

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 s'inscrit dans une démarche résolument tournée vers un avenir durable, harmonieux et respectueux du vivant, grâce à son engagement en faveur de l'agriculture biologique. Ce modèle, unique par sa capacité à concilier durabilité et responsabilité, est selon nous la seule voie pour relever les nombreux défis auxquels le monde est confronté aujourd'hui. C'est ensemble que nous devons agir pour façonner notre avenir, et cet avenir sera bio !

Le monde traverse une période marquée par des crises successives et profondes. Aux enjeux géopolitiques et économiques qui s'intensifient s'ajoutent les effets du changement climatique, de plus en plus visibles. Parallèlement, nos agriculteurs rencontrent des difficultés croissantes, la fertilité des sols s'érode et la biodiversité, richesse des écosystèmes, continue de décliner à un rythme alarmant. Face à ces constats, nous restons plus déterminés que jamais à agir pour demain.

Choisir de vivre et de produire bio, c'est opter pour un mode de fonctionnement qui met au centre la recherche du bien commun pour préserver nos générations futures.

En cohérence avec cette ambition, La Vie Claire est engagée dans une démarche RSE historique, avec l'obtention de son premier label RSE Bioentreprisedurable® en 2016, étape marquante dans notre engagement en matière de responsabilité sociétale. Ce label, pionnier dans notre secteur, témoigne de notre volonté d'intégrer des pratiques éthiques et durables dans l'ensemble de nos activités.

Aujourd'hui, avec l'entrée en vigueur de la directive européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), qui impose des normes de reporting encore plus exigeantes aux entreprises, nous redoublons d'efforts pour progresser. Cette réglementation, bien qu'ambitieuse, s'aligne avec nos propres objectifs : renforcer la transparence et garantir que toutes nos actions contribuent à un avenir durable.

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. 29
Découvrez comment La Vie Claire oeuvre au quotidien pour développer une offre respectueuse de l'environnement et pour préserver la planète.

UNE ENTREPRISE ENGAGÉE

ENGAGEMENT 6

Une mission commune p. 33
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. 38
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.

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.

2020

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

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®** du 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.**

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.**

2024

- **Siège social et entrepôt à Grigny-sur-Rhône certifiés HQE en réalisation**
- Travail sur la **labellisation BioED pour la distribution**
- Travail sur la **CSRD**
- Début du déploiement du **réemploi** dans nos magasins.



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 **331 millions d'euros** de chiffres d'affaires réseaux TTC en 2024, en hausse de 2% à périmètre total par rapport à 2023 (et en hausse de 7,8% à périmètre constant) et un marché bio qui progresse de 5,3%*. Si la société est détenue à **85,33%** par la famille Pelen, ses collaborateurs et sa direction en détiennent **7,55%**. 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 poursuivons 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 s'inscrire dans une dynamique de croissance 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 Bio Linéaires, Janvier 2025

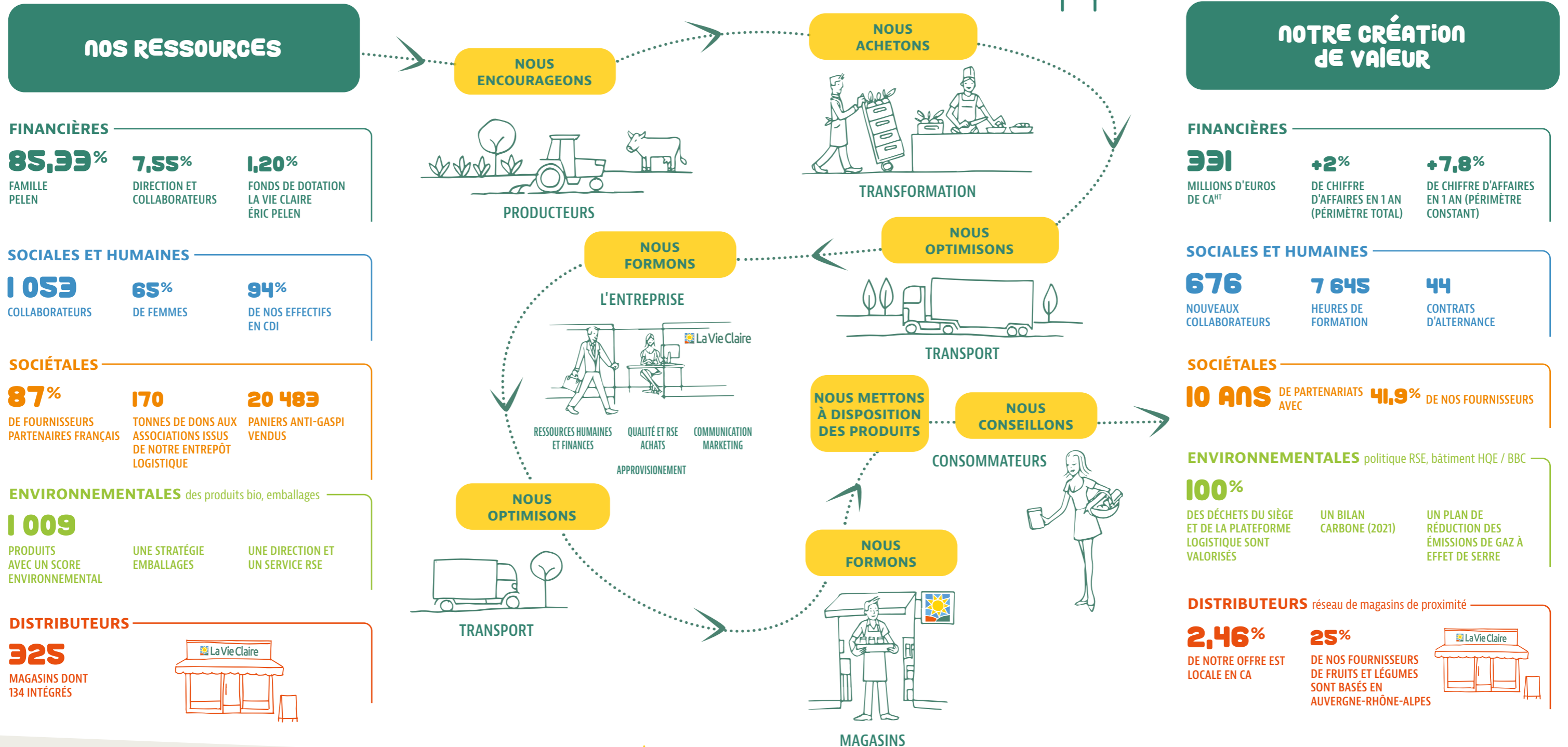
LA SANTÉ AU COEUR D'UN PROJET

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.

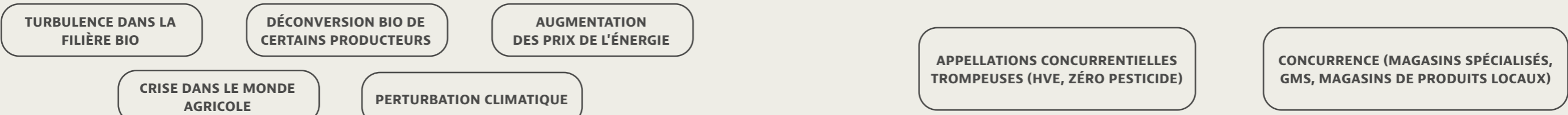
C'est ainsi qu'il donna naissance à la revue La Vie Claire, une revue pour ceux qui aspirent à « penser clair, voir clair, agir clair et vouloir vivre clair ». Ces convictions sont toujours rattachées à La Vie Claire, qui entend rendre accessible au plus grand nombre une alimentation bio saine et respectueuse 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 2024 DE LA DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE BIO



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 **1 053 collaborateurs** au 31 décembre 2024, soit **838 équivalents temps plein** comprenant dans l'ensemble **65% de femmes**. Parce que nous nous engageons sur le long terme avec eux, **94% de nos effectifs sont en CDI** et ce sont **7 645 heures de formation** qui ont été réalisées en 2024.



Des fournisseurs et des partenaires...

