



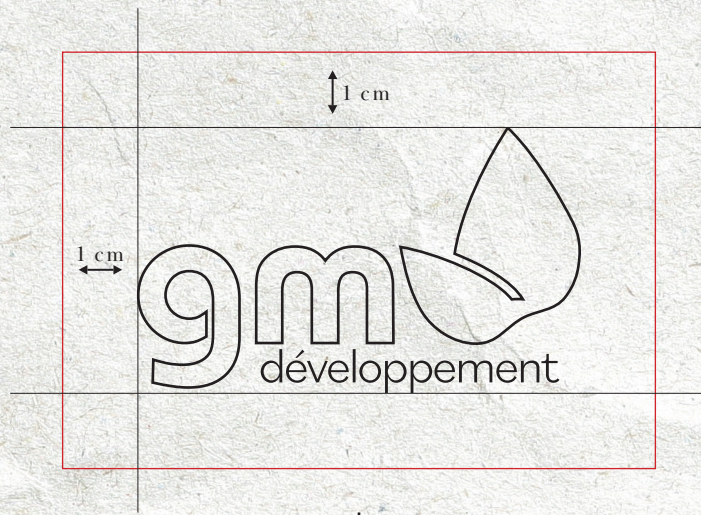
Rapport RSE 2022



Développeur de **cohésion** culinaire
depuis 5 **générations**

charte

GRAPHIQUE



logotype



logo



picto

couleurs

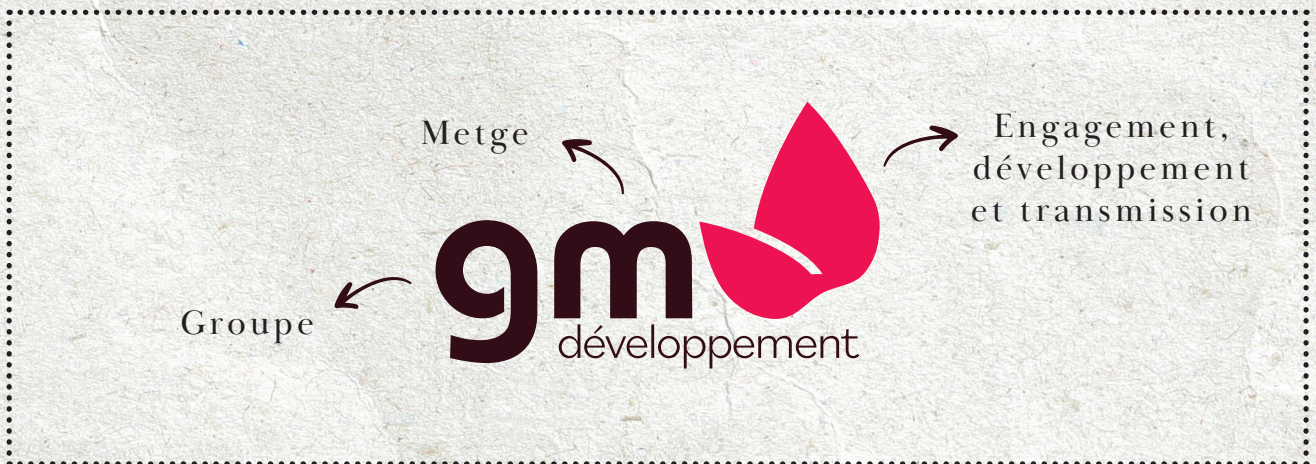


#e50048



#3a1a1b

baseline ——— Développeur de **cohésion** culinaire



sommaire



LE CHEMIN

Notre histoire,
notre stratégie :
la gouvernance



LE DÉVELOPPEMENT D'UN MÉTIER DURABLE

Comment
sommes-nous
organisés ?



LA VIE AU TRAVAIL

L'homme au cœur
de notre métier



LES ANCRAGES RELATIONNELS

Étude de
l'environnement



LE VOYONS VERT

Notre démarche
environnementale



L'ÉTHIQUE DE NOS RESULTATS

Charte éthique et
synthèse de nos
résultats



GM Développement est le résultat d'une histoire centenaire faite de transmissions. Libérer les compétences, confier des capitaux, mais avant tout éduquer un savoir-être basé sur la dynamique du bon sens. Avec respect et sourire, chaque génération a contribué à sa manière au développement d'une entreprise durable dans le temps. Au fil des décennies, les enjeux ont évolué et les méthodes avec. Approvisionner par trains de marchandises des meules de gruyère que nos arrière-grands-parents allaient récupérer à la gare d'Agen constituait un défi tout aussi important que de livrer de nos jours 4 500 clients toutes les semaines en tri-température.

Ces enjeux évolutifs nous amènent à définir notre politique engagée pour la qualité au sens large du terme et à la faire vivre au quotidien. Familiale, moderne et indépendante, GM Développement élabore pour ses filiales et ses marques une vision long terme qui se nourrit et traite les soucis des détails quotidien.

Engager nos entreprises dans une responsabilité économique, sociale et environnementale pour un avenir durable prend tout son sens dans notre histoire.

« Nous savons d'où nous venons et où nous souhaitons aller »

Le chemin

Développer une cohésion performante par notre
**modernité indépendante &
fraternelle**

1 NOTRE ENGAGEMENT ÉCONOMIQUE

- Faire perdurer un actionnariat-travail familial,
- Être ancré à 10 ans dans son territoire d'origine, devenu Nouvelle-Aquitaine,
- Mettre la rentabilité de l'entreprise au service de son développement.

3 DISTRIBUER DE BONS PRODUITS EN TOUTE SÉCURITÉ

- Neutraliser le risque alimentaire,
- Maîtriser notre offre produit par une sélection distinctive et qualifiée,
- Construire une relation efficiente avec nos parties prenantes.

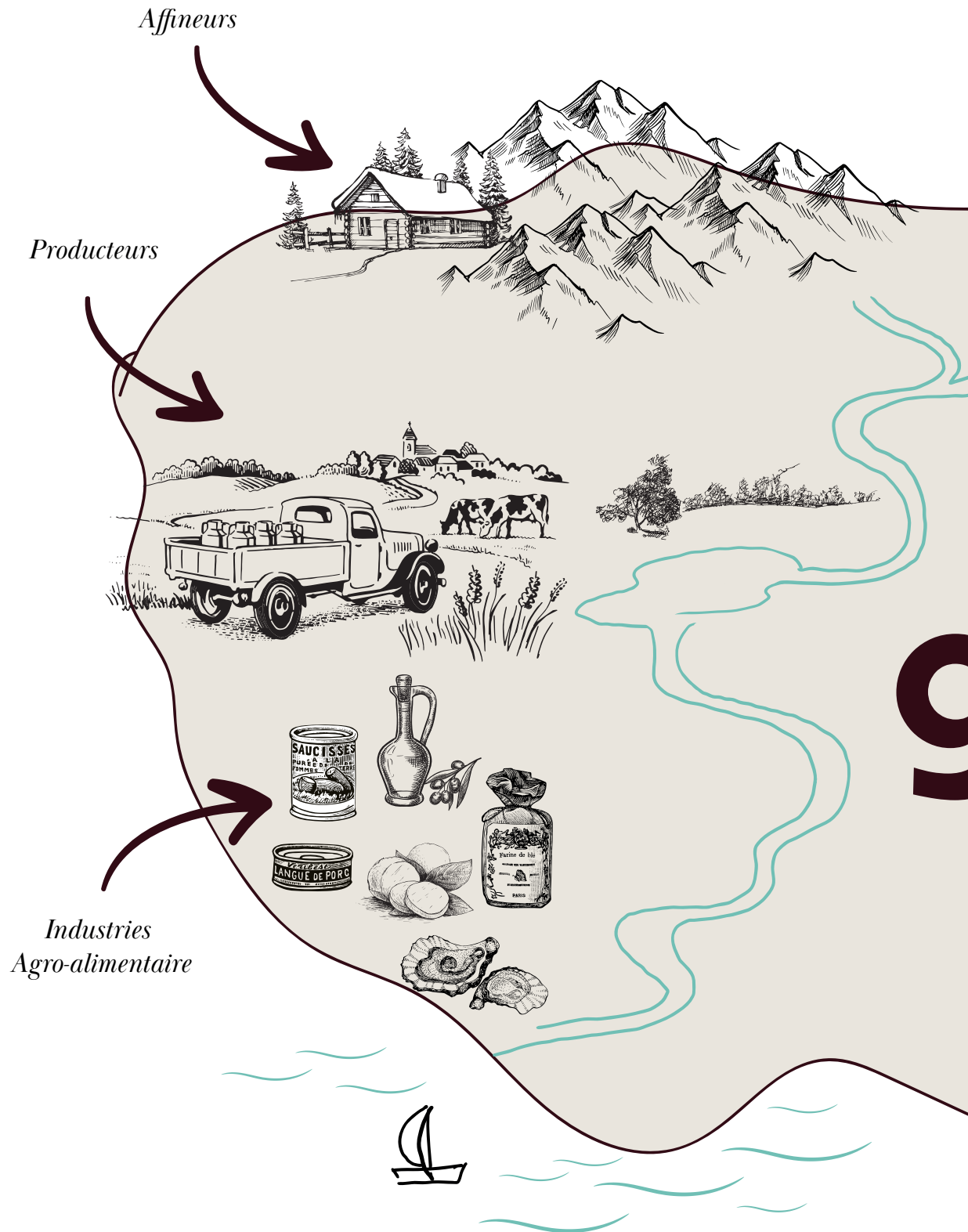
2 NOTRE ENGAGEMENT SOCIAL

- Marquer positivement par un management juste et constant,
- Informer et partager la valeur ajoutée avec nos équipes,
- Garantir la loyauté des pratiques sociales, commerciales et législatives.

4 AMÉLIORER NOTRE ENVIRONNEMENT

- Réussir à développer nos activités tout en réduisant nos émissions gCO₂/€,
- Agir régionalement pour l'autisme et le handicap mental,
- Améliorer nos sites et nos outils de travail en Nouvelle-Aquitaine.

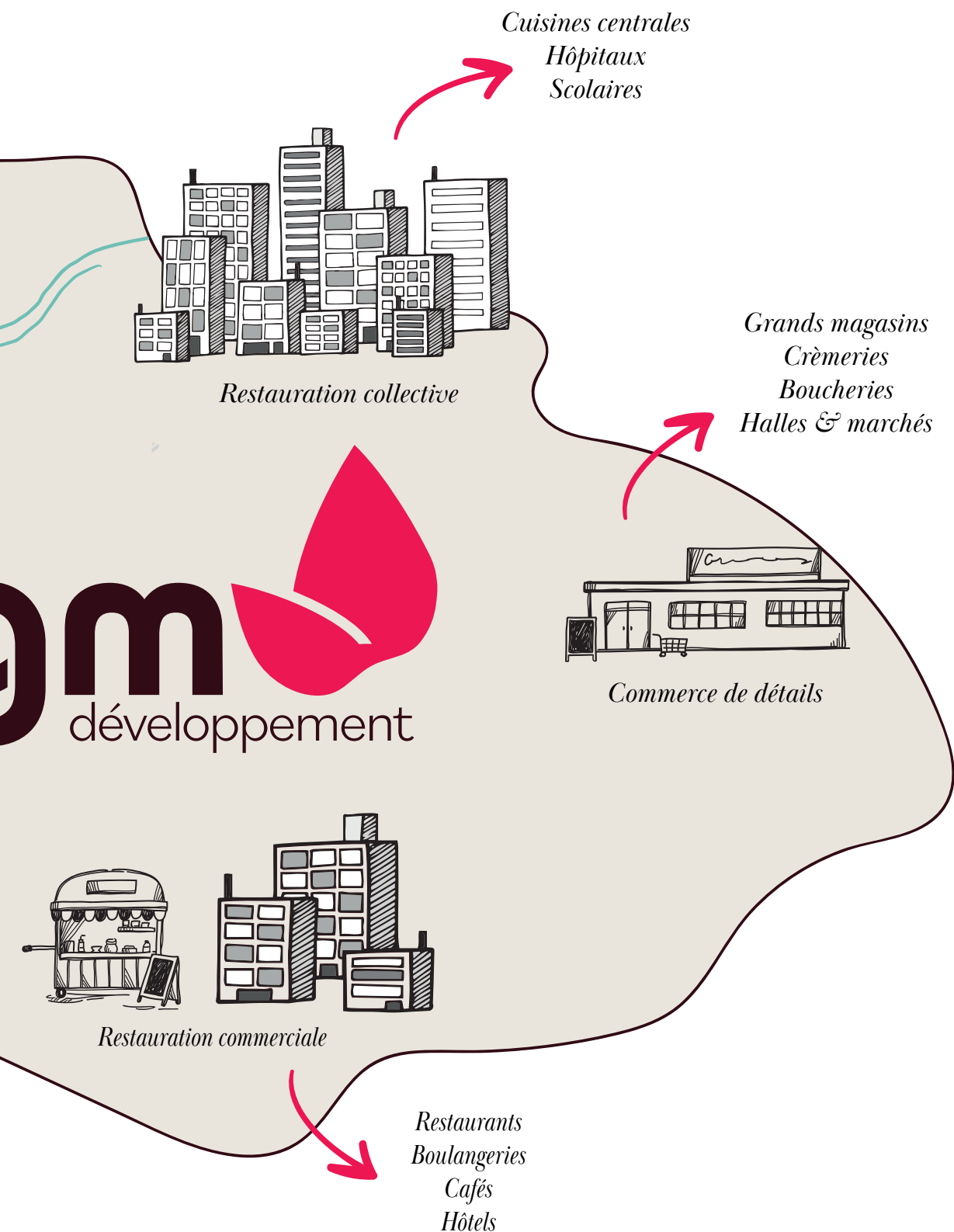
« Relier les bons produits à la bonne cuisine »



