

LA BIO CLAIREMENT ENGAGÉE



POUR LE GOÛT,
LA SANTÉ ET
LA TERRE



La Vie Claire
LA BIO CLAIREMENT ENGAGÉE

ENGAGÉS ENSEMBLE POUR LE GOÛT, LA SANTÉ ET LA TERRE

Engagés pour notre avenir

Plus que jamais, La Vie Claire reste fidèle à ses engagements pour un monde vivant, durable et harmonieux grâce à la bio. C'est le seul modèle qui peut apporter une solution responsable aux multiples défis que nous devons relever. À nous de prendre en main notre avenir !

Les années passent et les turbulences s'installent : aux problématiques géopolitiques et économiques, il faut ajouter le dérèglement climatique toujours plus flagrant, la question de la ressource en eau, les difficultés de nos agriculteurs, les problèmes de fertilité des sols et la perte de biodiversité. Pourtant, à La Vie Claire, nous restons plus déterminés que jamais à agir pour demain.

Vivre bio, c'est préférer une logique de recherche du bien commun pour répondre aux enjeux de durabilité et de responsabilité. Une conviction exprimée dans notre Raison d'Être : « Donner à chacun le goût de mieux consommer, pour prendre soin des Hommes et de la Terre ».

En cohérence avec cette ambition, La Vie Claire est engagée dans une démarche RSE historique, avec son premier label RSE Bioentreprisedurable® en 2016. Alors que les exigences de reporting deviennent plus contraignantes pour les entreprises, avec l'entrée en vigueur de la directive européenne CSRD*, nous poursuivons nos actions pour progresser encore davantage sur les sujets sociétaux et environnementaux.

Depuis 70 ans, nous avons su faire de nos valeurs humaines, comme l'éthique, la générosité, la proximité et la sincérité, des forces qui font avancer nos idéaux. Par exemple, proposer une alimentation saine, de qualité, accessible à tous ou produire avec un impact environnemental réduit tout en préservant la biodiversité. Nous mobilisons chaque jour tout notre enthousiasme pour faire avancer notre vision positive du futur. L'avenir sera bio !

La Vie Claire, une équipe engagée



SOMMAIRE

NOTRE ENTREPRISE

Un savoir-faire historique
et unique qui a de l'avenir p. 04

Notre modèle d'affaires..... p. 06

Des ressources
qui ont de la valeur p. 08

Une entreprise intégrée
dans son environnement p. 10

Une gouvernance investie..... p. 14

Une raison d'être pour
partager nos engagements..... p. 16

NOS ENGAGEMENTS

DES MAGASINS RESPONSABLES

ENGAGEMENT 1

Des vendeurs experts..... p. 19

Découvrez comment La Vie Claire développe des services pédagogiques et éclaire ses consommateurs à ses engagements responsables.

ENGAGEMENT 2

Un ancrage local p. 22

Découvrez comment La Vie Claire contribue à la vie locale et accompagne les producteurs et fabricants partenaires dans la mise en avant de leurs offres.

UNE MARQUE ENGAGÉE

ENGAGEMENT 3

Engagée pour le goût et la santé..... p. 24

Découvrez comment La Vie Claire s'engage pour garantir la meilleure qualité pour sa gamme alimentaire et sa gamme soin/santé/bien-être.

ENGAGEMENT 4

Engagée éthiquement..... p. 27

Découvrez comment La Vie Claire s'engage pour développer des offres respectueuses du bien-être animal et comment La Vie Claire soutient ses fournisseurs et producteurs.

ENGAGEMENT 5

Engagée pour l'environnement..... p. 28

Découvrez comment La Vie Claire œuvre au quotidien pour développer une offre respectueuse de l'environnement et pour préserver la planète.

UNE ENTREPRISE ENGAGÉE

ENGAGEMENT 6

Une mission commune p. 32

Découvrez comment La Vie Claire accompagne ses collaborateurs tout au long de leur carrière, assure leur bien-être au quotidien et les fédère autour d'un projet commun.

ENGAGEMENT 7

Un impact sur l'environnement mesuré..... p. 37

Découvrez comment La Vie Claire mesure son impact environnemental et définit une politique de réduction de son empreinte carbone tout en continuant d'améliorer la gestion de ses déchets.

*Corporate Sustainability Reporting Directive

UN SAVOIR-FAIRE HISTORIQUE ET

UNIQUE QUI A DE L'AVENIR

1946

Naissance et succès de la revue **La Vie Claire**, l'un des premiers magazines à parler d'alimentation saine.

1948

La première coopérative de La Vie Claire voit le jour avant de devenir un réseau. Après quelques années, La Vie Claire devient **une enseigne majeure de l'agriculture biologique française**.

1951

La coopérative La Vie Claire est cédée pour donner naissance à la société **l'Aliment sain**.

1965

L'Aliment sain devient la Société française d'alimentation saine. L'enseigne compte déjà **65 magasins**.

1980

Rachat de La Vie Claire par Bernard Tapie.

1996

Le groupe Distriborg, leader de l'alimentation biologique et appartenant à Régis Pelen reprend La Vie Claire.

2017

Début de la démarche d'**éco-conception**. Le cap des **300 magasins** est dépassé.

2016

Première labellisation **Bioentreprisedurable®**.

2011

Comptant plus de **200 magasins**, La Vie Claire déménage à Montagny dans un **site logistique HQE et BBC**, preuve de son engagement écologique.

2009

Signature de la Charte **Bioentreprisedurable®** Synabio.

2003

Après avoir installé son siège à Chaponost dans l'ouest Lyonnais, La Vie Claire compte **130 magasins**.

2000

La famille Pelen cède le groupe mais conserve La Vie Claire, consciente de son potentiel. **La Vie Claire devient une entreprise familiale et indépendante**.

2020

La Vie Claire renouvelle sa **certification Bioentreprisedurable®** pour la troisième fois consécutive !

2021

Lancement du **comité RSE** La Vie Claire.

2022

Nouvelle page dans l'histoire de La Vie Claire :

- **Cap Clair** : repositionnement stratégique
- Nouvelle raison d'être : **"Donner à chacun le goût de mieux consommer pour prendre soin des Hommes et de la Terre."**
- Nouvelle signature : **La bio clairement engagée**
- Quatrième renouvellement de la certification **Bioentreprisedurable®**.

2023

- Lancement du **projet fond de rayon**
- **Nouveau Comité RSE**
- Redéfinition de l'**offre locale**
- **Stratégie d'éco-conception des emballages et objectifs fixés jusqu'à 2030**
- **Nouveau siège social et entrepôt à Grigny-sur-Rhône certifiés HQE en conception.**



Notre savoir-faire et nos savoirs prennent leurs racines dans une histoire pleine de sens. C'est cet ancrage qui donne de la perspective à notre avenir. Parce que La Vie Claire est une entreprise familiale, nous nous donnons tous les moyens de renforcer l'accompagnement des consommateurs dans le choix de produits sains, de qualité tout en défendant un modèle agricole durable. En restant animés par cette mission, nous avons la capacité de proposer plus de 2 000 produits à la marque La Vie Claire. L'offre la plus large du marché.

Depuis plus de 70 ans, nous encourageons les producteurs dans leurs modes de production vers une bio toujours plus respectueuse de la planète. Nous achetons des produits issus de l'agriculture biologique et sommes sans cesse à la recherche d'une offre répondant aux attentes de nos consommateurs.

Une entreprise familiale...

La Vie Claire, c'est **325 millions d'euros** de chiffres d'affaires réseaux TTC en 2023, en hausse de 0,3% par rapport à 2022 (et en hausse de 4,7% à périmètre constant) et versus un marché bio en recul de 1,5%*. Si la société est détenue à **85,47%** par la famille Pelen, ses collaborateurs et sa direction en détiennent **7,40%**. Le fonds de dotation détient quant à lui **1,20%** du capital.

... au service d'une stratégie nationale

La structure du capital de La Vie Claire nous permet de garder le cap sur notre stratégie. Pour satisfaire continuellement nos clients et dans le cadre de Cap Clair, nous lançons l'analyse intégrale de notre fond de rayon pour ne jamais cesser d'améliorer notre offre. Nous souhaitons ainsi prouver qu'il est possible de prospérer tout en préservant les ressources naturelles et les équilibres économiques de nos fournisseurs et partenaires. Une idéologie qui ne se limite pas à nos parties prenantes externes : nous avons à cœur de recruter et former nos collaborateurs avec soin et de les accompagner dans leur carrière, tout en conservant l'esprit, les forces et l'éthique de La Vie Claire. L'entreprise est également tenue d'assurer le respect des dispositions fondamentales de l'OIT (liberté d'association, élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire, abolition effective du travail des enfants...) ainsi que la législation anti-corruption nationale.

*Magazine Circuit Bio, N°19 Février-Mars 2024

LA SANTÉ AU COEUR D'UN PROJET

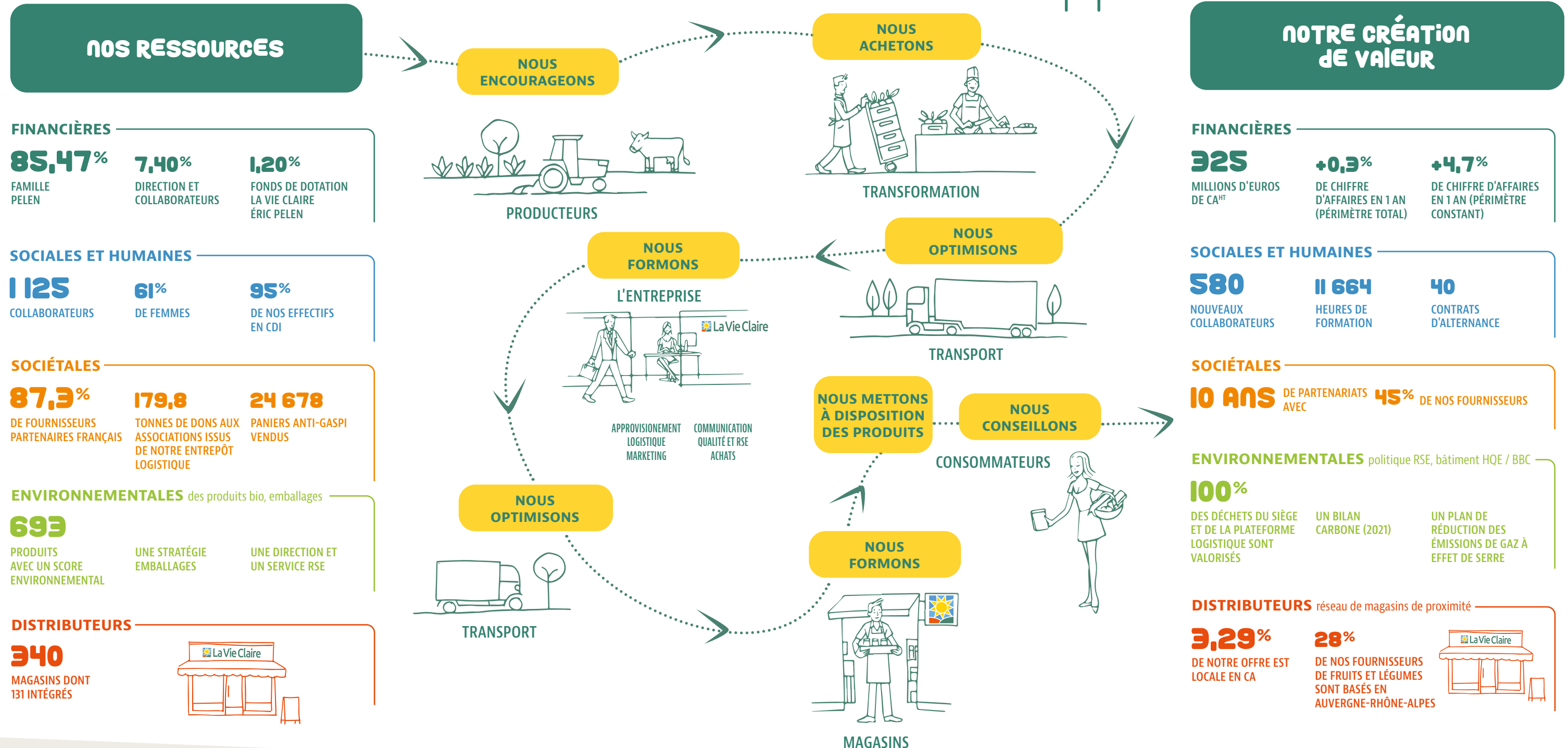
Quand Henri-Charles Geffroy, ancien combattant de la Première Guerre mondiale, souffre des séquelles du gaz inhalé pendant le conflit, les médecins lui donnent une courte espérance de vie. C'est en modifiant son régime alimentaire, en évitant la viande au profit de fruits, de légumes crus ou à l'étouffée, de céréales et de pain à base de farine complète, qu'il parviendra à se rétablir et vivra jusqu'à 86 ans. C'est ainsi qu'il

donna naissance à la revue La Vie Claire, une revue pour ceux qui aspirent à « penser clair, voir clair, agir clair et vouloir vivre clair ».