L'ancrage de La Vie Claire est marqué par **87% de fournisseurs partenaires français** et des partenariats à long terme : **41,9% 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 **325 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

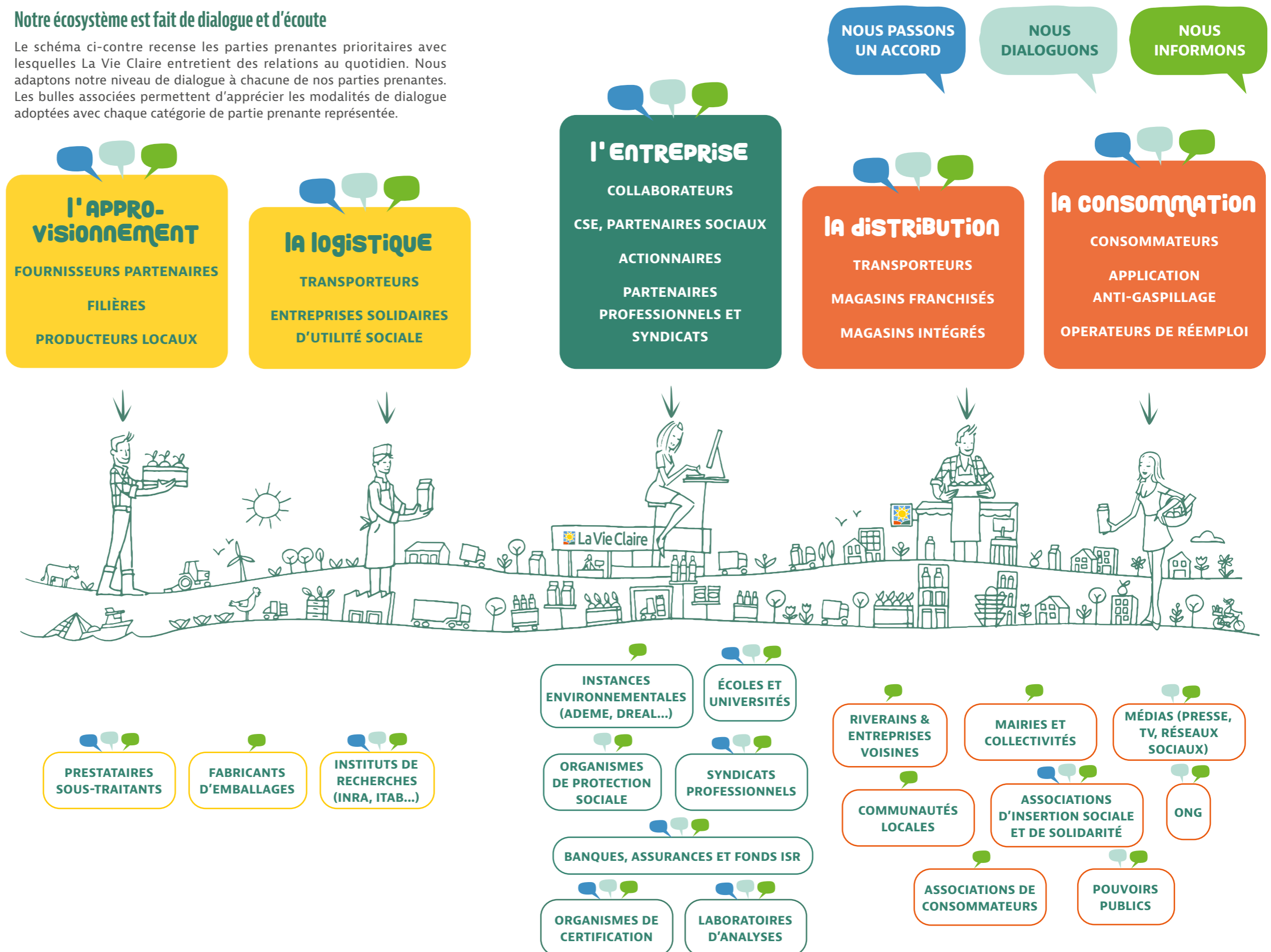
Au quotidien, ces échanges se poursuivent avec notre actionnaire majoritaire et les institutions financières avec lesquelles nous collaborons. Notre philosophie nous a d'ailleurs poussés à proposer à nos collaborateurs un contrat de participation dont les placements ont été transférés sur des fonds responsables (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.

** La Vie Claire est présidente 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. Le comité RSE, constitué de représentants des services, se réunit quatre fois par an autour de thématiques spécifiques dans un format d'échange. L'objectif est de partager nos enjeux RSE, faire des retours d'expériences 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 technique 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 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.

Nous avons entrepris un travail sur le label BioED afin de l'adapter aux réseaux de distribution. En lien avec le SYNADIS BIO, le SYNABIO et les distributeurs et magasins bio, une grille d'audit spécifique aux magasins a été construite en 2024.



L'objectif de cette labellisation est d'infuser notre démarche RSE dans tous nos magasins et auprès de tous nos consommateurs. Cette labellisation pour les points de vente se poursuivra en 2025.

Au coeur 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 325 magasins, 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 mettre en oeuvre une politique de réduction des emballages.

UNE ENTREPRISE ENGAGÉEp. 32

Parce que nous considérons nos collaborateurs avec tout autant d'attention que nos partenaires et consommateurs, nous oeuvrons 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 de 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

325

magasins (134 magasins intégrés et 191 magasins franchisés)

65

collaborateurs de nos magasins ont suivi une formation en gestion et merchandising des fruits et légumes soit 455 heures

3 055

heures de formation en nutrition et naturopathie pour nos vendeurs conseillers soit 203 collaborateurs magasin formés

161

animations organisées en 2024 dans nos magasins



La pédagogie au cœur de notre vision

Pour rester au plus près de nos consommateurs dans nos **325 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 **207 771 abonnés** et notre compte Instagram plus de **87 656 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 2024. Nous sensibilisons également à l'upcycling, au recyclage ou encore au zéro déchet.

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.



ENGAGEMENT 1



Stop au papier

Notre engagement pour la réduction du papier continue. Cette année, La Vie Claire a choisi de dématérialiser ses chèques déjeuner, un gain papier mais aussi organisationnel car les chèques déjeuner étaient envoyés par la poste.

Depuis 2022, nous avons mis en oeuvre de nombreuses mesures pour réduire notre mise sur le marché de papier. Nous avons, entre autres, cessé d'envoyer des prospectus papier, notre tract promotionnel est désormais disponible exclusivement en ligne et nous avons développé des supports de communication génériques et réutilisables pour nos temps-forts commerciaux.

En 2023, nous constatons une baisse de 75% de notre utilisation globale de papier par rapport à 2019. Sur 2024, nous avons encore réussi à réduire nos productions de papier de **61%** par rapport à 2023, et de **90%** par rapport à 2019. Ces progrès 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 2025, cet engagement se poursuivra !

2031

références à marque La Vie Claire, dont 94 produits saisonniers

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.



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 ANCRAGE LOCAL



ENGAGEMENT 2

25%

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

2,46%

de notre offre est locale en chiffre d'affaires



Des partenaires locaux proches de nos points de vente

Parce que le lien entre le consommateur et le producteur français local 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 locaux et la constitution d'une offre locale en adéquation avec les besoins des consommateurs locaux.

La Vie Claire a choisi de redéfinir son offre locale pour plus de proximité avec ses producteurs et plus de sens dans ses choix. Un cahier des charges commun à l'ensemble des producteurs locaux a été défini. Nos partenaires locaux doivent désormais se situer dans un rayon de 100 km autour du magasin, dans l'objectif d'avoir un réel ancrage territorial.

Les produits doivent être issus de PME. La production et la transformation doivent être locales. Les produits doivent être exclusivement distribués sur le réseau bio et livrés en direct aux magasins. Leur composition doit se rapprocher le plus possible du cahier des charges La Vie Claire (liste d'ingrédients courtes, sans additif, origine France privilégiée...).

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. Nous avons choisi de transférer certains produits tels que la pâte à tartiner, les bières, les saucissons et les savons, proposés par des producteurs locaux, vers notre plateforme logistique afin de proposer cette offre à l'ensemble de nos magasins. Nous contribuons ainsi à la croissance de nos partenaires locaux.