LE CHEMIN À PARCOURIR :

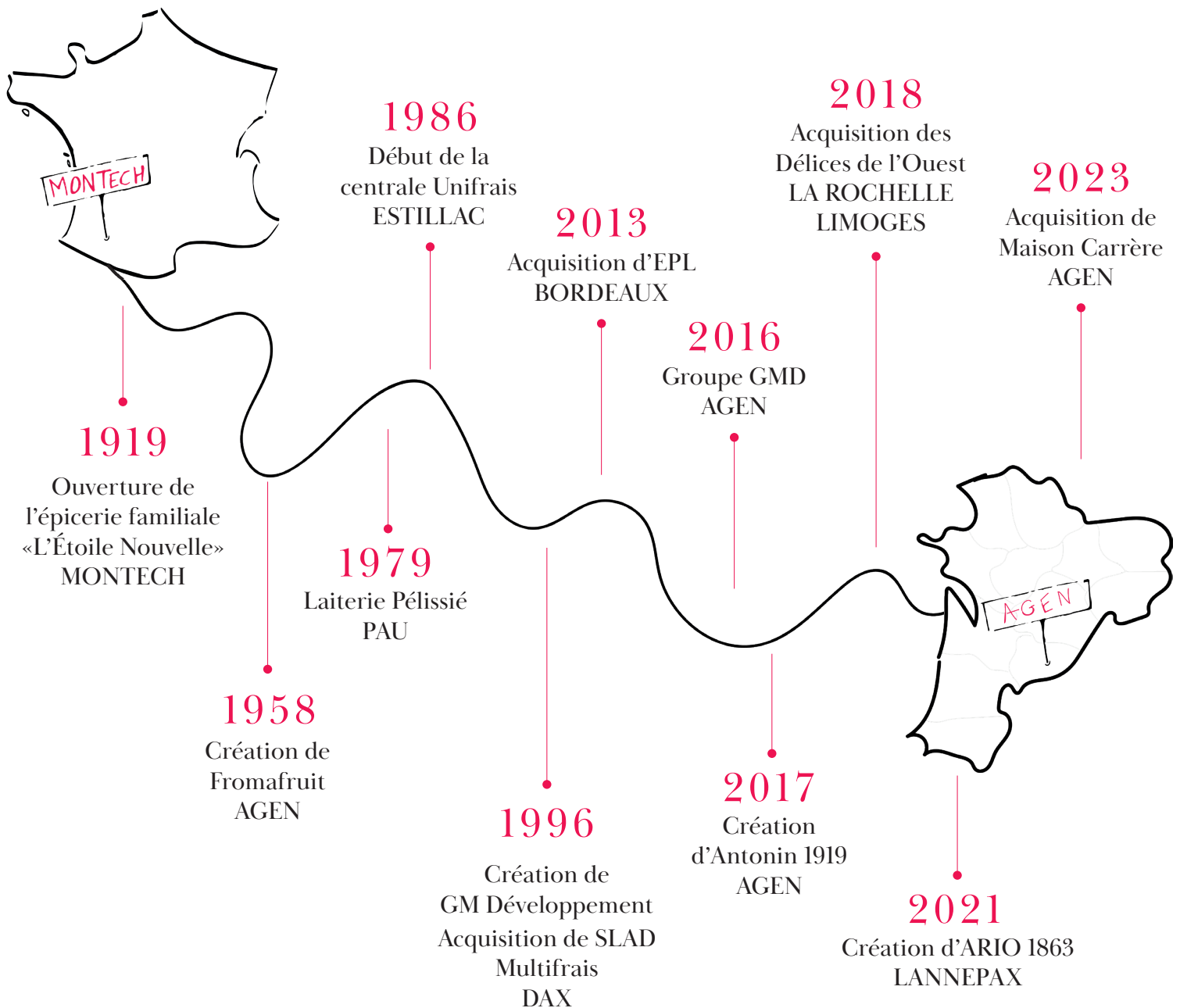
L'ambition de relier le bon produit à la bonne cuisine passe par une connexion entre producteur et consommateur, la plus sécurisée et directe possible. Notre métier est fait de répétitions et d'améliorations continues.

Nous consacrons notre énergie au développement des métiers de grossistes, affineurs, producteurs sur le secteur de la restauration hors domicile et du commerce de détail, pour obtenir la meilleure satisfaction possible des hommes et des femmes qui nous font confiance, à l'exception faite de la concurrence...



d'une histoire centenaire

À la fin du 19^{ème} siècle, Antonin LÉZIN, arrière-arrière-grand-père d'Antoine et Vincent METGE, est le premier de la famille à affiner des fromages dans la cave de l'épicerie située à Montech, dans le Tarn-et-Garonne (82). Quelques décennies plus tard, ses descendants décident de fonder en 1996 un Groupe nommé GM Développement avec l'envie de créer une aventure humaine.



à nos marques actuelles ...

Adapter chaque marque à son activité : la spécialisation comme vecteur de performance !



*Agen
Bordeaux
Dax
Pau
La Rochelle
Limoges
Bergerac
Baudreix*

1863
ARIO



1863
ARIO
LE VIN

Lézin
au gré des salaisons



Lézin
au gré des salaisons
LA SALAISON

M
Maison Carrère



M
Maison Carrère
LA CONSERVERIE

Antonin
DEPUIS 1919



Antonin
DEPUIS 1919
LE FROMAGE

GRUPE
gmd



GRUPE
gmd
LA RESTAURATION

GMD
LOG



GMD
LOG

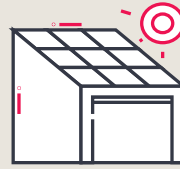
En quelques chiffres



1 acteur régional



240 collaborateurs



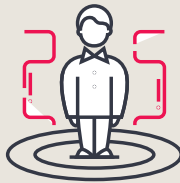
8 sites logistiques



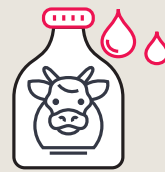
65 camions



450 fournisseurs



4 500 clients



+9 400 références disponibles



88 millions d'euros de CA



1 529 arbres plantés
en Nouvelle-Aquitaine

ODD 15*



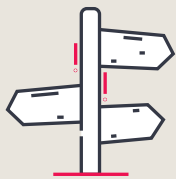
-22,02t CO₂ N/N-1
Scope 1

ODD 13*



-12,90% indice gCO₂/€
Scope 3 aval

ODD 13*



100 ans
d'histoire



10 ans
de stratégie



1 service
de passionnés



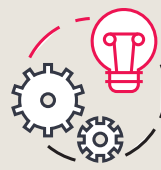
6 activités
spécialisées



3 valeurs
fortes



+22% de croissance
CA 2022



50% du résultat
pour l'entreprise



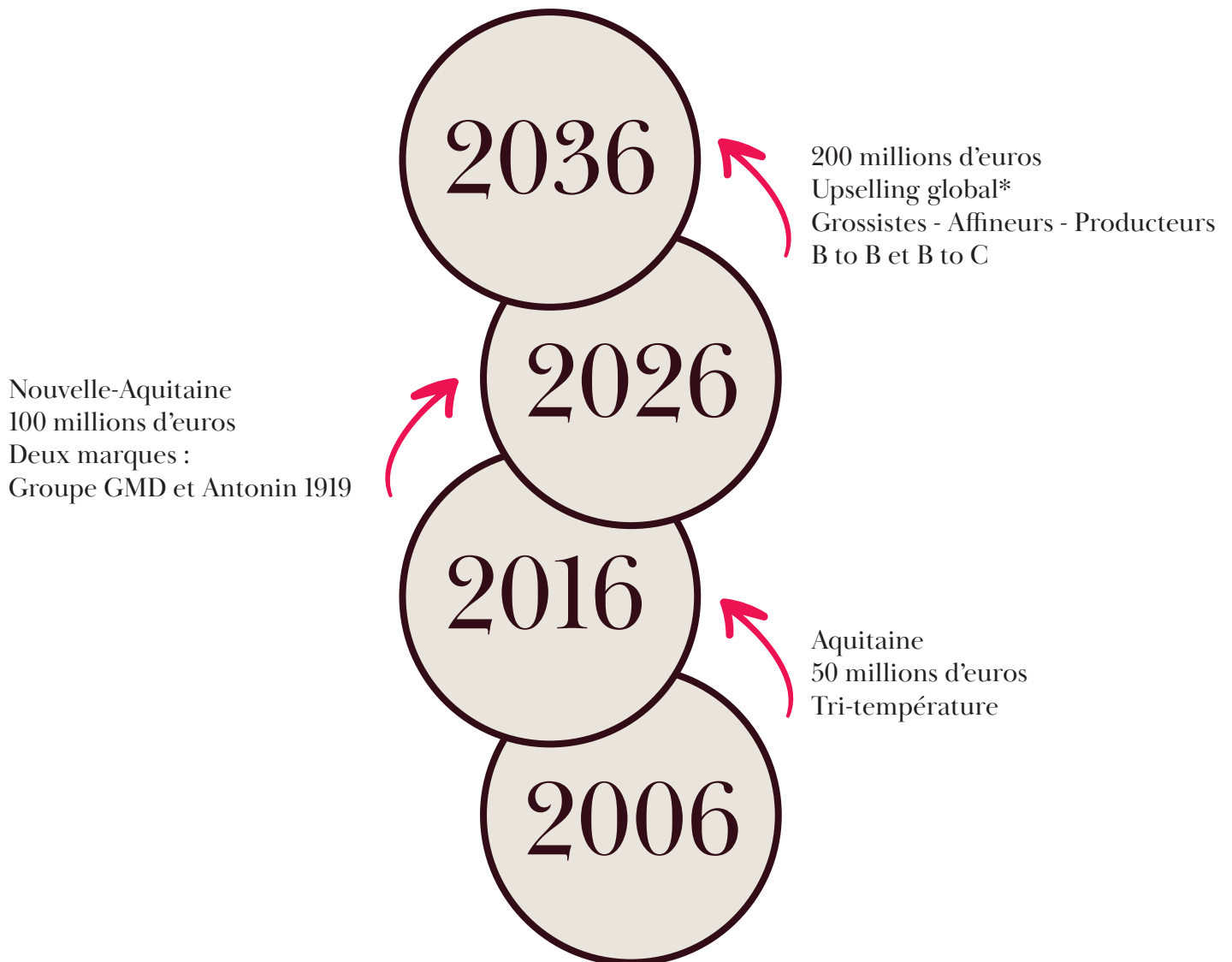
20% du résultat
pour les salariés

*ODD 13 : Objectifs de Développement Durable sur les mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques.

*ODD 15 : Objectifs de Développement Durable sur la vie terrestre.



Notre stratégie, une vision à 10 ans



Doubler notre chiffre d'affaires entre 2026 et 2036 avec les mêmes ressources énergétiques.



