (Cosmed), affirmant encore notre engagement pour l'égalité et le soutien aux femmes dans toutes les sphères de la société.

Nous avons soutenu en 2024 des projets de femmes partout dans le monde pour plus de 10k€ (en plus de mécénat).

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Impact positif direct sur l'autonomisation des femmes grâce à un soutien financier et matériel. Engagement diversifié, allant de la certification des groupements de femmes à l'aide humanitaire en passant par le soutien à des causes sociales. Création de nouvelles filières pour promouvoir l'émancipation des femmes dans le monde. terre d'Oc, une entreprise intégrant les valeurs d'égalité, de solidarité et de sororité dans ses pratiques commerciales.

1. Elsa pour son projet *Impulso* au Pérou
2. Angélique *Les Monocyclettes*
3. Salon *Ose* à Manosque
4. Charte de la monoparentalité
5. Femmes de la filière encens



Objectif 18

Soutenir les femmes en France

- **TRAJECTOIRE**
Reverser 1 % de notre chiffre d'affaires aux associations environnementales des 1 % for the planet, si possible aussi à des projets pour les femmes ou portés par les femmes
- **INDICATEURS**
Choix des associations pour les femmes 1 % du CA

L'engagement de terre d'Oc auprès des 1 % for the Planet date depuis 2018 et terre d'Oc a reversé chaque année 1 % de son chiffre d'affaires auprès de plus de 180 associations référencées dans le collectif. Depuis 2021, nous essayons en plus de choisir ces associations si elles sont portées par des femmes et pour les femmes. De plus depuis 2022, Laure VINCENT, notre dirigeante est devenue Vice-Présidente des 1 % for the Planet et dans ce contexte soutient le mouvement de façon générale. En 2024, nous avons donc ainsi soutenu aux Rencontres pour la Planète d'octobre 1 association portée par des femmes pour des femmes : *Women Engage for a Common Future* pour un projet d'autonomisation des femmes au Sénégal et *Sylv'Actes*, une association pour la gestion durable des forêts. Ces 2 associations ont été choisies par nos salariés lors d'un sondage interne.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

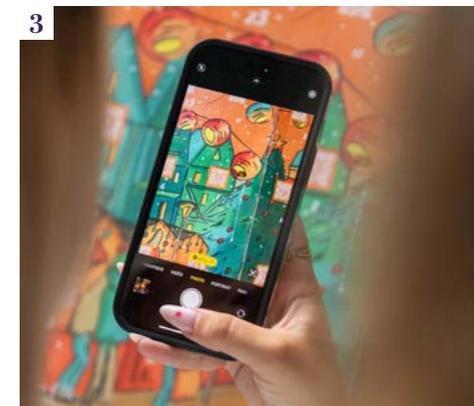
Impact social et environnemental significatif avec 1 % de notre chiffre d'affaires. Leadership et implication auprès du milieu associatif, qui, au final, est souvent celui qui fait changer les choses. Collaboration et sensibilisation au travers de divers évènements. Promotion de l'entrepreneuriat féminin.

Calendrier de l'Avent solidaire

Nous avons également développé avec les 1 % for the Planet un calendrier de l'avent solidaire qui chaque jour met en avant une association à qui il est possible de faire un don. Ce calendrier a levé 236k€ en 2024, + 31 % vs. 2023.

De nombreux évènements

Nous avons aussi participé à la journée engagée des 1 % for the Planet à Annecy pour célébrer les 10 ans du collectif. A cette occasion notre directrice, Laure VINCENT est intervenue en plénière pour partager notre engagement terre d'Oc. Elle a aussi animé à cette occasion un atelier pour les participants sur l'entreprise à mission.



1. Rencontres pour la Planète
2 & 3. Calendrier solidaire avec 1 % for the Planet
4 & 5. Journée engagée 1 % for the Planet



Les plus

Autres actions menées en 2024

- **TRAJECTOIRE**
Hors « trajectoires à impact » suivies par le comité de mission
- **INDICATEURS**
Définis par les équipes



Chez terre d'Oc, l'engagement anime chaque collaborateur. C'est pour cela que dans chaque service, toutes les équipes proposent chaque année des actions « en plus » de celles suivies par notre comité de mission. En 2024, des résultats supplémentaires que nous souhaitons partagé ici !

Service commerce

- Soutien à notre agent ukrainienne.

Service finance

- Mise en place d'un process de suivi des dons pour les filières de femmes lointaines.

Service design

- Projet musée : mise en avant des femmes sur la façade (signature) et dans l'entrée (via l'entreprise à mission) et dans le futur musée.

Service commerce/achats/appros: journées mécénat

- 3 salariées ont soutenu la banque alimentaire pour la collecte de denrées alimentaires physiquement dans plusieurs hypermarchés locaux.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

L'engagement chez terre d'Oc, une affaire de coeur.

Toute l'équipe a envie de contribuer à son niveau même si cela va au-delà de nos objectifs suivis par le comité de mission

1. Nouvelle façade de l'usine
2. Journées mécénat



ENGAGEMENT 5

nos collaborateurs

Favoriser le Bien-être des collaborateurs à travers un cadre de travail agréable, un bon équilibre de vie familiale et professionnelle et en développant leurs compétences.



L'avis du comité

100 % atteint : "engagement tenu malgré les difficultés, c'est assez remarquable et un pilier important. Attention à rester vigilants et à maintenir ce cap pour 2025."



Objectif 19

Évaluer le bien-être des collaborateurs

• **TRAJECTOIRE**

Mener une enquête de satisfaction mensuelle, engager les actions nécessaires qui en découlent

• **INDICATEURS**

Taux de participation > 65 %
et e-NpS annuel moyen > 10

Depuis 2021, nous avons mis en place une enquête de satisfaction mensuelle pour mesurer l'engagement de nos collaborateurs via la plateforme digitale *Supermood*. Nous analysons les résultats tous les mois et mettons en place des actions si nécessaire selon le feedback de nos collaborateurs. Ces enquêtes mensuelles ne prennent que quelques minutes aux salariés pour les compléter. Elles sont accessibles de leur ordinateur ou leur téléphone portable. Elles contiennent tous les mois la question récurrente "quelle est la probabilité que vous recommandiez votre entreprise comme une entreprise où il fait bon travailler?", qui mesure l'e-Nps à laquelle sont rajoutées régulièrement des questions complémentaires sur différents thèmes (diversité, égalité hommes femmes, relations avec son manager...). En 2024, nous avons conduits 12 sondages mensuels : le taux de participation moyen est de 64 % et l'e-NpS au-delà de 10.

De plus, en août 2024 nous avons également réalisé un questionnaire *Qualité de Vie au Travail* très complet. Nous avons partagé les résultats auprès de l'ensemble des collaborateurs ainsi que le plan d'action défini à la suite de leur analyse.

Enfin, fin 2024, nous avons eu également la chance d'être choisis par la Préfecture des Alpes-de-Haute-Provence et France Travail pour participer à *Entreprise Apprenante*, une étude menée pour comprendre si notre organisation favorise l'apprentissage. Résultats en 2025.

Service direction/RSE

En 2024, nous avons aussi eu le grand honneur de recevoir le prix du concours *Alim'Acteurs* organisé par l'ARIA SUD (fédération des entreprises agroalimentaire du sud). Nous avons ainsi été le lauréat pour le prix *Marque Employeur* qui récompense toute notre activité d'entreprise à mission sur le pilier 5, le bien-être des salariés.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

S'être engagés en mettant le bien-être des salariés dans nos statuts est une démarche vraie d'attention auprès d'eux.

Avoir mis en place une plateforme digitale pour récolter les avis est innovant et facilite les réponses de tous.

Suivre les résultats et mettre en place des actions qui en découlent est ambitieux.



1. Prix Alim'acteurs
2 & 3. Réunion présentation *Entreprise Apprenante*
4. Présentation résultats sondage *Supermood*



Objectif 19

Évaluer le bien-être des collaborateurs

- **TRAJECTOIRE**
Mener une enquête de satisfaction mensuelle, engager les actions nécessaires qui en découlent
- **INDICATEURS**
Mise en place ateliers bien-être



1. Atelier yoga
2. Atelier massage

À la suite des résultats de l'enquête *Qualité de Vie au Travail* (QVT) réalisée en 2023, l'entreprise a décidé d'initier une démarche concrète en faveur du bien-être de ses collaborateurs par la mise en place d'ateliers bien-être sur site.

Ces ateliers visent avant tout à améliorer la santé mentale et physique des salariés en leur offrant des temps de pause active, propices à la détente et à la réduction du stress. En parallèle, ils favorisent la cohésion d'équipe et les échanges informels entre collaborateurs, en dehors du cadre professionnel habituel.

Proposés sur la pause déjeuner, ces moments permettent également aux salariés de bénéficier d'activités bien-être sans avoir à mobiliser leur temps personnel. La décision de faire intervenir les prestataires directement sur le lieu de travail répond par ailleurs à une volonté de réduire l'empreinte carbone liée aux déplacements.

Enfin, cette démarche s'inscrit dans une politique plus large visant à attirer et fidéliser les talents, tout en stimulant la créativité des équipes : des salariés plus sereins étant naturellement plus enclins à proposer des idées nouvelles.