Des équipes actives dans les régions

Nos magasins font vivre leurs engagements en s'investissant au sein d'événements sur leurs territoires. 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. 29
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

850

analyses réalisées en 2024 dans le cadre de notre plan de contrôle

98,5%

est le taux de conformité de nos analyses



662

produits lancés en 2024, dont

275

à marque La Vie Claire

100%

ENGAGEMENT

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

49,7%

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

*sur les 744 produits analysés dans le fond de rayon en 2023/2024.

Sécurité des aliments, qualité des produits 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 vise à contrôler que nos produits respectent la réglementation, notre cahier des charges La Vie Claire et les allégations mentionnées sur nos packagings.

En 2024, nous poursuivons notre partenariat avec notre 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 ou les allégations en vitamines ou minéraux.

En cas de dépassement des seuils réglementaires ou fixés dans notre cahier des charges, nous nous engageons à mettre en oeuvre 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 la moitié d'analyses en pesticides. En 2024, aucune alerte réglementaire n'a été constatée sur ces analyses, démontrant ainsi le respect des bonnes pratiques par nos fabricants. En 2024, le taux de conformité global de nos analyses est de **98,5%**. Le taux analytique 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 a été intégralement révisé.

Notre objectif en 2024 : déployer ce cahier des charges pour partager nos engagements sur les produits à nos fournisseurs. Ces engagements s'articulent autour de 3 axes :

- **Le goût** qui reste au coeur 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 oeuvre 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 utilisons pour nous améliorer.

En 2024, ce sont plus de **48%** de nos fournisseurs qui ont signé notre nouveau cahier des charges et qui partagent nos engagements.



Un cahier des charges renforcé sur nos miels

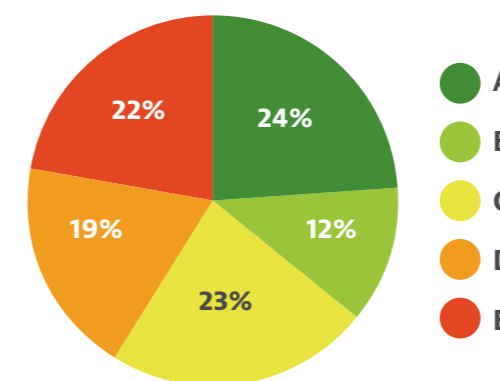
Chez La Vie Claire, nous appliquons une démarche rigoureuse de contrôle sur nos miels afin de garantir leur conformité. Chaque lot de miel est soumis à des analyses libératoires : elles visent à contrôler la réglementation biologique, la conformité de l'origine et de la dénomination (par exemple : miel de lavande d'origine France), l'absence d'adultération ainsi que l'intégrité des caractéristiques du produit, notamment en s'assurant qu'il n'a pas été dégradé par un surchauffage.

Ce n'est qu'après validation des résultats de ces analyses que les miels peuvent être libérés et mis en rayon dans nos magasins.

En complément, nous réalisons également des contrôles aléatoires sur les pots de miel en magasin, en vérifiant les mêmes critères.

Par ailleurs, nous privilégions l'origine France pour nos miels et, à défaut, les pays de l'Union européenne. Les origines sont uniques : aucun mélange de miels de plusieurs origines n'est réalisé dans un même pot. Enfin, nous n'importons aucun miel en provenance de pays situés hors de l'Union Européenne.

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



Une offre La Vie Claire plus naturelle, pour une consommation plus responsable

Nous sommes engagés pour donner à chacun le goût de mieux consommer afin de prendre soin des Hommes et de la terre. C'est dans ce cadre que nous entreprenons une transformation en profondeur de nos produits, pour les rendre plus sains et plus naturels.

Des recettes plus simples et naturelles

En 2024, nous avons travaillé sur la réduction de la teneur en sucres de nos yaourts laitiers fruités. Nous avons ainsi défini une fourchette cible sur la teneur en sucres, un objectif que nous maintiendrons en 2025 pour la rénovation de nos desserts végétaux fermentés.

Dans cette démarche d'amélioration continue, nous avons également simplifié certaines de nos recettes pour offrir des produits plus naturels, simples et savoureux. Pour cela, nous nous appuyons sur le cahier des charges Goûm, qui nous guide dans l'identification des améliorations les plus pertinentes. Concrètement, en 2024, cela s'est traduit par :



- La suppression du sirop de riz dans la crème de marron de notre yaourt brebis-châtaigne.
- Le remplacement de l'arôme de vanille par de l'extrait naturel de vanille dans notre dessert au soja et notre yaourt brebis à la vanille.
- Le retrait de la lécithine de tournesol et de la farine de graine de caroube dans nos desserts coco-cacao et caramel.
- La révision complète des recettes de notre charcuterie italienne pour proposer des produits plus naturels et savoureux.
- La simplification des recettes de nos cordons bleus et nuggets, en privilégiant des ingrédients moins transformés pour un goût plus authentique.

Par ailleurs, nous avons poursuivi la suppression des nitrites dans nos charcuteries. En 2024, cela s'est concrétisé par la rénovation de notre viande des Grisons, d'une grande partie de notre charcuterie italienne et le lancement de deux saucissons sans nitrites.



ENGAGEMENT 3



Une offre de soupes repensée pour plus de naturalité et de goût

Nous avons également mené en 2024 un important retravail de notre gamme de soupes en brique et en verre. Nous renforçons la qualité, en proposant des produits plus sains et plus savoureux. Nous avons privilégié des compositions simples, sans sucres ajoutés, tout en augmentant la quantité de légumes pour plus de saveurs et de bienfaits nutritionnels. Dans notre volonté de valoriser l'agriculture française, les légumes utilisés dans ces soupes sont 100% français.



Une gamme de chocolats entièrement revue

En 2023, la gamme des tablettes de chocolat a été retravaillée. Cette gamme totalement revue a vu le jour en 2024 et se décline sous différentes chartes pour une expérience magasin réussie. Elle se compose de 2 chocolats PATISSIERS, idéals pour les adeptes de pâtisserie, 4 chocolats noirs ORIGINE, offrant une richesse de saveurs pour les grands amateurs de cacao, et 7 chocolats QUOTIDIENS, pensés pour le plaisir de tous. Nous proposons également 9 chocolats INCLUSIONS, qui intègrent des ingrédients variés pour une expérience sensorielle unique, ainsi qu'un chocolat GOURMAND pour les pauses plaisir. D'autres références viendront enrichir cette offre au cours de l'année 2025. Cette nouvelle gamme reflète notre volonté d'allier plaisir, qualité des produits en proposant des chocolats toujours sans lécithine. Côté environnement, nous privilégions l'aluminium recyclable plutôt qu'un plastique non recyclable.

Notre offre de jus fait peau neuve

En 2024, la gamme verre de nos jus est intégralement retravaillée :



- Les formats de bouteille verre sont uniformisés et les étiquetages modernisés, pour rendre l'offre plus lisible pour nos consommateurs.
- Pour les jus multifruits, les recettes sont challengées afin d'abaisser la teneur en sucres.
- L'origine France est privilégiée. Dans ce cadre, 2 innovations sont lancées : le jus de clémentine de Corse et le jus de pamplemousse de Corse.

ENGAGEMENT 4

ENGAGÉE ÉTHIQUEMENT

87%

de fournisseurs français

41,9%

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



Un dialogue et des rencontres avec nos partenaires

Un partenaire pour nos miels

En 2024, nous avons eu l'opportunité de rencontrer l'un de nos fournisseurs de miel, NATURALIM, certifié IFS, une certification garantissant la qualité et la sécurité des produits. Cette visite a été un moment clé pour renforcer notre partenariat et mieux comprendre les processus qui assurent l'excellence de leur production. Lors de cette rencontre, notre fournisseur nous a exposé son expertise analytique, notamment grâce à la visite de son laboratoire interne, permettant un contrôle rigoureux de la qualité et de l'authenticité de nos miels.

Nous avons également pu échanger avec l'un de nos apiculteurs, ce qui nous a permis d'appréhender de manière concrète l'expertise amont liée à la production du miel et le respect des conditions de vie des abeilles. Cette démarche s'inscrit dans notre volonté de garantir à nos consommateurs des produits de qualité tout en soutenant des pratiques agricoles durables et responsables.

