



terre d'Oc

HAUTE PROVENCE

Né du talent des femmes

RAPPORT DE
mission

|
2023





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 Générale



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 2023 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 1er audit par RSE France.....	19
	Plan d’actions.....	20
3	Nos 5 engagements	
	Nos produits.....	22
	Notre sourcing.....	28
	Notre planète.....	34
	Les femmes.....	40
	Nos collaborateurs.....	45
4	Pour finir	
	Revue de Presse.....	54
	Conclusion.....	62



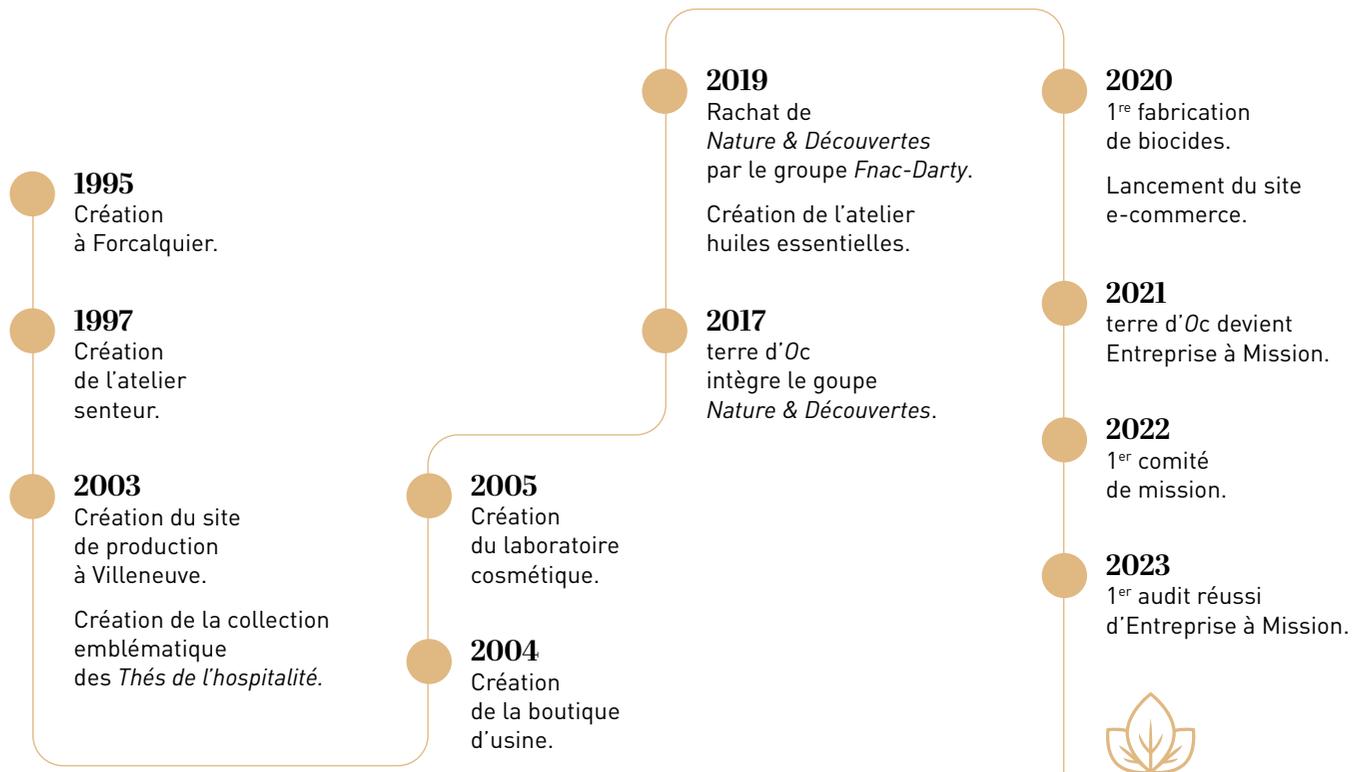
1. terre d'Oc, entreprise engagée

HISTOIRE & DÉMARCHE RSE



Quelques dates

LE CHEMINEMENT DE L'ENTREPRISE



Chiffres

& FAITS MARQUANTS 2023



Nos produits

- Plus de 200 produits lancés en 2023
- 100 % certifiés bio ou naturels
- 100 % sans huile de palme
- 100 % sans perturbateurs endocriniens
- 40 % sans emballage secondaire
- 100 % avec étuis FSC et Imprim'vert
- Bougies 100 % cire végétale & mèche en coton
- Minéraux 100 % avec certificats de gemmologie et authenticité

Notre sourcing

- 15 % de nos fournisseurs questionnés sur leurs démarches RSE
- 15 % de nos achats en masse audités physiquement
- 15 % de nos achats en masse sourcés en commerce équitable
- +39 % de nos achats en volume en commerce équitable
- 70 % de nos achats auprès de producteurs en direct
- 61 % de nos activités de sous-traitance à moins de 200 km
- 100 % fabrication en France

Notre planète

- 50 % de notre chiffre d'affaires en livraison sur plateforme centrale en ferroutage
- > 95 % de nos approvisionnements lointains en bateau
- -15 % de consommation électrique
- 70 % de déchets valorisés
- 6000 paniers *Too Good To Go* sauvés depuis 2020 soit 13 tonnes de CO₂ (ou 3 tours du monde en avion économisés!)
- 1 % de notre chiffre d'affaires reversés à des associations environnementales du collectif *1 % for the Planet*

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 20 k€ de soutiens financiers dont 50 % à l'étranger pour les femmes (hors *1 % for the Planet*)
- 12 associations portées par les femmes ou pour les femmes soutenues aux Rencontres pour la Planète (*1 % for the Planet*) depuis 2018

Nos collaborateurs

- 46 collaborateurs (7 hommes et 39 femmes)
- 1 sondage de satisfaction tous les mois
- 1 enquête approfondie bien-être au travail de 55 questions
- 1 réunion trimestrielle de partage
- 100 % de collaborateurs formés/sensibilisés
- Moments de convivialité tout au long de l'année



Gouvernance

- 1^{er} audit réussi d'Entreprise à Mission
- 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

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 . Ethique . Equitable
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



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

Trophée 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.

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 en 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.

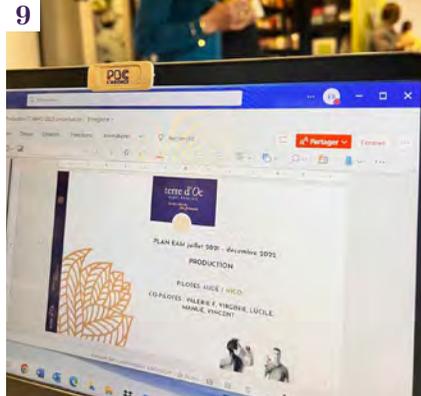
Audit OTI (Organisme Tiers Indépendant).
Avis favorable.

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 2 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 2023.