Ces convictions sont toujours rattachées à La Vie Claire, qui entend rendre accessible au plus grand nombre une alimentation bio saine et respectueuse de la nature. En d'autres termes, à réconcilier la santé de l'Homme et celle de la Terre.



NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES



LES RISQUES 2023 DE LA DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE BIO

TURBULENCE DANS LA FILIÈRE BIO

DÉCONVERSION BIO DE CERTAINS PRODUCTEURS

AUGMENTATION DES PRIX DE L'ÉNERGIE

APPELLATIONS CONCURRENTIELLES TROMPEUSES (HVE, ZÉRO PESTICIDE)

CONCURRENCE (MAGASINS SPÉCIALISÉS, GMS, MAGASINS DE PRODUITS LOCAUX)

DES RESSOURCES QUI ONT DE LA VALEUR

Des femmes et des hommes

Une entreprise comme La Vie Claire, c'est avant tout une aventure humaine à laquelle participent **1 125 collaborateurs** au 31 décembre 2023, soit **947 équivalents temps plein** comprenant dans l'ensemble **61% de femmes**. Parce que nous nous engageons sur le long terme avec eux, **95% de nos effectifs sont en CDI** et ce sont **11 664 heures de formation** qui ont été réalisées en 2023.



Des fournisseurs et des partenaires...

L'ancrage de La Vie Claire est marqué par **87,3 % de fournisseurs partenaires français** et des partenariats à long terme : **45% de nos fournisseurs collaborent avec nous depuis plus de 10 ans**. Parce que notre mission s'ancre dans un projet qui a vocation à créer de la valeur sociétale, nous travaillons avec des Établissements et services d'aide par le travail (ESAT).



... au service d'une distribution de qualité

Pour rendre la bio accessible à tous, La Vie Claire compte **340 magasins de proximité**. Pour concilier notre mission avec notre exigence environnementale, nous concentrons nos efforts pour améliorer la proximité de nos points de vente avec nos fournisseurs.

NOS RESSOURCES



Avec la Terre...

Parce que l'Homme et la Terre sont indissociables, l'art de vivre bio est également l'art de vivre en harmonie avec la planète. Dans un contexte écologique tendu, les consommateurs ont compris que les circuits bio locaux sont les plus vertueux pour l'environnement. Les inquiétudes quant aux pénuries de matières premières demeurent. Il est donc de notre responsabilité de nous appuyer sur notre savoir-faire historique et sur notre réseau de partenaires pour fournir en continu des produits de saison.

... et pour la Terre

Outre le fait de s'émanciper d'engrais et pesticides chimiques, d'OGM et divers additifs, le mode de production bio est pour la planète ce que la bienveillance est pour l'homme : une activité respectueuse de l'équilibre des organismes animaux et végétaux et des biorythmes. De fait, la bio limite la pollution et préserve les écosystèmes dans leur globalité de manière à permettre aux sols de conserver une vie propice aux cultures ainsi qu'aux êtres vivants. Elle continue ainsi à préserver la qualité de l'air, permet une meilleure gestion des ressources et protège la biodiversité.



NOTRE CRÉATION DE VALEUR

UNE ENTREPRISE INTÉGRÉE DANS SON ENVIRONNEMENT

Une vision globale au service de l'humain

La mission de La Vie Claire est d'intégrer l'ensemble des parties prenantes dans ses processus de décision et dans la vie de l'entreprise. Qu'il s'agisse de nos collaborateurs, du CSE, des partenaires sociaux ou de la direction de l'entreprise, nous maintenons le dialogue au quotidien en interne et informons ceux qui donnent vie à notre vision commune.

Priorité à l'impact

Au quotidien, ces échanges se poursuivent avec notre actionnaire majoritaire et les institutions financières avec lesquelles nous collaborons. Notre philosophie nous a d'ailleurs poussés à proposer à nos collaborateurs un contrat de participation dont les placements ont été transférés sur des fonds responsables (ISR). L'objectif de ce dispositif est de soutenir des entreprises éthiques dont l'impact social et environnemental est reconnu.

Une politique humble et ouverte

Le développement pérenne de La Vie Claire n'est possible qu'en dialoguant avec nos fournisseurs, nos producteurs et les organismes de certifications afin de fournir aux consommateurs des produits toujours plus sains. Sans eux et sans les acteurs de la distribution qui nous accompagnent à acheminer en amont et aval nos produits, nous ne pourrions pas proposer une offre aussi large dans nos magasins, qu'ils soient franchisés ou intégrés.

Notre écosystème est fait de dialogue et d'écoute

Le schéma ci-contre recense les parties prenantes prioritaires avec lesquelles La Vie Claire entretient des relations au quotidien. Nous adaptons notre niveau de dialogue à chacune de nos parties prenantes. Les bulles associées permettent d'apprécier les modalités de dialogue adoptées avec chaque catégorie de partie prenante représentée.



UNE ENTREPRISE INTÉGRÉE DANS SON ENVIRONNEMENT



Des relations avec nos parties prenantes, au service du goût, de la santé, de la Terre et de ses habitants

En tant que distributeur, nous avons conscience de notre responsabilité : rendre accessible au plus grand nombre des produits biologiques sains et responsables.

C'est la raison pour laquelle nous entretenons des relations avec l'ensemble des parties prenantes qui nous accompagnent dans la création d'une offre dont les qualités nutritionnelles et organoleptiques sont en phase avec nos besoins alimentaires et le respect de l'environnement. Nous entretenons ainsi des échanges privilégiés avec :

- Les instances de la bio : le SYNABIO*, le SYNADIS BIO*, la Maison de la Bio*, l'Agence BIO*, Natexbio.
- Un prestataire de gestion des analyses de nos produits et des laboratoires d'analyses pour assurer un contrôle continu de nos produits.
- Les autorités telles que la Direction Départementale de la Protection des Populations du Rhône et la Direction Générale de l'Alimentation pour assurer le contrôle de nos process réglementaires, d'hygiène et de qualité.
- Les instituts de recherche comme l'Institut national de la recherche agronomique (INRA) ou l'Institut technique de l'agriculture biologique (ITAB) pour démontrer et soutenir la plus value environnementale de l'agriculture bio.
- Les organismes de certification pour valider nos process et nos méthodes et s'inscrire dans une politique d'amélioration continue.
- Les instances environnementales comme la Direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL) et l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) et l'Agence BIO* pour s'assurer de l'amélioration continue de nos pratiques environnementales
- Les écoles et universités (ISARA*) pour soutenir l'apprentissage et recruter nos talents de demain.

**La Vie Claire est membre du Conseil d'Administration.*

Une entreprise intégrée dans la vie locale

Présente sur tout le territoire national, La Vie Claire joue un rôle essentiel dans la vie locale. Nous sommes convaincus qu'en maintenant des échanges réguliers et en sensibilisant nos parties prenantes à nos engagements, nous pourrions diffuser un mode de consommation plus durable et plus sain.

Conseiller et informer

Points de rencontre avec les consommateurs, de conseil et d'échange, nos magasins nous offrent la possibilité d'informer et de rester en contact avec les communautés locales, les collectivités, les riverains, les entreprises voisines et les producteurs régionaux qui partagent notre vision.

Du champ à l'assiette

En privilégiant la production française et en continuant de nous implanter au plus près des consommateurs, nous agissons pour l'environnement en favorisant le développement économique local. C'est également un moyen de garantir des revenus stables à nos partenaires. Passer du champ à l'assiette tout en diminuant l'impact environnemental et la production de déchets, c'est possible !



UNE GOUVERNANCE INVESTIE

Une gouvernance qui missionne un comité RSE

La Vie Claire place la RSE au cœur de sa politique, tant au niveau stratégique via le Conseil de Surveillance et le Comité de Direction qu'au niveau opérationnel. En janvier 2023, la Direction Qualité et RSE est créée. La Vie Claire restructure son comité RSE, en juillet 2023, avec des référents par service afin que les actions menées se propagent dans toutes ses activités. Quatre réunions sont planifiées par an autour de thématiques spécifiques dans un format d'échange. L'objectif est de partager les enjeux RSE, faire des retours d'expérience pour permettre une constante amélioration.

Pour le pôle RSE, ces rencontres, en plus des échanges individuels, sont l'occasion d'accompagner les membres du comité RSE dans leur montée en compétences sur des sujets spécifiques et de suivre le déploiement de la RSE au sein des différents services.

Des achats à la logistique en passant par nos magasins intégrés, nous nous interrogeons régulièrement sur nos processus. Cela nous permet de nous assurer de l'appropriation et de la contribution de tous aux engagements RSE de l'entreprise, par exemple en matière d'évolution de la gouvernance, de la gestion des ressources humaines ou de la prise en compte des besoins et attentes des parties prenantes.



Une raison d'être pour construire notre avenir ensemble

Chez La Vie Claire, nous sommes convaincus que nous pouvons vivre dans un monde plus équilibré et durable. C'est-à-dire un monde dans lequel il est possible de réconcilier les besoins de tous les organismes, et de reconnecter la santé de l'Homme et celle de la Terre.



DONNER À CHACUN LE GOÛT DE MIEUX CONSOMMER POUR PRENDRE SOIN DES HOMMES ET DE LA TERRE.



Une vie plus harmonieuse

L'harmonie entre la Terre et ses habitants ne peut naître d'elle-même : en invitant les consommateurs à être plus attentifs à leur alimentation, nous encourageons des choix alimentaires plus respectueux de l'environnement. Une alimentation bio, plus variée, plus riche et plus locale contribue, de la même manière qu'un régime raisonné en viande, à la préservation de la planète et de la biodiversité.

Accompagner la responsabilisation

Une alimentation saine pour l'Homme l'est tout autant pour l'environnement : en phase avec les besoins de l'Homme et de la planète, elle respecte la saisonnalité des produits et l'équilibre des cultures grâce à une meilleure diversité alimentaire. En prenant en compte l'empreinte carbone et en soutenant les filières agricoles durables, nous agissons autant pour la santé de l'Homme et celle de la planète. Chez La Vie Claire, nous souhaitons partager notre raison d'être au plus grand nombre et accompagner nos parties prenantes et les consommateurs dans cet élan de responsabilisation. C'est dans ce cadre, que La Vie Claire a supprimé l'approvisionnement de ses produits en avion depuis plusieurs années.

UNE RAISON D'ÊTRE POUR PARTAGER NOS ENGAGEMENTS

Une entreprise bio engagée dans toutes ses activités

En s'engageant pour le goût, pour la santé et pour la Terre, La Vie Claire fait du partage le centre de ses préoccupations. L'essence de notre raison d'être se diffuse dans toutes les activités de l'entreprise, à commencer par l'ensemble des collaborateurs, tous ambassadeurs de nos engagements.

Une mission tournée vers le bien-être

Nous ne voulons pas être un simple distributeur bio : notre mission est de contribuer au bien-être et à l'équilibre de nos consommateurs, de nos partenaires et de l'ensemble des écosystèmes locaux dans lesquels La Vie Claire est intégrée. Nous accompagnons à titre d'exemple les consommateurs en leur apportant des conseils en naturopathie ou en leur fournissant des idées de recettes et autres astuces zéro déchet. Nous nous engageons également pour le bien-être animal, en soutenant les fournisseurs qui s'inscrivent dans cette démarche.

Des critères de sélection de produits rigoureux

La qualité et la diversité de l'offre bio de La Vie Claire sont le résultat de plus de 70 ans d'expertise. Notre rigueur nous a permis de développer des cahiers des charges exigeants partagés avec nos partenaires et fournisseurs. Notre objectif est de fournir des produits certifiés agriculture biologique tout en garantissant l'offre la plus large du marché. Cette volonté continuera à faire la force de la marque La Vie Claire.

Le Label Bioentreprisedurable®

L'obtention du label Bioentreprisedurable® en 2016 et les renouvellements successifs sont un gage de performance de notre démarche RSE. Ce label d'entreprise incarne notre vision de la RSE dans le secteur de l'agriculture biologique.

Nous poursuivons notre implication en matière de durabilité, de transparence et d'éthique dans toutes nos activités.

Au cœur de notre démarche, nous privilégions des pratiques agricoles respectueuses de l'écosystème, favorisant la biodiversité et préservant la santé des sols. Nous travaillons étroitement avec nos partenaires et fournisseurs pour promouvoir des chaînes d'approvisionnement courtes et durables et pour garantir des pratiques commerciales responsables.