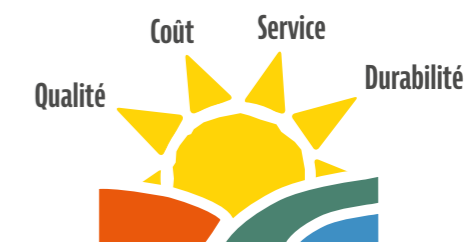


Un partenaire pour nos conserves de tomate

En 2024, nous avons visité le site de production de notre fournisseur de sauces tomate LOUIS MARTIN, acteur historique de la transformation de la tomate en France. Cette entreprise, qui bénéficie d'un ancrage territorial fort, travaille depuis longtemps avec les producteurs locaux. Notre visite nous a permis d'observer les équipements dédiés à la transformation des tomates fraîches durant la période estivale.

Cette transformation, déterminante dans le processus de production, permet l'utilisation de la pulpe de tomate dans les recettes tout au long de l'année. Nous avons également assisté aux différentes phases du processus de transformation, dont la rigueur des contrôles garantit des produits d'une qualité optimale, à la fois sur le plan organoleptique et sur le plan sanitaire. L'audit mené a permis de confirmer que l'entreprise possède un véritable savoir-faire dans son domaine d'activité, et un ancrage territorial, valeurs fortes chez La Vie Claire.

Achats responsables chez La Vie Claire



Un soutien permanent pour garantir le respect de la qualité

La Vie Claire privilégie 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.

Le bien-être animal au coeur 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 qui composent les aliments de ces volailles sont cultivées en France et sont issues 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. Ces espaces arborés permettent aux volailles de s'abriter et d'exprimer leurs comportements naturels : gratter, s'ébrouer, se percher... Ils favorisent également la biodiversité en offrant refuge et repas aux insectes pollinisateurs comme les abeilles.

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 courette extérieure. Ils sont nourris avec des céréales 100% issues de l'agriculture biologique et provenant des exploitations des éleveurs ou de leur coopérative.

Des produits soin-santé-beauté toujours plus vertueux

Nous considérons que 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 cosmétique. 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 perturbateurs endocriniens.

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.



ENGAGEMENT 4

Nos savons saponifiés à froid

Les savons sont fabriqués à la main en Haute-Savoie. La méthode de saponification à froid est utilisée pour préserver les qualités hydratantes exceptionnelles de la glycérine naturelle. Ce processus artisanal permet de conserver les propriétés bénéfiques des huiles essentielles et des ingrédients naturels utilisés. En 2024, nous lançons 4 savons saponifiés à froid.



Notre liquide vaisselle à la pomme

Notre liquide vaisselle à l'hydrolat de pommes françaises est une innovation respectueuse de l'environnement et efficace pour le quotidien. Formulé avec des tensioactifs issus de coproduits agricoles, ce produit allie performance et durabilité.

Nos tensioactifs sont dérivés de coproduits agricoles, des résidus de cultures qui, au lieu d'être gaspillés, sont valorisés pour créer des agents nettoyants puissants et respectueux de l'environnement. En utilisant ces ressources renouvelables, nous réduisons notre empreinte carbone et contribuons à une économie circulaire.



Notre gamme de produits de la ruche

Nous avons retravaillé notre gamme de produits de la ruche afin de proposer des listes d'ingrédients courtes, des formules efficaces composées d'actifs français et sans sucres ajoutés. Une gamme complète pour passer un hiver en toute tranquillité !

La gelée royale française La Vie Claire est fraîche (non congelée) pour conserver ses qualités nutritionnelles. Elle est récoltée en France auprès de producteurs français engagés : valorisation de leur savoir-faire unique et authentique ainsi que respect d'une charte qualité respectueuse de la santé des abeilles et de leur environnement. Sa boîte en bois de tilleul est issue de forêts gérées durablement (labellisé PEFC) du massif du Jura.

Le sirop, les gommages et les 2 sprays pour la gorge La Vie Claire ont pour base commune de la propolis française. Cette propolis a fait l'objet d'une longue macération pour une concentration maximale en principes actifs. Le spray action rapide contient également du thym français. Ces produits sont fabriqués par notre partenaire qui soutient la filière apicole.

ENGAGÉE POUR L'ENVIRONNEMENT

ENGAGEMENT 5



95%

de nos emballages sont recyclables en poids*

64%

de nos emballages sont recyclables en unité d'emballage*

26

références dont le poids de l'emballage a été réduit

*Réalisé sur 87% des produits de la marque La Vie Claire mis sur le marché en 2024.

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 réglementaires français 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

Plastique

L'exemple de nos sachets d'épices

Pour nos références d'épices et aromates contenus dans des formats de pot plastique de 230mL et 500mL, nous avons décidé de remplacer progressivement ces pots transparents par des sachets papier/plastique. Nous avons pris le risque que le consommateur ne voit plus le produit mais nous priorisons le gain plastique. Sur les trois premières références à avoir changé d'emballage : curcuma, herbes de Provence et curry, nous évitons déjà 1,5 tonnes de plastique par an.



L'exemple des pots de yaourts grand format

Nous avons supprimé le couvercle de 5 références de yaourt grands formats, un gain plastique de 690 kg. Nos consommateurs trouvent dans nos rayons une alternative en optant pour des couvercles réutilisables.

L'exemple de nos fruits et légumes

Nous visons également le 0 plastique pour nos fruits et légumes n'ayant subi aucune transformation. Sur l'année 2024, ce sont **0,58%** 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.



L'exemple de nos briques de lait

Un bouchon sur une brique de lait, est-ce vraiment utile ? Le lait est un produit du quotidien, consommé rapidement, et qui a sa place dans la porte du réfrigérateur alors nous faisons le choix d'éliminer le bouchon sur toutes nos références de briques de lait. Une brique de lait entier sans bouchon a également fait son apparition



7 **0,58%**

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

76

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

*Estimation des gains plastique en tenant compte des ventes des produits La Vie Claire sur l'année civile N-1.

Carton

L'exemple de nos biscottes

Nous avons également travaillé sur nos biscottes afin de réduire l'utilisation de carton. A l'origine conditionnées dans un sachet plastique contenu dans un étui, elles sont désormais maintenues et protégées par une plaque en carton en forme de U et conditionnées dans un sachet plastique. Résultat : beaucoup moins de carton ! 3,4 tonnes, moins de déchets mais toujours aussi croustillantes !



L'exemple de nos argiles

Fini l'étui carton et le sachet plastique pour nos argiles verte et blanche, place à un doypack papier/plastique, pour une économie de plus de 380 kg de carton !



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

Le réemploi fait partie des engagements de La Vie Claire et il s'inscrit pleinement dans notre démarche de magasins responsables. Le réemploi demande au consommateur de changer ses habitudes en rapportant un emballage vide en magasin mais grâce à ce geste simple, nous réduisons nos déchets, nous réduisons notre impact environnemental, nous soutenons les producteurs locaux et l'économie circulaire.



Grâce à l'engagement de nos fournisseurs, des opérateurs de réemploi, de nos magasins et de nos consommateurs nous avons collecté **22 521 bouteilles réemployables** dans nos **76 magasins** points de collecte en 2024. Nous calculons un taux de retour moyen de 60,3%.

Accélérer le déploiement du réemploi dans nos magasins, c'est notre ambition ! Pour mieux comprendre les enjeux et renforcer notre engagement, nos équipes du réseau ont participé à une matinée d'échange enrichissante avec l'opérateur Revera.



Objectif santé et environnement

Nous maintenons notre vigilance sur l'absence d'encre minérale et de perturbateurs endocriniens dans nos emballages. Nous cherchons à éliminer tout emballage contenant du PVC ou ses dérivés. Notre film alimentaire pour l'emballage des fromages de notre service arrière est désormais sans PVC. Par ailleurs, toutes nos briques de jus et de boissons végétales possèdent un bouchon solidaire pour limiter l'abandon des bouchons dans la nature. Aussi, 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 2024, 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.