Pilotée conjointement par le service des Ressources Humaines, la Responsable Marketing et la Responsable de la Boutique, cette initiative a permis l'organisation de 12 ateliers bien-être en 2024. Ces derniers se sont déroulés sur le temps du midi, pour une durée adaptée au rythme de travail. Parmi eux, 8 ateliers de renforcement musculaire et cardio-training, 1 atelier de yoga, 2 ateliers de massage, ainsi qu'un atelier d'initiation aux huiles essentielles ont été proposés.

La moyenne de participation s'est établie à six salariés par session, témoignant d'un réel intérêt pour ce type de proposition.

Cette première année d'expérimentation marque une étape importante dans la construction d'un environnement de travail plus sain, plus humain et plus propice à l'épanouissement de chacun.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Améliorer la qualité de vie au travail.
- Renforcer la cohésion d'équipe et l'engagement.
- Attirer, fidéliser et valoriser les collaborateurs.



Objectif 20

Avoir un plan de formation

- **TRAJECTOIRE**
Avoir un plan de formation clair et partagé avec tous les ans
- **INDICATEURS**
100 % de salariés formés + formation stress/charge de travail



Dans notre entreprise, nous accordons une grande importance à la formation continue de nos salariés. Pour ce faire, nous élaborons chaque année un plan de formation basé sur les retours des entretiens annuels d'évaluation, les besoins identifiés par nos salariés et les besoins selon les projets que nous déployons. Ce plan, élaboré en fonction de nos budgets, vise à rendre la formation accessible au plus grand nombre. Nous utilisons une approche mixte, combinant des formations en présentiel par des organismes internes ou aussi par des personnes internes, des plateformes d'e-learning, afin de répondre de manière flexible aux besoins de chacun.

En 2024, nous avons formé 100 % de nos salariés qui ont reçu 1 formation ou plus dans l'année.

Suite à l'enquête QVT 2023, les priorités pour 2024 ont été que tous les cadres suivent une formation sur la charge de travail et que tous les employés, ouvriers techniciens et agents de maîtrise suivent une formation gestion du stress.

Les salariés ont de plus toujours accès à une plateforme de e-learning en libre accès via notre actionnaire *Nature & Découvertes*. En 2024, pour l'équipe design, un abonnement à la plateforme *tuto.com* a également été contracté.

Nous avons également dispensé des formations réglementaires, sécurité ou produits ainsi que des formations métier plus spécifiques: négociation grands comptes, management, organiser ses tests produits en interne, interprétation des résultats d'analyse...

Enfin en 2024, nous avons organisé des *vis ma vie*: les salariés de production ont passé 812 heures dans d'autres services et les salariés des bureaux ont passé 54 heures en production.

Au total ce sont près de 903h de formation dispensées soit plus du double de 2023 dont 23 % en e-learning et 2,6 formations/personnes/an.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Démarche centrée sur les besoins des salariés pour favoriser l'engagement. Planification annuelle pour une allocation optimale des ressources.

Approche mixte avec formations en présentiel et e-learning.

Adaptation continue du plan de formation grâce aux retours d'entretiens, enquête QVT annuelle, remontées de *Supermood*.

- 1 & 2. Formation manipulation extincteurs
- 3. Formation évacuation
- 4 & 5. Formation charge de travail
- 6 & 7. Vis ma vie



Objectif 21

Réaliser notre plan EAM avec nos collaborateurs

- **TRAJECTOIRE**
Impliquer tous les salariés dans notre plan d'entreprise à mission
- **INDICATEURS**
89 % d'atteinte minimum par salarié de leur objectif personnel EAM de 60 %



L'entreprise à mission est au cœur de toutes nos actions et initiatives. Elle guide chaque service tout au long de l'année, avec des objectifs spécifiques par service et des objectifs individuels pour chaque membre de l'équipe. Pour assurer le suivi de ces objectifs, nous organisons des revues régulières de chaque service et une grande revue de direction en avril. Lors de cette revue, chaque membre de l'équipe a l'opportunité de présenter les résultats qu'il a obtenus. Le suivi des actions est facilité par l'utilisation de fichiers partagés sur Teams et des indicateurs précis.

Pour l'année 2024, nous avons fixé l'objectif que chacun atteigne son objectif personnel EAM à 60 %.

Nous sommes ravis de constater que nous avons dépassé cet objectif, 89 % des salariés ont atteint à plus de 60 % leur objectif EAM. C'est une performance remarquable qui témoigne de l'engagement et de l'efficacité de notre équipe!

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Implication individuelle et collective de tous les salariés qui ont tous un rôle à jouer dans notre entreprise à mission. Sens au travail de chacun, cohérence, unité et transparence. "Journée au vert" comme la Revue de Direction pour prendre le temps et être fiers de ce que nous accomplissons.

1 & 2. Revue de Direction 2024 au cinéma de Manosque
3. Visionnage du film *Responsables*



Objectif 22

Partager notre démarche RSE sur le territoire

• **TRAJECTOIRE**
Partager notre vision RSE pour mieux embarquer avec nous le territoire

• **INDICATEURS**
Communiquer à minima 3 fois dans l'année, participer à des événements, partager les valeurs/le savoir-faire, la démarche terre d'Oc



Nous souhaitons avoir un impact sur la démarche RSE de notre territoire en partageant avec le plus grand nombre notre expérience et politique d'entreprise à mission.

Nous avons mis l'accent sur l'engagement local en partageant notre vision à travers une cartographie détaillée des organismes et entreprises des Alpes-de-Haute-Provence auprès des lesquels nous communiquons régulièrement via des newsletters sur nos actions RSE et nos activités d'entreprise à mission. En 2024, nous avons émis 3 newsletters et partagé notre rapport de mission

Nous avons eu l'honneur de recevoir des élus locaux, Monsieur le Maire de Manosque, Président de la DLVA et toute son équipe.

Route saveurs & senteurs

Nous participons activement à la route saveurs et senteurs qui met en avant les entreprises à savoir-faire de notre département et un peu plus loin. En 2024, la route est passée de 14 à 39 membres et nous sommes fiers d'avoir été à l'initiative de cet élargissement. En 2024, nous avons laissé le leadership de la route à une autre entreprise (leadership tournant tous les 2 ans) mais nous continuons de contribuer pour beaucoup à cette initiative en étant membre du bureau et de tous les groupes de travail.

Accueil chez terre d'Oc

S'impliquer sur son territoire c'est aussi l'accueillir dans nos locaux. Ainsi en 2024, nous avons accueillis plusieurs collègues et lycée pour leur faire visiter l'entreprise, en aout nous avons proposé les services des jeunes de Manosque (opération création d'entreprises organisée par la Mairie). En novembre, nous avons reçu la semaine de l'Industrie dans nos locaux.

Enfin tout au long de l'année, nous prêtons gracieusement notre salle de réunion pour des associations, des partenaires ou des acteurs locaux.

Accueil chez terre d'Oc

Nous avons participé à plusieurs événements du territoire pour l'inauguration de *Entrepôt Bio* à Manosque, le salon *OSE* pour l'entrepreneuriat féminin à Manosque, la Foire de la Lavande à Digne, les marchés de Noël de Gap et Forcalquier, la *CEC Sud* à Sainte-tulle, *Les Correspondances* de Manosque, *Les nuits photographiques* de Pierrevert.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Volonté d'engagement territorial et forte connexion avec la communauté locale.
Transparence pour aider les autres acteurs du territoire à s'engager en RSE.
Approche holistique avec la participation à des événements couvrant l'éducation, l'environnement et l'engagement communautaire.
Leadership en organisant nous-mêmes des événements à impact.

1. Route Saveurs & senteurs
2. Prêt de notre échantillothèque à la SCA 3P
3. Participation à la semaine de l'industrie
4. Marché de Noël à Gap
5. Visite de Camille Galtier, Maire de Manosque et Président de la DLVA



Objectif 23

Valoriser le territoire

- **TRAJECTOIRE**
Partager notre vision RSE pour mieux embarquer avec nous le territoire
- **INDICATEURS**
Mise en place des visites d'usines

Ouvrir nos portes pour partager notre savoir-faire

Depuis plus d'un an, notre entreprise prépare des visites guidées d'usine pour faire découvrir nos savoir-faire artisanaux au plus grand nombre. Ce projet valorise notre métier, nos engagements d'entreprise à mission, nos collaborateurs. Une équipe dédiée, pilotée par notre manager boutique, mène le projet avec enthousiasme.

Les principales actions mises en place en 2024 :

- Un parcours balisé, fluide et sécurisé, mettant en valeur les étapes clés de production de nos produits ainsi qu'un passage dans notre salle de dégustation de thé.
- Un espace muséal immersif sur notre histoire, nos valeurs et nos fabrications.
- Une entrée revalorisée, affichant notre raison d'être, nos engagements, et une galerie photo sur nos instants de vie ainsi qu'une nouvelle bâche extérieure.