Cet engagement concret se traduit par ailleurs par une politique d'égalité des chances qui permet à chacun d'évoluer et d'acquérir de nouvelles compétences. Nous garantissons un cadre de travail sûr et convivial à l'ensemble de nos collaborateurs.

Notre détermination à contribuer à un avenir plus durable pour les futures générations, guide chacune de nos décisions et actions et ce label appuie nos décisions.



DES MAGASINS RESPONSABLES.....p. 18

Au sein de nos 340 magasins dans toute la France, nous exerçons notre métier de commerçant au service de nos consommateurs dans l'objectif de les accompagner à faire des choix responsables. Le but : les aider ainsi à être acteurs de leur santé et de celle de la Terre. C'est pourquoi nous attachons une importance capitale à leur sensibilisation, par exemple à travers des outils pédagogiques en ligne ou en magasin.

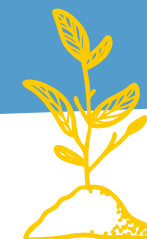
Notre engagement s'étend bien évidemment auprès des écosystèmes locaux, toujours dans l'idée de soutenir et mettre en avant les producteurs et partenaires locaux, ou bien en jouant un rôle clé dans la structuration des filières bio locales.

UNE MARQUE ENGAGÉEp. 23

En harmonie avec la santé des Hommes et de la Terre, La Vie Claire développe sans cesse une offre permettant à ses consommateurs une consommation responsable mais également savoureuse et nutritionnellement équilibrée. Nous ancrons également notre engagement à travers des relations éthiques avec nos partenaires. Notre engagement environnemental, pleinement intégré dans notre politique RSE, nous pousse à agir pour la biodiversité, à évaluer l'impact de nos produits et à construire une politique de réduction des emballages.

UNE ENTREPRISE ENGAGÉEp. 31

Parce que nous considérons nos collaborateurs avec tout autant d'attention que nos partenaires et consommateurs, nous œuvrons au quotidien pour développer et maintenir un cadre de travail responsable et vecteur de liens, tout en les accompagnant dans la préservation de leur bien-être. Par ailleurs, dans sa démarche d'entreprise responsable, La Vie Claire veille à améliorer sa performance environnementale en sensibilisant l'ensemble de ses collaborateurs et parties prenantes sur les enjeux climatiques, la gestion des déchets et le développement durable.



DES MAGASINS RESPONSABLES

UN MÉTIER À IMPACT

En proposant à nos consommateurs de les orienter dans leurs choix entre plus de 2 000 produits bio La Vie Claire, nous leur permettons d'adopter un mode de consommation responsable et d'agir pour leur santé et celle de la Terre. C'est en les sensibilisant au quotidien, dans nos enseignes de proximité, que l'impact de nos engagements fera la différence.

Cet impact est intrinsèquement lié aux valeurs et modes de travail de nos partenaires. C'est pourquoi, nous soutenons les tissus productifs locaux durables et leur saisonnalité. Pour La Vie Claire, cet engagement est un gage de solidarité économique et environnemental.

ENGAGEMENT 1

Des vendeurs experts..... p. 19
Découvrez comment La Vie Claire développe des services pédagogiques et éclaire ses consommateurs à ses engagements responsables.

ENGAGEMENT 2

Un ancrage local..... p. 22
Découvrez comment La Vie Claire contribue à la vie locale et accompagne les producteurs et fabricants partenaires dans la mise en avant de leurs offres.

DES VENDEURS EXPERTS

ENGAGEMENT 1

340

magasins (131 magasins intégrés et 209 magasins franchisés)

76

collaborateurs de nos magasins ont suivi une formation en fruits et légumes soit 546 heures

3 575

heures de formation en nutrition et naturopathie pour nos conseillers vendeurs soit 264 collaborateurs magasin formés

50

animations organisées en 2023 dans nos magasins



La pédagogie au cœur de notre vision

Pour rester au plus près de nos consommateurs dans nos **340 points de vente**, nous les accueillons dans des espaces à taille humaine. Un choix délibéré pour maintenir une forte qualité de conseil tout en préservant une large diversité de produits. Nous mettons à ce titre des mesures en place pour apporter les réponses les plus précises possibles aux interrogations des consommateurs, tant en matière nutritionnelle que cosmétique.

Des conseils très ciblés

Nous appréhendons la santé des consommateurs de manière holistique. C'est pourquoi au moins un vendeur par point de vente est formé à la nutrition et la naturopathie et tous nos collaborateurs ont accès à des supports de formation en ligne sur les produits de nos rayons et l'agriculture biologique.



Des outils dédiés à nos expertises

Pour aider nos vendeurs à apporter des réponses claires et précises aux interrogations des consommateurs, nous valorisons nos engagements à travers des supports informatifs en magasin.

Et puisque nos services en magasins vont plus loin que ceux d'une simple enseigne, nous soutenons les points de vente dans le lancement d'animations et d'événements. Les magasins ont un service dédié qui les accompagne dans leurs démarches de communication.

Une communication ininterrompue avec nos consommateurs

Pour faire face aux défis climatiques et environnementaux, la transparence et l'objectivité sont de mise : c'est le choix que fait La Vie Claire auprès de ses consommateurs, en optant pour une diversité de supports de communication permettant de partager nos savoirs tout en engageant la conversation avec nos clients et partenaires. En point de vente ou sur le web, La Vie Claire fait de la pédagogie l'une de ses principales valeurs. Notre compte Facebook réunit plus de **207 300 abonnés** et notre compte Instagram plus de **88 400 abonnés**.



Les meilleurs conseils pour un mode de vie bio et éco-responsable

Que ce soit par courriel, sur les médias sociaux comme Instagram ou sur notre site Internet, nous faisons découvrir une multitude de recettes à notre communauté pour l'accompagner dans son équilibre alimentaire. Ce sont **260 recettes culinaires** envoyées dans nos newsletters sur l'année 2023. Nous sensibilisons également à l'upcycling, au recyclage ou encore au zéro déchet.



STOP AU PAPIER

Au fil des années, nous avons décidé de réduire progressivement notre utilisation de papier. En 2023 nous avons réduit de **75%** la quantité de papier émise sur le marché, par rapport à 2019 et de **20%** par rapport à 2022. Ces progrès très significatifs traduisent la volonté de La Vie Claire de lutter contre l'utilisation excessive de papier publicitaire et de réduire considérablement son impact environnemental. En 2023, La Vie Claire fait le choix d'arrêter tous ses prospectus papier.



Du contenu éditorial pour favoriser une consommation saine et responsable

A chaque saison, nos consommateurs retrouvent du contenu sur l'actualité de la bio, des conseils santé et bien-être, des informations sur nos fournisseurs ou encore des idées de recettes. Dans une démarche de réduction de nos impressions papier, nous avons remplacé à partir du mois d'août 2023 notre magazine Clairement Bio par une newsletter 100% éditoriale.

2021

références à marque La Vie Claire

Lutter contre le gaspillage alimentaire

La Vie Claire s'engage à lutter contre le gaspillage alimentaire, en mettant en place des bonnes pratiques pour réduire les pertes et lutter contre le gaspillage. Par exemple, une zone anti-gaspi à -50% a été créée pour nos fruits et légumes légèrement abîmés mais encore tout à fait consommables. Nous permettons également de donner une seconde vie à nos invendus en magasins, grâce à notre collaboration avec Phenix, en proposant des paniers antigaspis à tarif préférentiel dans nos magasins.



Des produits sains et responsables

Nous encourageons la consommation de produits sains et responsables, ce notamment via le lancement de nouvelles gammes qui répondent à nos exigences, toujours dans l'objectif d'améliorer la santé de l'Homme et de la Terre.



Service de proximité

Le service Poissonnerie se retrouve dans **145 magasins**. Il permet à nos consommateurs d'avoir accès à du poisson frais, pêché avec des techniques douces et rémunérant équitablement les pêcheurs.

ENGAGEMENT 1



Engager les consommateurs à nos côtés

Que l'on soit au début ou à la fin du mois, il est de notre responsabilité de permettre à nos consommateurs de manger bio tous les jours, à chaque repas et même entre les repas. Nous avons donc sélectionné des références du quotidien pour composer une gamme de Petits Prix Bio® La Vie Claire, disponible toute l'année. Et parce que nous sommes une entreprise familiale, nous avons la liberté de fixer des prix justes pour tous : pour nos clients comme pour nos producteurs et partenaires. Chaque mois, nous proposons également une sélection de produits en promotion pour répondre à tous les budgets.



Un soutien permanent des fournisseurs

En partenariat avec ses fournisseurs, La Vie Claire s'engage à communiquer auprès de ses consommateurs, son travail avec des partenaires historiques.

UN ANCRAGE LOCAL



Des partenaires locaux proches de nos points de vente

Parce que le lien entre les consommateurs et les producteurs français est une valeur forte pour La Vie Claire, tous nos magasins sont libres de sélectionner des producteurs locaux avec lesquels ils souhaitent collaborer. Ainsi, nous laissons à nos magasins une liberté dans la sélection de leurs produits et la constitution d'une offre en adéquation avec les besoins des consommateurs locaux.

En 2022, La Vie Claire redéfinit le positionnement de son offre locale pour augmenter sa proximité avec ses producteurs. Nos fournisseurs locaux, producteurs et transformateurs, sont des PME qui se situent dans un rayon de 100 km autour du magasin. Les produits doivent être exclusivement distribués sur le réseau des magasins bio et livrés directement aux magasins. Les produits locaux respectent le cahier des charges de La Vie Claire. Durant l'année 2023, l'ensemble des éléments du plan d'action «offre locale» a été mis en œuvre.

Plusieurs actions ont été menées en parallèle. La Vie Claire a étendu ses partenaires locaux à un périmètre de magasins plus important afin de développer l'activité du local et donner accès à des produits locaux au plus grand nombre. La Vie Claire a débuté une collaboration avec 10 nouveaux fournisseurs locaux en 2023 afin de donner encore plus de place au local dans les magasins et proposer de nouveaux produits. Nous avons choisi de transférer certains produits tels que la pâte à tartiner, les bières et les savons, proposés par des producteurs locaux, vers notre plateforme logistique afin de proposer cette offre à l'ensemble de nos magasins.

ENGAGEMENT 2

28%

de nos fournisseurs de fruits et légumes sont basés en Auvergne-Rhône-Alpes

3,29%

de notre offre est locale en chiffre d'affaires



Des équipes actives dans les régions

Nos magasins font vivre leurs engagements en s'investissant au sein d'événements sur leurs territoires sur des thèmes liés à la solidarité, à la santé et au handicap. La Vie Claire accompagne tous ses magasins dans leurs opérations de communication pour mettre en avant les producteurs locaux et pour développer leur connaissance des parties prenantes locales.



UNE MARQUE ENGAGÉE

UNE OFFRE ENGAGÉE

Chez La Vie Claire, notre priorité est de développer une offre éthique en phase avec notre raison d'être : «Donner à chacun le goût de mieux consommer pour prendre soin des Hommes et de la Terre». Pour cela, nous portons une attention particulière à la qualité de nos produits. Nous ancrons également notre engagement à travers des relations éthiques avec nos partenaires et à travers notre travail pour le bien-être animal.

Notre offre est donc à l'image des valeurs que nous portons, en phase avec les enjeux climatiques et le besoin croissant des consommateurs de se nourrir sainement. C'est l'une des raisons pour laquelle nous encourageons une plus vaste diversité alimentaire dans le respect de la saisonnalité des récoltes. Notre engagement environnemental nous pousse aussi à évaluer l'impact de nos produits et à construire une politique de réduction des emballages.

ENGAGEMENT 3

Engagée pour le goût et la santé..... p. 24

Découvrez comment La Vie Claire s'engage pour garantir la meilleure qualité pour sa gamme alimentaire et sa gamme soin/santé/bien-être.

ENGAGEMENT 4

Engagée éthiquement..... p. 27

Découvrez comment La Vie Claire s'engage pour développer des offres respectueuses du bien-être animal et comment La Vie Claire soutient ses fournisseurs et producteurs.

ENGAGEMENT 5

Engagée pour l'environnement..... p. 28

Découvrez comment La Vie Claire œuvre au quotidien pour développer une offre respectueuse de l'environnement et pour préserver la planète.

ENGAGÉE POUR LE GOÛT ET LA SANTÉ

866

analyses réalisées en 2023 dans le cadre de notre plan de contrôle

98,6%

est le taux de conformité de nos analyses

444

produits lancés en 2023, dont

120

à marque La Vie Claire

100%

ENGAGEMENT

des produits à marque La Vie Claire ont été scorés à l'aide du Nutri-Score

32%

c'est le nombre de recettes identifiées à retravailler dans le fond de rayon et qui ont été retravaillées en 2023*

*sur les 375 produits analysés dans le fond de rayon.