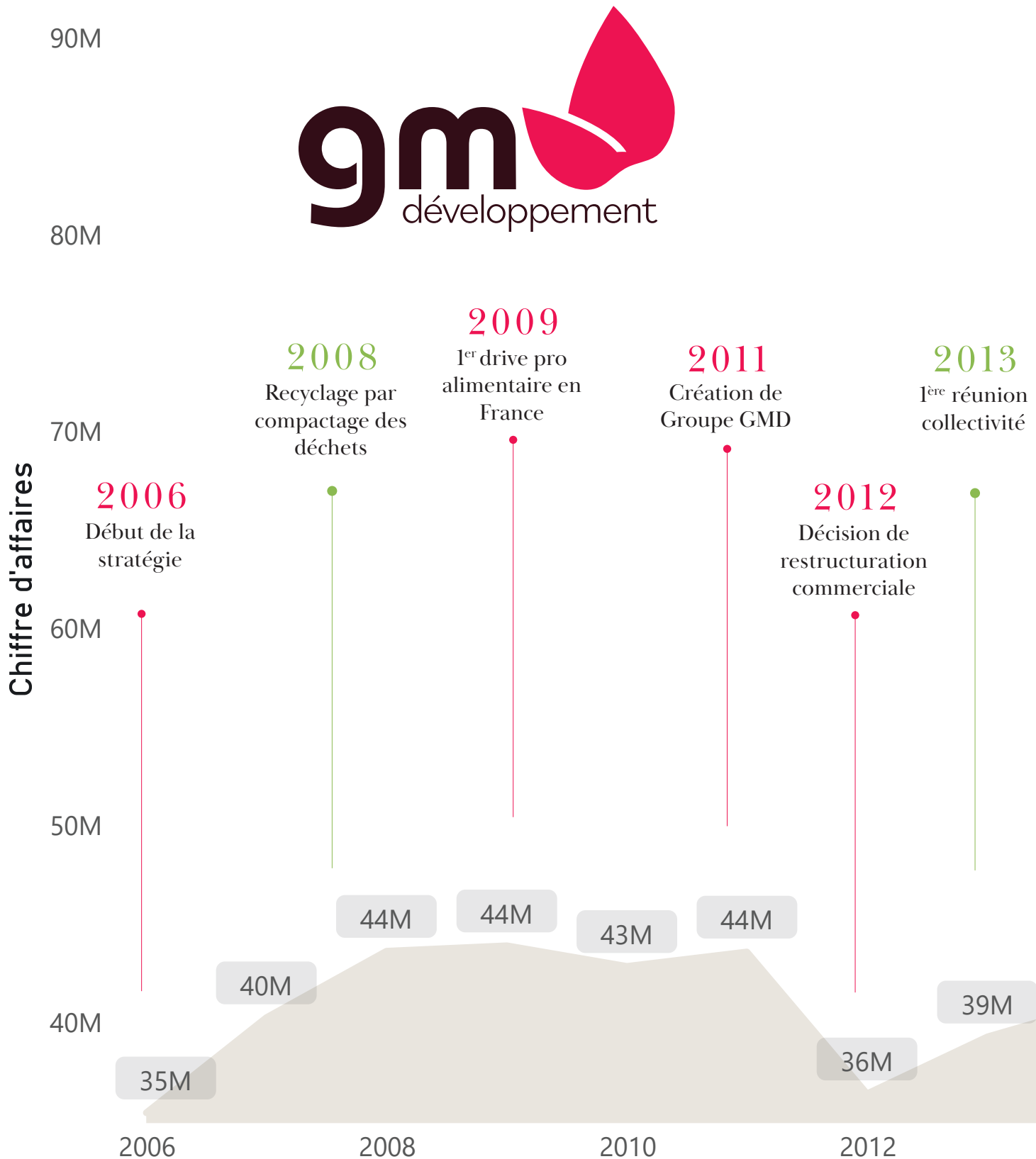
Rester le leader indépendant de la distribution RHD* en Nouvelle-Aquitaine et atteindre le top 10 France en 2026.

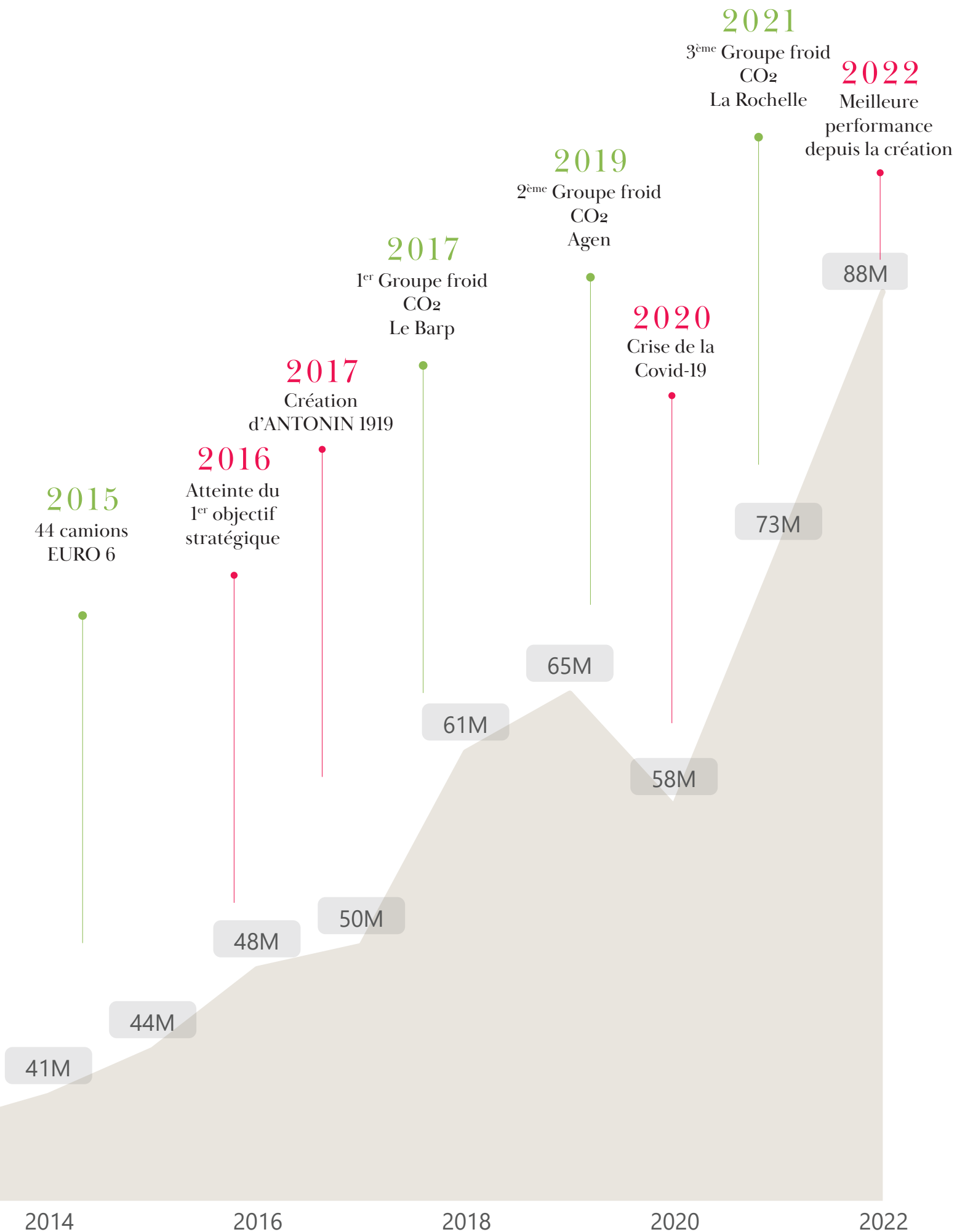
*Upselling global : concept interne d'amélioration de l'ensemble des ressources, produits et acteurs de l'entreprise.

*RHD : Restauration Hors domicile.

à mi-parcours :

17 ans d'historique et encore 13 ans devant nous. À mi-parcours de notre plan stratégique sur 30 ans, chaque année complète la précédente en décisions et actions. Voici, en quelques dates, des moments clés de la construction du Groupe.







Charte éthique

Pour nous, il existe des valeurs transmises de génération en génération qui guident chacune de nos décisions. Liberté, égalité, fraternité trouvent respectivement écho dans nos valeurs entrepreneuriales d'indépendance, de modernité et d'entreprise familiale.

La fraternité au sein de GM Développement se concrétise par l'engagement de Vincent et moi-même à respecter l'être humain et le monde du vivant comme une famille aimante et apaisée. Celle où nous avons eu la chance de grandir, celle par laquelle notre entreprise a évolué au fil des décennies.

Nous tenons nos engagements de responsabilité sociétale par notre application assidue à résoudre toutes formes de conflit dans la discussion et dans le cadre des règles établies de l'état de droit Français et des règles internationales. Notre management est juste et constant. Nous demandons à toutes nos équipes de laisser une empreinte positive relationnelle dans chaque lien établi avec nos parties prenantes.

Notre politique commerciale est engagée, transparente et loyale. Nous n'utilisons pas l'erreur d'un tiers à notre profit. Les pratiques illégales ou répréhensibles portées à notre connaissance sont assumées et résolues dans le respect du droit et des réglementations.

Nous publions l'ensemble de nos résultats financiers et engageons GM Développement et ses filiales à respecter les délais de règlements de ses engagements contractuels. Nous assumons de transmettre des résultats chiffrés, claires et lisibles qu'ils soient bons ou mauvais avec franchise et transparence.

L'attachement sincère d'inscrire notre entreprise dans une démarche vertueuse et durable pour l'environnement se concrétise par l'évaluation constante de notre impact et la prise de décision régulière d'actions pragmatiques et de bon sens.

Nous portons ces valeurs auprès de nos équipes et communiquons notre démarche RSE d'entrepreneur moderne, indépendant et familial dans nos rapports annuels RSE disponibles en ligne sur www.gmdeveloppement.fr

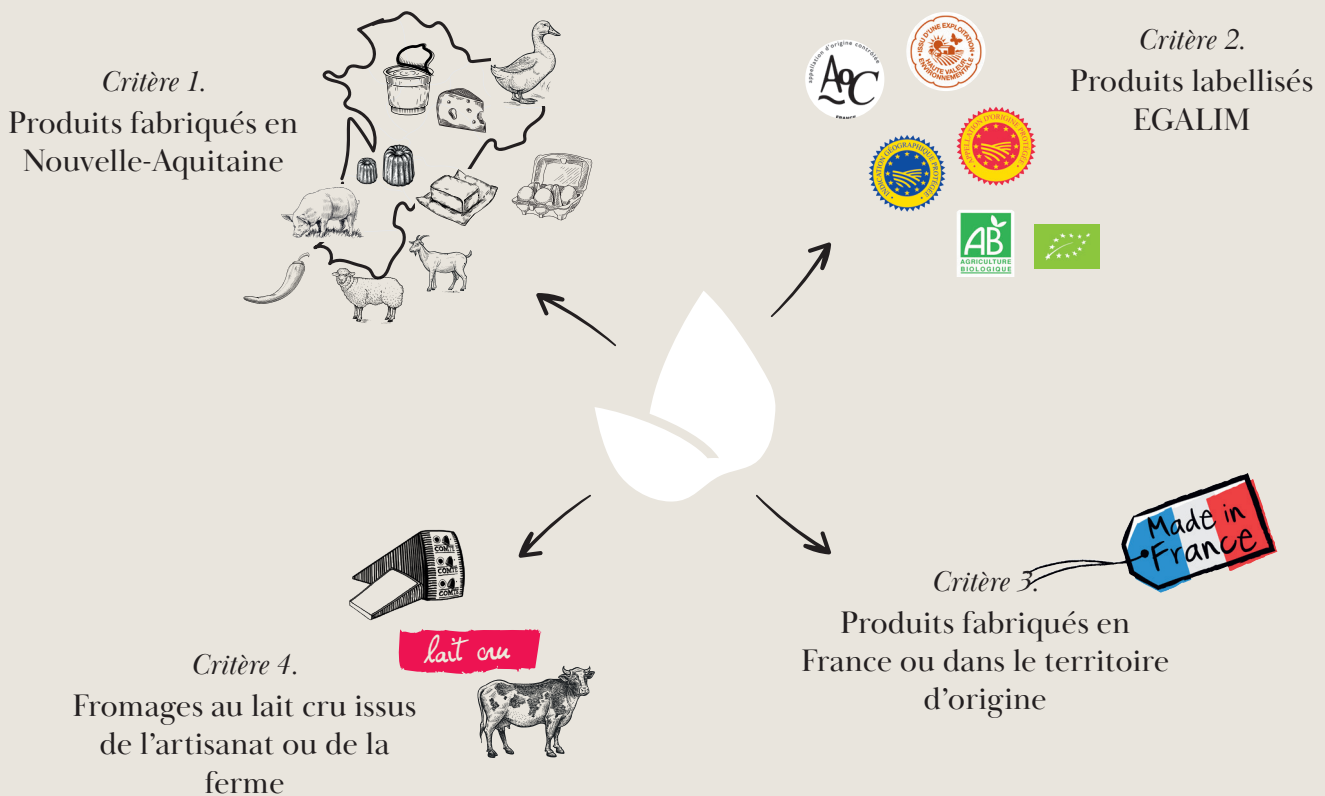
Engagé pour durer et transmettre sont les objectifs de GM Développement.