Nous avons déjà commencé à collaborer avec les offices de tourisme via un educteur pour recueillir leurs conseils. Un système de réservation en ligne sera aussi bientôt disponible sur notre site internet en collaboration avec les offices de tourisme. Nous avons également préparé un flyer destiné à promouvoir l'activité.

Objectif printemps 2025

Il reste à finaliser le musée et la communication interne. L'ouverture est prévue au printemps, pour faire rayonner notre entreprise et valoriser notre ancrage territorial et humain.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Partage de notre savoir-faire et tourisme industriel.
- Découverte des entreprises du 04.
- Partenariats locaux.
- Développement de notre boutique d'usine.



1. Projet musée
2, 3 & 4. Réalisations 2024
4. Bâche extérieure



Objectif 24

Assurer la sécurité de l'entreprise

- **TRAJECTOIRE**
Assurer la sécurité de l'entreprise avec la maintenance préventive
- **INDICATEURS**
Tendre vers 80 % de maintenance préventive



En 2022, notre technicien de maintenance a introduit un outil systémique de maintenance préventive couvrant 100 % de nos équipements. Il a commencé par effectuer la maintenance sur toutes les machines sous contrat et l'atelier de conditionnement senteur.

En 2023, il a poursuivi cette initiative en se concentrant sur l'atelier de conditionnement senteur, portant ainsi l'activité de maintenance préventive à 54 %. Il prévoit d'étendre cette démarche à l'ensemble des ateliers en 2024.

En 2024, le travail a été poursuivi portant l'activité de maintenance préventive à 75 %. L'année 2024 aura aussi été marquée par de nombreux travaux comme l'atelier infusettes ou la préparation de l'entrée/musée.

Il prévoit d'étendre cette démarche et atteindre le plus de 80 % en 2025

Cette approche proactive assure le bon fonctionnement et la sécurité de nos installations.

En plus de la maintenance préventive, notre responsable maintenance a mis en place et anime des chantiers d'amélioration continue PDCA : c'est 269 actions enregistrées dans les demandes. 90 % d'entre elles ont été faites et clôturées en 2024.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

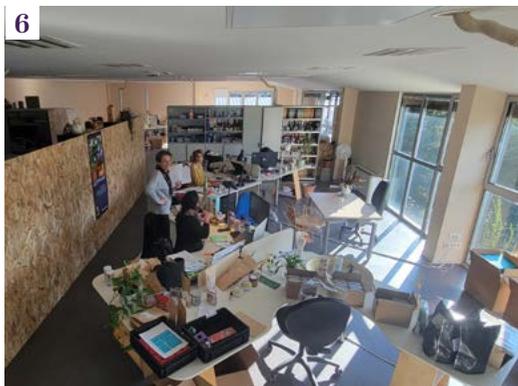
- Anticipation des pannes par une maintenance planifiée.
- Gestion complète avec le suivi de 100 % des équipements.
- Maximisation de la durée de vie des machines.



Les plus

Autres actions menées en 2024

- **TRAJECTOIRE**
Hors « trajectoires à impact » suivies par le comité de mission
- **INDICATEURS**
Définis par les équipes



Chez terre d'Oc, l'engagement anime chaque collaborateur. C'est pour cela que dans chaque service, toutes les équipes proposent chaque année des actions en plus de celles suivies par notre comité de mission. En 2024, des résultats supplémentaires que nous souhaitons partagé ici !

Service direction/RSE

- Evènements pour fêter nos salariés (anniversaire, mariage, retraite).
- Être visible sur le territoire et au-delà : film terre d'Oc pour l'AG de l'Alliance 7.

Service commerce

- Aménagement d'un nichoir à oiseaux dans le jardin.

Service finance

- Mise en place de nouveaux outils pour faciliter la vie des salariés : tableau de suivi commerce, dématérialisation des relances clients.
- Mise en place d'un nouveau service finance qui co-vote.

Service design

- Réaménagement de l'open space
- Proposer des outils/requêtes pour permettre aux services de créer leurs indicateurs. Faire le tour des services.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

L'engagement chez terre d'Oc, une affaire de cœur. Toute l'équipe a envie de contribuer à son niveau même si cela va au-delà de nos objectifs suivis par le comité de mission.

1. Nichoirs dans le jardin
2. Photo de Noël
3, 4 & 5. Moments de convivialité
6 & 7. Nouvel open space

Service production

- Mise à jour des fiches de postes.

Service ressources humaines

- 1 CSE par mois et des sorties organisées : ski, soirée été, soirée Noël.
- Élection du nouveau CSE en décembre 2024 par vote électronique.
- Journées enfants malades : 10 en 2024.
- Dématérialisation des bulletins de paie.
- 12 stagiaires accueillis en 2024.

Service réglementaire & qualité

- Partage de la sortie de toutes nos innovations sur notre réseau social interne.

4. Pour finir

Entreprise à mission
DOSSIER DE PRESSE

terre d'oc
HAUTE PROVENCE



Un engagement dans la Responsabilité sociétale des entreprises

"La responsabilité sociétale de l'entreprise, c'est très dur à exprimer; ça se vit à l'intérieur de l'entreprise, avance Daniel Margot, président de la CCI et à la tête du groupe Savonnerie de Haute-Provence en préambule de la présentation du club RSE de la Chambre. La performance d'une entreprise est désormais mesurée en fonction de sa capacité à agir en faveur d'un développement durable et plus uniquement sur la seule création de richesses et d'emplois générés par son activité".

En Haute-Provence, à la fin des années 70, Olivier Baussan demandait déjà à ses clientes de ramener leurs flacons vides. "À l'époque, on n'aurait jamais imaginé que ça devienne si catastrophique... Il était flagrant pour moi d'essayer de sensibiliser au risque à venir... On n'a pas fait grand-chose, on n'a pas réussi à sensibiliser grand monde" regrette-t-il. À son arrivée à la confiserie du Roy René, "j'ai découvert que 200 tonnes d'amandes étaient importées des États-Unis. C'est aberrant!" détaille ce militant du territoire. Une démarche qui embarque les associés, les clients, le personnel.

Si depuis la fin du 19^e siècle, on parle d'éthique et d'action philanthropique, c'est en 1953 que la Corporate Social Responsibility d'Howard Bowen apparaît. En France, c'est formalisé en 2010 avec la norme Iso 26000[®], rappelle Luc



Ronfard. Le président de la commission environnement et RSE à la CCI, fondateur de la biscuiterie Lou Bio est à l'origine de la démarche RSE engagée par la Chambre. "Maintenant, 24 entreprises sont formées à la RSE dans le département. En mai, nous avons ouvert un club RSE avec pour thème le financement des entreprises". Désormais, le label "RSEponsible" récompense les entreprises impliquées -

un outil de marketing territorial (lire par ailleurs). Il s'appuie sur quatre axes, selon les critères de l'association Oree (Organisation pour le respect de l'environnement dans l'entreprise) : la stratégie d'innovation et de marché, l'ancrage social et économique, la co-production de ressources communes, et la gouvernance.

Alors qu'Emilie Ronfard évoque comment elle a quitté son poste d'en-

seignante pour reprendre la biscuiterie, elle souligne: "Ce n'aurait pas été possible si mes parents n'avaient pas déjà lancé la RSE il y a quinze ans". "Il faut qu'il y ait des relais, complète Olivier Baussan. Je n'ai pas transmis d'entreprises à mes propres enfants mais j'ai transmis à des enfants d'une autre famille" soulignait-il, faisant allusion aux enfants de Reinold Geiger.

Le rôle du cadre change: "Il a plus

Labellisées pour deux ans

Catégorie bronze

04 Recyclage, la Boyauderie sistronaise, Boyer formation, Confiserie Doucet, Domaine Salvator, Hotel des Gorges du Verdon, Hotel Charembeau, Pizza de Manosque, Sofalip, Sudériane.

Catégorie or

Moulin Pichard, Lou Bio, Terre d'Oc, Proman.

un rôle d'accompagnement des compétences que de contrôle. Il est là pour aider à faire le travail, avance Aurélia Lefevre de Sudériane. L'ensemble du personnel a voté pour élire une personne au poste de cadre par rapport à ses compétences". "Nous avons transformé Terre d'Oc en entreprise à mission aujourd'hui, détaille Laure Vincent. Les valeurs de la RSE sont dans les statuts".

Les thématiques d'environnement et notamment de circuit court sont prégnantes. 04 Recyclage projette de créer une unité de méthanisation dont le gaz servirait aux engrais. Le moulin Pichard a souscrit au label de bio cohérence afin de garantir les lieux de production et de transformation. **E.F.**

INITIATIVE ALPES PROVENCE

780 emplois créés ou maintenus

Le réseau d'entreprises de l'Initiative Alpes Provence a été créé en 2017. Il regroupe des entreprises de la région Alpes Provence. La région est devenue un pôle d'attraction économique. En 2022, le réseau a été renforcé par la création de nouvelles entreprises et le développement de celles existantes. Le réseau a permis de créer ou maintenir 780 emplois.



EMPLOI

La Place de l'emploi à Digne

La Place de l'emploi à Digne a été améliorée. Le programme de ce réseau vise à améliorer la situation de l'emploi dans la région. Les entreprises ont été encouragées à créer de nouveaux emplois. Le réseau a permis de créer ou maintenir 780 emplois.