Sécurité des aliments, qualité produit et plan de surveillance

Chaque année, nous mettons en place un plan de surveillance afin d'analyser les produits de notre gamme, y compris nos fruits et légumes. Ce plan consiste à contrôler que nos produits respectent la réglementation, notre cahier des charges La Vie Claire et les allégations mentionnées sur nos packagings.

En 2023, nous poursuivons notre partenariat avec un prestataire spécialisé, pour nous permettre d'ajuster avec précision nos analyses en fonction des ingrédients, de leurs origines, des risques et de notre historique.

Différentes typologies d'analyses sont réalisées :

- Les pesticides : plusieurs centaines de molécules sont analysées sur chaque échantillon.
- Les contaminants présents au champ, comme les mycotoxines ou les métaux lourds.
- Les contaminants pouvant se former pendant les processus de fabrication, comme l'acrylamide.
- Les OGM, interdits en agriculture biologique.
- La microbiologie, pour s'assurer des conditions d'hygiène, lors de la fabrication et tout au long de la chaîne logistique, de nos produits frais plus spécifiquement.

Pour contrôler l'authenticité de nos produits :

- Les références de miel et de sirop d'agave font l'objet d'analyses pour garantir leur authenticité.

- Nos huiles d'olive sont contrôlées pour garantir leur appellation vierge extra.

Nous surveillons également par analyse nos allégations sur nos packagings, par exemple l'allégation «conservation sans nitrites» pour notre gamme de charcuterie.

En cas de dépassement des seuils réglementaires ou fixés dans notre cahier des charges, nous nous engageons à mettre en œuvre l'ensemble des actions nécessaires et à mener un plan d'actions correctives.

Afin de contrôler la conformité biologique de nos produits, notre plan de contrôle comprend plus de la moitié d'analyses pesticides. En 2023, aucune alerte réglementaire n'a été constatée sur ces analyses, démontrant ainsi le respect des bonnes pratiques par nos fabricants. En 2023, le taux de conformité global de nos analyses est de **98,6%**. Le taux de non-conformité réglementaire est inférieur à **0,4%**.

Un nouveau cahier des charges, pour partager nos engagements

En 2023, le cahier des charges de la marque La Vie Claire est intégralement révisé. Notre objectif est de formaliser nos engagements, nos attentes et nos exigences à nos fournisseurs, pour l'ensemble des produits à notre marque au travers de trois axes :

- **Le goût** qui reste au cœur de notre stratégie. Nous nous engageons à proposer des produits savoureux, aux caractéristiques organoleptiques optimales, en adéquation avec les attentes de nos consommateurs.

- **La santé** en veillant à proposer des produits sains. Nous suivons les recommandations du Programme National Nutrition Santé (PNNS), dont l'objectif est d'améliorer la santé de l'ensemble de la population par la nutrition. Dans ce cadre, le Nutri-Score des produits à marque La Vie Claire doit être optimal. La composition de nos produits est également travaillée. Les ingrédients mis en œuvre sont sélectionnés et l'usage des additifs doit rester extrêmement limité.

- **La terre** en veillant à développer des produits respectueux de l'environnement. Nous travaillons par exemple sur nos origines géographiques et sur l'impact de nos emballages. Le Planet-Score est un indicateur que nous analysons.

En 2023, ce sont déjà **21%** de nos fournisseurs qui ont signé notre nouveau cahier des charges et qui partagent nos engagements.

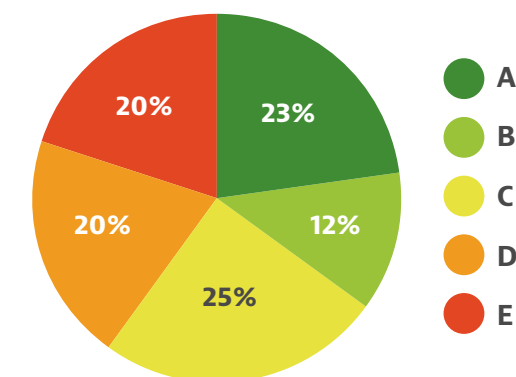
Un screening intégral de nos produits pour optimiser notre offre

En 2023, nous lançons notre projet «Fond de Rayon». Notre objectif est de screener notre offre alimentaire La Vie Claire pour améliorer nos produits :

- en termes de goût
- en termes de nutrition et de santé
- en termes de packaging pour réduire, recycler, réemployer
- en termes de stratégie marketing et commerciale.

A ce jour, ce sont déjà **375 produits** qui ont été dégustés et analysés. L'analyse se poursuivra en 2024.

Répartition du Nutri-Score des produits alimentaires à marque La Vie Claire



Objectif de La Vie Claire : avoir le Nutri-Score optimal pour chaque catégorie de produits.



Notre gamme de charcuterie travaillée sans nitrites

Suivant l'avis de l'ANSES, La Vie Claire s'est engagée à supprimer totalement les nitrites de ses produits. En 2023, un chantier de rénovation de l'ensemble de notre charcuterie a été initié. Une majeure partie de notre gamme est aujourd'hui sans nitrites et nous travaillons encore sur certaines recettes plus sensibles. Les nitrites ayant un rôle de conservation, nous nous engageons en les supprimant, à proposer des produits toujours aussi savoureux et sans risque pour nos consommateurs. Nos recettes sont à base d'extraits végétaux riches en antioxydants naturels qui nous autorisent à afficher la mention «conservation sans nitrites» et qui nous permettent de proposer des produits dont les qualités gustatives restent optimales.



Des produits toujours plus vertueux

La Vie Claire développe une approche holistique de la santé humaine. C'est la raison pour laquelle nous considérons tout ce qui entre en relation avec notre corps contribue à notre santé intérieure ou extérieure, qu'il s'agisse de produits alimentaires, de produits de soin ou de cosmétiques. Nous sommes convaincus que prendre soin de soi passe par le choix de son alimentation et de son mode de vie.

Notre offre inclut des produits non dénaturés et les moins transformés possibles. Nous veillons ainsi à ce que la liste d'ingrédients soit la plus courte possible, en écartant les produits toxiques ou autres perturbateurs endocriniens. Nous travaillons sur l'approvisionnement de nos matières premières, et sur la concentration en actifs afin de proposer à nos consommateurs le meilleur de la nature au service de leur bien-être. Les circuits courts et l'origine France sont privilégiés lorsque cela est possible.

Nos cosmétiques sont certifiés selon les référentiels Cosmos Organic et Natural, afin de garantir des procédés de transformation respectueux de l'environnement et de la santé humaine, mais aussi l'absence d'ingrédients controversés.

Une offre solide qui s'étoffe

Fabriquée en France, notre gamme de produits solides s'étoffe en 2023. Nos produits solides sont efficaces et sont une réelle alternative pour réduire notre impact environnemental :

- réduction de l'emballage
- suppression de l'eau dans la formulation, ce qui est un gain dans toute la chaîne logistique mais également un gain de place dans notre salle de bain ou notre valise !



Notre gamme de chocolats encore plus savoureuse

Pour être en adéquation avec son nouveau cahier des charges, La Vie Claire a décidé de revoir totalement sa gamme de chocolat, en retravaillant les recettes actuelles pour les rendre encore plus savoureuses, en révisant le visuel des emballages pour un rayon plus lisible, et en proposant des nouveaux produits afin de répondre aux attentes de ses consommateurs. Grâce au savoir-faire de ses partenaires chocolatiers, La Vie Claire continue de proposer des recettes sans lécithine et réduit considérablement sa quantité de plastique.



ENGAGÉE ÉTHIQUEMENT

87,3%

de fournisseurs français

45%

de fournisseurs dont le partenariat avec La Vie Claire date de plus de 10 ans



Le bien-être animal au cœur de nos préoccupations

Avec un groupement d'éleveurs bio, La Vie Claire commercialise des volailles issues d'une filière complète, responsable et française. Ces produits répondent à des critères stricts en matière de soins des animaux et d'alimentation bio :

- Les céréales et végétaux qui composent les aliments de ces volailles sont cultivés en France et sont issus de l'agriculture biologique.
- Les volailles sont élevées sans antibiotique, leur santé est préservée grâce à l'usage de traitements préventifs naturels.

Nos volailles ont également un accès libre et sécurisé, jour et nuit, à des prairies arborées. Dans un souci de préserver le bien-être animal, nous avons décidé de supprimer le foie gras de notre offre, et ce depuis plusieurs années.

Une production de viande de porc bio exigeante

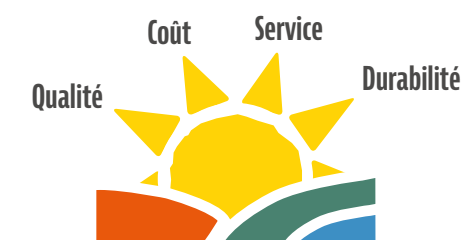
Notre fournisseur de viande de porc bio regroupe une dizaine d'éleveurs dans un rayon de 100 km autour du lieu de transformation de la viande. Les porcs bénéficient d'une surface au sol deux fois supérieure à celle des élevages conventionnels. De la naissance jusqu'au sevrage, les porcelets sont élevés en plein air. Ils terminent ensuite leur croissance dans des bâtiments avec une aire de repos paillée et une courrette extérieure. Ils sont nourris avec des céréales 100% issues de l'agriculture biologique et provenant des exploitations des éleveurs ou de leur coopérative.

Des relations durables avec nos producteurs et nos transformateurs, formalisées dans une charte d'achats responsables

La Vie Claire structure depuis de nombreuses années ses relations avec ses fournisseurs. Pour démontrer sa volonté de contribuer activement à un monde plus durable, elle a décidé de formaliser ses pratiques d'achats au travers d'une charte d'achats responsables. Cette charte a pour

objectif de guider nos décisions d'achat afin de travailler avec des fournisseurs partageant nos valeurs sur les plans éthique (conditions de travail, lutte contre la corruption, transparence, économie locale) et environnemental (gestion des déchets, ressources renouvelables, biodiversité). Nous affirmons notre volonté envers des initiatives sociales, visant à soutenir les communautés et à promouvoir des relations justes et éthiques. Nous nous impliquons activement dans des actions sociétales, contribuant à la construction d'une société durable, inclusive et éthique. Nous assumons la responsabilité de réduire notre impact sur l'environnement, avec des engagements concrets pour la préservation de la planète et la promotion de pratiques durables. Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils partagent nos valeurs sociales, s'engageant à des pratiques éthiques et favorisant des conditions de travail équitables. Nous encourageons nos fournisseurs à jouer un rôle actif dans des initiatives sociétales et environnementales, contribuant ainsi à une chaîne d'approvisionnement responsable et durable.

Achats responsables chez La Vie Claire



Un soutien permanent pour garantir le respect de la qualité

La Vie Claire privilégie ainsi les savoir-faire uniques et spécifiques de producteurs ou transformateurs bio reconnus pour le respect des traditions des terroirs. Nous privilégions la production française et nous constituons une offre de qualité composée également de produits non français, si ces derniers sont reconnus pour leur qualité ou leur appellation. En collaboration avec nos fournisseurs, nous assurons continuellement une cohérence entre l'origine des ingrédients et leur mode de fabrication via le respect de standards intransigeants en matière de qualité sanitaire et nutritionnelle.

ENGAGÉE POUR L'ENVIRONNEMENT

9

références dont le poids de l'emballage a été réduit

0,53%

de nos fruits et légumes (en poids) sont conditionnés dans un emballage plastique

ENGAGEMENT 5



93%

de nos emballages sont recyclables en poids*

60%

de nos emballages sont recyclables en unité d'emballage*

2,2

tonnes de plastique évité**

66

magasins La Vie Claire sont points de collecte pour le réemploi de vos bouteilles en verre

*Réalisé sur 79% des produits de la marque La Vie Claire mis sur le marché en 2023.

**Estimation des gains plastique en tenant compte des ventes des produits La Vie Claire sur l'année antérieure au changement d'emballage.

Une stratégie emballages définie, pour réduire notre impact

La Vie Claire a défini ses objectifs en matière de recyclabilité, de réduction, de réemploi, de santé et d'environnement jusqu'en 2030. On trouvera par exemple des objectifs sur l'utilisation de papier/carton provenant préférentiellement de ressources forestières gérées durablement ainsi que des emballages intégrant de la matière recyclée. Nous avons décidé de construire notre stratégie autour des objectifs demandés par la France et dans l'optique de prendre soin de l'environnement. Pour toute modification d'emballage, nous étudions différentes propositions et sélectionnons la solution la plus pertinente selon les enjeux environnementaux et sociétaux.