Antoine METGE
Président et co-gérant

Vincent METGE
Directeur commercial et co-gérant

Nos décisions d'achats RESPONSABLES

GM Développement s'inscrit dans une démarche de référencements produits que nous considérons vertueux pour l'avenir de notre entreprise et des consommateurs. Quatre critères fondamentaux sont à la base de notre sourcing :



Nos exigences en matière d'achats responsables sont les suivantes :

- ◆ Référencer en appliquant les quatre critères de choix produit,
- ◆ Contractualiser nos partenariats par un contrat-cadre annuel,
- ◆ Engager nos partenaires sur notre Code de Conduite Entreprise,
- ◆ Auditer et évaluer nos fournisseurs.

Sabine DUTREUIL
Directrice Achats

Le développement d'un métier durable

COMMENT SOMMES-NOUS ORGANISÉS ?

Notre démarche qualité ISO 9001 initiée en 2019 formalise l'esprit familial de continuité au travers d'une organisation en processus des différents métiers présents au sein du Groupe. Partant du besoin client jusqu'à sa satisfaction, nous avons à cœur de transmettre notre capacité à répéter des opérations de services avec le souci constant d'amélioration.

La commercialisation de nos produits circule d'informations en flux physiques au travers de 11 processus et plus de 30 métiers.

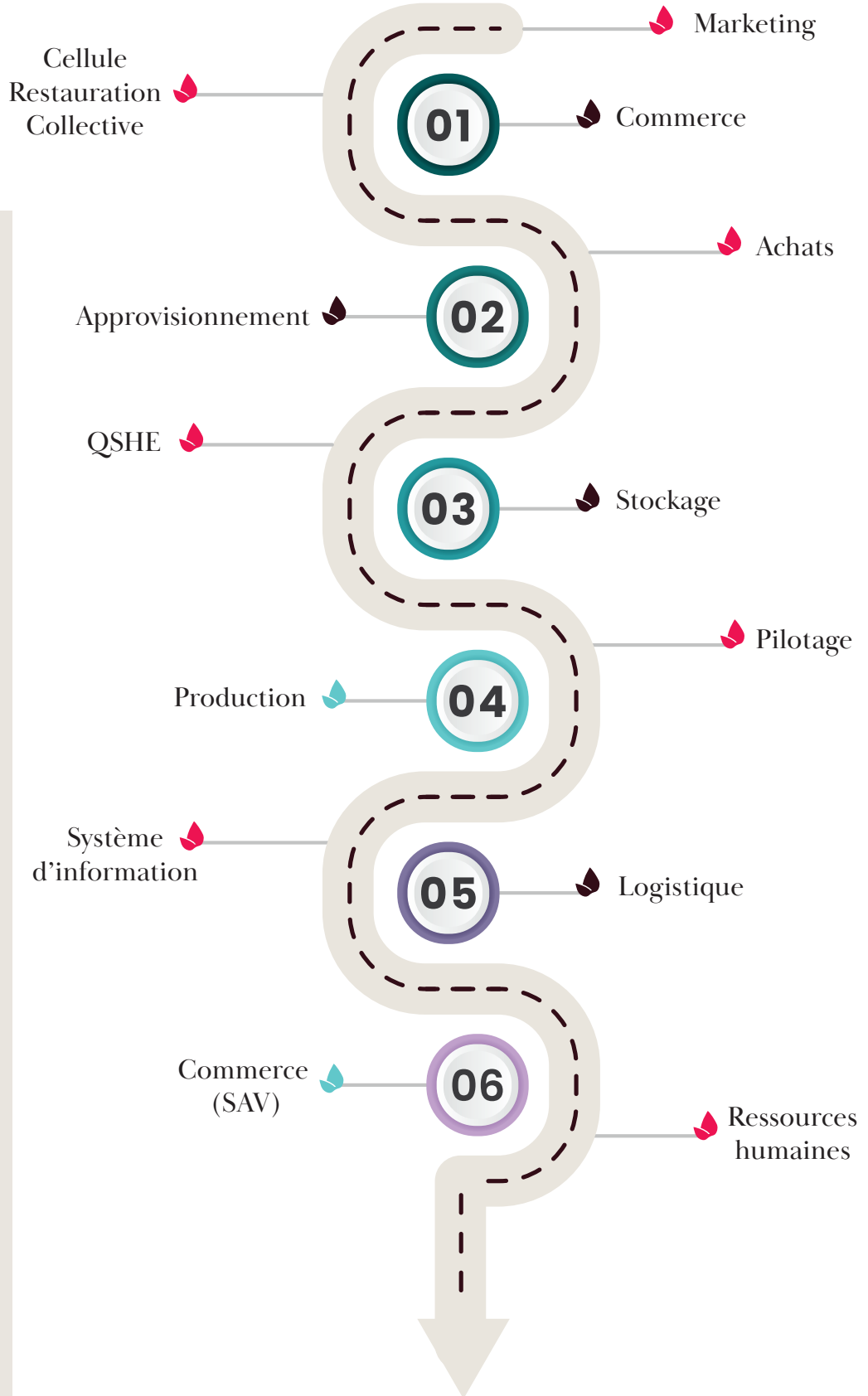
De l'écoute d'un prospect jusqu'à la livraison, nous développons quotidiennement une cohésion d'informations lisibles et accessibles pour réaliser au mieux notre métier.

17 OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)

Ils couvrent l'intégralité des enjeux de développement dans tous les pays tels que le climat, la biodiversité, l'énergie, l'eau, la pauvreté, l'égalité des genres, la prospérité économique ou encore la paix, l'agriculture, l'éducation, etc.



Besoins



Processus (n.m) :

Un processus définit un cercle d'interactions communes en échange avec d'autres processus de l'entreprise. Il ne s'agit pas obligatoirement d'une organisation hiérarchique ou d'un service, mais bien d'une cohésion Hommes/ressources permettant de traiter un flux de services ou de marchandises avec succès.

7

processus GM
Développement sont
certifiés ISO 9001 par
SOCOTEC

4

processus filiales sont
certifiés ISO 9001 par
SOCOTEC

2

processus filiales sont en
cours de certification

30

Plus de
métiers actifs sont réalisés
chaque jour par nos
équipes

Satisfactions

marketing

Promouvoir et développer l'image du Groupe

« Se différencier sans prétention ». Communiquer notre manière de voir le commerce, notre goût du produit avec une histoire vraie sont les axes principaux.

En développant le savoir-faire technique en interne, pour plus de réactivité, nous trouvons des idées simples faites de bon sens. Nous rendons, par exemple, accessibles depuis 2017 les prix par QR Code sur nos catalogues papier (impression local PEFC), afin de prolonger la durée de vie de nos supports de communication.

13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Objectif : impacter l'indice $gCO_2/€$ Scope 3 aval (cf page 41)

2026 : **15** $gCO_2/€$

Résultat :

2022 : **17.9** $gCO_2/€$

cellule restauration COLLECTIVE

Acteur de l'ancrage territorial

Nos institutions nationales mènent une politique nutritionnelle qui vise à offrir à chacun l'accès à une alimentation sûre, diversifiée, en quantité suffisante, de bonne qualité gustative et nutritionnelle dans le cadre d'une agriculture durable. Trois axes émanent du P.N.A* : la justice sociale, la lutte contre le gaspillage alimentaire et l'éducation nutritionnelle. Acteur de l'ancrage territorial, GM Développement répond aux attentes nationales par un service dédié à la restauration collective et aux projets alimentaires territoriaux.

La Cellule Restauration Collective du Groupe est au cœur de cette chaîne alimentaire. Elle relie depuis 1996 nos filiales aux producteurs locaux pour améliorer les possibilités d'approvisionnement des collectivités locales ou structures privées.

Être au plus près de son territoire et inculquer des valeurs dans les modes de consommation pour qu'ils deviennent durables, de qualité et au meilleur coût : tel est le message que nous pouvons

partager lors de notre présence aux instances régionales.

Nous sommes adhérents de l'association interprofessionnelle BIO* membre de la commission restauration collective, au CREPACQ* et nous participons aux groupes de travail de la DRAAF* avec l'ARIA*.

Du champ à l'assiette, faire rencontrer nos fournisseurs et les consommateurs des générations futures est le lien de transmission des savoirs que nous souhaitons pour nos clients.

Le suivi client, l'animation commerciale et la cohésion permettent de construire une relation forte avec nos clients. Pour cela nous sommes reconnus comme expert et leader indépendant sur la Nouvelle-Aquitaine.

*P.N.A : Programme National pour l'Alimentation.

*Interprofessionnelle BIO : INTERBIO.

*CREPACQ : Association de Défense de l'Environnement.

*DRAAF : Direction Régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt.

*ARIA : Association Régionale des Industries Alimentaires.

Objectif : Promouvoir les produits EGALIM en collectivité

2022 : **15%** du CA achats

Résultat :

2022 : **16,1%**

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

01 commerce

Proposer un service sur-mesure, apprendre à se connaître, partager ses compétences et faire découvrir des produits uniques marqués d'une véritable signature gustative sont les vecteurs de confiance qui nous animent.

En allant à la rencontre sur le terrain de ceux qui au quotidien valorisent nos produits, nos équipes commerciales créent au fil des années des relations privilégiées avec nos clients. Nous identifions avec eux les besoins et nous proposons des partenariats sur le long terme permettant un partage de la valeur ajoutée le plus juste possible.

Nos produits se veulent avant tout empreints d'histoires et de terroirs, accessibles et de proximité chaque fois que cela est possible.

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Objectif :

CA > **8%** par an

Résultat :

2022 CA **+22%**

achats

Maîtriser notre offre produit par une sélection distinctive et qualifiée

Avant de se poser la question du prix, il faut se poser la question du goût et de l'histoire qui pourrait amener un produit jusqu'en Nouvelle-Aquitaine. Les bons produits ne sont pas tous locaux, ne sont pas tous « chers » ; ils ont simplement un point commun : ils racontent une histoire vraie autour du terroir et des Hommes qui les fabriquent avec passion. Nous sommes propriétaires des produits que nous achetons, nous les stockons avec soins, nous les transportons pour qu'ils soient valorisés et consommés avec plaisir. Pour cela, nous devons les acquérir. Cela demande une implication forte dans le sourcing, la négociation et le référencement contractualisé qui vont lier notre Groupe aux producteurs.

Nous préférons un produit près de son lieu de consommation quand il existe. Nous l'aimons soit avec un label, soit avec un goût, soit avec une histoire et parfois il réunit tous les critères. Nous disposons d'alternatives d'achats avant d'éviter une situation de dominance d'un fournisseur. Nous surveillons le nombre de références

pour ne pas en « avoir trop ». Nous négocions tout ce que nous considérons comme en dehors du marché « prix », mais jamais nous ne jouons sur la qualité pour faire baisser celui-ci. La performance des achats réside pour nous dans l'échange constructif et long terme avec nos fournisseurs : voir par nous-mêmes si l'histoire est vraie. Nous réalisons 250 rendez-vous fournisseurs et visitons 15 lieux de production par an. Notre démarche est simple : si nous avons confiance, si nous consommons le produit nous-mêmes, alors une grande part du chemin est accompli.

sourcer - négocier - référencer

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

Objectif : 30 % de produits NAQ*

2022 : **>15%**

Résultat :

2022 : **16.92%**

17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS

Objectif : rencontrer 50 % de nos fournisseurs tous les ans

2022 : **50%**

Résultat :

2022 : **51.4%**
247/480

approvisionnement

02

Garant de la disponibilité produit, le service approvisionnement relie notre service commercial au service achats. Responsable de l'approvisionnement de plus de 8 000 références ouvertes, la massification et le partage de nos flux entre nos sites contribuent à notre réactivité.

L'anticipation dans la mise à disposition des quantités, tout en prenant en compte l'historique et l'objectif de stock minimum, sont les grands enjeux quotidiens.

Pour répondre favorablement au besoin en moins de 24h, la supervision informatique des quantités est primordiale. Toutefois, elle ne remplacera pas dans nos métiers l'appréciation de l'Homme sur les facteurs multiples pouvant perturber l'approvisionnement.

Nos commandes achats mobilisent directement ou indirectement l'ensemble de nos processus. Un second rôle primordial dans la lutte contre le gaspillage est réalisé par le processus approvisionnement. Il réalise l'aiguillage des dates de durabilité de nos produits afin qu'ils puissent être commercialisés ou consommés dans le cadre de partenariats avec des associations à but humanitaire, telles que le Secours Populaire français ou la Banque Alimentaire de France.

2 FAIM «ZÉRO»

Objectif : verser 0.1% du chiffre d'affaires en dons alimentaires

2022 : **0.1%**

Résultat :

2022 : **0.26%**
234k de dons

QSHE

Neutraliser le risque alimentaire et humain

L'enjeu d'une entreprise moderne réside dans sa faculté à opposer chaque risque que nous pouvons rencontrer à une solution simple et efficace pour le neutraliser. La dimension qualité hygiène sécurité et environnement comme nous la percevons se construit sur la mise en application de l'ensemble des référentiels permettant une analyse et une action si cela est nécessaire.