La société Terre d'Oc fait sa (R) évolution aujourd'hui

VILLENEUVE Entreprise à mission depuis le 1^{er} juillet dernier, Terre d'Oc concrétise ce nouveau statut aujourd'hui avec la réunion de son premier comité de mission

La vie de l'économie

Dire que l'on change est une chose. L'écrire, en est une autre. C'est ainsi que depuis le 1^{er} juillet 2021, Terre d'Oc a été la première entreprise à avoir été déclarée entreprise à mission. Pour rappel, la Loi Pacte de 2017 a introduit la notion d'entreprise à mission. Elle permet à une entreprise de déclarer sa raison d'être à travers plusieurs objectifs sociaux, environnementaux et économiques.



Nous faisons beaucoup de choses même si elles étaient peu formalisées"

Laurentine a une passion : restaurer. Stratelement, Vincent Cavallier, président de Terre d'Oc, ne peut faire passer la mission de mission.

Une entreprise qui va localiser ses activités relatives au thé

IL SE RÉUNIT POUR LA PREMIÈRE FOIS Le comité de mission compte des personnes extérieures à la société

L'enjeu des premières années est de créer une culture d'entreprise. Le comité de mission est un outil qui permet de formaliser la mission de l'entreprise. Il est composé de personnes extérieures à la société.

Producteur du thé en son propre et fabricant à la fois pour Nature et Découvertes de produits naturels, Terre d'Oc est la première entreprise à mission bas-alpines.

Le comité de mission. Une réunion l'entreprise à mission pour Terre d'Oc. 9 participants. Un comité de mission composé de personnes extérieures à la société.

leur laboratoire". C'est tout ce que l'on cherche. L'écrire, en est une autre. C'est ainsi que depuis le 1^{er} juillet 2021, Terre d'Oc a été la première entreprise à avoir été déclarée entreprise à mission.

Produit du thé en son propre et fabricant à la fois pour Nature et Découvertes de produits naturels, Terre d'Oc est la première entreprise à mission bas-alpines.

Le comité de mission. Une réunion l'entreprise à mission pour Terre d'Oc. 9 participants. Un comité de mission composé de personnes extérieures à la société.

Première "société à mission" Terre d'Oc à l'heure du renouveau

Nouvelle équipe et changement de statut : la société villeneuvoise formalise son engagement RSE

Villeneuve, une page se tourne à Terre d'Oc mais l'histoire continue de s'écrire. Une nouvelle équipe a pris ses fonctions dans un cadre statutaire modifié, plus conforme aux exigences et ambitions des fondateurs et à ceux dirigeants de la société de produits cosmétiques et thé.

7,85 C'est, en millions d'euros, le montant du chiffre d'affaires 2020 contre 10 millions pour l'année 2019



Terre d'Oc se focalise sur le thé qu'elle vend en nom propre - ses autres produits étant sous les marques de Nature et Découvertes.

LA RAISON D'ÊTRE

"Concevoir et fabriquer des produits de bien-être, beaux, bons, et sains à partir d'une démarche préservant les ressources naturelles et la biodiversité tout en développant des filières biologiques et équitables, et en mettant en lumière le travail des femmes partout dans le monde".

Par et pour le personnel

L'entreprise créée en 1995, est certifiée cosmétique bio depuis 2006, alimentaire depuis 2009. Sa première certification équitaine a été obtenue en 2010. Outre des produits responsables, un sourcing bio éthique, un impact carbone limité et la valorisation des femmes, le bien-être des collaborateurs figure dans les statuts. À Terre d'Oc, le versement d'une participation financière au personnel est acquis - et ce même si elle n'y est pas réglementairement soumise.

Vincent en vue de préparer la suite. Originelle de La Bastidonne (Vaucluse), celle-ci voulait remettre le cap sur la Provence après avoir travaillé en Europe et dans le Nord-Magheb sur des grands noms tels que Procter et Gamble, M. Propre, Lactuciu ou Autogrill.

Terre d'Oc affiche sa raison d'être : "Concevoir et fabriquer des produits de bien-être, beaux, bons, et sains à partir d'une démarche préservant les ressources naturelles et la biodiversité tout en développant des filières biologiques et équitables, et en mettant en lumière le travail des femmes partout dans le monde".

Vincent Cavallier président de la société et Laure Vincent directrice générale. Ils sont entourés de leur équipe.

première société à mission De fait, Laure a remplacé Valérie dans les fonctions marketing à son départ. Au final, depuis le mois d'avril, Vincent Cavallier est président, Laure Vincent, directrice générale. "Nous nous partageons les fonctions support"

Une exclusivité qui a été levée lors du rachat par Nature et Découvertes. "On est très autonome, souligne Vincent. Il n'y a pas de personnel parachuté. Nature et Découvertes est dans le bien-être. Nous avons une relation constructive et saine. On a beaucoup de chance".

Thé et huiles essentielles pour produits phares "La marque Terre d'Oc porte uniquement sur le thé, les autres - La société fabrique à l'oc, NDLR - appartiennent à Nature et Découvertes. Biologique et éthique, le thé - 43% du chiffre d'affaires - porte désormais le développement commercial qui sera notamment tourné vers l'export mais également la boutique d'usine. Aujourd'hui, Terre d'Oc référence les boutiques d'écologie, les épiceries fines, les torréfacteurs et les jardinières premium.

finances, ressources humaines et marketing, indique Vincent. Nous sommes très complémentaires : nous avons la même vision de la stratégie de l'entreprise, la façon de faire et gérer les gens. Je suis plus un technicien, j'ai un parcours en production, directeur d'usine. Elle est plus dans la création, l'innovation, le business et le développement".

Actuellement, la société compte 48 postes équivalents temps plein. Emmanuel FARRÉ

Un nouvel enjeu Peu avant la crise sanitaire, l'entreprise avait lancé son site internet marchand. La crise sanitaire a abouti à la définition d'un nouvel enjeu : "Se dégager de la dépendance de Nature et Découvertes. Jusqu'ici Terre d'Oc n'avait pas de service commercial car il y avait un seul client".

Actuellement, la société compte 48 postes équivalents temps plein. Emmanuel FARRÉ

LA PHRASE

"Ce sont les collaborateurs qui sont les moteurs, pas Vincent et moi".

LAURE VINCENT, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE LA SOCIÉTÉ TERRE D'OC ET VINCENT CAVALLIER, PRÉSIDENT

TERRE D'OC

DES THÉS ENGAGÉS ISSUS DU TALENT DES FEMMES

Située en plein cœur des Alpes de Haute-Provence, l'enseigne terre d'Oc est une référence dans le milieu du thé. Depuis 27 ans, elle propose un large choix de thés bio sélectionnés et travaillés avec soin. Des produits d'une grande qualité qui cochant tous les engagements de cette entreprise à mission où travaille une équipe de passionnés.

Texte : Camille Sanchez - Photos : Rémy Cortin



Vincent Cavaillès et Laure Vincent, les dirigeants de terre d'Oc

Le département des Alpes de Haute-Provence abrite de nombreuses entreprises riches en saveurs, en senteurs et en engagements. Parmi les plus connues, on retrouve l'enseigne de thés bio terre d'Oc. Depuis plusieurs années, le thé est la boisson la plus consommée au monde, juste derrière l'eau. Chaque année, on en boirait environ quatre tonnes dans le monde entier. En France, le marché du thé compte plusieurs marques parmi lesquelles la PME terre d'Oc ancrée dans le village provençal de Villeneuve où travaille une cinquantaine de personnes. Et l'effectif a la particularité d'être

majoritairement féminin avec 85% de salariées. « terre d'Oc n'est pas une entreprise féministe, mais elle est imprégnée de féminité », assure Laure Vincent, l'actuelle directrice générale de la société. Depuis le départ des fondateurs en 2021, Laure Vincent et Vincent Cavaillès se partagent la direction. « Depuis toujours, il y a eu une direction à deux têtes, avec une personne chargée de la production et l'autre de la création. Nous avons continué sur cette lancée », indique Vincent Cavaillès. Et l'histoire de cette marque française ne date pas d'hier.



UNE RÉFÉRENCE DEPUIS 27 ANS

Créée en 1995 dans le département des Alpes de Haute-Provence, terre d'Oc est une référence dans le monde du thé. À l'origine de son histoire, une rencontre entre ses anciens propriétaires et les fondateurs de l'enseigne Nature et Découvertes. « Les créateurs de terre d'Oc sont deux ex-employés de l'enseigne L'Occitane. Ils ont décidé de créer des produits originaux qui avaient vocation d'être distribués dans les boutiques Nature et Découvertes », explique le président Vincent Cavaillès. Parmi eux, des ocres de Provence pour réaliser des ateliers créatifs, qui sont d'ailleurs à l'origine du jeu de mots autour du nom. « Très rapidement, terre d'Oc s'est mise à développer des produits dans le domaine du bien-être avec par exemple des parfums d'ambiance pour la maison. Ils ont ensuite lancé la partie cosmétique, les thés et les huiles essentielles. » Ce positionnement varié a permis à la PME provençale d'être toujours en mesure de répondre aux demandes de Nature et Découvertes, qui a racheté l'entreprise en 2017. « terre d'Oc est devenue leur laboratoire d'idées. Avec tous les services intégrés à l'entreprise, de la création graphique, en passant par le marketing, le réglementaire, le sourcing et la production, nous sommes très agiles. » Une agilité qui permet à la société de créer entre 200 et 300 produits par an.