Objectif réduction

Nous œuvrons conjointement avec nos fournisseurs en faveur de la réduction des emballages. Un de nos axes de travail est la réduction du plastique. Grâce aux changements d'emballages de nos produits à marque La Vie Claire réalisés en 2023, nous projetons une réduction de **2,2 tonnes** de plastique par an.

L'exemple de nos bouteilles de lait non réfrigérées :

Pour nos deux références de lait (lait entier et lait demi-écrémé), nous avons fait le choix de changer nos bouteilles et nos bouchons. Notre taux de réduction de plastique s'élève à 28%. Ces nouvelles bouteilles ont aussi impliqué un changement dans le système de fermeture puisque l'opercule en aluminium a été supprimé. Nous éviterons ainsi 73kg d'aluminium par an.



L'exemple de nos fruits et légumes :

Nous visons également le 0 plastique pour nos fruits et légumes n'ayant subi aucune transformation pour 2025. Sur l'année 2023, ce sont **0,53%** de nos fruits et légumes qui sont conditionnés dans un emballage en plastique, essentiellement les fruits rouges qui sont très sensibles, et pour lesquels la suppression totale de plastique est en cours d'étude.



Objectif recyclabilité

Cet objectif inclut notre travail sur l'intégration de matière recyclée et sur l'augmentation de la recyclabilité de nos emballages. Nous cherchons à minimiser l'énergie nécessaire à la fabrication des emballages et l'extraction des matières premières afin de réduire notre impact sur l'environnement. Nous favorisons les emballages disposant d'une filière de recyclage, nous réduisons les emballages multimatériaux et nous éliminons les petits éléments qui ne seraient pas captés dans les centres de tri.



Objectif réemploi

Nous retrouvons dans la définition du réemploi, des emballages subissant de multiples boucles d'utilisation (remplissage, collecte, tri, lavage chez le professionnel) mais aussi des emballages proposés avec une recharge que le consommateur peut remplir à domicile. C'est le cas pour le lancement de notre gamme de dentifrices solides pour laquelle nous proposons une boîte en aluminium et une recharge en sachet. Choisir la recharge plutôt que la boîte en aluminium permet d'acheter un emballage 66% plus léger. Nous limitons ainsi l'impact de l'emballage.

Nous poursuivons en 2023 notre partenariat avec Rebooteille afin d'étendre le nombre de nos magasins pouvant être un point de collecte. Ce sont **66 magasins** La Vie Claire qui sont des points de collecte.

Notre taux de retour d'emballages moyen, calculé sur 36 magasins partenaires de Rebooteille, s'élève à **56,1%**.



Alors que la France poursuit ses travaux sur la standardisation des emballages en verre pour le secteur de l'agro-alimentaire, les emballages réemployables pour les produits cosmétiques ne sont pas à négliger. Le projet Cosm'Npack mené par l'association Cosmébio, l'un des membres fondateurs du référentiel européen Cosmos, expérimente le réemploi des contenants cosmétiques depuis juin 2023. A Lyon, 20 magasins La Vie Claire proposent des produits faisant partie de l'étude. L'objectif premier de ce test grandeur nature est de percevoir l'intérêt des consommateurs pour le réemploi des emballages de produits cosmétiques. Le bilan de ce test sera établi en 2024. Les produits faisant partie de l'expérimentation sont pourvus du sticker ci-dessous :



Objectif santé et environnement

Nous maintenons notre vigilance sur la présence d'encre minérale et de perturbateurs endocriniens dans nos emballages. Nous cherchons à éliminer tout emballage contenant du PVC ou ses dérivés. Nous orientons nos fournisseurs vers du papier/carton issus de forêts gérées durablement.

Répondre aux besoins des Hommes et de la Terre

Pour préserver la santé de la planète et sa biodiversité, nos modes d'alimentation doivent évoluer. L'intensification et l'homogénéisation des systèmes agricoles associées à d'autres facteurs comme le changement climatique font que si la Terre compte près de 300 000 espèces de plantes comestibles, 50% des besoins énergétiques mondiaux sont satisfaits par le riz, les pommes de terre, le blé et le maïs et deux tiers de l'alimentation mondiale est satisfaite par neuf ingrédients. Cette intensification bouscule les écosystèmes et l'érosion de la biodiversité sauvage, due aux cultures, réduit la diversité alimentaire, et donc la qualité des régimes alimentaires en fonction des saisons. Il est impératif pour La Vie Claire d'intégrer ces facteurs dans le développement de sa gamme alimentaire et d'encourager le développement d'aliments plus diversifiés tout en sensibilisant les consommateurs.

La saisonnalité au cœur de la préservation de la biodiversité

La Vie Claire propose exclusivement des produits de saison. Par exemple, la commercialisation de tomates, poivrons, aubergines ou courgettes est suspendue en hiver. C'est un moyen d'encourager, avec nos producteurs, une production agricole raisonnée, une consommation responsable et des produits de saison plus savoureux ; les produits de saison étant arrivés à maturité en suivant leur cycle naturel.

Des produits toujours plus diversifiés

La Vie Claire propose plus de protéines végétales que de protéines animales. Un engagement fort encourageant une consommation soucieuse des émissions de gaz à effet de serre. En 2023, nous maintenons cet engagement en proposant de nouvelles gammes végétales pour apporter davantage de substituts aux protéines animales. Nous proposons évidemment des produits non transformés comme des légumineuses riches en protéines au cœur des enjeux de diversification alimentaire.



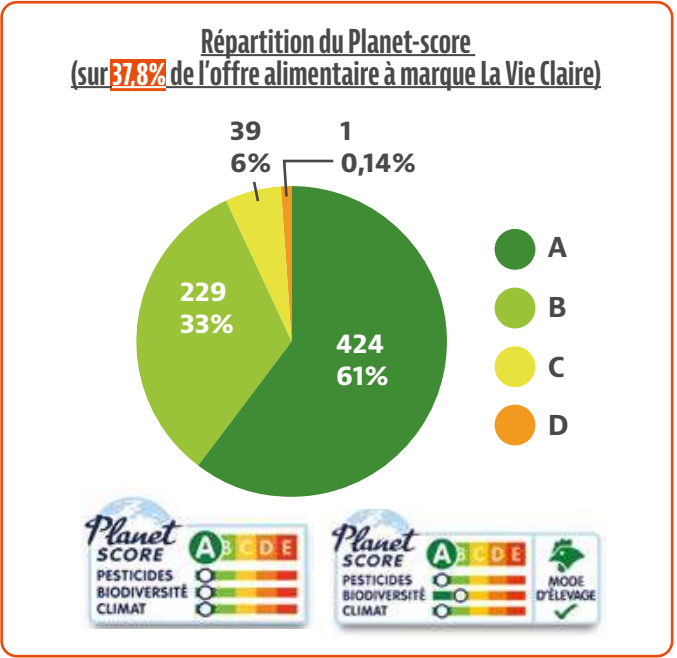
Un score pour renforcer notre engagement environnemental : le Planet-score

La Vie Claire poursuit son travail sur le Planet-score, un outil d'affichage environnemental, qui à la différence de l'Eco-Score, utilise des indicateurs qui intègrent le franchissement de neuf limites planétaires par les produits alimentaires. Dans son calcul, le Planet-score prend en compte : la déforestation, l'usage d'énergie fossile pour les engrais, la production hors saison, les systèmes d'élevage et la pollution. Il intègre également la qualité des sols, sa capacité à stocker du carbone et les pratiques agricoles favorables à la biodiversité.

Le Planet-score présente quatre indicateurs visuels :

- 1. Pesticides** : leur utilisation et leur toxicité pour les écosystèmes.
- 2. Biodiversité** : sa préservation et l'impact des pratiques agricoles sur celle-ci.
- 3. Climat** : les émissions de gaz à effet de serre propre à la culture et la transformation des produits.
- 4. Mode d'élevage** : si le produit contient des ingrédients issus de l'élevage, un système de couleur est alors utilisé : vert, pour un mode d'élevage satisfaisant et rouge, pour un mode d'élevage insatisfaisant.

Pour les trois indicateurs principaux que sont les pesticides, la biodiversité et le climat, une note allant de A à E est attribuée ; A (en vert), est la meilleure note et E (en rouge), est la note la plus basse. Ces notes sont alors additionnées et pondérées pour donner une note globale au produit évalué. En 2023, ce sont **693 références** La Vie Claire qui ont été évaluées selon le mode de calcul du Planet-score, soit plus d'un tiers de notre offre alimentaire. Le calcul du Planet-score de nos produits alimentaires se poursuivra en 2024.



UNE ENTREPRISE ENGAGÉE

UNE CULTURE D'ENTREPRISE
TOURNÉE VERS L'AVENIR

La Vie Claire rassemble chaque jour des femmes et des hommes autour de valeurs communes. Parce que prendre soin de la santé des Hommes et de la planète est notre raison d'être, nous nous devons d'être exemplaires avec nos collaborateurs.

Une politique inclusive et la promotion de l'égalité des chances sont autant au service de notre croissance que de la fidélisation de nos équipes et c'est la raison pour laquelle nous investissons dans leurs talents grâce à la formation. Notre engagement pour un avenir respectueux de l'Homme et de la nature s'inscrit également dans la mesure de notre impact environnemental.

ENGAGEMENT 6

Une mission commune p. 32
Découvrez comment La Vie Claire accompagne ses collaborateurs tout au long de leur carrière, assure leur bien-être au quotidien et les fédère autour d'un projet commun.

ENGAGEMENT 7

Un impact sur l'environnement mesuré..... p. 37
Découvrez comment La Vie Claire mesure son impact environnemental et définit sa politique de réduction de son empreinte carbone tout en continuant d'améliorer la gestion de ses déchets.

UNE MISSION COMMUNE



580

nouveaux collaborateurs

11 664

heures de formation pour tous nos collaborateurs

40

contrats d'alternance (apprentissage ou professionnalisation)



Des formations accessibles à tous les salariés

En présentiel ou à distance, La Vie Claire propose des formations continues spécifiques sur des thématiques centrales aux points de vente comme les bases de la nutrition, un parcours en naturopathie pour accompagner nos vendeurs dans leurs missions de conseil/vente, un parcours en management pour nos responsables de magasins et responsables de services, et évidemment des mises à niveau en lien avec l'évolution de notre offre et de nos produits.

Un accent a été mis sur la qualité de notre offre en fruits et légumes, **11 collaborateurs** ont pu bénéficier d'une formation sur l'agréage et la réception en entrepôt. **76 collaborateurs** en magasins ont reçu une formation sur la gestion et le merchandising des fruits et légumes bio. Cette dernière a été dispensée par des responsables de magasins experts et reconnus pour leurs compétences.

La Vie Claire a son école de formation interne, La Vie Claire Académie, certifiée Qualiopi depuis 2021. En juillet 2023, nous avons passé haut la main l'audit de surveillance Qualiopi et maintenu notre certification. Pour la 7ème année consécutive, une promotion de **10 collaborateurs** a validé le titre de Manager d'Unité Marchande, équivalent à un bac+2, à l'issue d'un parcours certifiant de 287h.



Des avantages au service de la qualité de vie

Parce que nous partageons l'ensemble de nos valeurs et le mode de vie bio avec nos collaborateurs, nous leur offrons une remise importante sur les prix dans tous les magasins intégrés La Vie Claire. Nous proposons également une priorité d'accès à la crèche d'entreprise située à proximité de notre site logistique à Montagny pour les employés intéressés.

Grâce à notre CSE, nous encourageons nos collaborateurs à participer à la course «Run in Lyon» en finançant une partie de l'inscription et à s'inscrire dans une salle de sport en finançant une partie de l'abonnement.

Les négociations annuelles obligatoires ont abouti à une prime de partage de la valeur qui a été distribuée à nos collaborateurs durant l'année 2023.

Un nouvel outil de communication interne : le portail Entre-Nous

Historiquement, des campagnes d'emails internes rythment la vie de l'entreprise. Ils sont un précieux relais d'informations de la direction et ont aussi été utilisés pour communiquer autour de temps forts des services (semaine de développement durable, challenge interentreprises, opération promotionnelle particulière). Afin de fluidifier le partage d'informations à l'ensemble des collaborateurs au siège, en entrepôt et en magasin, un nouvel outil de communication interne a été mis en place : le portail extranet Entre-Nous.



Un audit de l'ensemble des services a été mené en amont du projet, afin d'être au plus proche des besoins et attentes de chaque utilisateur. Ce nouvel outil permet à chacun, d'avoir accès plus facilement aux actualités de La Vie Claire, qu'elles concernent la direction, la RSE ou la communication. Tous les collaborateurs ont accès à une bibliothèque de documents clés d'entreprise, notamment les documents RH.