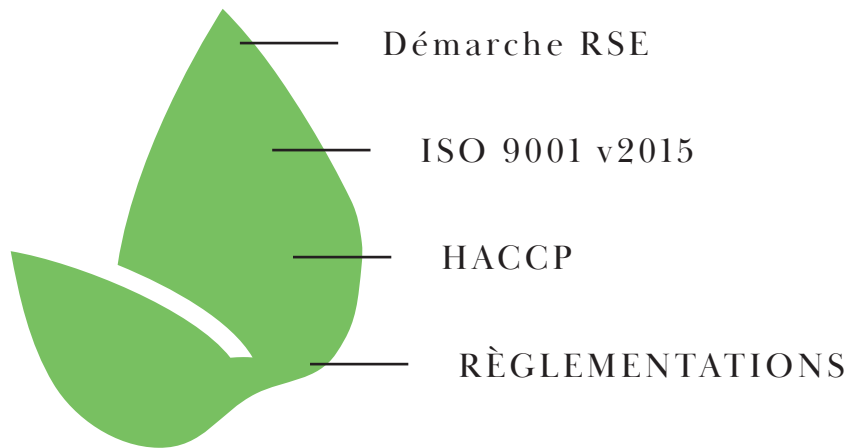
Au-delà des obligations légales (DUERP, Formations hygiènes, Alertes sanitaires, Certification BIO...), notre action s'appuie sur une méthode d'auto contrôle HACCP structurée depuis 1998 qui détermine par exemple notre exigence absolue en termes de suivi et de contrôle de la chaîne du froid : entre +2 et +4°C pour nos produits frais, entre -18 et -20°C pour nos produits surgelés et une température ambiante

pour les produits d'épicerie. 365 jours par an et 24h/24h, 27 sondes connectées en WIFI réalisent plus de 14 millions de contrôles directement supervisés par un système d'alerte.

Pour compléter notre HACCP, nous avons mis en place volontairement en 2019 une démarche de certification ISO 9001 v2015 déployée sur l'ensemble des processus du Groupe. Faire certifier que notre entreprise comprend les enjeux de pérennité et d'efficience nous assurent de couvrir plus largement les risques et conditionne notre amélioration continue. Notre taux de réussite d'une facturation sans litige est supérieur à 98.7 % ce qui prouve notre engagement.

Notre souhait de modernité et d'inscrire les actions de GM Développement vers un monde durable, nous conduit naturellement depuis 2022 vers une démarche d'évaluation RSE qui sera réalisée par l'AFNOR en juin 2023. L'objectif est simple : réussir les transitions énergétiques, territoriales et sociales nécessaires à notre échelle d'ETI* régionale pour participer à un monde plus équilibré.

*ETI : entreprise de taille intermédiaire.



9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE

Objectif : taux d'avoir <1%

2022 : **<1%**

Résultat :

2022 : **1.5%**

stockage

Le stockage regroupe pour nous les activités de réception des commandes fournisseurs et de préparation des commandes clients.

Le stockage est le lieu où se concrétise notre contact physique avec le produit. De la réception au rangement, en passant par la mise en picking et à la préparation des commandes, l'enchaînement des étapes est supervisé par un système de gestion WMS* développé par notre service informatique. La préparation numérique amène un confort à nos équipes et une fiabilité de nos données (localisation, quantité, traçabilité lot et dates de durabilité...). Nous pouvons ainsi remonter la chaîne de vie du produit et communiquer des informations fiables en cas d'alertes sanitaires, par exemple.

15 860 m² d'entrepôts sur un foncier disponible de 4.6 hectares, répartis en Nouvelle-Aquitaine, sont dédiés au stockage et spécialisés à chaque nature de produits : frais, épicerie, surgelé, vins... Deux axes forts sont engagés dans notre démarche de sobriété énergétique : la limitation des gaz à effet de serre dus aux fluides frigorigènes et la limitation de la consommation d'électricité.

*WMS : Gestion d'entrepôt optimisée.

13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Objectif : éviter la casse produit (Loi anti-gaspi)

2022 : **-5%**/an de N-1

Résultat :

2022 : **-35%**

2 FAIM «ZÉRO»

pilotage

04

Mesurer, analyser, décider pour agir maintenant et dans 10 ans

Le rôle du pilotage de GM Développement est d'amener une lisibilité sur l'avenir de l'entreprise et de répondre par une stratégie en phase avec les valeurs du Groupe. Nous avons depuis 2006 créé un « conseil » mensuel paritaire et inclusif réunissant actionnaires, directeurs, responsables de services afin d'échanger sur notre fonctionnement et évaluer régulièrement notre performance. Les décisions prises dans un esprit d'unanimité sont déployées sous forme de plans d'actions.

Notre rendez-vous appelé « Tour des Sites » permet à tous les salariés de venir une fois dans l'année partager l'ensemble des idées et informations sur la vie de l'entreprise. Nous profitons de ce moment de partage pour faire découvrir les autres sites du Groupe aux salariés.

8 TRAVAIL DÉCENT
ET CROISSANCE
ÉCONOMIQUE

Objectif : rentabilité permettant l'indépendance des structures

2022 : **Rnet > 1% du CA**

Résultat :

2022 : **3.6%**

système d'information

La bonne information au bon moment

La bonne information au bon moment est au cœur de nos priorités.

GM Développement est engagé dans la transformation numérique pour anticiper les défis de demain.

Nous orientons nos partenariats avec des acteurs majoritairement régionaux et français, ADISTA, MICROSOFT, eux aussi engagés dans la réduction de leur impact sur l'environnement.

La cohésion de l'ensemble des systèmes est construite autour de l'hybridation cloud, la dématérialisation et la digitalisation de nos outils de production.

Notre responsabilité informatique durable s'inscrit dans une démarche de sobriété numérique, optimisation de cycle de vie et revalorisation de nos matériels.

L'intégration dans un écosystème innovant et digital nous conduit à amener les standards digitaux B to C à l'univers commercial B to B d'ici 2030.

Agilité et résilience, sont les mots de nos projets de développement technologiques qui renforcent durablement la compétitivité de l'entreprise.

9 INDUSTRIE,
INNOVATION ET
INFRASTRUCTURE

Objectif : investir au moins 8% du résultat d'ici 2026 en SI, R&D

2026 : **>= 8%**

logistique

« Optimisation » est le mot d'ordre de nos équipes logistiques. Livrer en temps et en heure les bonnes quantités est un prérequis, prendre le temps d'optimiser chaque déplacement est une nécessité écologique.

05

Notre logistique réalise la finalité de notre métier : assurer la livraison du « dernier kilomètre » en toute sécurité, tout en prenant soin de maîtriser l'impact environnemental. Nous sensibilisons tous les acteurs de la chaîne logistique par la mise en place d'un minimum de commandes. Chaque kilomètre effectué est pensé et réfléchi grâce à l'optimisation des tournées supervisées par le logiciel MAPOTEMPO. Si une livraison ne correspond pas au critère de GM Développement, nous compenserons son impact par la plantation d'un arbre en Nouvelle-Aquitaine.

Sur les routes, vous apercevrez nos chauffeurs livreurs dans des camions aux dernières normes Euro6*, renouvelés tous les 7 ans et équipés d'un système de réduction catalytique qui utilise de l'AdBlue depuis 2014. D'autres options supplémentaires équipent nos groupes froids sur les véhicules, comme la technologie « Silent », pour une réduction sonore en milieu urbain des groupes froids.

Le maillage régional de nos dépôts nous permet d'être au plus près de nos clients et chacune de nos livraisons requiert une attention particulière. Nous optimisons les bonnes énergies tous les jours !

*EURO6 : véhicules produits après 2015.

En savoir plus ?



Objectif : compenser les livraisons non vertueuses

1 arbre en NAQ* : N < N-1

Résultat :

2022 : **1529 arbres**



ressources humaines

Porter une attention constante à nos collaborateurs

L'adhésion aux valeurs de GM Développement conditionne notre cohésion de Groupe.

Définir notre bien-être au travail par l'écoute, le calme et l'engagement. Manager de manière juste et constante en prenant soin de réaliser des feed-back* positifs tout au long de l'année avec nos collaborateurs.

06

Nous souhaitons un projet d'entreprise différent des grands groupes financiers dont l'actionnariat ne fait pas partie de la vie de l'entreprise.

Retrouvez plus d'informations dans la partie III « La vie au travail ».

*Feed-back : actions de retour.

*RCAI : Résultat Courant Avant Impôt.



Objectif : partager la valeur ajoutée avec les salariés

2022 : **13 mois**

Résultat :

2022 : **13.38 mois**

La vie au travail

L'HOMME AU ♥ DE NOTRE MÉTIER

Nous plaçons l'humain au cœur de notre activité et œuvrons pour préserver la qualité de vie au travail de nos collaborateurs.

Le Groupe GM Développement s'engage à proposer des emplois de proximité attractifs, évolutifs, accessibles à tous et ayant du sens. Nous accompagnons chacun dans son épanouissement professionnel, tout en respectant la diversité et garantissons de bonnes conditions de travail dans un cadre stimulant et bienveillant.

Ainsi, respect et sourire prennent tout leur sens !

politique sociale

Construire une relation sur le long terme est primordial. C'est pourquoi, avec l'aide de nos équipes, nous œuvrons continuellement à la transmission de nos valeurs. Symbole de la culture d'entreprise et des comportements attendus par les employés, les valeurs sont devenues un réel atout permettant de stabiliser nos collaborateurs.

95%

de nos collaborateurs sont en CDI.

Un parcours d'insertion est instauré pour tout nouvel entrant.

Nous préparons en amont son arrivée (matériel opérationnel, communication auprès des équipes en place). Nous lui remettons notre livret d'accueil et lui permettons d'être en immersion, les deux premières semaines, sur chaque poste pour comprendre au mieux le métier de chacun.



égalité hommes | femmes

Au sein de GM Développement les femmes représentent 38 % de nos effectifs en 2023 vs 32 % en 2018. Nous constatons une progression de 6 points en 5 ans.

Toutefois,

50%

de nos dirigeants sont des femmes.

Notre objectif est de continuer à progresser, afin d'obtenir une parité complète sur l'ensemble du Groupe (50% | 50%) dans un métier de la logistique où il est difficile de recruter du personnel féminin.

En 2022, une femme au sein du Groupe gagne en moyenne 3% de plus qu'un homme.



agir ensemble

Nous nous engageons en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap.

Nous établissons des partenariats avec des structures spécialisées comme l'association Planète Autisme, l'IME FONGRAVE... pour faciliter l'insertion et enrichir les valeurs de l'entreprise ainsi que celles de nos collaborateurs.

Nous privilégions l'aide financière à des structures comme ANDAPEI 47, afin d'intégrer le handicap au quotidien sur une collaboration à long terme.

Nous réalisons nos pièces en bois (claire à prune, plateau à fromage, caisse pour recycler le papier) avec l'ESAT de Montclairjoie (47) Établissement et Service d'Aide par le Travail.

Faire de chaque collaborateur un acteur de la contribution

positive

du Groupe



avantages sociaux

Nous mettons à la disposition de nos collaborateurs différents avantages sociaux :

- Tickets restaurants : 705€/an
- Mutuelle : une partie est prise en charge par l'employeur du salarié et de ses ayants droits
- Intéressement au résultat : 20 % du RCAI*
- Chèques cadeaux de Noël et présents de Noël
- Mise à disposition d'une salle de pause, machine à café, fontaine à eau, distributeur de boissons.

10 INÉGALITÉS RÉDUITES

Objectif : **20%** du RCAI*

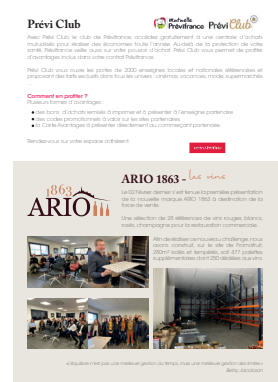
Résultat :
2022 : **830** k€

*RCAI : Résultat Courant Avant Impôt.

communications internes

Nous communiquons de façon transparente avec nos salariés, il est important pour nous de créer un environnement où chacun se sent écouté et valorisé :

- Newsletter mensuelle
- Convention générale 1 fois par an
- Réunion «Tour des sites» présentée par la Direction 1 fois par an
- Partage d'informations via l'envoi de mails lié avec un portail salarié dédié à chacun
- Réunion d'équipes par service
- Un conseil par mois
- Repas d'entreprise



santé et sécurité au travail

Nous développons des outils de prévention et de sensibilisation avec la responsable QSHE :

- Formation sur l'hygiène et la sécurité
- Formation à l'utilisation d'un défibrillateur

Chacun de nos sites disposent d'un défibrillateur. Ce matériel de premier secours n'est pas obligatoire dans une entreprise privée, néanmoins l'utilisation très rapide et avisée d'un défibrillateur peut réduire significativement la mortalité en entreprise avant l'arrivée des secours.