10 COLLECTIONS DE THÉS TRAVAILLÉES AVEC SOIN

Le choix des produits est donc très varié, mais le business principal de l'entreprise reste la commercialisation vente de thés et d'infusions bio à 100%. « Cela représente un peu plus de la moitié de notre chiffre d'affaires », informe Laure Vincent. À ses débuts, la marque comptait 3 à 4 collections de thés bio. Aujourd'hui, elle en propose une dizaine : les thés de l'hospitalité, les thés blancs, les thés d'origine, les thés gourmands, les thés glacés, les thés bien-être, les boissons du monde, les thés et saveurs de Noël, les jolies tisanes et les thés des régions. Au total, pas moins de 200 thés et infusions sont disponibles ! Un large choix qui permet à chaque consommateur de trouver son bonheur, et ce, qu'il soit en France ou à l'étranger puisque les thés terre d'Oc sont exportés entre autres en Belgique, en Allemagne, en Suisse, en Ouzbékistan, dans les pays scandinaves et en Asie. Des thés bio donc venus des quatre coins du monde et aromatisés au sein de l'entreprise en Provence à partir d'arômes 100% naturels créés à Grasse. Chaque nouvelle création est développée comme un accord aromatique facetté. « Nous travaillons à partir de thés d'origine, bio et de grande qualité. Chaque thé présente des spécificités et des caractéristiques



Forcalquier & pays

NPI - 14 au 20 juillet 2023 - hautprovenanceinfo.com 10

FORCALQUIER : LA ROUTE DES SAVEURS-SENTEURS ENTAME UNE NOUVELLE PAGE

L'Université Européenne des Saveurs et des Senteurs orchestre la Route des Saveurs et des Senteurs depuis 2011. Rappelons que l'UESS, basée à Forcalquier depuis plus de 20 ans contribue à la promotion des entreprises agroalimentaires, cosmétiques, production d'extraits naturels, des Alpes-de-Haute-Provence et bien entendu à la formation de leurs personnels ou en phase de le devenir. Comme l'a rappelé son directeur Xavier Lemondre la coordination de la Route des Saveurs et des Senteurs. Cette route, fondée par un collectif d'entreprises fédérées, à ce jour, quelques uns des plus beaux fleurons industriels et artisanaux, « des entreprises gardiennes d'un savoir faire d'excellence authentique ». La volonté de la route est de faire connaître aux visiteurs du territoire produits et métiers dont ils sont fiers à travers une expérience unique. « Pour ce faire sont organisées visites d'usines, dégustations, ateliers à travers un itinéraire riche en découverte et émotion, alliant découverte culturelle et plaisir des sens » a-t-on pu entendre lors de la présentation de la Route « nouvelle formule » dans les locaux du Couvent des Cordeliers. La Route présente à travers ses 14 entreprises adhérentes de nouvelles ambitions afin de devenir un élément



essentiel dans la proposition de bon-touristique tout en valorisant et dynamisant le tissu économique local. Pour ce faire elle se poursuivra en 2023 des objectifs pragmatiques et simples : accroître le nombre d'entreprises partenaires, enrichissement de son offre, développement des actions de promotion entre membres afin de faire rayonner la destination. Pour parvenir à cet objectif elle entend moderniser son identité visuelle via un site internet qui orientera les visiteurs vers des packs grâce notamment à une carte interactive, élargir les catégories d'entreprises adhérentes en ouvrant sur les métiers de l'hôtellerie/restauration et l'agriculture entre autres. Ainsi est proposée une route à arpenter avec gourmandise et envie de se cultiver sur les savoir-faire. La Route vise une centaine d'adhérents dans un territoire qui accueille chaque année 2,5 millions de visiteurs, 800 millions dépensés annuellement avec une moyenne de 53 euros par jour par visiteur. Anaïs Dieudé de l'UESS est chargée du contact.développement@uess.fr - tel : 04 92 71 77 73. Sites : routedessaveursdesenteurs.com, uess.fr

Philippe

Bientôt une "nouvelle" route des saveurs et senteurs

ÉCONOMIE Sous l'égide de l'Université européenne des saveurs et des senteurs, l'entité touristique ouvrira en juillet une nouvelle page avec plus d'entreprises.

Elle avait été créée en 2011 et on l'avait presque oubliée. La route des saveurs et senteurs rassemblait des entreprises de ce secteur d'activité qui ouvraient leurs portes pour du tourisme industriel. "En 2022, c'était notre tour de prendre le leadership de la présidence tournante, indique Laure Vincent, directrice générale de Terre d'Oc. Fin 2021, Lothantique faisait le constat que la route ne fonctionnait plus". Il est temps de décider d'une refonte globale. Elle s'appuiera sur Anaïs Dieudé, embauchée comme chargée de développement à l'UESS.

"On veut une route plus ouverte. On a proposé de l'ouvrir à l'ensemble du département, même si on met en avant les senteurs et saveurs. Il y aura aussi des hébergeurs, des restaurateurs, des lieux culturels..." Une démarche qui s'appuie sur de nouveaux outils de communication (site internet et réseaux sociaux).

"Mon rôle est de coordonner le projet et qu'il convienne aux 15 entreprises. Une charte a été rédigée, avec des valeurs. Il y en avait une mais elle était beaucoup plus succincte et avait des contraintes. On avait la volonté de redynamiser la route", souligne Anaïs Dieudé. "Il faut un socle commun parce qu'on est en plein recrutement" soutient Laure Vincent.

Une autre gouvernance

"Elle pose les valeurs communes et un cadre : l'authenticité et le savoir-faire. Elle permet que les entreprises historiques de la route soient d'accord, cela permet aussi de déléguer la validation de l'entrée des entreprises".



Laure Vincent et Audrey Haupt, de Terre d'Oc et Anaïs Dieudé de l'UESS ont conduit la route sur le chemin de l'évolution. / PHOTO STÉPHANE DUCLET

“ La charte pose les valeurs communes et un cadre : l'authenticité et le savoir-faire. „

Cette nouvelle direction s'appuie sur une nouvelle gouvernance "avec un bureau et des collègues pour chaque typologie d'entreprises."

"Le premier critère est d'être dans le département, même si on peut faire entrer une entreprise d'une commune limitrophe si elle apporte une réelle plus-value, détaille Laure Vincent. Le touriste qui vient visiter notre région ne sait pas

qu'il a changé de département". Autre critère: que le savoir-faire soit produit sur place. "L'entreprise doit également proposer une réelle expérience." Il est question de découvrir une histoire, de goûter.... "On pense aussi aux agriculteurs". Autre gouvernance mais aussi autre fonctionnement: "Jusqu'à présent les entreprises cotisaient en fonction du chiffre d'affaires de leur boutique. Aujourd'hui, on propose de mettre en avant les entreprises avec une publicité. Il y a une base avec une carte géolocalisée et une présentation de l'entreprise qui sera plus ou moins détaillée".

La nouvelle route serait susceptible d'accueillir une centaine d'entreprises. "Le panier moyen d'un visiteur est deux fois plus élevé s'il visite l'entreprise" se-

lon les données de l'AD.

"Ce ne sont pas seulement les produits mais aussi les gens qui sont valorisés, ceux qui sont actifs dans le département" souligne Anaïs. "Pour moi, c'est de la RSE de s'inclure dans une démarche territoriale comme celle-là" conclut Laure Vincent.

Emmanuelle FABRE

Les entreprises : Cueilleur de Douceurs, Terre d'Oc, Apior, Maison Telme, François Doucet, Confiseur en Provence, Distilleries et Domaines de Provence, Fromagerie de Banon, Ciel d'Azur Labs, Moulin Bonaventure, Les Comtes de Provence - Agronovae, Collines de Provence, Perle d'Amande - Sofalip, Lothantique, Artemisia Museum.

L'Université Européenne des Saveurs et des Senteurs est coordinatrice de la Route.



A la Casa Delauze (<https://casadelauze.fr/>) à Marseille, 1% For The Planet (<https://www.onepercentfortheplanet.fr/>) recevait le 3 mars dernier 120 entreprises membres de ce mouvement de soutien à l'environnement ou candidates au label. Une rencontre d'échanges à l'invitation de Laure Vincent (https://www.linkedin.com/search/results/all/?fetchDeterministicClustersOnly=false&heroEntityKey=urn%3Ali%3Afsd_profile%3AACoAAAKQVcc22-4633-a03d-a2f25cb07a3d&sid=9t0), administratrice de la structure et directrice générale de Terre d'Oc (<https://www.terredoc.com/fr/>), ainsi que François SABATER, président directeur général de Technicoflor (<http://www.technicoflor.fr>).