Afin d'accompagner l'adoption de l'outil, un dispositif de communication a été mis en place, accompagné de visio de formation selon le type de profil utilisateur.

Le portail Entre-Nous est alimenté grâce à la multi-contribution : une équipe de plus de 30 collaborateurs rédige les actualités de leur service. Les services sont responsables, engagés et autonomes dans la communication de leurs actualités. Nous gagnons ainsi en efficacité dans les relais d'informations.

La communication interne, un levier à activer pour favoriser la conduite du changement

Dans le cadre du déménagement du siège social de Montagny à Grigny, la communication interne et le service coordination ont œuvré main dans la main afin d'accompagner au mieux le changement. Ainsi, cela s'est matérialisé par des campagnes de mails en amont, un petit déjeuner d'inauguration le jour J de l'emménagement ainsi qu'un petit pack de bienvenue offert à tous (composé de produits La Vie Claire).



La communication interne, acteur de convivialité entre les services

En novembre 2023, suite au déménagement de l'ensemble des équipes des bureaux dans le nouveau siège social situé à Grigny, le rôle d'happiness manager s'est greffé à la communication interne. Sa mission ? Créer du lien entre les services et les décloisonner. Ainsi, un planning d'happiness management a été mis en place pour la fin de l'année 2023 et l'année 2024. Cela inclut des événements au siège social, qui seront élargis aux entrepôts et aux magasins en 2024. Voici quelques événements qui ont été proposés : repas partagé d'Halloween (siège), repas de fin d'année de Noël (siège), petit déjeuner de Noël (entrepôts).

ENGAGEMENT 6



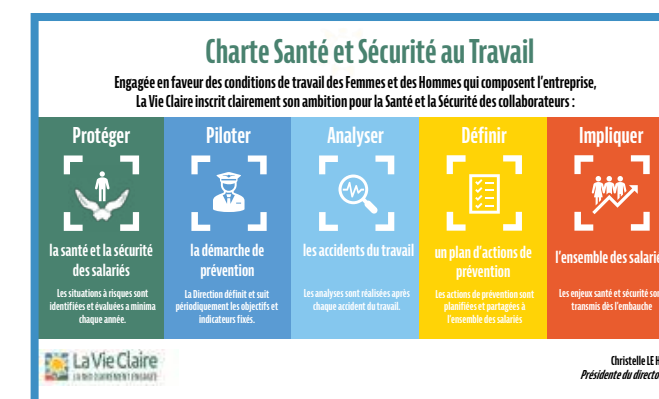
Des collaborateurs actionnaires

Le capital social de La Vie Claire s'est ouvert en 2010 aux collaborateurs. En 2016 et pour faciliter leur accès au capital, nous avons décidé de leur permettre de profiter d'une décote à l'achat de titres La Vie Claire. En 2023, **238** d'entre eux détenaient **142 551 actions**, représentant **7,4% du capital**.



Santé et sécurité au travail

En 2023, nous comptabilisons **48 accidents du travail avec arrêt**, c'est 20% d'accident en moins depuis 2021 et la tendance est à la baisse depuis 2019. Notre **taux de fréquence (TF) est de 29,7** et le **taux de gravité (TG) est de 3,2**. De plus, aucune maladie professionnelle n'est à déclarer en 2023. Nous avons également développé une grille d'audit RH et sécurité, via une application mobile, permettant à nos animateurs régionaux et responsables de magasins d'identifier et d'agir sur différents points de contrôle pour améliorer la santé, la sécurité et les conditions de travail dans nos magasins.



94/100

Index de l'égalité professionnelle

61%

est le pourcentage de femmes parmi nos effectifs

Catégorie employés

61,0%

39,0%

Catégorie agents de maîtrise

61,5%

38,5%

Catégorie cadres

60,2%

39,8%

L'inclusivité et le bien-être au cœur des conditions de travail

La Vie Claire veille sur des pratiques qui visent à faire disparaître les discriminations et les inégalités dans le recrutement en favorisant la diversité. C'est notamment le cas des questionnaires de personnalité qui sont utilisés par les responsables de magasins dans le processus de recrutement. Accompagnés tout au long de l'année par le service de recrutement, les responsables de magasins sont sensibilisés à l'évolution des pratiques de recrutement et à l'analyse des informations qualitatives liées à la personnalité d'un candidat.

Des mesures concrètes

Nous sommes aussi allés à la rencontre des jeunes du bassin d'emploi local à travers trois forums d'emplois notamment pour leur proposer des jobs d'été. Nous perpétons également notre partenariat avec les missions locales du Rhône. Par ailleurs, notre présence aux forums des écoles (IAE, OMNES, ISARA...), nous ont permis de recruter des stagiaires et des alternants. Nous avons poursuivi notre partenariat avec Pôle Emploi et accentué notre présence sur plusieurs salons locaux. Nous avons participé à deux rendez-vous des entreprises engagées, organisés par la Maison Métropolitaine d'Insertion Pour l'Emploi de Lyon, afin d'échanger avec les autres entreprises du secteur sur l'inclusion et les bonnes pratiques du recrutement du territoire.

Le service recrutement a poursuivi ses actions de mécénat de compétences auprès de l'association PERLE (Parcours Évolutif de Retour vers le Logement par l'Emploi) lors de présentation du monde du travail, de la vente, à des personnes éloignées de l'emploi, ainsi que des simulations d'entretiens afin de les préparer au monde professionnel. Nous avons invité nos collaborateurs à se mettre à la place de collaborateurs en situation de handicap à travers un challenge ludique coopératif : Gamino. Nous œuvrons à sensibiliser les managers et l'ensemble des salariés aux différents handicaps afin de favoriser leur recrutement et leur intégration.



Les 1 125 collaborateurs de La Vie Claire se rassemblent autour de valeurs communes que sont la solidarité et le respect de l'environnement. Nous fédérons ainsi les équipes autour de temps forts, de challenges et de sensibilisations.

Une entreprise engagée dans son écosystème

La Vie Claire est engagée en faveur de grandes causes sociétales. Qu'il s'agisse de l'aide aux plus démunis ou d'actions sociales positives, nous déployons des dispositifs pour mettre en œuvre notre vision d'une société humaine et respectueuse de la nature.

Rendre la bio toujours accessible au plus grand nombre

Les 24 et 25 novembre 2023, La Vie Claire a pour la première fois collaboré avec la Banque Alimentaire du Rhône en participant à la collecte nationale des Banques Alimentaires de France. Ainsi, une quarantaine de magasins de la région Auvergne Rhône-Alpes y a participé et a collecté près de 1,8 tonnes de dons. La Vie Claire a également tenu à se joindre à ses consommateurs en faisant don de deux palettes de pâtes à la Banque Alimentaire du Rhône.



Des collaborateurs mis à l'épreuve

À l'occasion de la semaine du développement durable, tous nos collaborateurs ont été sensibilisés aux enjeux sociaux et environnementaux de la RSE au travers d'un jeu interactif. Ces animations seront intensifiées sur l'année 2024.

Des engagements financiers responsables

En accord avec la direction et les élus du CSE, les placements de l'intéressement des collaborateurs ont été transférés sur des fonds responsables (ISR*), autrement dit, qui intègrent des critères ESG (Environnement Social Gouvernance) dans les choix de placements financiers. Conformément à la réglementation, nous avons signé le 17 mai 2021 l'accord collectif encadrant l'intéressement 2021-2022-2023.

**Investissement Socialement Responsable : l'ISR est un placement qui vise à concilier performance économique et impact social et environnemental, en finançant les entreprises qui contribuent au développement durable dans tous les secteurs d'activité. Le label ISR, attribué au terme d'un processus strict de labellisation mené par des organismes indépendants, constitue un repère unique pour les épargnants souhaitant participer à une économie plus durable.*



Une communauté active

Un barbecue d'entreprise, un repas partagé sous le thème d'Halloween sont des occasions idéales pour renforcer les liens entre les collaborateurs. De plus, l'initiative du CSE d'organiser une soirée casino pour la fin d'année 2023 ajoute une touche ludique aux échanges. Ces événements favorisent la convivialité et contribuent à un environnement de travail plus cohésif et productif.



Un fonds de dotation animant notre territoire

Le fonds de dotation La Vie Claire – Eric Pelen, créé en juin 2014 par la famille Pelen et des amis poursuit ses actions de soutien aux entreprises initiatrices de démarches écologiques. Ce sont 23 projets qui ont été accompagnés pour un montant total de 212 000 euros. En 2023, **4 projets** ont été récompensés à hauteur de 10 000€ chacun :



Anne-Laure Davy pour «un bâtiment pour les légumes d'hiver» à Collonges-au-Mont-d'Or

Anne-Laure, ingénieure agronome de formation, installée en maraîchage en 2020 sur une surface d'un hectare à Collonges-au-Mont-d'Or, produit de trente à quarante légumes à l'année. Ce sont 150 arbres fruitiers en variétés anciennes ainsi que des fraises, framboises et raisins de table qui sont exploités. Elle utilise des copeaux de bois et du compost provenant des déchets alimentaires de la métropole de Lyon. Ses produits sont vendus dans certains restaurants et épiceries bio. Ce bâtiment de stockage lui permettra de conserver ses légumes d'hiver.



Baptiste Poncer pour «des poulaillers supplémentaires» à Sainte-Catherine

Baptiste, paysagiste de formation, dispose de sa propre pépinière d'arbres et de légumes aux «jardins de la cagette». Sa production est vendue à la ferme et en ligne. Il a besoin d'aide pour le financement d'autres poulaillers et de matériel pour l'entretien de l'exploitation.



Raphaël Frénée pour «proposer l'agrumes en hiver» à Vernaison

Raphaël, ingénieur des travaux publics s'est reconverti dans le maraîchage biologique en créant la Ferme de la clef de sol en 2021. Il produit plus de trente variétés de légumes sur moins de 2 hectares qu'il commercialise sur les marchés locaux. Après avoir planté 500 mètres de haies sur la périphérie de la ferme, créé un bassin de rétention pour récupérer les eaux de pluie, il veut se lancer dans la plantation d'agrumes rustiques afin de proposer des agrumes en hiver sur les marchés.



Gérald Bongrand pour «être autonome dans ma production de miel» à Coise

Gérald, en reconversion professionnelle, produit aux «Ruchers» du miel et des fruits dans un jardin forêt planté depuis 2019 autour de sa maison. Son objectif est de faire des petits ruchers fixes pour une production locale, vendus en pots ou bien associé à d'autres produits tels que du pain d'épices ou des savons. Le soutien du fonds de dotation contribuera à l'achat de matériel pour la miellerie et pour le laboratoire.

UN IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT MESURÉ

24 678

paniers anti-gaspi vendus en 2023

179,8

tonnes de dons issus de notre entrepôt logistique en 2023



Mesurer et réduire notre impact carbone

Pour concilier le bien-être de l'Homme, des animaux et de la planète, La Vie Claire analyse son impact environnemental. Il s'agit également de respecter l'objectif mondial de neutralité carbone en 2050. En 2022, nous nous sommes fait accompagner pour finaliser notre bilan carbone scopes 1, 2 et 3 afin de bâtir un plan de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre (GES) sur le moyen et long terme. Se référer à la page 39 pour le détail du bilan carbone réalisé en 2022.

Des transports de marchandises responsables

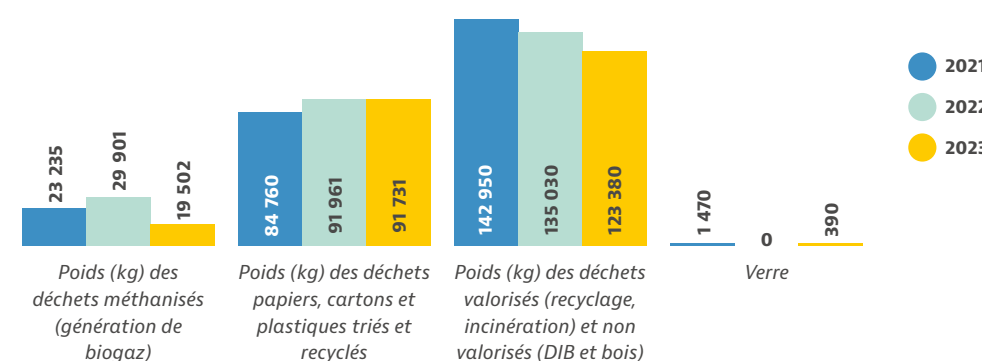
La Vie Claire travaille avec des transporteurs engagés dans une démarche de développement durable et de réduction de l'empreinte carbone, comme STEF-TFE. S'inscrivant dans le programme Fret 21 et labellisé Objectif CO₂, ce transporteur garantit une flotte de camions récents adaptée aux dernières normes Euro VI, une optimisation des flux de transports et des conducteurs formés à l'éco-conduite. Depuis plusieurs années, La Vie Claire a décidé de supprimer ses approvisionnements en avion, et fait le choix d'un transport maritime beaucoup moins émetteur en gaz à effet de serre. Le choix de favoriser les producteurs locaux

nous permet également de réduire les distances et limiter nos émissions.