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

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

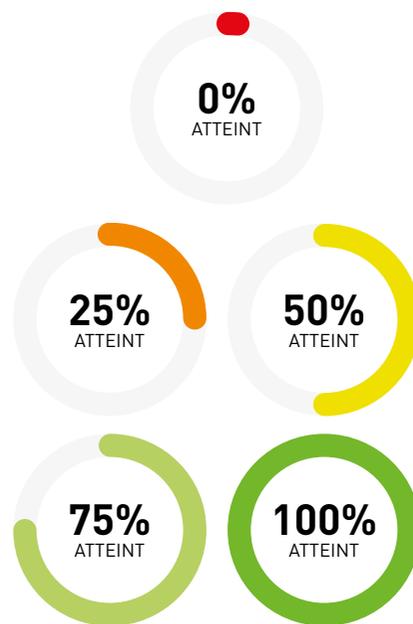
Chaque salarié est challengé sur 1 objectif qui lui est propre lors de son entretien annuel d'évaluation.

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 :

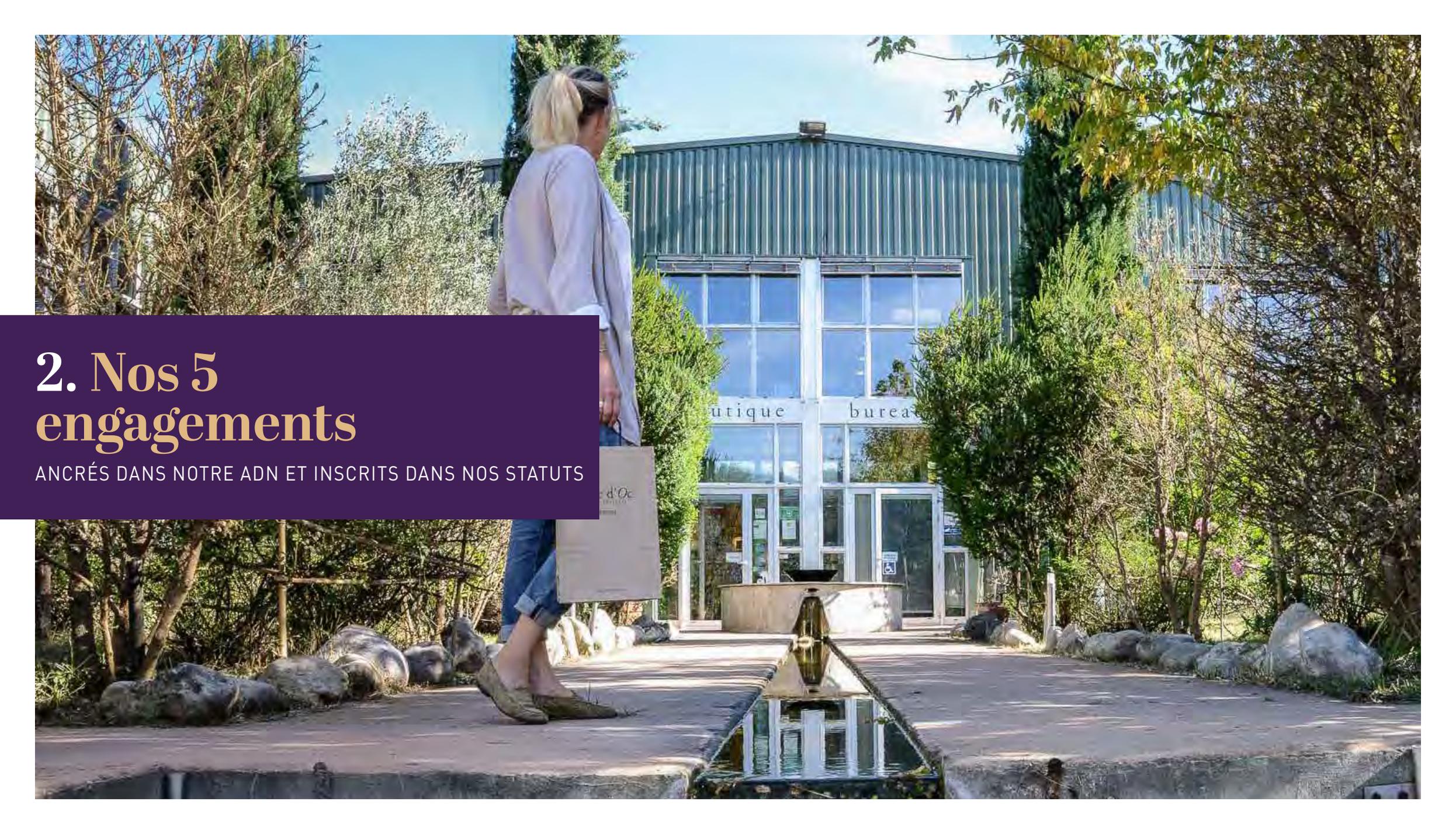
- si les indicateurs qui y contribuent sont au vert foncé et vert clair à condition que si un sous-objectif opérationnel n'est pas atteint, il ne remette pas en cause l'objectif statutaire ;
- si certains sous-objectifs opérationnels sont notés de rouge à jaune, le comité de mission doit avoir une réflexion (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

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
L'excellence à 100 %, continuez !





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 2023 :

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.

La cosmétique

Sous le référentiel COSMOS avec 100 % de nos produits lancés certifiés COSMOS organic (72 %) ou COSMOS natural (28 %).

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.

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.





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



1. Recharges Les Thés de l'hospitalité & Les Thés d'origine
2. Recharges capilla Poetic Nature/ 3. Recharge en doypack Les glassés



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 2023, nous avons lancé des recharges pour notre gamme phare *Les Thés de l'hospitalité*, notre gamme *Les Thés d'origine* et notre gamme *Les glassés*. Ainsi notre offre de thé propose plus de 30 % de la gamme en recharges. Nous allons continuer sur cette lancée en 2024.

Pour la senteur

Pour la collection Sensorielle senteurs ainsi que pour la marque *Poetic Nature* de *Nature et Découvertes*, sont disponibles les recharges pour capilla en 2 formats. Nous proposons à date 20 % des formats en recharges pour les gammes Senteurs.

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.



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 2023, nos 3 comités créatifs se sont tenus en janvier, août et novembre.

La tribu terre d'Oc

Il s'agit d'un groupe digital fermé de près de 150 membres composés de clients (boutiques indépendantes et grands comptes), agents commerciaux et quelques salariés terre d'Oc. Ce groupe est animé toutes les semaines avec de nombreux sondages qui portent sur la plupart de nos nouvelles idées: recettes, packagings, graphismes, noms et même des tests produits à la maison. Nous analysons ensuite les résultats et en tenons compte pour améliorer la conception de nos produits, y compris l'écoconception. En 2023 nous avons effectué plus de 20 sondages avec notre tribu sans compter les questions quizz du quotidien.

Les sondages internes

Rendez-vous tous les mardis à 9h30 pour tester les nouvelles recettes de thé à l'aveugle et donner son avis grâce à une grille organoleptique. Il en est de même pour les évaluations olfactives de nos produits. 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 2023, nous avons organisé une dégustation hebdomadaire et près de 10 sondages internes olfactifs.

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.

1. Comité créatif
2. Notre communauté fermée La Tribu
3. Dégustation de thé en interne



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 membres dans nos bases et 25 % de notre communication sur la RSE

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.

Nous sommes fières de pouvoir dire qu'aujourd'hui terre d'Oc est la marque qui non seulement a une croissance de communautés très importante (en 2023 de +15 % à +40 % et les bases consommateurs de notre boutique d'usine explosent!) mais c'est la marque qui a les meilleurs taux d'engagement de ses communautés dans l'univers du thé et ce grâce à un contenu et une stratégie éditoriale qui intéresse nos lectrices/lecteurs.