Laure Vincent, pourquoi votre entreprise adhère-t-elle à 1% For The Planet, alors qu'elle affiche déjà des labels majeurs tels AB (<https://www.produits-origine.com/labels/agriculture-biologique/>), For Life, (<https://www.ecocert.com/fr-FR/certification/responsabilite-sociale-des-entreprises-for-life>) Fair for Life (<https://fairforlife.org>) ou Made in France (<https://www.economie.gouv.fr/cedef/fabrique-en-france>) ?

« C'est Nature & Découvertes qui nous a encouragé à intégrer 1% For The Planet. Cela correspondait bien à notre philosophie et c'est surtout une façon concrète et facile de faire de la philanthropie environnementale. Nous sommes même allés plus loin puisque depuis 2021 nous sommes devenus Entreprise à Mission*. Nous avons été agréés ISO 14001 pendant une dizaine d'années. Le formalisme exigé par ce statut ne nous a donc posé aucun problème. Tous les salariés sont engagés collectivement et individuellement dans l'entreprise à mission. Par exemple, chacun dans son plan d'action identifie un objectif RSE pour l'année. Et l'entreprise se doit de suivre au plus près tous les engagements pris. C'est une mobilisation permanente mais tellement gratifiante. Nous vivons d'ailleurs cette année notre premier audit d'entreprise à mission. »

Vous avez intégré Terre d'Oc en 2021 et avez trouvé une entreprise, selon vos propos, « RSE native ». En quoi est-elle si différente des autres ?

« Depuis 25 ans, Terre d'Oc travaille dans le respect de la planète et de ses habitants. Elle porte l'engagement pour un vrai commerce équitable, le meilleur du bio et un monde respectueux. Elle est née aussi du talent des femmes. Je ne pensais pas, sincèrement, que l'on pouvait trouver une société commerciale, qui fait du business, mais le fait vraiment « autrement ». C'est un vrai bonheur de travailler avec une équipe de 50 salariés qui partagent, pendant leur temps de travail et dans leur quotidien, des valeurs identiques aux vôtres. Le développement durable et la RSE, c'est toute une philosophie chez Terre d'Oc. Pas de place pour le greenwashing ! Nous avons toujours été avant-gardistes et lorsque nous avons été rattachés par Nature & Découvertes en 2017, nous avons constaté que nous partagions cette même vision. »



(<https://www.bleu-tomate.fr/wp-content/uploads/2023/03/laure-vincent-pose-scaled.jpeg>)

Laure Vincent ©Terre d'Oc

Comment abordez-vous votre rôle d'administratrice de 1% For The Planet ?

« La rencontre organisée à Marseille avait pour objectif de réunir nos entreprises philanthropes et de présenter à d'autres entrepreneurs la vocation du 1%. Plus de 120 personnes étaient présentes, également réparties entre adhérents et candidats. Je suis très satisfaite des premiers retours. Nous enregistrons déjà des adhésions ! Preuve s'il en est que notre discours rencontre de plus en plus d'adeptes. La plupart des entreprises et des particuliers n'ont pas l'expertise et le temps nécessaires pour élaborer leur propre stratégie de dons environnementaux, et rares sont ceux qui disposent du temps ou des ressources nécessaires pour faire le tri parmi les nombreuses options proposées. Nous facilitons donc la vie des entreprises. Nous les mettons en relation avec les associations sélectionnées 1% (près de 700 identifiées), nous accompagnons, nous conseillons en fonction des besoins exprimés. Mais notre rôle est également de garantir à l'entreprise que les fonds vont être correctement utilisés, pour l'objet qui a été sélectionné. C'est d'ailleurs ce qui ressort des discussions avec les candidats. Ce qu'ils apprécient : notre pragmatisme, notre efficacité, la facilité pour s'engager, la pertinence des mises en relation. »



(https://www.bleu-tomate.fr/wp-content/uploads/2023/03/1FTP-a-Marseille_-_mars-2023-25-©-Patricia-Carrier-scaled.jpeg)

Thomas de Willencourt (Pure Ocean) et François Sabater (Technicoflor) - Matinée pour la Planète à Marseille © Patricia Carrier

Concrètement, quel est le processus d'adhésion ?

« Toutes les entreprises peuvent postuler, mais toutes ne sont pas retenues ! Des groupes de travail composés de salariés de 1% For The Planet et d'administrateurs vont étudier chaque dossier. Nous rejetons certaines candidatures qui ne paraissent pas compatibles avec les valeurs que nous défendons. Le travail d'analyse est mené très sérieusement, chacun se sent investi pour faire les bons choix. Idem pour les associations qui vont être identifiées 1%. Il y en a de très connues, comme par exemple le WWF (<http://www.wwf.fr/>), mais d'autres tout aussi remarquables qui méritent d'être soutenues dans leurs projets. Une rencontre est organisée chaque année, les « Rencontres pour la Planète ». Au cours de cette journée, 40 associations sélectionnées vont « pitcher » devant les entreprises. C'est un beau moment de partage. L'entreprise va donc décider d'affecter 1% de son chiffre d'affaires (ou d'une de ses marques, ou d'une ligne de produits...) à une association, sachant que ce 1% peut être du don financier mais aussi du don en nature ou du mécénat de compétence (produits, services & temps de mécénat des employés). »

Quelles associations Terre d'Oc a-t-elle choisi de soutenir, notamment en Région Sud ?

« Terre d'Oc a soutenu depuis 2018, 127 associations et leurs a versé près de 500 000 euros. Nous avons notamment soutenu 15 associations majeures lors des « Rencontres pour la Planète », dont 5 auverent en région Sud : Earthship Sisters (<https://earthship-sisters.fr/>), qui promeut l'entrepreneuriat féminin pour l'environnement ; Mer-Terre (<https://mer-terre.org/>), qui s'occupe de récolter des données sur les déchets en Méditerranée, dans des rivières et des lacs ou étangs du sud ; EKI, qui s'occupe d'aider les migrants au travers des low-tech ; Terre de Liens (<https://terredeliens.org/>), association qui on ne présente plus pour l'agriculture ; et enfin France Nature Environnement des Alpes de Haute Provence (<https://www.onepercentfortheplanet.fr/forets-et-vie-sauvage/fne-alpes-haute-provence/>) (https://www.onepercentfortheplanet.fr/forets-et-vie-sauvage/fne-alpes-haute-provence/?gclid=CJK0KQjwk7ug8hDIARsAGuv9PY9iY486Y15R:19u89eYcin1gTKAHbjGid8TjphbesLDhVxLEApOwaAviaEALw_wcBI), pour un joli projet autour des patous. »



(https://www.bleu-tomate.fr/wp-content/uploads/2023/03/Catherine-Gineste-Earthship-Sisters-et-Laure-Vincent-Terre-dOc_1FTP-a-Marseille_-_mars-2023-36-©-Patricia-Carrier-1-scaled.jpg)

Catherine Gineste Earthship Sisters et Laure Vincent Terre d'Oc, 1%FTP à Marseille, mars 2023 © Patricia Carrier

Vous êtes très engagée puisque vous faites aussi partie du bureau de l'association Pistache en Provence (<https://www.pistacheenprovence.com/association>). Vous exploitez des oliviers et des pistachiers bios à La Bastidonne, vous êtes élue dans cette commune ... Quel est donc votre moteur ?

« Je suis profondément attachée à tout ce qui fait sens. Mon travail, mes actions, mes engagements. Œuvrer pour la planète me paraît à lui seul un beau projet, non ? Les enjeux sont tels que la philanthropie traditionnelle ne suffira pas. C'est pour cette raison que 1% For The Planet est un beau projet collectif. »

* La loi Pacte a introduit la qualité de société à mission. Elle permet à une entreprise de déclarer sa raison d'être à travers plusieurs objectifs sociaux et environnementaux. Par exemple pour Terre d'Oc, ses statuts mentionnent expressément le fait de favoriser le talent des femmes.



Vincent CAVAILLÈS
et Laure VINCENT



terre d'Oc - Villeneuve

49 emplois maintenus
3 emplois créés (10 à 3 ans)

« Depuis 1995, de la Haute-Provence au monde entier, nous sommes un collectif de femmes, et aussi de quelques hommes, passionnées & engagées pour créer un monde plus durable et solidaire ».



Une entreprise, une histoire

Qu'il s'agisse d'un thé, d'une bougie, d'une eau parfumée ou d'un mélange d'huiles essentielles, nous créons de façon artisanale au travers de nos échanges et de nos rencontres des produits qui font du bien. C'est en changeant tous un petit peu, que l'on peut tout changer. Nous croyons que chacun peut avoir un impact positif sur la société. Cela commence dès nos choix de consommation. Ainsi, nous pensons permettre à nos clientes de contribuer, à leur échelle, à un monde plus durable et solidaire. Parce que nos produits invitent chacune à prendre un temps pour soi, d'abord. Et parce qu'ils sont fabriqués avec des ingrédients 100% bio ou naturels et dans une démarche éthique, toujours. Pour cela aussi, nous sommes devenus entreprise à mission en 2021. Chez terre d'Oc, nous sommes par héritage des artisan(e)s des sens et des joyeux(es) bienfaiteurs(rices). Nous vous invitons à faire et vous faire plaisir, avec des produits qui procurent une expérience heureuse et généreuse. Une attention que l'on offre à soi-même, à l'autre, aux femmes, à la planète.