Gestion des déchets

La gestion des déchets est une composante essentielle dans la préservation de notre environnement. La première étape dans la gestion des déchets est la réduction à la source. Nous avons entamé un grand travail sur la gestion de nos stocks qui nous a permis de réduire de **34%** le poids de nos biodéchets issus de nos entrepôts. La deuxième étape est le renforcement de la collecte sélective au sein de notre entreprise permettant de séparer les différents types de déchets afin de faciliter leur recyclage et donc leur valorisation. Dans nos déchets nous retrouvons essentiellement des déchets issus de notre plateforme logistique : carton, film de banderolage, verre et des biodéchets issus de la casse des produits. Nous impliquons tous les collaborateurs de La Vie Claire pour avoir les bons gestes en les sensibilisant sur l'importance du tri sélectif. La troisième étape est le devenir de ces déchets. Ils sont traités de différentes manières : recyclage, méthanisation, valorisation énergétique. Malheureusement certains déchets ne sont pas à ce jour valorisables.

Évolution des déchets en tonnes du siège et des deux plateformes logistiques de Montagny de 2021 à 2023



Gaspillage alimentaire

En parallèle du travail mené sur la réduction des pertes, nous donnons une seconde vie aux produits qui arrivent en fin de vie ou qui ne peuvent plus être vendus. Nous travaillons sur deux axes :

- Le premier axe concerne les paniers anti-gaspi que nous retrouvons dans nos magasins. Cette initiative vise à réduire le gaspillage alimentaire en proposant à nos consommateurs des produits invendus encore consommables à prix réduit. Ces paniers contribuent également à rendre une alimentation bio accessible. Grâce au travail amont, nous avons réduit en 2023 de **67,2%** le nombre de paniers Phenix par rapport à 2022.
- Le second axe concerne les dons que nous faisons depuis nos entrepôts à diverses associations telles que la Banque Alimentaire du Rhône. Nous avons fait don de plus de **179,8 tonnes de produits** en 2023, soit une réduction de **59,1%** par rapport à 2022.

Ces chiffres témoignent de nos efforts constants en matière de gestion de nos stocks et de réduction de nos pertes.

Un nouveau siège social, source de qualité de vie au travail et d'engagement durable

Le 16 octobre 2023 marque un grand tournant pour les équipes La Vie Claire, qui prennent place dans un nouveau siège social, situé à Grigny-sur-Rhône et construit avec une

approche environnementale globale, mettant l'accent sur le confort des occupants. Les équipes logistiques de nos deux entrepôts de Montagny rejoindront ce siège et son entrepôt en 2025. Ce lieu d'activité symbolise notre engagement en faveur de pratiques responsables et durables, il sera certifié Haute Qualité Environnementale en février 2024.

Bien-être des collaborateurs

Le nouveau siège social a été conçu avec une attention particulière pour la qualité de vie au travail. Des espaces de travail lumineux et ergonomiques favorisent la productivité et le bien-être des collaborateurs. Les zones de pause spacieuses permettent des moments d'échanges informels et sont propices à la création de liens entre les équipes. Les bureaux ont été spécialement conçus pour offrir un confort thermique, visuel et sonore optimal tout au long de l'année.

Impact positif sur l'environnement

En obtenant la certification HQE, nous affirmons notre engagement en faveur de pratiques respectueuses de l'environnement. Le nouveau siège social intègre des technologies éco-responsables et des matériaux durables,

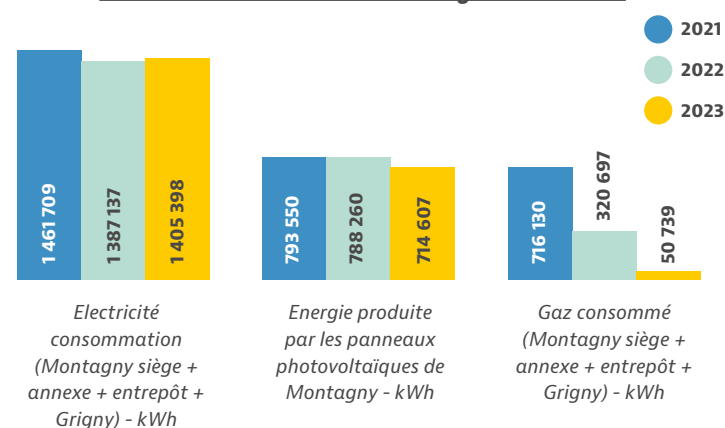
réduisant ainsi notre empreinte carbone. Les matériaux utilisés visent à assurer une excellente qualité de l'air intérieur, favorisant ainsi des conditions saines. Nous retrouverons 14 700m² de panneaux photovoltaïques en fonctionnement au cours de l'année 2024.

Des systèmes de gestion énergétique efficaces, l'utilisation de sources d'énergie renouvelable, et une gestion responsable des déchets sont autant d'éléments qui témoignent de notre volonté de contribuer activement à la préservation de la planète. Nous encourageons également nos collaborateurs à adopter des modes de transport respectueux de l'environnement en favorisant le covoiturage, l'utilisation de transports en commun ou le vélo.

Nos consommations d'énergie et d'eau au siège et en entrepôt

La Vie Claire aligne sa stratégie énergétique avec le plan national de sobriété énergétique et poursuit ses actions de surveillance et de réduction. Ce sont **1 751 m³ d'eau** qui sont consommés sur notre siège et notre entrepôt de Montagny en 2023.

Évolution des consommations d'énergie de 2021 à 2023



Nos consommations d'énergie et d'eau en magasins

Notre consommation d'énergie s'élève à **10 436 436 kWh** pour 96% de notre parc de magasins intégrés. Ce sont **3,1 m³ d'eau/mois/magasin intégré** qui sont consommés (moyenne réalisée sur 44 magasins intégrés). Nos magasins sont aussi repensés. Dès qu'une rénovation ou un changement de matériel est nécessaire dans nos magasins intégrés, nous étudions les différentes propositions et faisons un choix sur la meilleure alternative. Notre nouvelle génération de magasin est équipée de mobilier en bois français certifié PEFC, de réfrigérateurs à portes fermées et des éclairages de basse consommation. Nous sélectionnons des peintures captant les molécules toxiques de l'air. La quasi-intégralité de nos magasins intégrés est alimentée en électricité renouvelable.



Bilan carbone scopes 1, 2 et 3

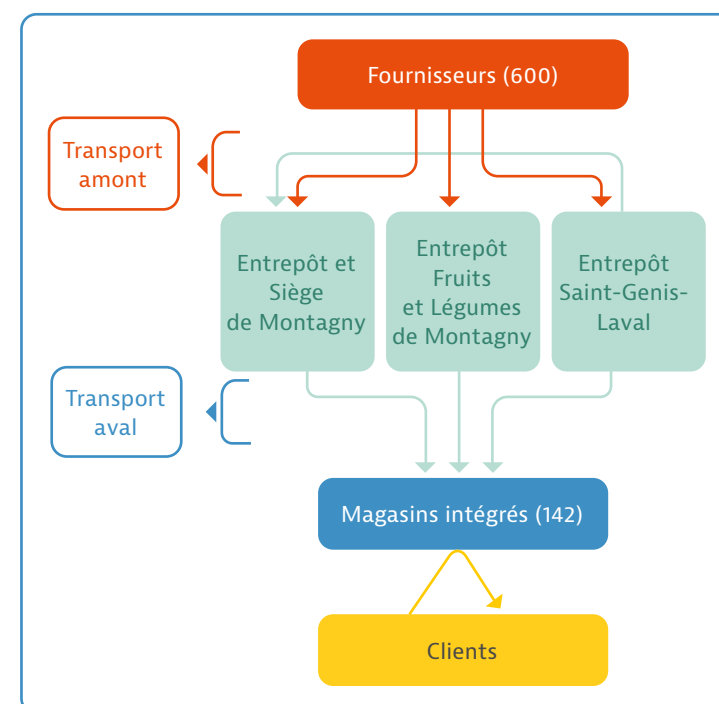
Méthodologie de calcul du bilan Carbone

La méthode suivie pour le calcul des émissions de gaz à effet de serre est le Bilan Carbone® V8.7. Le taux d'incertitude total du bilan carbone scopes 1, 2 et 3 est de 24%, les incertitudes sur nos produits s'élèvent à 33%.

Périmètre du bilan carbone

Le périmètre de l'étude comprend presque toutes les étapes du cycle de vie d'un produit comme en témoigne le diagramme des flux ci-dessous. Les données exclues du périmètre sont :

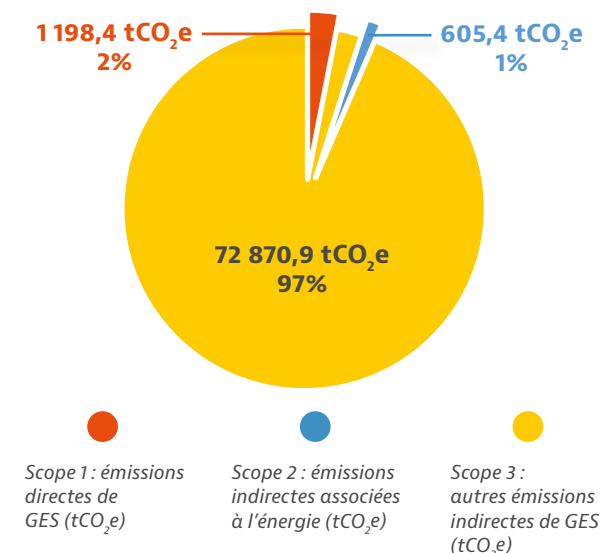
- L'offre locale.
- Les consommations énergétiques et les amortissements de la fabrication des bâtiments de nos magasins franchisés.
- Les déplacements des clients de nos magasins franchisés.



*tCO₂e : Tonnes de dioxyde de carbone équivalentes.

ENGAGEMENT 7

Emissions des gaz à effet de serre : scopes 1, 2 et 3



Résultats bilan carbone scopes 1, 2 et 3

Les scopes 1, 2 et 3 permettent de comptabiliser l'ensemble des émissions de GES lié à la chaîne de valeur d'une entreprise. En 2022, pour la première fois, La Vie Claire, intègre le scope 3 dans son bilan carbone.

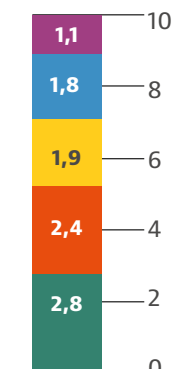
- Le scope 1** comptabilise les émissions directes de GES. Par exemple, les fluides frigorigènes, la combustion de gaz pour le chauffage de notre entrepôt et le carburant des véhicules de l'entreprise. Nous avons réduit de 14% nos émissions de GES, scope 1, par rapport à notre bilan carbone de 2016.
- Le scope 2** représente toutes les émissions indirectes provenant de la consommation d'énergie.
- Le scope 3** concerne toutes les autres émissions indirectes de GES. C'est notamment le cas des émissions liées au cycle de vie de nos produits (70% du scope 3), des déchets, du transport de marchandises, jusqu'aux déplacements de nos collaborateurs et de nos clients.

Les résultats de notre bilan carbone 2022 nous permettent de conclure que nos émissions de gaz à effet de serre sont de **74 674,7 tCO₂e**.

Empreinte carbone moyenne d'une personne /an en France

A titre de référence, l'empreinte carbone moyenne d'une personne par an en France, est d'environ 10 tonnes de CO₂e/personne/an réparties de la façon suivante :

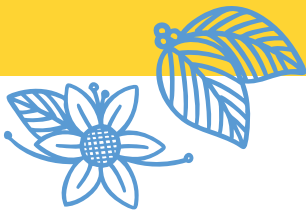
- Services publics
- Alimentation
- Consommation
- Logement
- Transport



NOS PARTIES PRENANTES

Le tableau suivant recense les parties prenantes prioritaires avec lesquelles La Vie Claire entretient des relations régulières. Pour chaque catégorie de parties prenantes, sont listées les modalités mises en œuvre pour les informer, dialoguer avec elles ou les consulter, ou encore les accords, partenariats ou collaborations établis avec certaines d’entre elles.