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.
Le meilleur taux d'engagement dans l'univers du thé notamment.

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 effet, 50 % de nos communications parlent de RSE, toujours illustrés par des actions vraies et concrètes.

Nous avons de plus, en 2023 édité 7 newsletters spéciales "RSE" 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.

FACEBOOK

Best of des publications organiques



INSTAGRAM

Best of des publications organiques



LINKEDIN

Best of des publications





Objectif 4

Être en ligne avec les attentes de notre client principal *Nature & Découvertes*

- **TRAJECTOIRE**
Eco-concevoir avec nos parties prenantes
- **INDICATEURS**
Respecter minimum 90 % des critères réhibitoires de *Nature & Découvertes*



Notre principal client *Nature & Découvertes* est particulièrement exigeant dans le choix de ses produits et a mis en place une grille de critères réhibitoires à respecter pour être référencés dans l'enseigne. Nous nous sommes engagés à les respecter à minimum 90 %.

En 2023, sur l'ensemble de nos produits référencés chez eux, nous avons obtenu un des taux de respect de ces critères réhibitoires de 100 % hormis sur la cosmétique avec un taux d'atteinte de 90 %.

Nous sommes fiers d'être un partenaire historique de *Nature & Découvertes* depuis 1995!

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Une relation qui dure depuis 28 ans grâce à des produits qualitatifs et éco-responsables.
Une démarche objectivée par des indicateurs mesurables.

1. Magasin et siège de *Nature & Découvertes*
2. Évènement terre d'Oc pour l'inauguration de *Nature & Découvertes* Salon-de-Provence
3. Équipe terre d'Oc chez *Nature & Découvertes*



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

Les points de challenge restent le travail avec les parfumeurs pour essayer d'avoir plus de bio ou d'équitable dans les parfums et la possibilité de certifier les bouquets de sauges en bio.



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

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 pour objectif d'établir une grille d'évaluation synthétisant les points forts et les axes d'amélioration de nos fournisseurs. L'objectif est de s'assurer que nous partageons la même vision ou encore de les challenger et les faire progresser en matière de RSE notamment.

Également, la responsable achats et la responsable qualité réalisent 3 audits de nos fournisseurs principaux ou stratégiques chaque année. En 2023, nous en avons ainsi audité 4 fournisseurs représentant 12 % de nos achats.



1, 2, 3, 4 & 5. Visite chez nos fournisseurs



Objectif 6

Connaître
nos matières,
les formuler en interne

- **TRAJECTOIRE**
Développer nos connaissances en interne
- **INDICATEURS**
Mettre en place une équipe et échantillothèque R&D



Nous avons mis en place une échantillothèque matière "thés, plantes, épices, fruits séchés, arômes" et crée notre propre base de données alimentaires. L'aménagement de nos locaux a été revu, des travaux ont été effectués pour avoir une salle de dégustation adaptée et chaleureuse. Des informations sur les certifications/labels, origines géographiques, coupes, statuts réglementaires y sont indiquées et permettent une meilleure visibilité des qualités et caractéristiques de nos ingrédients.

A ce jour, près de 200 ingrédients naturels pour 96 % issus de l'agriculture biologique sont à notre disposition pour développer nos nouvelles recettes.

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

Soutenir nos filières lointaines ou en mettre en place des nouvelles est dans notre ADN depuis toujours. Il nous semble particulièrement important de redistribuer la richesse et de reverser une prime équitable sur les achats que nous faisons auprès de nos filières. Nous réalisons des contrats et conventions d'achat sur 3 ans, nous engageant vis-à-vis des producteurs, souvent des petits groupements de femmes. En cas de baisse de quantités d'approvisionnement liée à une baisse d'activité chez nous, nous trouvons des solutions pour leur assurer le courant d'affaires prévu (recherche de clients potentiels, référencement d'autres matières proposées par le producteur, ...)

Nous allons même au-delà en finançant des aides scolaires, médicales, alimentaires et autres pour aider les communautés en plus de notre simple contrat équitable. Souvent, c'est également nous qui menons et payons les démarches de certifications (Fair For Life par exemple).

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 matières équitables

En 2023, nous avons référencé de nouvelles matières équitables comme de nouveaux maté du Brésil, du gingembre de Madagascar ou encore des encens d'Inde et augmenté nos achats dans les filières déjà en place comme par exemple pour le rooibos vert d'Afrique du Sud et le thé noir du Sri Lanka. Ainsi la part de matières achetées en équitable représente déjà 15 % de nos achats en 2023 et est bien au-delà de nos objectifs.

Nos filières équitables

- 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 nouveaux maté au Brésil, gingembre à Madagascar, encens en Inde



1. Inaya, cueilleuse de thé au Sri Lanka
 2. Rooibos d'Afrique du Sud
 3. Plantes et tisanes en France
 4. Noix de karité du Burkina Faso
 5. Juliana, filière maté au Brésil



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 2023, nous avons étendu la marque terre d'Oc en développant une nouvelle gamme de cosmétiques et senteurs "Sensorielle", composée de matières équitables. La part des matières équitables dans cette gamme représente près de 60 % des unités de vente.

- Beurre de karité du Burkina Faso (soins et bougies parfumées)
- Huile d'argan du Maroc (soins)
- Huile de sésame (soins)
- Bois d'encens Vietnam / Inde (encens)
- Tiges de rotin Vietnam (capilla)



En 2023, nous avons aussi passé 1 thé de notre gamme phare *Les Thés de l'hospitalité* en contrat équitable, le thé noir bio du Sri Lanka à la cannelle.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

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



1. Encens parfumé
2. Capilla et tiges de rotin
3. Cannelle
4. Beurre argan
5. Noix de karité
6. Gamme soins



Objectif 8

Favoriser
le sourcing local

- **TRAJECTOIRE**
Développer notre sourcing en local
- **INDICATEURS**
Avoir 40 % des huiles essentielles sourcées en France ou en Provence d'ici 2025



En 2023, nous avons développé une gamme de 20 huiles essentielles bio dans notre nouvelle collection Sensorielle à la marque terre d'Oc. 40 % de ces huiles essentielles proviennent de France et de Provence. Il s'agit de nouveaux approvisionnements qui jusqu'à présent n'étaient pas tous en sourcing local ou direct.

Nous avons de plus favoriser un sourcing en direct auprès d'agriculteurs ou de coopératives (et pas des distributeurs). En 2023, 66 % de nos approvisionnements de matières premières naturelles sont sourcés auprès de producteurs.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Pour développer et soutenir les filières locales.
- Pour travailler en direct avec les producteurs.
- Pour favoriser les circuits courts.
- Pour agir de manière plus responsable.
- Pour éviter le gaspillage et privilégier la réutilisation.

Nous avons également favorisé des ingrédients aux démarches vertueuses comme l'upcycling avec nos huiles essentielles de cèdre et de pin sylvestre issus des sous-produits de l'industrie du bois.

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

Continuer de travailler sur le transport, notamment le transport "petit colis" pour en comprendre plus en profondeur son impact.





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



En 2023, nous avons souhaité revoir l'ensemble de nos collections de tisanes et infusions (soit 15 références). En effet, jusqu'à présent, ces collections proposaient des pots verre "sleevés" à l'aide d'un matériau bio-sourcé et retractés à la vapeur d'eau. Un emballage éco-conçu qui permettait également un ré-emploi facile des pots en verre à la maison pour des conserves, confitures...