Le Planet-score : un engagement renforcé pour une alimentation plus durable

Depuis 2021, La Vie Claire s'engage à évaluer ses produits à l'aide du Planet-score, l'outil d'affichage environnemental le plus fiable et complet à ce jour. Grâce à cette démarche, nous connaissons l'impact environnemental de nos produits alimentaires et nous réaffirmons notre engagement pour une alimentation plus durable.

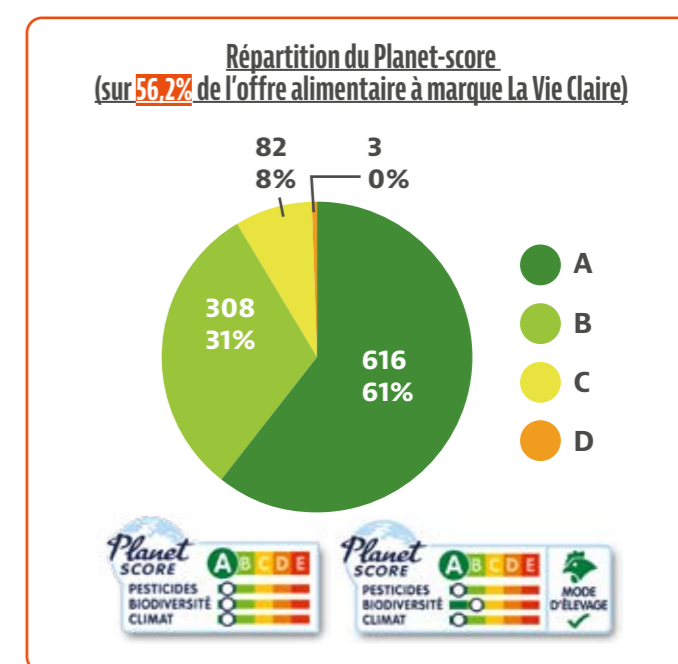
Le Planet-score repose sur quatre indicateurs visuels essentiels :

1. L'impact des pesticides.
2. La préservation de la biodiversité.
3. Les émissions de gaz à effet de serre.
4. Les modes d'élevage.

Trois de ces indicateurs sont notés de A à E, permettant une évaluation claire et transparente. Pour les produits contenant des ingrédients issus de l'élevage, un code couleur simple est utilisé : vert pour un élevage respectueux, rouge pour un élevage non satisfaisant.

En 2024, nous avons franchi une nouvelle étape avec plus de 1 000 références analysées, **soit 56,2%** de notre offre alimentaire. Les résultats sont exceptionnels : 61 % de nos produits ont obtenu la note A, 31 % la note B, et aucun produit n'a reçu de note E.

Chaque année, nous élargissons notre travail d'évaluation afin que tous nos produits à marque La Vie Claire soient analysés par le Planet-score. Les résultats obtenus nous confortent dans notre vision : si nous voulons prendre soin des Hommes et de la Terre, nous devons privilégier une alimentation bio exigeante et engagée. C'est pourquoi La Vie Claire reste mobilisée pour proposer la plus large gamme de produits biologiques du marché, avec un impact environnemental maîtrisé.



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. 33

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. 38

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

ENGAGEMENT 6

676

nouveaux collaborateurs

44

contrats d'apprentissage

7 645

heures de formation pour
tous nos collaborateurs



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.

65 collaborateurs en magasins ont reçu une formation sur la gestion et le merchandising des fruits et légumes bio. Nos formations internes sont dispensées par 16 formateurs (Responsable de Magasin ou Métier) sur les thèmes suivants:

- Fruits et légumes.
- Recrutement.
- Organisation du travail.
- Gestion du temps de travail (Kélio).

En 2024, nous avons également développé nos formations sur les produits laitiers bio : "connaissance et travail des fromages en rayon coupe". Cette dernière a été créée en partenariat avec l'école française des fromages et les stagiaires ont été formés par François ROBIN (Meilleur Ouvrier de France en 2011) et le Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (CNIEL).

La Vie Claire a son école de formation interne, La Vie Claire Académie, certifiée Qualiopi depuis 2021. En octobre 2024, nous avons passé haut la main l'audit de renouvellement de la certification Qualiopi au titre des actions de formations. Pour la 8ème année consécutive, nous avons relancé une promotion de 10 collaborateurs inscrits au titre Management des Unités Marchandes en vue d'obtenir un diplôme certifié bac +2.

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 nouveau siège de Grigny-sur-Rhône pour les employés intéressés.

Grâce à notre CSE, nous encourageons nos collaborateurs à s'inscrire dans une salle de sport en finançant une partie de l'abonnement.

Les négociations annuelles obligatoires ont abouti à l'acquisition de jours de CP supplémentaires liés à l'ancienneté, afin de fidéliser nos collaborateurs.

Un portail intranet au service de la transparence et de l'accessibilité

Il y a 18 mois, nous avons lancé Entre-Nous, notre portail intranet dédié à l'ensemble de nos collaborateurs et magasins franchisés. Son objectif ? Faciliter l'accès aux informations essentielles et renforcer la transparence au sein de l'entreprise.

Grâce à Entre-Nous, chacun peut retrouver à un seul et même endroit les actualités stratégiques, des informations sur nos produits, les recommandations merchandising, les tarifs, les ressources de communication, ainsi que les actualités de l'entreprise et des ressources humaines. Cette centralisation permet un gain de temps considérable et garantit une meilleure diffusion de l'information.

Toujours en évolution, la plateforme va continuer à s'adapter aux besoins du terrain. Nous travaillons notamment sur une expérience utilisateur encore plus fluide, avec une ergonomie optimisée et l'intégration de l'intelligence artificielle pour rendre la navigation plus intuitive.

Entre-Nous s'inscrit ainsi dans une démarche d'amélioration continue, au service de nos équipes et de nos magasins.

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.

Le Happiness Management chez La Vie Claire : cultiver le bien-être pour mieux avancer ensemble

Chez La Vie Claire, nous sommes convaincus qu'une entreprise épanouie est une entreprise qui réussit. C'est dans cette optique que le Happiness Management joue un vrai rôle dans notre culture d'entreprise. Plus qu'un simple vecteur de bien-être, il est un véritable levier d'engagement, de cohésion et de dynamisme collectif. Le Happiness Management chez La Vie Claire ne fonctionne pas en vase clos. Il est le fruit d'une collaboration entre la communication interne et plusieurs services, qui unissent leurs forces pour proposer des initiatives en adéquation avec les actualités de l'entreprise. Chaque action est pensée pour fédérer et faire grandir ensemble nos équipes autour de valeurs communes.

Créer du lien et nourrir notre culture d'entreprise

Le bonheur en entreprise ne se décrète pas, il se construit jour après jour. C'est pourquoi, cette année, 15 événements ont été organisés pour offrir aux collaborateurs des moments d'échange et de partage : repas conviviaux, pauses sportives et bien-être, jeux de société, rencontres avec des agriculteurs partenaires, repas de Noël... Autant d'occasions de décrocher les services, d'apprendre à mieux se connaître et de renforcer le sentiment d'appartenance à l'entreprise.

De plus, l'initiative du CSE d'organiser une soirée casino pour la fin d'année 2024 ajoute une touche ludique aux échanges. Ces événements favorisent la convivialité et contribuent à un environnement de travail plus cohésif et productif.



ENGAGEMENT 6

Une dynamique qui s'étend aux magasins

Parce que La Vie Claire, ce sont aussi nos équipes en magasin, nous cherchons à les inclure dans cette dynamique à travers des quiz, des tirages au sort et prochainement, des audios et vidéos.

Un impact positif sur le bien-être des collaborateurs

Ces initiatives ne sont pas qu'un simple supplément de convivialité : elles participent activement au bien-être des collaborateurs. En favorisant des moments de respiration dans le quotidien, en encourageant le dialogue et en valorisant l'humain au cœur de l'entreprise, nous cultivons un environnement où chacun peut s'épanouir pleinement.



Chez La Vie Claire, nous croyons qu'un salarié heureux est un salarié engagé !

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 faire profiter nos collaborateurs d'une décote à l'achat de titres La Vie Claire. En 2024, **238** d'entre eux détenaient **145 519 actions**, représentant **7,55% du capital**.