De plus, nous analysons de manière détaillée les accidents du travail nous permettant de mettre en place des actions correctives, afin d'atteindre nos objectifs de 0 AT.

3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Objectif : éviter tous les accidents de travail. Taux de gravité AT :

2022 : **<1.7**

Résultat :

2022 : **1,56**

sensibiliser

Expliquer et transmettre les fondamentaux de la vie en société est un rôle supplémentaire de l'entreprise moderne. GM Développement veille à ce que chaque collaborateur respecte l'ensemble des «parties prenantes» qui l'entourent.

En savoir plus ?



Déclaration des
Droits de l'Homme

En savoir plus ?



Anti-discrimination

16 PAIX, JUSTICE
ET INSTITUTIONS
EFFICACES

guider

En savoir plus ?



Guide
éco-responsable au bureau

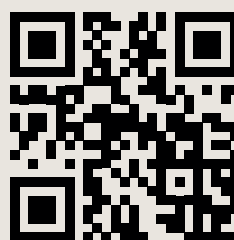
Améliorer notre vie de tous les jours au travail et réduire ses impacts sur l'environnement.

Ce guide donne des clés : idées, gestes simples, actions collectives et leviers réglementaires afin d'agir tous ensemble.

confier

L'ensemble des résultats économiques des sociétés du Groupe sont publiés sans restriction. La confiance est un lien qui oblige une transparence entre les mots et les actes.

En savoir plus ?



Infogresse

Les ancrages relationnels

Il s'agit, ici, de comprendre le monde qui nous entoure et de délimiter chaque relation que notre entreprise a avec l'ensemble de ses «parties prenantes». Nous pourrions faire un parallèle entre personne physique et personne morale, car il existe des similitudes dans les relations qu'elle tisse. L'entreprise évolue dans un monde juridique, normé et compétitif. Elle a des droits et des devoirs, comme tout simple citoyen. Elle a la capacité d'établir des relations avec des organisations qui lui permettent de progresser et d'évoluer comme elle le souhaite, un peu comme «choisir ses meilleurs amis» parmi toutes ses connaissances.

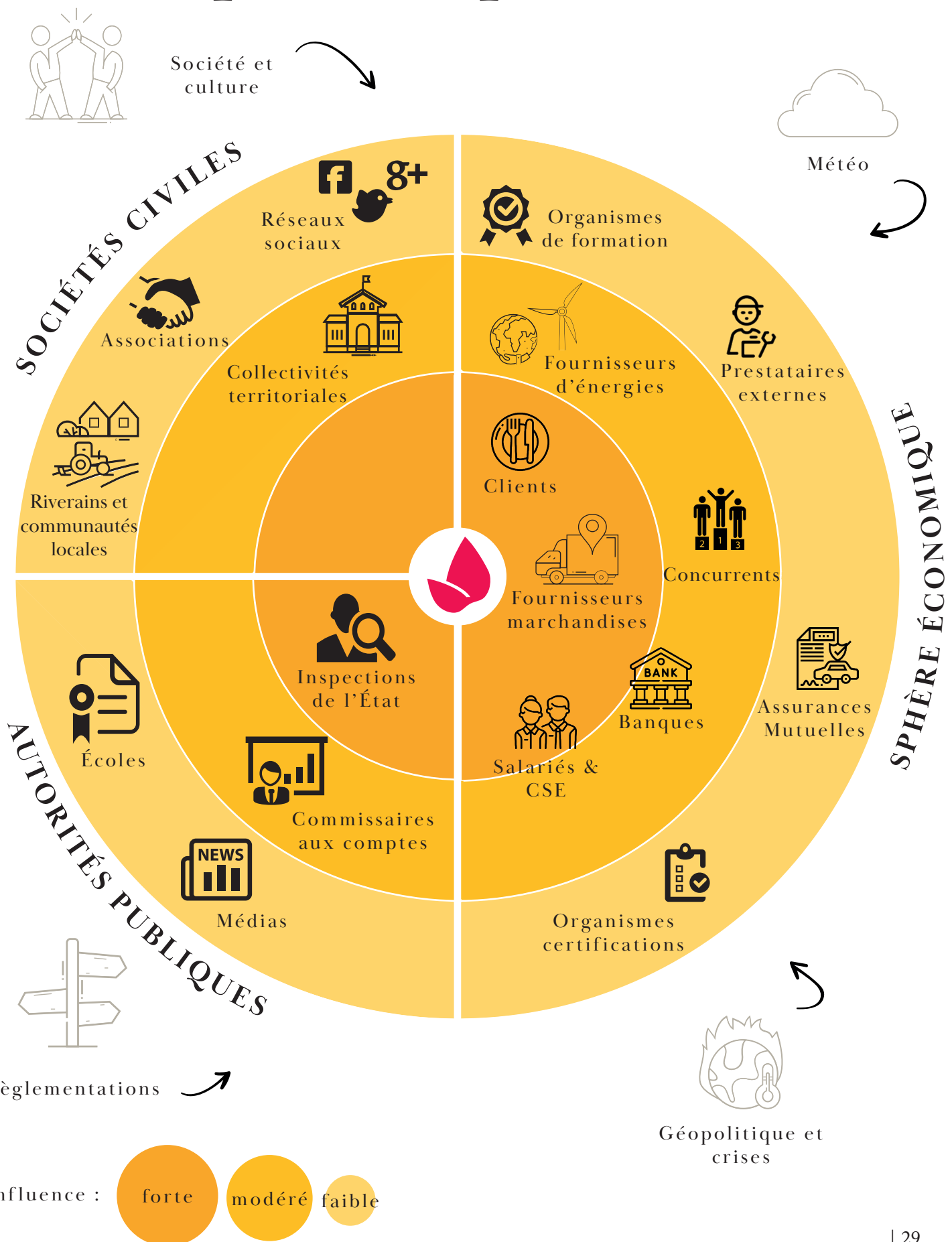
Les opportunités ou menaces de l'environnement influent sur sa stratégie. Le choix d'aller sur de nouveaux marchés, de chercher différents financements comme de s'approvisionner où elle veut, est déterminé par ses valeurs. L'économie des dernières décennies nous prouve qu'une entreprise basée sur un modèle uniquement économique déclenche des réactions en chaînes dangereuses (pollutions, non-respect des règles...). Le parallèle dans la vie privée est facilement réalisable.

C'est pour cela que nous attachons beaucoup d'importance à ce que les hommes et les femmes de GM Développement marquent d'une empreinte positive relationnelle l'ensemble des personnes qu'elles rencontrent dans leur vie professionnelle.

À ce titre, nous avons compris qu'il est profitable de mesurer le rapport de forces, plutôt que de le subir. Nous veillons à ne pas dépasser 10 % de nos approvisionnements chez le même intervenant, tout comme, nous essayons de ne pas avoir de client à plus de 5 % du chiffre d'affaires. Notre culture d'entreprise commerciale nous entraîne avec plaisir à maintenir nos activités existantes, il ne s'agit pas là de nous priver, mais bien d'aller chercher d'autres opportunités nous permettant de tenir ces engagements.

Pour décider d'une action vertueuse, il nous faut donc analyser l'environnement, préserver notre capacité de choisir et trouver le bon compromis permettant de respecter notre liberté et celles des autres.

Sphère d'influence des parties prenantes



notre territoire

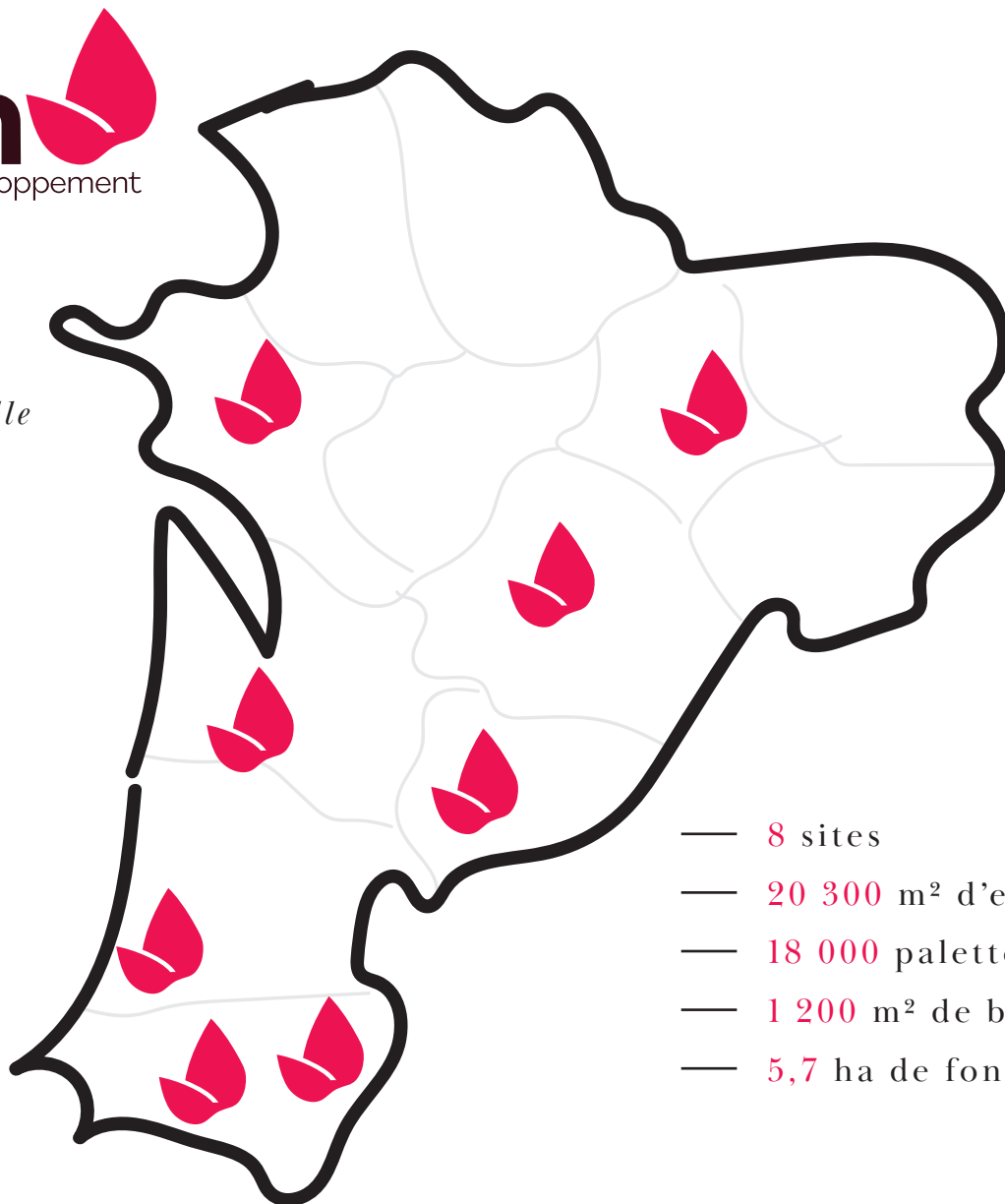
LA NOUVELLE-AQUITAINE

GM Développement suit une formation de 2 ans sur les accélérateurs des PME-ETI.

Un accompagnement alliant des formations de haut niveau, des missions de conseils créatrices de valeur et de la mise en réseau.



Agen
Bordeaux
Dax
Pau
La Rochelle
Limoges
Bergerac
Baudreix



- 8 sites
- 20 300 m² d'entrepôts
- 18 000 palettes
- 1 200 m² de bureau
- 5,7 ha de fonciers

240

collaborateurs
engagés à avancer vers demain

NOS PARTENAIRES

Notre volonté est d'amplifier notre contribution au développement du tissu économique du territoire sur lequel nous intervenons en privilégiant des partenaires locaux (banques, avocats, notaires, prestataires externes).

banques



expertises



organismes



SOCOTEC



information



assurances



Multirisque entreprise
Responsabilité civile
Pertes d'exploitation
Assurance crédit client
Véhicules

SPONSORING ET MÉCÉNATS

Nous soutenons le sponsoring sportif des petits et grands clubs. Des sports d'équipes comme le basket-ball ou le rugby pour les valeurs qu'ils dégagent et l'attachement à nos villes d'Agen, Dax, Mont-de-Marsan, Pau, La Rochelle, etc.

Dans une démarche anti-gaspillage et afin d'aider les associations qui luttent contre la faim, nous donnons toutes les semaines des denrées alimentaires.

PROJET AFFIGAP



Affigap est un projet d'entreprise, dont le but est de promouvoir et préserver le fromage au lait cru fermier et artisanal dans les trois principales montagnes de France.

Dans le prolongement de cette future création, nous aurons à cœur de créer une fondation qui soutiendra le monde agricole des petits producteurs.