Ces pots étaient conditionnés en Provence mais ils étaient transportés chez un sous-traitant à Dijon, pour être "sleevés", puis revenaient dans le stock en Provence.

Nous avons souhaité conduire une Analyse du Cycle de Vie (ACV) de cet emballage pot verre vs. une boîte métal étiquetée. La conclusion a été sans appel et l'impact environnemental de la boîte métal fabriquée en France est largement plus faible que celle du pot verre.

Il a fallu ensuite lancer le projet : test de remplissage, test étiquetage, gestion des stocks, créations graphiques, nouveaux approvisionnements et acter le switch plus vertueux.

Le switch concerne 15 références et est prévu sur 2024.



POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

- Analyse approfondie du cycle de vie d'un emballage.
- Décision basée sur des données (même si l'idée du remploi pot verre au départ était bonne).
- Réduction de l'empreinte carbone.
- Gestion efficace des approvisionnements, essayer de ne pas jeter lors de switches.

1 & 2. Ancienne version : pot verre + sleeve
3 & 4. Nouvelle version : boîte métal + étiquette



Objectif 11

Maximiser
le ferroutage, réduire
l'utilisation de l'avion

• **TRAJECTOIRE**
Avoir des transports
responsables

• **INDICATEURS**
GES : se fixer un %
de réduction et s'interdire
l'avion (sauf dérogation
Direction)



En 2023, nous avons réussi à maximiser le ferroutage (+11 trajets vs 2022) mais nous avons surtout travaillé sur la mise en place d'un indicateur à suivre à savoir le pourcentage de chiffre d'affaires transporté en ferroutage (pour tous les circuits de distribution que nous pouvons livrer en plateforme centrale). Nous sommes fiers de pouvoir ainsi annoncer que cet indicateur est passé de 20 % à près de 50 % et que nous allons désormais le suivre et le maximiser.

En 2023, nous n'avons malheureusement pas réussi à contenir le transport aval aérien avec 4 dépannages qui ont été obligatoires pour éviter les ruptures commerciales pour notre client principal. Ces dépannages ont été sur des quantités minimisées.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Augmentation significative du ferroutage.

Mise en place d'un indicateur de suivi : pourcentage du chiffre d'affaires transporté en ferroutage.

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

Réduire nos émissions en partant de notre bilan carbone

- **TRAJECTOIRE**
Se fixer un % de réduction une fois le bilan annuel réalisé
- **INDICATEURS**
En 2023, mener le bilan carbone sur une année complète



Premier bilan carbone 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).

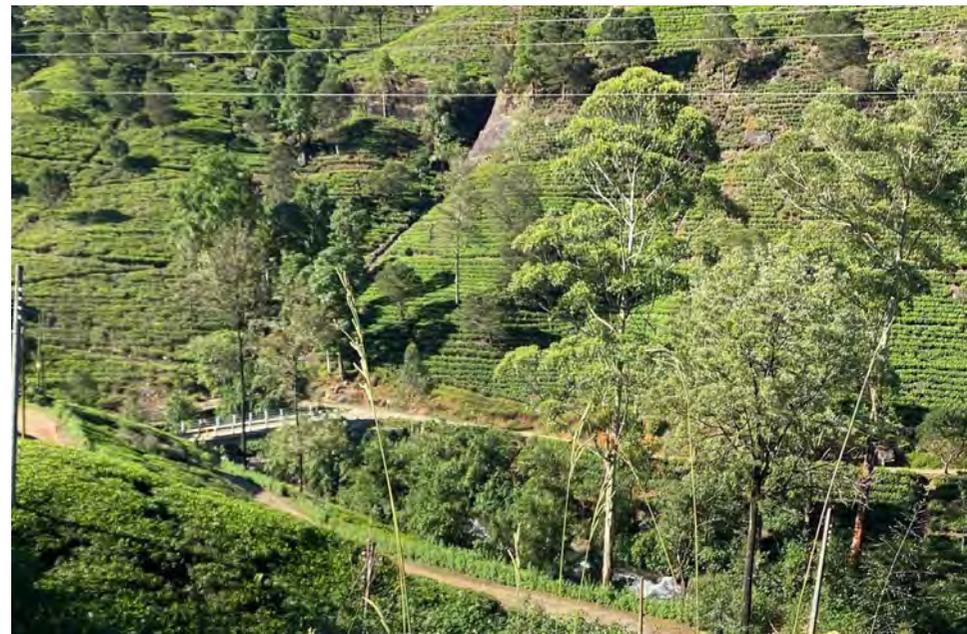
Bilan 2023

Nous souhaitons néanmoins reconduire un nouveau bilan sur une année complète en 2023. Ce travail n'a malheureusement pas pu être effectué notamment car nous avons changé notre ERP le 1er avril 2023 ce qui a mobilisé les équipes mais surtout un bilan carbone annuel aurait demandé d'aller chercher des données dans l'ancien et le nouvel ERP, ce qui aurait été particulièrement compliqué.

Il a donc été décidé de poursuivre ce projet sur le dernier trimestre 2024 afin d'avoir 1 an de données stables de notre nouvel ERP. Le bilan sur une année complète devrait donc être disponible début 2025.

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 13

Faire des économies d'énergie

- **TRAJECTOIRE**
Faire des économies d'énergie
- **INDICATEURS**
-10 % de consommation notamment électrique en 2022 et 2023



1. Réunion plan sobriété

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

Les résultats sont là!

Éclairages LED, sensibilisation du personnel, consignes éclairage, mise sous tension et horloges sur les appareils, machines, chauffage & climatisation.

En 2023 nous avons ainsi économisé près de 15 % d'électricité après déjà une baisse en 2022.

Côté eau, nous avons économisé près de 30 % depuis 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.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Engagement à long terme dans la gestion énergétique depuis 2008.
Plan d'actions structuré et désignation d'un "réfèrent 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.



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 et augmenter progressivement les circuits de seconde vie

En 2023, nous avons 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. Nous cherchons également à jeter le moins possible, notamment les produits en fin de vie. Nous travaillons avec plusieurs filières de dons produits (Jardimed, Restos du Cœurs, Banque alimentaire). En 2023 nous avons ainsi donné près de 10 000 euros en produits à ces filières.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Gestion pro-active des déchets.
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 : finalement un rendez-vous joyeux et coloré lors de notre braderie annuelle.

Too Good To Go

Depuis 2020, nous travaillons aussi avec Too Good to Go qui a permis de sauver 5800 paniers depuis 4 ans et dont les paniers ne cessent d'être en augmentation d'année en année. En 2023 nous avons réalisé plus de 15 % de paniers supplémentaires. De plus depuis 2023, *Too Good To Go* a aussi mis en place un nouveau système de rachat en "gros" de produits en fin de vie qu'ils reconditionnent ensuite en coffrets : cela nous a permis de ne pas jeter près de 2500 produits sur cette année.

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 !

1. Braderie terre d'Oc
2. Lot course Tullésienne, Octobre rose
3. Too Good To Go



3 Vous avez proposé 6486 paniers parmi lesquels **5 097 ont été sauvés.**

Depuis vos débuts, **le taux moyen de vente** de vos paniers est de **78,58 %**

Les retours des utilisateurs sont excellents, vos notes (sur 5) frôlant la **perfection au cours de toutes ces années d'engagement !**

Notre globale 4.77 ★ Super	Note du Panier Surprise 4.77 ★ Super	Note de l'expérience dans le commerce 4.81 ★ Super	Annulations 0% Super
---	--	--	-----------------------------------



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

La demande pour 2024 est de travailler sur des projets féminins nationaux et de mettre à l'honneur nos clientes femmes.