	NOS PARTIES PRENANTES	INFORMATION / COMMUNICATION	DIALOGUE / CONSULTATION	ACCORDS / PARTENARIATS / COLLABORATION
AU SEIN DE L'ENTREPRISE	Collaborateurs CSE	Outils de communication interne (mails, affichages, brochures et rapports), réunion d'information des collaborateurs sur bilan et perspectives	Dialogue avec les salariés, les représentants des salariés : réunion CSE mensuelle, réunion d'information aux collaborateurs Séminaires avec les responsables de magasins : 2 fois par an Groupes de travail inter-service	Accords avec les représentants des salariés : • Participation • Intéressement • Plan d'action contrats génération • Accord télétravail
	Directoire/Comité de Direction		Réunion CODIR : tous les mois Échanges CODIR : tous les mois Réunion Directoire : tous les mois	
	Comité RSE		Réunion Comité RSE : 4 fois par an	
	Actionnaires	Assemblée générale annuelle - Résultats annuels rapport de gestion	Conseil de surveillance trimestriel, Assemblée Générale	
AU SEIN DE LA CHAÎNE DE VALEUR	Magasins Franchisés	Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF), note hebdomadaire, portail (intranet)	Dialogue avec les animateurs du réseau (visite mensuelle) Réunion annuelle Commissions de travail (informatique, communication...)	Contrat de Franchise
	Fournisseurs partenaires	Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF), livret de marque	Audits, questionnaires fournisseurs, négociations annuelles, rendez-vous intermédiaires en cours d'année	Cahiers des charges La Vie Claire et charte achats responsables, contrat cadre commercial
	Consommateurs	Outils de communication : programme fidélité, réseaux sociaux, site internet, affichages, brochures, emballages produits, médias	Service consommateurs, Baromètre de notoriété (étude)	Conseil dans nos magasins par les collaborateurs formés Études des habitudes de nos consommateurs
PRESTATAIRES ET SOUS-TRAITANTS		Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF), site internet	Bilan annuel-rencontre à minima 1 fois par an Procédure d'évaluation des fournisseurs	Contrat
DOMAINE ÉCONOMIQUE	Banques	Résultats annuels, rapport de gestion, perspectives d'évolution lors des rendez-vous périodiques	Réunions périodiques pour revoir nos engagements financiers	Contrats prêts financements et trésorerie Contrat solution monétique (encaissement CB / espèces / chèques)
POUVOIRS PUBLICS ET MEDIAS	Organismes officiels (DGCCRF...)	Site internet - Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF)	Réunions spécifiques et entretiens individuels sur sollicitations	
	Médias (presse, TV, réseaux sociaux)	Communiqué et/ou dossier de presse – une fois par an a minima. Site internet, événements spécifiques	Conférence de presse sur sollicitation, communiqués de presse	
DOMAINE SOCIAL	Inspection et médecine du travail	Site internet - Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF)	Réunions spécifiques et entretiens individuels sur sollicitations	
	Associations	Site internet - Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF)	Bilan annuel sur les dons	Entreprise des Possibles
	Écoles	Interventions auprès des écoles à proximité du siège	Accueil de stagiaires et personnes en contrat d'apprentissage	Membre du Conseil d'Administration de Terra Isara
SYNDICATS, ONG ET ORGANISMES DE CERTIFICATION		Participation aux travaux et groupes de travail d'organisations professionnelles		La Vie Claire est adhérent au Synabio, membre de la Fédération Française de la Franchise, Synadis, Cosmébio, AFDIAG, Demeter
		Audits annuels par des organismes tiers indépendants		
		Site internet - Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF)	Réponses aux sollicitations, rencontres avec des ONG	
COMMUNAUTÉS LOCALES		Brochures et Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF), site Internet - Événements spécifiques	Dialogue avec des communautés locales – sur sollicitation	



Cadre réglementaire

Le rapport RSE (dit «reporting RSE») a laissé place depuis le 1^{er} août 2017, à la déclaration de performance extra-financière (communément appelée «reporting extra-financier»). La directive européenne n° 2014/95/UE est en effet transposée par une ordonnance du 19 juillet 2017. Cette transposition est effective sur les exercices ouverts à compter du 1^{er} août 2017, en vertu d’une ordonnance publiée au Journal officiel du 21 juillet et prise en application de la loi Égalité et citoyenneté du 27 janvier 2017 (v. l’actualité n° 17255 du 31 janvier 2017). La déclaration de performance extra-financière doit comprendre selon l’article L.225-102-1 du Code de commerce, les informations concernant la manière dont la société prend en compte les conséquences sociales, environnementales et sociétales de son activité.

Le contrôle des informations extra-financières

Les informations figurant dans le reporting extra-financier font l’objet d’une vérification par un organisme tiers indépendant, selon des modalités précises. L’organisme tiers indépendant mentionné au paragraphe V de l’article L. 225-102-1 est désigné, par la Présidente, pour une durée qui ne peut excéder six exercices, parmi les organismes accrédités à cet effet par le Comité français d’accréditation (COFRAC) ou par tout autre organisme d’accréditation signataire de l’accord de reconnaissance multilatéral établi par la coordination européenne des organismes d’accréditation. Cette vérification par l’OTI donne lieu à un avis qui est transmis aux actionnaires en même temps que le rapport de gestion.

Note méthodologique

Les informations sociales proviennent du bilan social et des informations consolidées par le service des ressources humaines de La Vie Claire. Elles correspondent aux données de nos sièges sociaux de Montagny et de Grigny et de nos magasins intégrés. Les informations environnementales proviennent d’un suivi régulier dans le cadre de la double certification BBC et HQE et du bilan de gaz à effet de serre réalisé en 2021, de bonnes pratiques environnementales, et d’une remontée d’informations annuelle qui a eu lieu spécialement pour la rédaction de ce document. Les consommations électriques concernent uniquement nos sièges sociaux, notre principal entrepôt et nos magasins intégrés. Les informations sociétales proviennent d’un suivi régulier dans le cadre de la labellisation Bioentreprisedurable® ou ont été collectées pour le reporting extra-financier. Les actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l’engagement dans les réserves ne sont pas applicables dans notre modèle d’affaires.

SYNTHÈSE DES INDICATEURS DE LA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

PILIER	ENGAGEMENTS	LIBELLÉS	2022	2023
DES MAGASINS RESPONSABLES	Des vendeurs experts	Nombre de magasins La Vie Claire	387	340
		Nombre de collaborateurs en magasin ayant suivi une formation en fruits et légumes	/	76
		Nombre d'heures de formation en nutrition et naturopathie dispensées aux collaborateurs en magasin	4 427 h	3575 h
		Nombre d'animations organisées en magasin	245	50
		Nombre de références à marque La Vie Claire	2114	2021
	Un ancrage local	% de nos fournisseurs de fruits et légumes basés en Auvergne-Rhône-Alpes	29%	28%
		% de notre offre locale en chiffre d'affaire	/	3,29%
UNE MARQUE ENGAGÉE	Engagée pour le goût et la santé	Nombre d'analyses réalisées dans le cadre de notre plan de contrôle	628	866
		Taux de conformité de nos analyses	/	98,6%
		Nombre de produits lancés	/	444
		Nombre de produits lancés à marque La Vie Claire	163	120
		% de produits à marque La Vie Claire scorés à l'aide du Nutri-Score	100%	100%
		Nombre de recettes identifiées à retravailler dans le fond de rayon et qui ont été retravaillées	/	32%
	Engagée éthiquement	% de fournisseurs français	87,7%	87,3%
		Nombre de fournisseurs dont le partenariat avec La Vie Claire date de plus de 10 ans	46%	45%
	Engagée pour l'environnement	% de nos emballages recyclables en poids	93% (*réalisé sur 83% des produits à marque La Vie Claire)	93% (*réalisé sur 79% des produits à marque La Vie Claire)
		% de nos emballages recyclables en unité d'emballage	58% (*réalisé sur 83% des produits à marque La Vie Claire)	60% (*réalisé sur 79% des produits à marque La Vie Claire)
		Nombre de références dont le poids d'emballage a été réduit	/	9
		Poids d'emballage plastique réduit (en considérant les UVC vendues sur les 12 dernières mois avant la réduction)	/	2,2 t de plastique sur 9 références
		% de nos fruits et légumes qui sont conditionnés dans un emballage en plastique	/	0,53%
		Nombre de magasins La Vie Claire points de collecte pour le réemploi des emballages	/	66
		UNE ENTREPRISE ENGAGÉE	Une mission commune	Nouveaux collaborateurs
Nombre d'heures totales de formation pour tous nos collaborateurs	15 008 h			11 664 h
Nombre de contrats d'apprentissage ou professionnalisation	40			40
Index de l'égalité professionnelle	94/100			94/100
% de femmes parmi nos effectifs	61%			61%
Nombre de projets récomposés par le fonds de dotation	3			4
Un impact sur l'environnement mesuré	Nombre de panier anti-gaspi vendus dans nos magasins		75 464	24 678
	Poids de dons issus de notre entrepôt logistique et distribués à différentes associations	439,8 t	179,8 t	



LA VIE CLAIRE

Société Anonyme

111 avenue Marcelin Berthelot
69520 GRIGNY

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de la déclaration de performance extra-financière

Exercice clos le 31 décembre 2023

LA VIE CLAIRE

Société Anonyme

111 avenue Marcelin Berthelot
69520 GRIGNY

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de la déclaration de performance extra-financière

Exercice clos le 31 décembre 2023

A l'Assemblée Générale des actionnaires,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société LA VIE CLAIRE (ci-après « entité »), désigné organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC sous le numéro n°3-1886 (portée disponible sur www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2023 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentées dans le rapport de gestion en application des dispositions légales et réglementaires des articles L.225-102-1, R.225-105 et R.225-105-1 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la Déclaration est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

6 place de la Pyramide - 92908 Paris-La Défense Cedex - France
Téléphone : + 33 (0) 1 40 88 28 00

Société par actions simplifiée au capital de 2 188 160 €
Société d'Expertise Comptable inscrite au Tableau de l'Ordre d'Auvergne-Rhône-Alpes
Société de Commissariat aux Comptes inscrite à la Compagnie Régionale de Versailles et du Centre
572 028 041 RCS Nanterre
TVA : FR 02 572 028 041

Une entité du réseau Deloitte

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A.225-3 du code de commerce, nous formulons les commentaires suivants : le calcul de certains indicateurs de performance présentés en note méthodologique repose sur des périmètres qui peuvent varier selon les indicateurs de performance, notamment en ce qui concerne les magasins franchisés.

Préparation de la Déclaration

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur le site internet ou sur demande au siège de l'entité.

Limites inhérentes à la préparation des informations

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Directoire :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance ;
- de préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie par le directoire.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R.225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R.225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables,
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A.225 1 et suivants du code de commerce, à notre programme de vérification constitué de nos procédures propres et à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes, *Intervention du commissaire aux comptes - Intervention de l'OTI - Déclaration de performance extra-financière*, tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)¹.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L.821-28 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes relative à cette intervention.

¹ ISAE 3000 (révisée) - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de trois personnes et se sont déroulés entre mars et avril 2024 sur une durée totale d'intervention de quatre semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené des entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- Nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation, de l'exposé des principaux risques.
- Nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur.
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L.225-102-1 en matière sociale et environnementale et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^{ème} alinéa du III de l'article L.225-102-1 du code de commerce.
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques.

- Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :

- apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés ; et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes². Pour ces informations nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités.
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L.233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration.
- Nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations.
- Pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants³, nous avons mis en œuvre :
- des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices⁴ et couvrent entre 41% et 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests.
- Nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

² Existence de démarches formalisées concernant les aspects suivants abordés dans la Déclaration : label Bio entreprise durable, certification Qualiopi, charte santé & sécurité au travail, Offre locale.

³ Informations quantitatives sélectionnées : consommation d'électricité siège et entrepôt principal, consommation d'électricité MP, consommation de gaz siège et entrepôt principal, énergie produite par des panneaux photovoltaïques, poids des déchets méthanisés (génération de biogaz), émissions de GES, nombre de collaborateurs au 31/12, pourcentage de femmes parmi les effectifs, nombre d'accidents de travail, nombre total d'heures de formation, part des fournisseurs partenaires français.

⁴ Entités sélectionnées pour les tests de détail : Siège, entrepôts, magasins propres.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Lyon, le 31 mai 2024

Le commissaire aux comptes,

DELOITTE & ASSOCIES



Vanessa GIRARDET
Associée



Guido CARATI
Directeur





La Vie Claire
LA BIO CLAIREMENT ENGAGÉE

Retrouvez nos engagements sur
www.lavieclaire.com



LE TRI
+ FACILE



Ce document est imprimé sur du papier
issu de forêts gérées durablement avec des
encres à base végétale par un imprimeur
certifié Imprim'Vert



111 avenue Marcelin Berthelot - 69520 GRIGNY
04 72 67 80 08
www.lavieclaire.com

LA VIE CLAIRE RCS LYON B 632 000 014