LES ANCRAGES RELATIONNELS

NOS FOURNISSEURS

Utiliser la proximité comme vecteur de bon sens, en partant de la Nouvelle-Aquitaine, est une des bases de nos règles d'approvisionnement. Les richesses gustatives de Gascogne et de Guyenne transitent par nos 8 sites en réalisant le moins de kilomètres possible. Nous prenons le temps d'enlever des marchandises lors de nos retours de tournées, afin de réduire les trajets et les coûts pour nos clients. Ces relations sont établies, parfois, depuis plus de 50 ans.



Le savoir-faire des zones historiques de production

Pour bien faire notre travail, nous allons également au-delà de nos frontières chercher le produit là où il existe par son histoire.

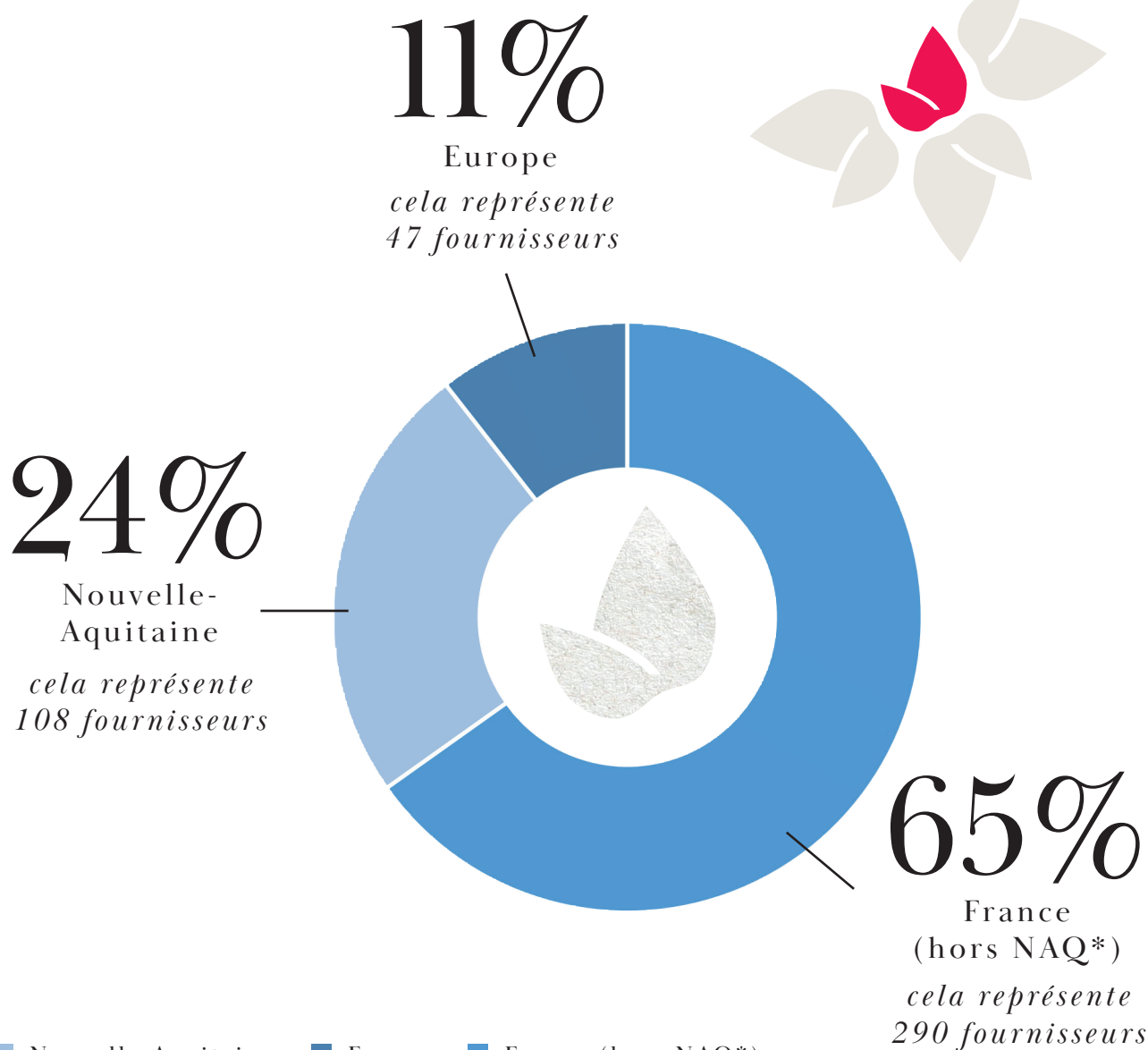
Un fromage de brebis AOP Ossau-Iraty né en Nouvelle-Aquitaine, a autant de légitimité pour nous qu'un Jambon de Parme fabriqué dans les Apennins en Italie, à plus de 900 mètres d'altitude.

GM Développement privilégie les achats responsables avec des fournisseurs reconnus situés au plus près des zones de production. Pour chaque famille de produits, nous privilégierons toujours l'origine et veillerons à ce que la qualité corresponde au prix demandé.

Nous avons pour objectif de réaliser 30 % de nos achats en Nouvelle-Aquitaine d'ici 2036 et maintenir 70 % en France.

nos fournisseurs

EN 2023



■ Nouvelle-Aquitaine ■ Europe ■ France (hors NAQ*)

*NAQ : Nouvelle-Aquitaine.

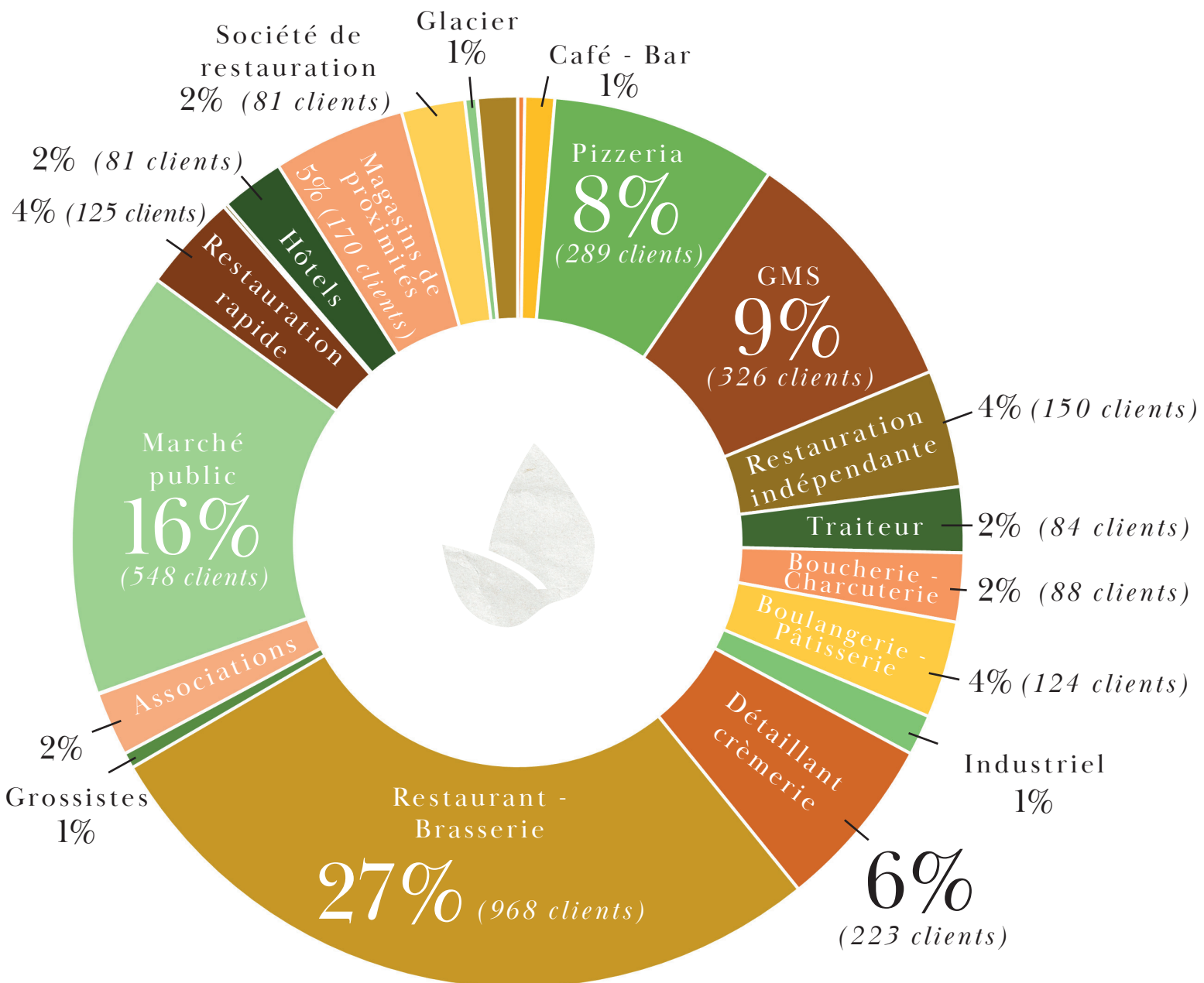
LES ANCRAGES RELATIONNELS

NOS CLIENTS

La relation que nous avons avec nos clients est presque quotidienne. Notre offre logistique de deux livraisons semaine en moyenne permet d'établir un lien régulier, qu'il soit initié par la télévente, le commercial, le livreur ou la comptabilité. Pour réussir cette récurrence, nous leur devons d'être juste et constant dans les services et les produits que nous proposons.

Acteurs du B to C, leurs performances est in fine la nôtre. Ils nous transmettent leur passion de cuisinier, de merchandiseur, de boulanger... Nous leur apportons en retour notre savoir-faire acquis au fil des ans grâce au maintien d'une diversification clients importantes et stratégique pour nous.

nos clients PAR MÉTIER EN 2023



nos produits

AU CŒUR DE L'ASSIETTE

GM Développement c'est également la réalisation de shooting photos.

Créer ou recréer un univers autour du produit, lui permettant de se révéler. Chaque produit à son identité, il est unique, c'est pour cela, qu'au travers de nos photos culinaires nous souhaitons transmettre une histoire, un producteur, un terroir...



nos catalogues

NOTRE IMAGE

Le Groupe, c'est aussi, des catalogues spécialisés par marque permettant d'avoir une vue d'ensemble de l'offre disponible en tri-température. Nous travaillons avec une imprimerie locale sur un papier issu uniquement de forêts durablement gérées (labellisé FSC ou PEFC) ou de papier recyclé.



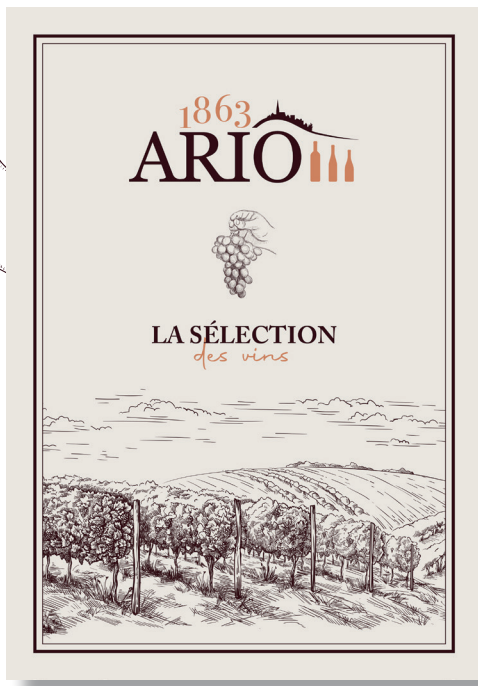
LA RESTAURATION
COMMERCIALE



LA RESTAURATION
COLLECTIVE

nos catalogues
spécialisés produits

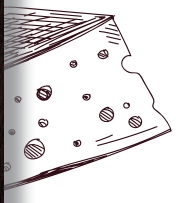




LE VIN



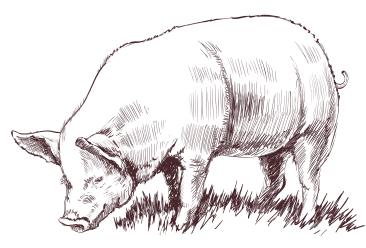
LE FROMAGE



LA SALAISON



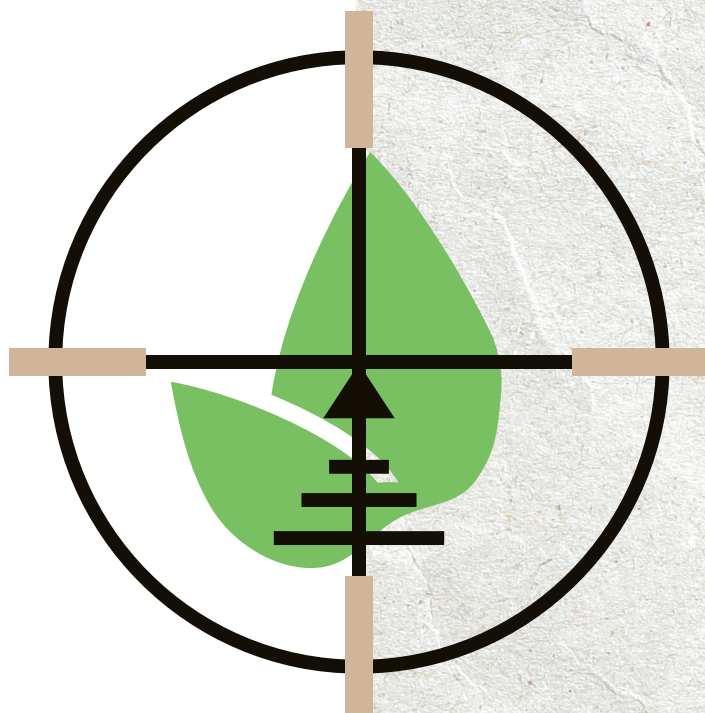
LA CONSERVERIE



Le voyons vert

Trouver notre performance énergétique et définir ensemble un objectif à atteindre pour que les activités de GM Développement deviennent réellement durable.