Objectif 15

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.

Collection Sensorielle

En 2023, notre collection *Sensorielle* autour de 4 parfums dont les noms sont un clin d'oeil à ces femmes merveilleuses et à notre engagement d'entreprise à mission pour les femmes Ori Maohi : un parfum empreint d'une féminité solaire inspiré des danses enivrantes et chaloupées des danseuses polynésiennes lors des fêtes de l'Heiva à Tahiti.

Loatong : un parfum en hommage à la célèbre poétesse taiwanaise Sanmao et ses vibrants ouvrages empreint de voyages et d'indépendance. Comme un vent de liberté !

Nérolina : inspiré par la princesse Bracciano de Nérola qui très influente au XVII^e siècle a loué une véritable addiction à la fleur d'orange, qu'elle décida de nommer Néroli.

Udani : un hommage à nos cueilleuses de thé du Sri Lanka où les femmes cultivent le thé et cueillent à la main les délicats bourgeons de printemps selon les traditions ancestrales.



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.



1. Udani, partenaire/fournisseur au Sri Lanka
2. Travail de l'argan au Maroc
3. Atelier olfactif dans notre boutique
4. Cueilleuse au Sri Lanka
5. Dégustation de la nouvelle récolte de thé



Objectif 16

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 est de travailler avec le maximum de groupements de femmes sur des filières de matières premières avec lesquelles nous fabriquons nos produits. Lorsque nous concevons un nouveau produit et que nous cherchons une matière première, nous allons la chercher préférentiellement auprès de femmes. Si elles ne sont pas certifiées en bio ou équitable nous les aidons à le devenir. Nous avons mis de nombreuses filières en place depuis de longues années.

Notre soutien ne s'arrête pas là et chaque année, nous restons en contact avec toutes ces filières pour voir comment les aider financièrement ou matériellement.

Plusieurs niveaux d'aide

Tout d'abord de l'aide financière pour financer les certifications bio et équitable du groupement avec lequel nous travaillons pour le beurre de karité au Burkina Faso. Nous avons également versé toutes les primes équitables à tous nos partenaires. Et cette année nous avons soutenu financièrement plusieurs causes comme la Ligue contre le cancer, fonds de dotation lavande portée par une femme, uen entreprise extraordinaire, *Les Monocyclottes* qui crée de la lingerie féminine pour les personnes ayant subi une mastectomie suite à un cancer du sein, le Défi d'elles...

Et puis de l'aide matérielle avec des paniers alimentaires pour le Sri Lanka, des plants d'ar-ganiers pour notre groupement au Maroc et l'envoi de 11 palettes de produits en Ukraine.

En 2023, nous avons également mis en place de nouvelles filières comme celle de l'encens avec une partenaire qui aide à l'émancipation des femmes en Inde ou encore celle du gunpowder en Chine avec un groupement de femmes que nous avons incité depuis 3 ans à se convertir en bio et en équitable.

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. Exemple concret d'une entreprise intégrant les valeurs d'égalité et de solidarité dans ses pratiques commerciales.

1. Inaya et Niska au Sri Lanka
2. Angélique *Les Monocyclottes*
3. Paniers alimentaires pour le Sri Lanka
4. Femmes de la filière encens



Objectif 17

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



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 d'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 2023, nous avons donc ainsi soutenu aux Rencontres pour la Planète d'octobre 3 associations portés par des femmes : *L'école comestible*, *On est prêt*, *Terre de Liens* et une supplémentaire investi dans la transition écologique *Les Centrales Villageoises*.

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 et incite au don pour les associations référencées 1 % for the Planet.

De nombreux évènements

Nous avons aussi organisé un évènement collaboratif avec les femmes de l'association *Du Pain et des Roses* qui forment des femmes au métier de fleuriste en créant des bouquets spécialement élaborés pour mettre en lumière notre collection de thés aux fleurs.

Enfin, nous avons organisé un formidable évènement le 3 mars 2023 "une matinée pour la planète" où 120 personnes étaient présentes pour expliquer le mouvement 1 % for the planet et partager notamment notre soutien à l'association *Earthship Sisters* qui promeut l'entrepreneuriat environnemental féminin.

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.

1. Rencontres 1 % for the Planet

2. Association Du Pain et des Roses

3. Matinée 1 % for the planet à Marseille



Objectif 18

Favoriser le mécénat auprès d'associations

• TRAJECTOIRE

Dans le cadre de la journée mécénat aux associations offerte aux salariés, choisir si possible une association portée par une femme ou pour les femmes

• INDICATEURS

compter le nombre et le type d'associations soutenues aussi à des projets pour les femmes ou portées par les femmes



En 2023 a été mis en place au niveau de notre politique RH la possibilité d'avoir une journée rémunérée libérée pour aller soutenir l'association de son choix.

Une communication large a été partagée aux salariés qui souhaitait le mettre en place. Sur 2023, une salariée en a bénéficié pour une association qui proposait des solutions pour lutter contre le changement climatique et une salariée a passé une journée avec l'association soutenue aux 1 % for the planet *Du Pain et des Roses*.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Proposer une journée de mécénat rémunérée est une vraie valeur ajoutée pour les collaborateurs.

Dans les Alpes-de-Haute-Provence, pas si facile de trouver des associations spécialisées dans le soutien aux femmes.

La charge de travail étant importante dans notre PME active et agile, peu de salariés ont pu mettre en place cette action.

1. Anniversaire FNE 04

2. Association *Du Pain et des Roses*

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

Pour 2024, suggestion de mettre en valeur ce que fait terre d'Occ en termes de RQTH.





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 2023, 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 2023 nous avons également réalisé un questionnaire Qualité de Vie au Travail très complet de 55 questions. Nous avons partagé les résultats auprès de l'ensemble des collaborateurs ainsi que le plan d'action défini à la suite de leur analyse.



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.

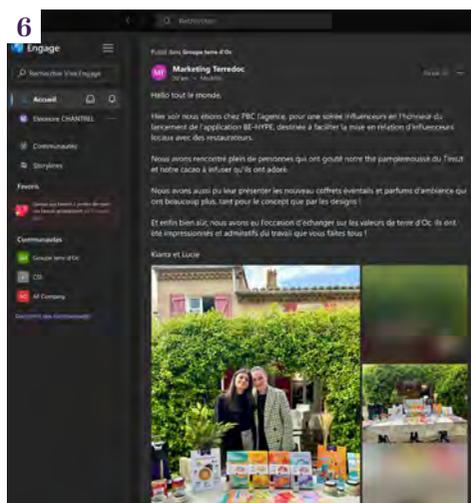
Avoir mis en place une plateforme digitale pour récolter les avis est innovant et facilite les réponses de tous.