Entreprendre dans le 04, qu'est-ce que cela représente pour vous ?

Nous souhaitons continuer à contribuer au développement économique d'un département de Saveurs et Senteurs, qui mérite de gagner en notoriété dans ce domaine. Contribuer à son rayonnement et soutenir l'emploi local direct ou en sous-traitance,.... terre d'Oc étant entreprise à mission, elle ouvre la voie pour développer les initiatives locales en matière de politique RSE.



Notre savoir-faire...

Chez terre d'Oc, nous nous attachons à ce que tous nos produits (thés & infusions, cosmétiques, parfums d'ambiance et huiles essentielles soient...

BEAUX : qu'ils apportent la joie et l'émotion du beau.

BONS : qu'ils soient conçus autant que possible en commerce équitable et en développant des filières en direct avec les producteurs, où chacun bénéficie des actions solidaires tout en préservant les ressources et la biodiversité.

SAINS : exigence de Naturalité, priorité aux ingrédients biologiques ou certifiés d'origines naturelles.

Et que nos produits mettent en avant

LE TALENT DES FEMMES : sourcing qui favorise les groupements de femmes et leur autonomie, mise en synergie de femmes de talent, en France et dans le monde.



Actu

terre d'Oc est entreprise à mission depuis juillet 2021 : la 1ère du 04, la 7ème de la Région Sud et la première entreprise industrielle de la Région Sud. Notre raison d'être : « Concevoir et fabriquer des produits de Bien-être, beaux, bons et sains à partir d'une démarche préservant les ressources naturelles et la biodiversité, tout en développant des filières biologiques et équitables et en mettant en lumière le travail des femmes partout dans le monde. »

Retrouvez le détail de nos 5 engagements : bit.ly/3Ltfppq

Plan France Relance

Pour accompagner le développement commercial de terre d'Oc il était nécessaire de prévoir : La refonte du système informatique (infra réseau, logiciel de GPAO, WMS et intégration WEB) et l'internalisation du stockage et de l'aromatisation des thés

A terme ce projet doit nous permettre :

- De diversifier notre clientèle
- De pérenniser l'activité sur notre site et de sécuriser les emplois
- De développer de nouvelles activités et de nouvelles compétences sur le territoire
- De conserver et de développer notre ancrage territorial, notamment les nombreux sous-traitants avec qui nous travaillons aujourd'hui (ESAT, entreprises adaptées,...)



Vendredi 7 juin se déroulait le congrès du réseau Food'In Paca. À l'heure d'une industrie agroalimentaire au carrefour de nombreux enjeux, échanger sur ce qui permettra à la filière ainsi qu'à sa jumelle, la production agricole, de perdurer est plus que jamais nécessaire.

FOOD'IN PACA

Un état d'esprit constructif et collectif

Avec plus de 230 entreprises agroalimentaires adhérentes, le réseau Food'In Provence-Alpes-Côte-d'Azur prône fièrement le modèle collaboratif depuis 2016. Fondé initialement par l'Association régionale des industries agroalimentaires (Aria Sud), le Centre régional d'innovation et de transfert de technologie (Critt) agroalimentaire Sud et l'Institut de formation régional de l'industrie alimentaire (Ifria) Sud-Paca, la vocation n'a depuis pas bougé : "Accroître la performance globale des entreprises" du secteur dans la région. Lors du congrès annuel qui se déroulait vendredi 7 juin à Montlaur, Joël Guin, président de la communauté d'agglomération du Grand Arignou, pointait ainsi "une industrie agroalimentaire au cœur d'un carrefour où convergent de nombreux enjeux". Dans la région, une agriculture forte et la volonté du maintien de l'agroalimentaire pour une alimentation de qualité permettent aux deux filières

de rester des piliers de l'économie locale. Et la vice-présidente de la Région Sud en charge des questions agricoles, Bénédicte Martin, d'ajouter : "L'agriculture et l'agroalimentaire sont interdépendants, avec une mission commune et des difficultés similaires". À l'heure où elle estime que le discours selon lequel l'agroalimentaire serait responsable de tous les maux de l'agriculture, elle préfère la main tendue et l'affirmation du travail collectif à venir. Un mantra qui colle donc résolument à l'ADN de Food'In Paca.

Des tables rondes et autant de défis. Alors, pour matérialiser plus concrètement les réponses que le réseau tente d'apporter à ses adhérents – notamment avec la construction de son bâtiment qui accueillera un véritable laboratoire de l'innovation – Food'In Paca profitait de son congrès pour organiser une série de tables

rondes. Pilotage commercial et de la force de vente, à l'aide de logiciels de gestion de la relation client (CRM, pour Customer relationship management) ; digitalisation et système d'information (Enterprise resource planning) ; amélioration de la compétence par la réalité virtuelle ; ou encore accentuation de la recherche et développement. Les solutions proposées et expérimentables dans les futurs laboratoires du réseau sont pléthores et prometteuses. "C'est le réseau et le travail mutuel qui nous permettent d'avancer. L'approche collective facilite, sans naïveté, de porter de grandes ambitions", assure Cyril Bertrand, directeur du Critt et chef du projet de bâtiment. Les délais de ce dernier sont par ailleurs bien tenus. À voir si d'autres seront donc bel et bien achevés en octobre, comme annoncé en septembre dernier.

"L'approche collective permet, sans naïveté, de porter de grandes ambitions"

Mais les entreprises n'ont pas attendu la sortie de terre de cette maison de l'agroalimentaire pour se challenger. Quatre d'entre elles étaient notamment récompensées pour leur engagement grâce au concours Alim'acteurs, qui valorise les bonnes pratiques en matière de ressources humaines. Dans la catégorie 'Formation', la biscuiterie et entreprise

d'insertion Le beau geste, implantée au Thor, a ainsi été récompensée pour ses actions de formation auprès des personnes éloignées de l'emploi. Dans la catégorie 'Marque employeur', Terre d'OC, passée entreprise à mission en 2021, voit Laure Vincent, sa directrice générale, primée pour son engagement statutaire de la structure en faveur du bien-être des employés. Dans la catégorie 'Santé et sécurité au travail', l'introduction d'ergo-squelettes chez Actimeat a séduit le jury. Lökki – producteur de boissons fermentées, basé à Cavailon depuis dix ans – se voit quant à elle remettre le prix de la Qualité de vie et des conditions de travail ainsi que le Coup de cœur du jury, pour la mise en place d'une agora pour l'implication de tous dans les décisions de l'entreprise.

"C'est important de parler de ce qu'on fait en interne, surtout ça peut contribuer à planter des graines dans les esprits", énonce fièrement Johanne Picard, responsable commerciale. "Nous sommes convaincus que les initiatives présentées aujourd'hui contribueront significativement à l'avenir de nos entreprises, de nos produits et de nos emplois", confirme Miliam Serra, responsable de la communication et de la relation adhérent du réseau Food'In Paca.

Changement de présidence à l'Ifria Sud. Dans le prolongement d'un congrès riche en informations sur toute une diversité de sujets, les membres fon-

dateurs du réseau ont profité de la présence des adhérents pour réaliser leurs assemblées générales ordinaires et extraordinaires. L'occasion de rappeler les missions de chacun. Charlotte Trossat, fondatrice de 'Local in local' et présidente du Critt, revient ainsi sur la mission d'expertise technique de proximité de cette structure "à notre service, que l'on soit grand ou petit". Michel Dollé, président de l'Ifria, propose pour sa part un retour sur la formation et la mise à disposition "à la fois d'un public, mais également de ressources humaines, au travers les voies de l'apprentissage, que nous nous devons encore d'approfondir ; mais aussi du rapprochement entre les personnes éloignées du travail et le milieu de l'entreprise".

Enfin, ce congrès est surtout marqué par le départ de Serge Hinciner de la présidence d'Aria Sud. "Je tiens à remercier les équipes, mais également les administrateurs, passés et ceux qui arrivent. Donner du temps pour le collectif est précieux, et nous sommes les gagnants d'une dimension humaine et sociale forte. Une nouvelle période s'engage avec la désignation d'un nouveau président", annonce-t-il. C'est Martin Guinchar, dirigeant du fabricant de produits laitiers 'Sacré Willy', dans les Hautes-Alpes, qui prend ainsi le relais. ■

Manon Lallemand
[1] Lire notre édition du vendredi 29 septembre 2023.



Les lauréats du concours Alim'acteurs Paca pour les catégories formation, qualité de vie et des conditions de travail, marque employeur et santé sécurité au travail : Le beau geste, Lökki, Terre d'OC et Actimeat.



Dernière assemblée d'Aria Sud pour Serge Hinciner qui cède sa place de président à Martin Guinchar, dirigeant de 'Sacré Willy', dans les Hautes-Alpes.