Santé et sécurité au travail

En 2024, nous comptabilisons **43 accidents du travail avec arrêt**, c'est 30% d'accident en moins depuis 2021 et la tendance reste à la baisse depuis 2019. Notre **taux de fréquence (TF) est de 28,9** et le **taux de gravité (TG) est de 2,44**. Les jours d'arrêts pour accidents du travail ou maladie professionnelle ont diminué de 34% par rapport à 2023.

En 2024, nous avons lancé un questionnaire sur la Qualité de Vie et les Conditions de Travail (QVCT) pour l'ensemble de nos collaborateurs afin de mesurer leur satisfaction et apporter des actions concrètes à leur besoin du quotidien.

Charte Santé et Sécurité au Travail

Engagée en faveur des conditions de travail des Femmes et des Hommes qui composent l'entreprise, La Vie Claire inscrit clairement son ambition pour la Santé et la Sécurité des collaborateurs :

Protéger la santé et la sécurité des salariés <small>Les situations à risques sont identifiées et évaluées à minima chaque année.</small>	Piloter la démarche de prévention <small>La Direction définit et suit périodiquement les objectifs et indicateurs fixés.</small>	Analyser les accidents du travail <small>Les analyses sont réalisées après chaque accident du travail.</small>	Définir un plan d'actions de prévention <small>Les actions de prévention sont planifiées et partagées à l'ensemble des salariés.</small>	Impliquer l'ensemble des salariés <small>Les enjeux santé et sécurité sont transmis dès l'embauche.</small>
---	--	--	--	---

Christelle LEHR
Présidente du directoire

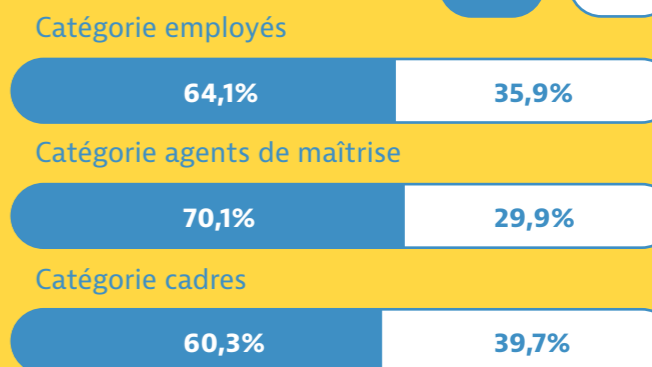
ENGAGEMENT 6

100/100

Index de l'égalité professionnelle

65%

est le pourcentage de femmes parmi nos effectifs



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 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 perpétons notre partenariat avec les missions locales du Rhône. Par ailleurs, notre présence aux forums des écoles (IAE, OMNES, ISARA...), nous a permis de recruter des stagiaires et des alternants. Nous avons poursuivi notre partenariat avec France Travail et accentué notre présence sur plusieurs salons locaux.

Le service RH continue à mener 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.

En partenariat avec le cabinet Thom'Pousse, nous avons invité nos collaborateurs à se mettre à la place de collaborateurs en situation de handicap à travers un challenge ludique sur les thèmes du handicap invisible et des maladies invalidantes.

Le service RH va à la rencontre de nos candidats au travers de forum comme Handiagora à Lyon.

Nous œuvrons à sensibiliser les managers et l'ensemble des salariés aux différents handicaps afin de favoriser leur recrutement et leur intégration.



Les **1 053 collaborateurs** de La Vie Claire se rassemblent autour de valeurs communes. 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 oeuvre notre vision d'une société humaine et respectueuse de la nature.

Rendre la bio toujours accessible au plus grand nombre

Les 22 et 23 novembre 2024, La Vie Claire a réitéré pour la seconde fois sa collaboration 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 a participé et a collecté **774 kg de dons**. La Vie Claire a également tenu à se joindre à ses consommateurs en faisant don de **plus d'1 tonne** de pâtes à la Banque Alimentaire du Rhône.



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*) qui intègrent des critères ESG (Environnement Social Gouvernance) dans les choix de placements financiers. Conformément à la réglementation, nous avons signé le 25/06/2024 un accord d'entreprise encadrant l'intéressement sur les années 2024, 2025 et 2026.

**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.*

Des collaborateurs mis à l'épreuve lors d'animations RSE

Les animations RSE se sont intensifiées sur l'année 2024 puisque ce sont 4 animations qui ont été organisées par l'équipe RSE de La Vie Claire.

A l'occasion de la journée mondiale du recyclage, une action de sensibilisation au tri des déchets a été mise en place au sein de notre siège social avec une mise en situation d'emballages à trier et à jeter dans la poubelle appropriée ! Les 20 meilleurs participants ont eu l'occasion de visiter le centre de tri PAPREC de Chassieu. Nos magasins ont participé à distance via un quiz interactif où ils ont pu tester leurs connaissances sur le tri des déchets et tenter de remporter des lots de produits La Vie Claire.



Au mois de mai, s'est déroulée notre deuxième animation. Nous nous sommes coordonnés avec la Journée mondiale de la biodiversité, un enjeu particulièrement important en tant que chaîne de magasins d'alimentation biologique. Nos collaborateurs sont donc passés à l'action en confectionnant des hôtels à insectes et des nichoirs pour les oiseaux. Nous avons eu la chance d'accueillir un écologue du SMIRIL (Syndicat Mixte du Rhône des Iles et Lânes) qui nous a partagé sa connaissance sur les espèces animales et végétales

présentes dans l'espace naturel sensible jouxtant notre siège social.

Durant la semaine du développement durable, toute l'entreprise s'est mobilisée pour mener une enquête sous la forme d'un escape game autour des ODD (Objectifs de Développement Durable). Cette activité a permis de mieux comprendre les enjeux des ODD de manière immersive et ludique. Bien sûr, nos magasins ont pu mettre leur connaissance à rude épreuve en répondant à un jeu de questions/réponses.

En fin d'année, l'équipe RSE a collaboré avec les équipes Communication et Qualité pour animer des stands au sein du siège social sur le bien-être animal, le Nutri-Score, le Planet-score et la réduction d'emballage. Nous avons également accueilli un producteur de fruits et légumes local pour nous partager son expérience, sa volonté à poursuivre une agriculture bio et toutes les difficultés associées. L'animation s'est conclue par un quiz et les grands gagnants auront la chance de visiter une exploitation bio en 2025.

4 projets récompensés en 2024



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 26 projets qui ont été accompagnés pour un montant total de 252 000€. L'année 2024 marque les 10 ans d'existence du fonds de dotations et la remise de prix de 10 000€ pour chacun des **4 projets** retenus.

Valentine PRINET pour « Le jardin comestible » aux Ardillats

Auparavant dans la gestion de projets web, Valentine a effectué une reconversion il y a 8 ans pour devenir pépiniériste. Sur deux hectares dans le Beaujolais vert, sa pépinière a pour but de multiplier et valoriser des variétés anciennes et locales de fruitiers ainsi que de tester la résistance d'espèces telles que le jujubier ou le pistachier dans la région. Valentine va ainsi financer l'installation d'une serre dite "de multiplication", pour développer un verger d'asiminiers, plus connue sous l'appellation "mangue du nord".



Caroline CABANIS pour « Le pain de Caro » à Saint-Romain-au-Mont-d'Or

Caroline est devenue boulangère en 2020 après avoir été artisan dans le textile et les luminaires. Elle a créé un premier fournil à Saint-Romain-au-Mont-d'Or et a ouvert une boulangerie bio dans la gare d'Albigny-sur-Saône: le pain de Caro. Caroline fabrique ses pains à partir de sélection de blé ancien bio et local et pourra financer ses équipements, en particulier un four professionnel et une armoire de fermentation.



Myriam MALKI pour « Flore sauvage » à Saint-André-la-Côte

Myriam a créé sa ferme il y a 2 ans, elle cultive des plantes médicinales bio sur un hectare à Saint-André-la-Côte. Elle a également créé un laboratoire à Saint-Martin-en-Haut pour la transformation des plantes en tisanes, baumes et huiles de soin. Le fonds lui permettra de s'équiper d'une débroussailleuse, d'une brouette électrique et de lancer la mise en culture d'Arnica montana.