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



1. Inventaire dans la bonne humeur
2, 3 & 4. Moments de convivialité

5. Soirée remise de prix et moment de célébration et partage



Actions bien-être mise en place en 2023

- Télétravail autorisé une journée par semaine avec mise en place d'une charte ;
- Amélioration des conditions de travail des équipes de production avec le chantier 5S pour optimiser l'environnement ;
- Communication annuelle de la politique de rémunération à tous les salariés ;
- Gestion des absences dématérialisée et suivi du temps de travail en temps réel ;
- Déplafonnement des jours de récupération pour les salariés non-cadres ;
- Compte Epargne Temps (CET) : mise en place pour capitaliser des droits à congés rémunérés ;
- Homogénéisation des temps de pause et de repas pour les salariés non-cadres ;
- Adaptation des horaires de travail en fonction des périodes haute, moyenne et basse ;
- Soutien familial avec le maintien du salaire pendant 3 jours en cas d'enfant malade ;
- Dématérialisation des fiches de paie et mise à jour des fiches de postes ;
- Élaboration d'un règlement intérieur clair et à jour ;
- Journées dédiées à l'innovation via les comités créatifs ;
- Communication trimestrielle sur la démarche éthique et RSE de l'entreprise via nos petits-déjeuners *Éthiquethés* ;
- Réseau social interne pour partager les actualités et permettre aux salariés de s'exprimer ;
- Valorisation des salariés dans les communications externes ;
- Événements conviviaux : organisation de moments de convivialité tout au long de l'année (sorties, repas, etc.).

Principales actions à mettre en place pour 2024 suite au sondage QVT de 2023

- Plan de formation 2024 ambitieux qui permettra à tous les salariés de bénéficier de 2 jours minimum de formation dans l'année répondant aux demandes remontées dans le questionnaire ;
- Organisation de 2 conférences avec des prestataires externes ;
- Organisation d'ateliers bien-être (yoga, pilates, ...) avec des intervenants extérieurs ;
- Communication régulière dans notre réseau social interne sur les "innovations produits" ;
- Réaliser quelques travaux dans nos locaux pour améliorer le confort de nos espaces.

1. Sortie en mer
2. Réunion Éthiquethé
- 3 & 4. Mise en avant de nos salariés sur les réseaux sociaux
5. Moments de convivialité
6. Réseau social interne



Objectif 20

Avoir un plan de formation

• **TRAJECTOIRE**
Avoir un plan de formation clair et partagé avec tous les ans

• **INDICATEURS**
En fonction du budget, faire progresser le % de salariés ayant une formation dans l'année, y compris 1 formation éco-conception/an



1. Atelier fresque du numérique

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 2023, nous avons formé 100 % de nos salariés, notamment car l'ensemble de nos salariés a été formé à notre nouvel ERP lancé en avril 2023. Nous avons également dispensé des formations réglementaires, sécurité ou produits. Nous avons également organisé des formations sur l'écoconception et avons organisé une fresque numérique avec l'ensemble des salariés.

Au total ce sont près de 400h de formation dispensées dont 15 % en e-learning et 2,5 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.
Mettre l'écoconception chaque année dans notre plan.



Objectif 21

Réaliser notre plan EAM avec nos collaborateurs

• TRAJECTOIRE

Impliquer tous les salariés dans notre plan d'entreprise à mission

• INDICATEURS

Niveau d'atteinte des objectifs de chacun fixé à une moyenne de 60 % en 2023

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 2023, nous avons fixé un objectif d'atteindre au moins 60 % de nos objectifs en moyenne sur l'ensemble des salariés. Nous sommes ravis de constater que nous avons dépassé cet objectif avec un taux d'atteinte de 84 %. 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.



Objectif 22

Partager notre démarche RSE sur le territoire

- **TRAJECTOIRE**
Partager notre vision RSE pour mieux embarquer avec nous le territoire
- **INDICATEURS**
Communiquer minimum 3 fois dans l'année



Nous souhaitons partager notre démarche RSE pour embarquer le plus grand nombre. 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. Pour sensibiliser davantage, nous avons diffusé des newsletters sur nos objectifs, les actualités de l'entreprise et plus précisément sur notre démarche en commerce équitable.

Nous avons eu l'honneur de recevoir des élus locaux, dont Monsieur le Préfet, Marc CHAPUIS et la Présidente du conseil départemental, Madame Eliane BAREILLE pour échanger sur notre démarche.

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.



Divers événements

Notre engagement s'est également manifesté à travers notre participation à divers événements, tels que des conférences pour les étudiants, rencontres des entreprises engagées sur le thème de l'égalité et l'environnement à Aix-en-Provence.

Un événement marquant en 2023 a été l'organisation d'une "Matinée pour la Planète" avec 1% for the Planet et Technicoflor, rassemblant une centaine d'intervenants.

Prix de l'économie

Prix de l'économie "Développement Durable" 2023 remis par la Provence : récompense de toute notre démarche, nous avons reçu en décembre 2023 ce prix, un honneur pour nous.

1. Prix de l'économie "Développement Durable" remis par La Provence
2. Les rencontres pour les entreprises engagées
3. Madame Eliane Bareille, Présidente du Conseil Départemental
4. Monsieur Marc Chapuis, Préfet des Alpes-de-Haute-Provence



Objectif 23

Valoriser le territoire

• **TRAJECTOIRE**

Valoriser notre territoire au travers de la route Saveurs et Senteurs

• **INDICATEURS**

Être le leader de la Route Saveurs et Senteurs pour la transformer et l'aider à avoir plus d'impact

Dans les Alpes-de-Haute-Provence, un département riche en saveurs et senteurs, il existe depuis plusieurs années la route des saveurs et des senteurs. Historiquement composée de 14 entreprises, cette route a été présidée par terre d'Oc en 2022 et 2023.

Nous avons ainsi proposé au collectif de totalement repenser et élargir cette route pour inclure tous les acteurs locaux des saveurs et senteurs, allant au-delà des entreprises historiques.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

Valorisation du Territoire, les saveurs et senteurs uniques des Alpes-de-Haute-Provence. Élargissement collaboratif : inclusion de tous les acteurs locaux pour une représentation plus complète du patrimoine.

Leadership actif avec sous notre présidence la refonte et la nouvelle stratégie.

Innovation touristique avec la promotion du tourisme industriel et la création de circuits expérientiels pour les visiteurs et touristes.

Découvrez la nouvelle Route Saveurs et Senteurs et ses circuits touristiques sur internet et sur les réseaux sociaux.

www.routedessaveursetdessenteurs.com

Le site internet et les réseaux sociaux ont été révisés pour offrir une expérience enrichissante aux visiteurs intéressés par le tourisme industriel et les expériences liées aux saveurs et senteurs et nous avons créé des circuits touristiques thématiques. Le but est de faire découvrir toutes les richesses de notre territoire tout en développant le tourisme industriel.

La nouvelle route a été lancée en juillet 2023 : elle est passée de 14 entreprises membres à 24 en 6 mois et ne cesse de grandir !





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.

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

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.