La PHRASE

"Explique le quotidien d'une femme en reconversion sur un élevage de poules pondeuses bio, qui a des enfants et un mari agriculteur. Je n'ai pas l'ambition de faire des vœux. Si c'était le cas, je mettrais des tracteurs dans chacune de mes vidéos et ça marcherait à fond. Mon approche se veut authentique, pédagogique et dans la durée, car le temps de l'agriculture n'est pas celui des réseaux sociaux".

Lucie Mainard, avicultrice, "Les Jolles Rousses" sur X



GRAPPILLÉ sur le NET

Le cerde des aliens disparus

Le bûle, nouveau moyen de communication intersidéral ? La question peut se poser après la découverte le 6 juin dernier par Thomas Orlin, jeune céréalier installé dans la Manche, d'un agrogramme dans ses champs de blé, sur le lieu-dit La Marchoiserie. Comme à chaque fois, la question tarabude : humain ou alien ? D'autant que le motif est de taille – 70 mètres de long sur 30 m de large – et qu'une photo aérienne constate que cercles et demi-cercles s'entrelacent dans "une symétrie parfaite, tant sur les lignes que les courbes", pointe le jeune



céréalier chez nos confrères de France Bilev Costerin, une info relayée quelques jours plus tard au 13 heures de 171 de Marie-Sophie Lacarrau. Deux jours après les cérémonies du 82^e débarquement des Alliés en Normandie, faut-il y voir une coïncidence, alors que les parcelles sont situées à une cinquantaine de kilomètres à vol d'oiseau de la pointe du Hoc, faïsses emblématique du Débarquement par le 2^e bataillon des Rangers américains, qui font grève au matin du 6 juin 1944 ? De là à dire que les aliens ont voulu saluer à leur façon le Débarquement, il n'y a qu'un trop-cercle. La vérité est ailleurs... ■

La rédaction

VILLENEUVE

Un projet citoyen pour devenir actionnaire de sa propre énergie

Les centrales villageoises sont des sociétés coopératives qui portent des projets d'énergie verte. Une réunion d'information est prévue demain pour convaincre les citoyens de s'engager sur le territoire.

Avec près de 70 territoires, 6 750 actionnaires, et plus de 14 millions d'euros d'investissement dans toute la France, les centrales villageoises sont des sociétés locales à gouvernance citoyenne, qui portent des projets de production et de maîtrise d'énergie renouvelable à l'échelle de leur bassin de vie. Une initiative vertueuse qui a convaincu Laure Vincent, présidente de Terre d'Oc, basée à Villeneuve : "Je suis déjà actionnaire dans une centrale villageoise dans le Luberon, et je me suis dit que ça serait un chouette projet d'installer des panneaux solaires sur le toit de Terre d'Oc. De là, j'ai rencontré différentes personnes comme Eric Sallembien, un ancien directeur industriel à la retraite très engagé, ou encore Samson et Daniel Margot de la Savonnerie de Haute-Provence qui étaient également intéressés pour faire de même sur le toit du nouveau bâtiment qu'ils construisent".



La future Centrale Villageoise Durance-Luberon compte initier des projets citoyens de production d'énergie verte. Les premiers devraient se développer à Villeneuve, et notamment sur les toits des bâtiments de Terre d'Oc, ou encore de la Savonnerie de Haute-Provence. /PHOTO ILLUSTRATION FRANCK PENNAUT

Avec près de 70 territoires, 6 750 actionnaires, et plus de 14 millions d'euros d'investissement dans toute la France, les centrales villageoises sont des sociétés locales à gouvernance citoyenne, qui portent des projets de production et de maîtrise d'énergie renouvelable à l'échelle de leur bassin de vie. Une initiative vertueuse qui a convaincu Laure Vincent, présidente de Terre d'Oc, basée à Villeneuve : "Je suis déjà actionnaire dans une centrale villageoise dans le Luberon, et je me suis dit que ça serait un chouette projet d'installer des panneaux solaires sur le toit de Terre d'Oc. De là, j'ai rencontré différentes personnes comme Eric Sallembien, un ancien directeur industriel à la retraite très engagé, ou encore Samson et Daniel Margot de la Savonnerie de Haute-Provence qui étaient également intéressés pour faire de même sur le toit du nouveau bâtiment qu'ils construisent".

Tel est le point de départ de cette future centrale villageoise Durance-Luberon sur 12 communes entre Volx et La Brillanne, en passant tout naturellement par Villeneuve.

"Il s'agit bien d'un collectif de citoyens, c'est important de le dire, et pas du tout un projet d'entreprises. Personne ne peut avoir plus de 20% du capital", tient à préciser Laure Vincent car cette entité associe donc citoyens et entreprises locales, mais aussi collectivités locales. "C'est pour ça qu'on a déjà rencontré les maires de Volx, La Brillanne et Villeneuve avec l'idée de mettre des panneaux sur des bâtiments communaux pour décarboner tous ces villages, et proposer de l'énergie verte aux habitants", com-



La future Centrale Villageoise Durance-Luberon compte initier des projets citoyens de production d'énergie verte. Les premiers devraient se développer à Villeneuve, et notamment sur les toits des bâtiments de Terre d'Oc, ou encore de la Savonnerie de Haute-Provence. /PHOTO ILLUSTRATION FRANCK PENNAUT

ptète-t-elle.

Devenir un acteur de sa "propre énergie propre"

Avec la réunion publique d'information prévue demain, à 18 h, à la salle des fêtes de Villeneuve, le souhait est donc de passer la vitesse supérieure, et faire un appel à actionnariat citoyen afin de rejoindre cette société coopérative. "On va donc la créer, proposer des actions avec la règle d'un vote pour un citoyen, le tout en prenant des décisions collégiales. Ensuite, il y aura un comité de gestion qui sera élu pour mener ses projets,

“

Il s'agit bien d'un collectif de citoyens, c'est important de le dire, et pas du tout un projet d'entreprises. Personne ne peut avoir plus de 20% du capital.”

”

et pourquoi pas commencer pas le toit de Terre d'Oc", explique Laure Vincent qui a déjà présenté cette initiative dans son entreprise, et au sein de la Savonnerie de Haute-Provence. 220 salariés, et autant de citoyens dont plusieurs se sont d'ores et déjà positionnés. De bon augure avant la réunion publique de demain ? En tout cas les arguments sont prêts, car "ce qui est vraiment génial dans ce projet, c'est d'arriver à lier les citoyens, les entreprises et le public autour d'un objectif de décarbonisation sur tout un territoire". Une révolution solaire

locale qui doit être un véritable moteur d'énergie de let profiter de l'auto tion solaire en tar naire privilégié, et de tarifs compétit tage, c'est que ça fi le long terme. Une clier tarifaire en ay tricité sur plusieurs un tarif connu", c Vincent décideme cue par cette futur lageoise.

Christo
diorencog

Conclusion



Le comité de mission salue unanimement la qualité et l'ampleur du travail réalisé par les équipes de terre d'Occident dans le cadre du plan Entreprise à Mission 2024. Les cinq engagements statutaires ont tous atteint un niveau de mise en œuvre jugé exemplaire, traduisant une forte mobilisation collective, une adhésion sincère à la mission, et un ancrage profond dans la culture de l'entreprise, malgré un contexte économique difficile.

Chaque pilier a donné lieu à des actions concrètes, souvent dépassant les objectifs fixés, accompagnées d'initiatives complémentaires portées spontanément par les équipes, témoignant d'un réel engagement :

- Le pilier 1 (écoconception) se distingue par une approche mature et intégrée au quotidien.
- Le pilier 2 (sourcing responsable) fait l'objet d'un travail de fond avec les partenaires, accompagné d'un repositionnement pédagogique salué par le comité.
- Le pilier 3 (impact carbone) est renforcé par des projets innovants comme RESCUE, dans une logique d'économie circulaire.
- Le pilier 4 (valorisation des femmes) illustre la dimension profondément humaine et sociétale du projet d'entreprise.
- Le pilier 5 (bien-être et impact territorial) démontre la capacité à maintenir un haut niveau d'engagement interne.

L'Entreprise à Mission est bien plus qu'un statut chez terre d'Occident : elle est le prolongement naturel de notre raison d'être, de nos engagements quotidiens pour créer des produits de bien-être beaux, bons et sains, et de notre volonté de mettre en lumière le talent des femmes.

L'année 2024 a mis en évidence la solidité de cette mission, incarnée chaque jour avec passion par des équipes formidables, engagées, inventives et solidaires qui ont su transformer les défis en opportunités, avec constance et créativité.

Bravo et merci à toutes et à tous pour cette énergie collective, pour la sincérité de votre engagement, et pour faire vivre concrètement cette mission, avec cœur, exigence et fierté.

Vous donnez le ton. Vous êtes notre force.

terre d'Oc

HAUTE PROVENCE

Né du talent
des femmes



www.terredoc.com

ZA La Tranche. 04 180 Villeneuve. Haute-Provence - FRANCE

tél. + 33 (0) 4 9279 4020 - contact@terredoc.com

Photos non contractuelles, terre d'Oc se réserve le droit de modifier ses emballages au cours de l'année. Copyright crédits photo :
Amélie Rondineau (amelierondineau.fr), François Goudier, Sandrine Saadi, PB consulting, Natacha Jourd'heuil, Adatris.