Marithé GUARDIOLA pour « Wopaya plantes » à la Baume-Cornillane

Après 14 ans d'accompagnement des entreprises bio régionales à Bioconvergence et au cluster bio, Marithé a créé une ferme bio très innovante au pied du Vercors à la Baume-Cornillane dans la Drôme. Marithé a conçu une serre dôme pour cultiver ses plants, et elle cultive des plantes aromatiques et des fruits rouges. Elle fabrique des infusions, des aromates et des confitures et accueille des groupes scolaires ou des entreprises pour les sensibiliser à la biodiversité. L'aide du fonds va permettre à Marithé de s'équiper d'un triporteur électrique avec une benne et d'un broyeur pour faire son propre broyat pour enrichir ses sols.



UN IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT MESURÉ

ENGAGEMENT 7

20 483

paniers anti-gaspi vendus en 2024

170

tonnes de dons issus de notre entrepôt logistique en 2024



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

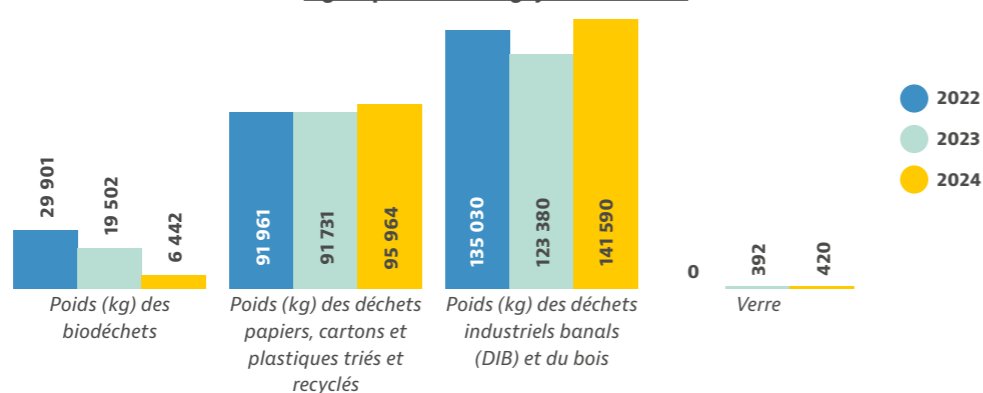
La Vie Claire travaille avec des transporteurs engagés dans une démarche de développement durable et de réduction de l'empreinte carbone, comme STEF-TFE. S'inscrivant dans le programme Fret 21 et labellisé Objectif CO₂, ce transporteur garantit une flotte de camions récents adaptée aux dernières normes 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 67% 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 du poids des déchets du siège de Grigny-sur-Rhône et des deux plateformes logistiques de Montagny de 2022 à 2024



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 2024 de 17% le nombre de paniers Phenix par rapport à 2023.
- 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 170 tonnes de produits en 2024, soit une réduction de 5,4% par rapport à 2023.

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

Depuis le 16 octobre 2023, les équipes La Vie Claire travaillent dans leur nouveau siège social à Grigny-sur-Rhône, conçu selon une approche environnementale globale mettant l'accent sur le confort des occupants. Certifié Haute Qualité Environnementale depuis février 2024, ce site incarne notre engagement en faveur de pratiques responsables et durables. Les équipes de notre entrepôt de fruits et légumes de Montagny rejoindront Grigny-sur-Rhône au premier trimestre 2025.

ENGAGEMENT 7

Gîtes à chauves-souris



Bornes de recharge électrique pour les véhicules



Garage à vélos

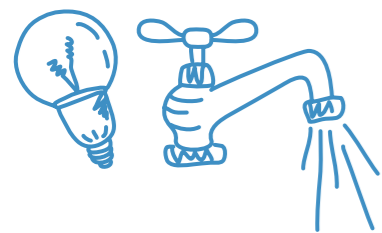
Bien-être des collaborateurs

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 2025.

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.



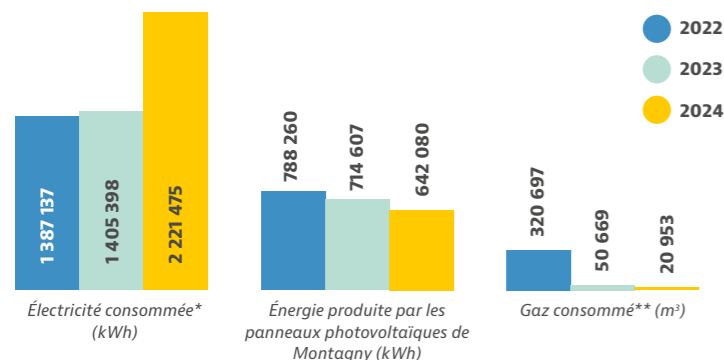
Nos consommations d'énergie et d'eau au siège et en entrepôt

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 **4 586 m³** d'eau qui sont consommés sur notre siège et notre entrepôt de Grigny et sur notre entrepôt de Montagny en 2024.

Nos consommations d'énergie et d'eau en magasins

Notre consommation d'énergie s'élève à **10 661 382 kWh** pour 91% de notre parc de magasins intégrés. Ce sont **2,9 m³ d'eau/mois/magasin intégré** qui sont consommés (moyenne réalisée sur 49 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.

Évolution des consommations d'énergie de 2022 à 2024



*Électricité consommée

Année 2022 : Montagny (siège + annexe + entrepôt)
Année 2023 : Montagny (siège + annexe + entrepôt) + Grigny (siège + entrepôt)
Année 2024 : Montagny (entrepôt) + Grigny (siège + entrepôt)

**Gaz consommé

Année 2022 : Montagny (siège + entrepôt)
Année 2023 : Montagny (siège + entrepôt) + Grigny (entrepôt)
Année 2024 : Montagny (entrepôt) + Grigny (entrepôt)



Bilan carbone scopes 1, 2 et 3

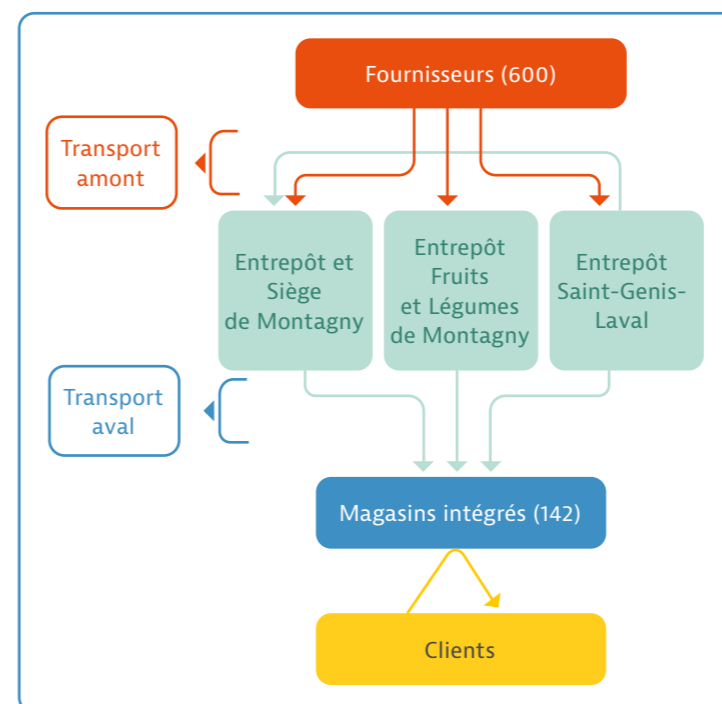
Méthodologie de calcul du bilan Carbone

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.