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^o, 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.**

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





qui lui sont propres en fonction de son terroir, du climat et de son processus d'oxydation. Nos thés sont issus de cueillettes manuelles qui permettent de préserver les feuilles entières et de développer à l'infusion des saveurs incroyables. Il est donc primordial pour nous de trouver l'équilibre parfait entre les saveurs du thé et l'arôme naturel auquel nous allons le marier pour le sublimer ! », souligne Audrey Haupt, responsable marketing. Ainsi la société a mis en place un petit rituel avec l'ensemble de ses employés. « Chaque semaine, tous les salariés qui le souhaitent se retrouvent pour déguster des nouvelles idées de créations ou valider de nouvelles recettes », précise Laure Vincent. Une dégustation qui est suivie par une phase de réflexion orchestrée par une équipe dédiée à l'aromatization. C'est ainsi que la société a lancé dernièrement la collection des thés des régions qui rencontre un grand succès auprès des consommateurs. Des thés BIO qui nous emmènent dans un tour de France autour des terroirs fruités de nos belles régions. De la Lorraine à la Corse en passant par la Bourgogne ou encore le Roussillon, nos régions regorgent de fruits aux qualités gustatives exceptionnelles et dont la notoriété dépasse largement nos frontières. Les arômes de ces thés sont directement issus de

la mirabelle de Lorraine, de la clémentine de Corse ou encore du citron de Menton qui bénéficient d'une IGP (indication d'origine protégée) dont la qualité et la réputation sont liées à leur origine géographique. Des créations intensément fruitées ! Actuellement les équipes travaillent sur une nouvelle collection de thés aux fleurs qui offrent dans la tasse des couleurs d'infusion sublimes et des saveurs de liqueur incroyables. Des thés empreints de poésie et de délicatesse à l'image de cette belle entreprise !

UNE DÉMARCHE RSE AU SERVICE DES FEMMES

Pour la très grande majorité des thés proposés par terre d'Oc, la production et la récolte des feuilles est réalisée par des femmes. « Au lieu de travailler avec des entreprises et des intermédiaires, nous travaillons en direct avec des groupements de femmes. » Et parmi les pays producteurs, on retrouve le Sri Lanka. « Là-bas, nous échangeons en direct avec une association qui a créé des petites unités dans les villages, pilotées par une femme. Les feuilles de thé y sont récoltées à la main dans des jardins privés de la taille d'un demi-hectare. Chaque femme va faire sa propre récolte », explique Laure Vincent. Et l'entreprise ne s'arrête pas là. « Nous



signons un contrat de commerce équitable et nous leur versons une prime. Nous essayons de favoriser ce travail en direct pour être proches de ces femmes et de ces producteurs. Cela nous permet de connaître leurs besoins et de les aider un peu plus. » Un lien fort avec les femmes qui s'inscrit dans le slogan de la société : « Né du talent des femmes ». « Nous avons signé ce slogan, car les femmes ont ce regard un peu différent sur le monde. Elles ont ce côté bienveillant qu'ont également les hommes qui travaillent chez nous. » Cette démarche RSE est inscrite dans les statuts de l'entreprise. « Notre raison d'être est la suivante : 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. » Une raison d'être qui se traduit par cinq engagements majeurs : l'éco-conception, le sourcing bio-éthique avec des filières locales en privilégiant le travail des petits producteurs en France et dans le monde, l'environnement, la mise en lumière du talent et du travail des femmes et le bien-être des collaborateurs. « Tous les engagements que l'on donne sont vérifiables », promet Laure Vincent avant d'ajouter : « Quand nous

avons inscrit la raison d'être et les engagements de la société dans nos statuts, nous avons décidé de devenir une Entreprise à Mission. Nous avons été la première société des Alpes de Haute-Provence à passer sous ce statut et la septième de la région Sud et une des rares sociétés industrielles de la région. »

La marque s'est ouverte à différents canaux de vente. « Après le rachat en 2017, nous avons décidé d'étendre nos thés dans d'autres circuits de distribution, de grandes enseignes mais également dans des petites boutiques indépendantes partout en France, sur Internet et dans notre magasin d'usine ». « Notre volonté actuelle est de travailler nos circuits de distribution et notre site de e-commerce », informe Laure Vincent qui ajoute que « terre d'Oc est aujourd'hui une entreprise de créateurs, de fabricants et de commerçants ».

terre d'Oc
Zone artisanale La Tranche
04180 Villeneuve
Tél. : 04 92 79 40 20
www.terredoc.com/fr

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 Lemonde la coordination de la Route des Saveurs et des Senteurs. Cette route, fondée par un collectif d'entreprises fédéré, 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 » s-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.dveloppement@uess.fr tel : 04 92 71 77 73. Sites : routelessaveurssetsenteurs.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 STEPHANE 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 entreprises avec une publicité. Il ya une base avec une carte géolocalisée et une présentation de l'entreprise qui sera plus ou moins détaillée ».

« 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 cotoyaient en fonction du chiffre d'affaires de leur boutique. Aujourd'hui, on propose de mettre en avant les entreprises avec une publicité. Il ya 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, Perl'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 rachetés 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 auvernement 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=Cj0KcQwK7ugBhDIARisAGuvgPY9Y4B6Y15R:19ug9eYcin1gTKAhBjGid8TjhhbeSLDvXLEApOwaAviaEALw_wcB), 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.

Ils sont l'économie du département

La cérémonie des Trophées de l'économie "La Provence" est l'occasion de mettre en lumière celles et ceux qui s'investissent pour faire briller l'économie des Alpes de Haute-Provence. Par passion et souvent par attachement à leur territoire.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les produits de Terre d'Oc bons pour l'homme, la femme et la planète

Première société à mission bas-alpine, à Villeneuve, Terre d'Oc conçoit et fabrique des produits de bien être, beaux, bons, sains et respectueux de la planète.

Créée en 1995 et installée à Villeneuve depuis 2003, la société Terre d'Oc conçoit des produits "pour le corps, les yeux et la maison", ainsi que des objets en son com'projet et à l'écoc, elle qui

est propriété de Nature & Découvertes depuis 2017. L'entreprise se veut responsable, éthique et solidaire. Elle est d'ailleurs agréement certifiée B Corp depuis 2021. Eco-conception, sourcing éthique, filières locales en France et dans le monde, recyclage des déchets non incinérés, emballages 100 % recyclés et matières premières locales, l'entreprise est engagée dans le développement durable.

En 2023, le recyclage des déchets non incinérés est passé de 100 % à 100 %, en faisant découvrir des déchets et une association "Nourrir la planète, le droit qui est offert par la communauté".

L'origine naturelle des produits est basée "à la conscience équilibrée". Nous avons un contrat éthique avec les fournisseurs locaux que les prix planchent et nous nous souvenons une graine Aquitaine. Par exemple, au Barline Foin, nous traitions avec une DMC pour le beurre de lait. Nos huiles essentielles Terre d'Oc proviennent directement des producteurs.

Et les produits sont livrés à la main dans le plus grand respect de l'environnement. "Ce n'est pas qu'un marketing à la B & D de décrire, même s'il est important, les essai", ajoute l'entrepreneuse. Cette démarche engagée a été récompensée. À l'issue de deux précédentes à des prix par l'Association pour la valorisation des produits agricoles, le 10 novembre dernier. En 2023, plus de 300 nouveaux produits ont été lancés, avec notamment une nouvelle gamme, la Yverville, des produits de bien être. Un record pour l'entreprise.



Jean Vincent, président de Terre d'Oc, a reçu le trophée du développement durable des mains de Vincent Ruffalomy, de Provence. Auron Athouel, des experts comptables et Finis Crea, a obtenu également l'écocertification Villeneuve M&E.

INNOVATION

Technopolis, le pari d'une industrie de pointe, exclusive et rapide

Proposer une solution de création métal en impression 3D haute, c'est la mission de Technopolis, à Sisteron.

"C'est un site unique dans les Alpes du Sud, consacré à la fabrication additive de pièces en métal grâce à une imprimante 3D laser" explique Jean-Luc Doublat, l'un des trois fondateurs de la société. Création additive (la création d'objets en trois dimensions à partir d'un fichier numérique, et mise sur la superposition de fines couches de matière. 7 à 800 couches).

de la spécialité. "On n'a pas besoin d'avoir le plan de la pièce pour la faire. Elle peut être aussi imprimée en un matériau". Dans la zone d'activités de Sisteron, le bâtiment de Technopolis est actuellement en phase de construction. "C'est nous, l'impression 3D, qui nous permet de fabriquer des pièces en métal. C'est un métier qui est en pleine croissance. C'est un métier qui est en pleine croissance. C'est un métier qui est en pleine croissance."

Une finesse de 400 microns. Le procédé est celui de l'extrusion (BMF) de l'extrusion de filaments métalliques. "à l'extrusion pour faire des formes de différents allages, à des très résistants, il nous en fait beaucoup en métal". L'entreprise fonctionne avec un service de fabrication en 3D et un laser. Le service est

registre les contours de la pièce à fabriquer dans un logiciel, avant que l'impression soit lancée avec une des deux têtes d'impression à haute vitesse et de 400 microns. Et Jean-Luc Doublat conclut : "C'est nous, l'impression 3D, qui nous permet de fabriquer des pièces en métal. C'est un métier qui est en pleine croissance. C'est un métier qui est en pleine croissance."

D'ailleurs, l'entreprise envisage de partager son expertise "à l'étranger". "C'est un métier qui est en pleine croissance. C'est un métier qui est en pleine croissance."



Jean-Luc Doublat (à droite) et Christian Aubert (à gauche), à la tête de Technopolis, ont reçu leur prix de la Laure Duchamp de Pierre-Engèle et Nicolas Lequer, président de la Seine-Est.



Les lauréats des Trophées et partenaires du Hub de l'économie à Provence. Ici, à l'arrière-plan, pour la photo souvenir de l'année 2023 au Croquet des Miravens, à Manosque.

Texte : Fanny FERRANTE Photos : Eric GARNIER

4 Le nombre de prix attribués : développement durable, innovation, manager de l'année, entreprise en croissance.

11 C'est la 11^e cérémonie des Trophées de l'économie de la Provence 2 000€ Un plan de communication d'une valeur de 2000€ est offert à l'entreprise en croissance.

ENTREPRISE EN CROISSANCE

A Maison Ferrante, avec Leslie, la valeur n'attend pas le nombre des années

À 20 ans, Leslie Ferrante a décidé d'ouvrir son salon de thé. Chose faite un an plus tard, à Digne-les-Bains.

Une pièce et se préparer dans un somptueux salon, en fait que chez elle. C'est le rêve qui a convaincu Leslie Ferrante. À tout juste 21 ans, dans un ancien magasin de thé, Maison Ferrante, à Digne-les-Bains, elle a ouvert son salon de thé. Maison Ferrante, à Digne-les-Bains, elle a ouvert son salon de thé. Maison Ferrante, à Digne-les-Bains, elle a ouvert son salon de thé.

Avec huit mois d'expérience, Leslie Ferrante s'est lancée.

à ouvrir cette salle". Mais la grande femme manque d'assurance. Elle hésite. Alors qu'elle est en BTS commerce, les conditions changent en son sein. Elle veut à l'origine de sa passion. "Pour occuper, je faisais des gâteaux tous les jours. L'année dernière, ma famille m'a même proposé



Leslie Ferrante a été gagnée par Patricia Frenon, présidente de Provence Alpes Alpes, Brigitte Fagnon, présidente de la Chambre des métiers, et Gabriel de Villeneuve, président général à Provence.

MANAGER DE L'ANNÉE

Après le feu, Marc Segard a su mobiliser l'équipe de ZChocolat

Après un incendie dévastateur, l'entreprise ZChocolat com a pu remettre des chocolats à Forcalquier.

Le 17 mai 2023, dans la nuit de Chabot, à Forcalquier, ZChocolat.com partant en fumée. Le lendemain, l'entreprise qui vend des chocolats hauts de gamme sur internet, reprendait du service. Un challenge technique, sans précédent, au cœur de la Manche. Les effectifs ont été réorganisés en un chat de affaires de +21%. Un plan avec contenu, confié à Marc Segard, son directeur. Le plan est ambitieux et a guidé le combat, tout le monde a travaillé en mode dégradé. Résultat : un succès une semaine après l'incendie.

Après un incendie dévastateur, l'entreprise ZChocolat com a pu remettre des chocolats à Forcalquier. Le lendemain, l'entreprise qui vend des chocolats hauts de gamme sur internet, reprendait du service. Un challenge technique, sans précédent, au cœur de la Manche. Les effectifs ont été réorganisés en un chat de affaires de +21%. Un plan avec contenu, confié à Marc Segard, son directeur. Le plan est ambitieux et a guidé le combat, tout le monde a travaillé en mode dégradé. Résultat : un succès une semaine après l'incendie.

Après un incendie dévastateur, l'entreprise ZChocolat com a pu remettre des chocolats à Forcalquier. Le lendemain, l'entreprise qui vend des chocolats hauts de gamme sur internet, reprendait du service. Un challenge technique, sans précédent, au cœur de la Manche. Les effectifs ont été réorganisés en un chat de affaires de +21%. Un plan avec contenu, confié à Marc Segard, son directeur. Le plan est ambitieux et a guidé le combat, tout le monde a travaillé en mode dégradé. Résultat : un succès une semaine après l'incendie.



Marc Segard a reçu le trophée de manager de l'année des mains de Michèle Tourn, directrice commerciale de la Provence. Cécile Magré, de la communauté de communes Pays de Forcalquier, Christophe de Lenc, Denis Magré, président de la Chambre de commerce et d'industrie de la Côte d'Azur Provence Alpes Cote d'Azur.

le feu sur l'entreprise il y a cinq ans, nous sommes en pleine logique en ce qui concerne les chocolats hauts de gamme. C'est un défi que nous avons réussi à relever. C'est un défi que nous avons réussi à relever. C'est un défi que nous avons réussi à relever.



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,...)



Conclusion



Une année 2023 qui a vu notre entreprise à mission récompensée par son premier audit réussi, avec à nos côtés un comité de mission qui ne cesse de monter en puissance et des équipes qui vivent et incarnent au quotidien la volonté d'aller toujours plus loin dans tout ce que nous entreprenons.

Créer du sens, tel est l'enjeu du statut de l'entreprise à mission, ce que nous aimons chez terre d'Oc et ce dont nous avons besoin dans notre quotidien. Faire du bien.

Une année 2023 où chacun.e a continué de travailler comme on sait le faire chez terre d'Oc en ligne avec notre raison d'être qui infuse chaque jour la façon de créer et de fabriquer des produits dans notre belle entreprise provençale. L'entreprise à mission est dans notre ADN.

L'Entreprise à Mission, un juste prolongement de nos engagements de créer des produits de bien-être beaux, bons et sains, mettant en avant le talent des femmes. Être passionné.es.

Une année 2023 si riche en concrétisation sur nos nombreux projets afin d'amener terre d'Oc encore plus haut.

Bravo à tous les collaborateurs de terre d'Oc, une équipe formidable dont nous sommes fiers et sur lesquels nous pouvons toujours compter. Donner le ton et être engagé.es.

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.