Résultats bilan carbone scopes 1, 2 et 3 (2022 sur les données de 2021)

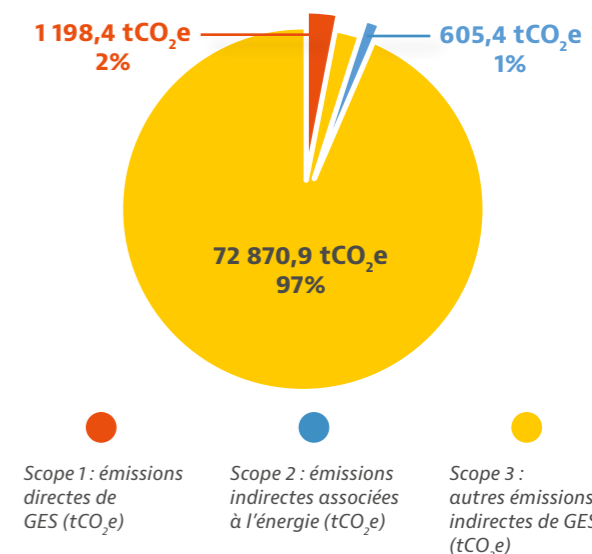
Les scopes 1, 2 et 3 permettent de comptabiliser l'ensemble des émissions de GES lié à la chaîne de valeur d'une entreprise. En 2022, pour la première fois, La Vie Claire, intègre le scope 3 dans son bilan carbone.

- **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.

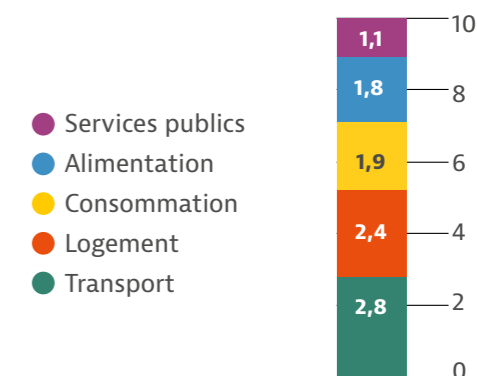
Les résultats de notre bilan carbone 2022 sur nos données 2021 nous permettent de conclure que nos émissions de gaz à effet de serre sont de **74 674,7 tCO₂e***.

Emissions des gaz à effet de serre : scopes 1, 2 et 3 (année 2021)



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 :



*tCO₂e : Tonnes de dioxyde de carbone équivalentes.

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 oeuvre pour les informer, dialoguer avec elles ou les consulter, ou encore les accords, partenariats ou collaborations établis avec certaines d'entre elles.



Cadre réglementaire

Le rapport RSE (dit «reporting RSE») a laissé place depuis le 1er 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 1er 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 notre siège social de Grigny-sur-Rhône 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 notre siège social, nos principaux entrepôts 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. La définition, la méthodologie et le calcul des indicateurs se trouve dans une note méthodologique.

	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
	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)	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	

SYNTHÈSE DES INDICATEURS DE LA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

PILIER	ENGAGEMENTS	LIBELLÉS	2023	2024
DES MAGASINS RESPONSABLES	Un ancrage local	Nombre de magasins La Vie Claire	340	325
		Nombre de collaborateurs en magasin ayant suivi une formation en fruits et légumes	76	65
	Des vendeurs experts	Nombre d'heures de formation en nutrition et naturopathie dispensées aux collaborateurs en magasin	3 575 h	3 055 h
		Nombre d'animations organisées en magasin	50	161
		Nombre de références à marque La Vie Claire	2 021	2 031 <i>dont 94 produits saisonniers</i>
	Un ancrage local	% de nos fournisseurs de fruits et légumes basés en Auvergne-Rhône-Alpes	28%	25%
		% de notre offre locale en chiffre d'affaire	3,29%	2,46%
UNE MARQUE ENGAGÉE	Engagée pour le goût et la santé	Nombre d'analyses réalisées dans le cadre de notre plan de contrôle	866	850
		Taux de conformité de nos analyses	98,6%	98,5%
		Nombre de produits lancés	444	662
		Nombre de produits lancés à marque La Vie Claire	120	275
		% 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% <i>(sur 2023)</i>	49,7% <i>(sur 2023/2024)</i>
	Engagée éthiquement	% de fournisseurs français	87,3%	87%
		Nombre de fournisseurs dont le partenariat avec La Vie Claire date de plus de 10 ans	45%	41,9%
	Engagée pour l'environnement	% de nos emballages recyclables en poids	93% <i>(*réalisé sur 79% des produits à marque La Vie Claire)</i>	95% <i>(*réalisé sur 87% des produits à marque La Vie Claire)</i>
		% de nos emballages recyclables en unité d'emballage	60% <i>(*réalisé sur 79% des produits à marque La Vie Claire)</i>	64% <i>(*réalisé sur 87% des produits à marque La Vie Claire)</i>
		Nombre de références dont le poids a été réduit	9	26
		Poids d'emballage plastique réduit (en considérant les UVC vendues sur l'année civile N-1)	2,2 t de plastique sur 9 références	7 t de plastique sur 26 références
		% de nos fruits et légumes centrale conditionnés dans un emballage plastique	0,53%	0,58%
		Nombre de magasin proposant La Vie Claire étant point de collecte pour le réemploi des emballages	66	76
UNE ENTREPRISE ENGAGÉE	Une mission commune	Nouveaux collaborateurs	580	676
		Nombre d'heures totales de formation pour tous nos collaborateurs	11 664 h	7 645 h
		Nombre de contrats d'alternance	40	44
		Index de l'égalité professionnelle	94/100	100/100
		% de femmes parmi nos effectifs	61%	65%
		Nombre de projets récomposés par le fonds de dotation	4	4
	Un impact sur l'environnement mesuré	Nombre de panier anti-gaspi vendus dans nos magasins	24 678	20 483
		Poids de dons issus de notre entrepôt logistique et distribués à différentes associations	179,8 t	170 t



AVIS DE L'OTI



LA VIE CLAIRE

Société anonyme

111 avenue Marcelin Berthelot
69520 GRIGNY-SUR-RHONE

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

Exercice clos le 31 décembre 2024

LA VIE CLAIRE

Société anonyme

111 avenue Marcelin Berthelot
69520 GRIGNY-SUR-RHONE

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

Exercice clos le 31 décembre 2024

A l'Assemblée Générale des actionnaires,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité »), désigné commissaire aux comptes durabilité conformément à l'article 34 de l'Ordonnance n° 2023-1142 du 6 décembre 2023, 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 de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2024 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentées dans le rapport de gestion en application des dispositions 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.

Commentaire

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 le commentaire suivant : 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 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 à la Direction de :

- sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- préparer 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 ;

- préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant ;
- mettre en place le contrôle interne qu'elle 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 commissaire aux comptes durabilité

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 historiques (constatées ou extrapolées) 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.

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. 225-2 et suivants du code de commerce, 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*, et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)¹.

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

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 de commissaire aux comptes. 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.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de trois personnes et se sont déroulés entre mars et mai 2025 et sur une durée totale d'intervention de trois 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'entité et 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 du code de commerce 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 les informations prévues au II de l'article R. 225-105 du code de commerce lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'entité, 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.
- 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'établissements contributeurs⁴ et couvrent entre 47% 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'entité.

² **Informations qualitatives sélectionnées** : label Bio entreprise durable, certification Qualiopi, charte santé & sécurité au travail, offre locale de produits

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 **Etablissements sélectionnés pour les tests de détail** : Siège, entrepôts, magasins propres.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'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 4 juin 2025

Le commissaire aux comptes,

DELOITTE & ASSOCIES



Vanessa GIRARDET
Associée, Audit & Assurance



Guido CARATI
Directeur, Audit & Assurance

La bio clairement engagée

**Mais clairement engagée
pour quoi ?**

POUR LE GOÛT

C'est le plaisir qui nous donnera tous
envie de mieux manger.

POUR VOTRE BIEN-ÊTRE

*Mieux manger et mieux vivre grâce à
des conseils avisés en nutrition et naturopathie.*

**POUR LA TERRE ET CEUX QUI
LA TRAVAILLENT**

Soutenir ceux qui nous nourrissent c'est se
mobiliser pour une agriculture biologique au
service *du climat, de la biodiversité
et du bien-être animal.*

**Une bio clairement engagée
depuis 1946.**



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



FSC
www.fsc.org

MIXTE

Papier | Pour une
gestion forestière
responsable

FSC® C174460

111 avenue Marcelin Berthelot - 69520 GRIGNY-SUR-RHÔNE

04 72 67 80 08

www.lavieclaire.com

LA VIE CLAIRE RCS LYON B 632 000 014