Deux axes guident nos actions : maîtriser nos émissions et participer à l'équilibre forestier en Nouvelle-Aquitaine.



La méthode

PERFORM



LES OBJECTIFS
«PURPOSE»



LA SITUATION ACTUELLE
«EXISTING SITUATION»



LES OBSTACLES
«RESISTANCE»



LES RESSOURCES
«FISCHING FOR RESSOURCES»



LES SOLUTIONS
«OPTIONS OF ACTIONS»



LE PLAN D'ACTION
«ROLL OUT PLAN»



LES CRITÈRES DE MESURE
«MONITOR & MEASURE»

Les objectifs

La prise de conscience pour GM Développement de s'inscrire dans une économie vertueuse pour son environnement n'est pas nouvelle. De nombreuses petites actions réalisées au quotidien depuis plusieurs décennies contribuent déjà aujourd'hui à stabiliser notre impact sur le monde qui nous entoure.

Nous avons à cœur d'aller plus loin et de nous engager vers un projet mesurable de développement économique vertueux permettant que chacune de nos actions de demain soit moins consommatrice d'énergie qu'hier.

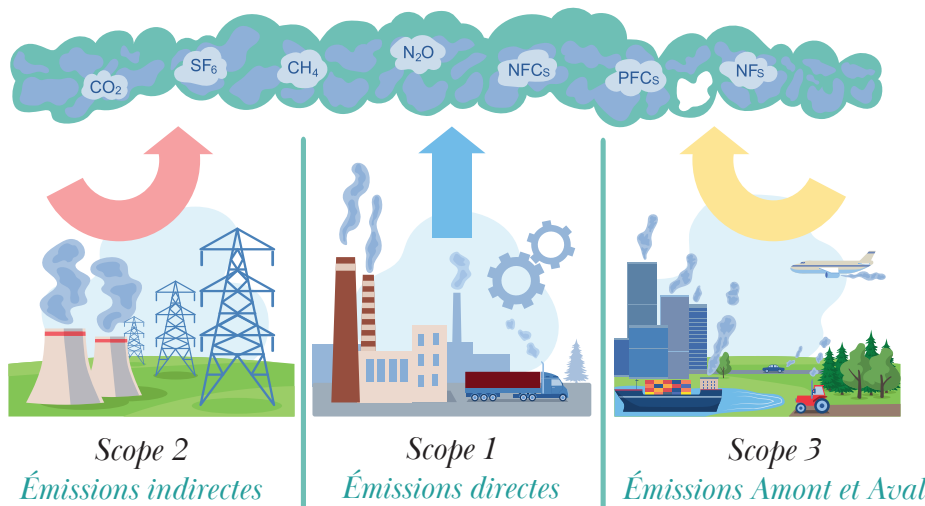
Notre stratégie 2036 contient dans son objectif économique un développement fort en chiffre d'affaires, nous souhaitons passer de 100 millions d'euros à 200 millions d'euros, mais elle se construit autour d'une stabilisation des volumes transportés ce qui induira de fait une augmentation de l'efficacité gCO₂/€CA. En d'autres termes, nous allons nous engager à construire l'objectif de chiffre d'affaires 2036 grâce à nos ressources disponibles en 2026.

GM Développement anticipera donc les obligations en termes de bilan énergétique obligatoire et construit dès aujourd'hui un projet d'efficacité énergétique pour les années à venir.

La situation actuelle

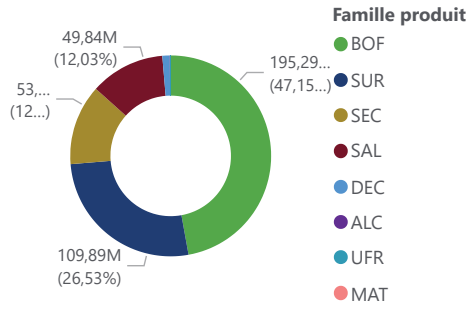
En 2023, GM Développement est à 3 ans de son objectif d'atteindre 100 millions d'euros en 2026. Le doublement du chiffre d'affaires en 10 ans s'est réalisé par des opérations de croissance interne et externe. Nous avons grandi, tant par nos implantations géographiques, sources de services et disponibilité client, que par le recrutement d'équipes disponibles et efficaces. La nature de notre métier de distributeur, intermédiaire de la chaîne logistique, mais aussi notre responsabilité vis-à-vis des produits que nous sélectionnons, faisons produire ou produisons nous-même génère des émissions nocives pour la terre. A l'opposé de nos valeurs d'entreprise familiale, moderne et indépendante, nous retrouvons l'utilisation à forte échelle de carburants de nos véhicules légers et lourds, d'électricité pour notre production de froid, de déchets pour nos conditionnements logistiques.

Depuis cette année, nous mesurons l'ensemble des trois scopes 1, 2 et 3 afin d'établir une année de référence à laquelle nous comparer.



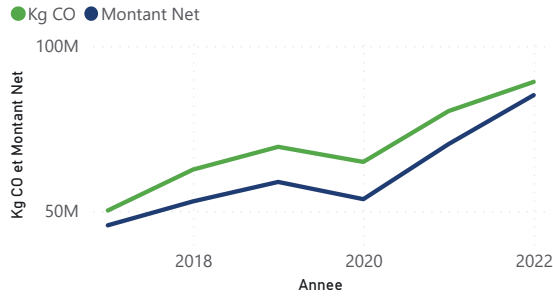
Bilan Scope 3 Amont

Kg CO par Famille produit

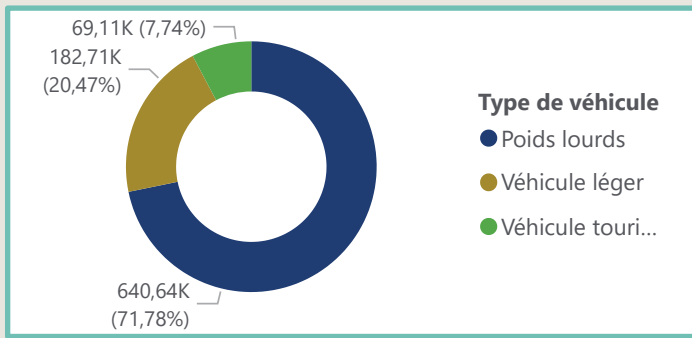


Chaque famille produit contribue de manière différente aux émissions.

Kg CO et Chiffre d'affaires par Année



Bilan Scope 1



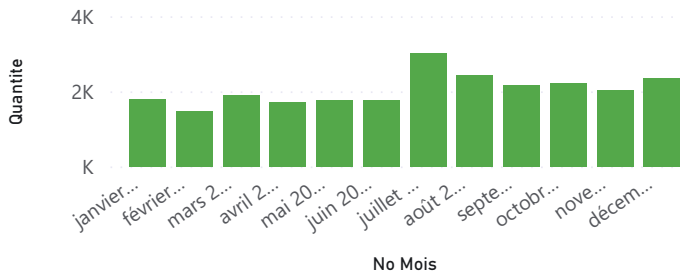
870,45K!

Objectif: 892,47K (-2.47%)

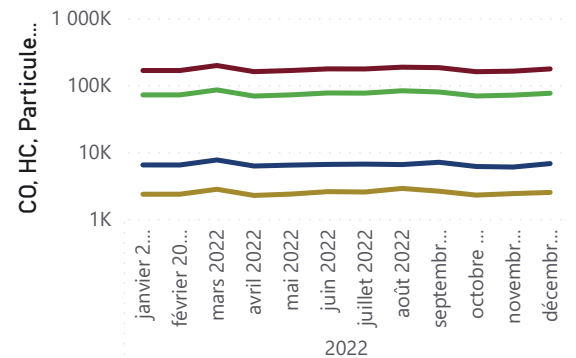
Une baisse de -2.47% entre 2022 et 2021 de nos émissions internes.

Bilan Scope 2

Suivi des émissions eq. kgCO par MW

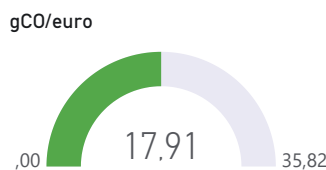


CO, HC, Particule... NOx



Bilan Scope 3 Aval

Societe	gCO/euro	gCO/euro évol N-1	Kg CO évol N-1
ANTONIN	6,00	-17,66 %	-22,42 %
DLO	27,63	-13,16 %	25,57 %
FROMAFRUIT	18,72	-18,14 %	5,70 %
PELISSIE	21,28	-17,20 %	6,07 %
SLAD	17,28	-19,04 %	8,15 %
Total	17,91	-12,90 %	8,64 %



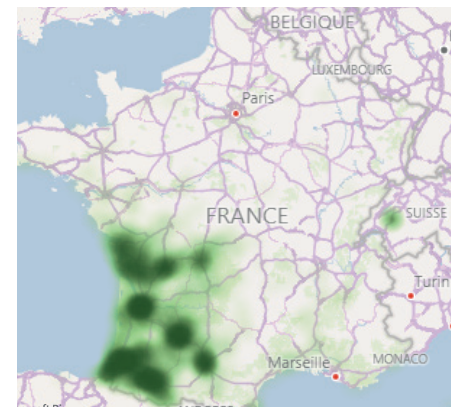
8,64 % **-12,90 %**

Kg CO évol N-1

gCO/euro évol N-1

17,91 grammes de CO₂ pour 1€ de chiffre d'affaires livré en 2022.

+8.64% de kgCO₂ en 2022 pour une augmentation du chiffre d'affaires de +22%.



Les obstacles

Notre taille d'entreprise intermédiaire et notre cœur de métier ne nous permettent pas de réaliser de la recherche et développement en nouvelle technologie moins polluante. Notre capacité financière d'investissement supplémentaire est limitée comme toute entreprise ou organisation. Notre besoin de nous déplacer physiquement pour réaliser notre métier ne pourra pas être substitué par un service numérique, car nous répondons quotidiennement au bas de la pyramide de MASLOW : le besoin vital de se nourrir pour vivre. Prendre conscience que nous devons réduire la valeur ajoutée économique, premier but d'une entreprise à but non lucratif, pour investir avant d'autres pays ou entreprises dans un projet environnemental, peut être ressenti comme un risque pour les activités du Groupe. Autant d'obstacles qu'il nous faut surmonter par des solutions de bon sens et d'engagement à la hauteur de nos capacités.

Les ressources

Nous évoluons le plus souvent sous la contrainte mais notre capacité d'agir est grande. La stratégie économique de 2036 nous conduit vers un exercice vertueux de notre activité qui augmentera l'efficacité de chacun de nos déplacements. Prioriser dans le temps nos axes d'efficience permettra une transition efficace et accessible. Nos équipes et leurs idées seront les meilleures ressources pour atteindre notre objectif de stabilisation du rapport gCO₂/1€.

Les solutions

Planifier entre maintenant, à 3 ans et à 10 ans nos actions.

scope 1 : ÉMISSIONS DIRECTES

- Investir dans les nouvelles technologies de motorisation PL/VL :
 - VL : < 50% de gasoil dès 2023
 - VL : 30% gasoil, 30% hybrides, 40% électriques en 2036
 - PL : 70% gasoil, 30% électriques en 2036
- Trier et compacter chacun de nos déchets plastique, carton et papier sur site :
 - 100% des déchets entrepôts depuis 2017, continuer la démarche
 - Réutiliser les cartons de réception pour l'expédition
 - Développer la mise en contenant réutilisable et consigné de nos livraisons
- Agir sur nos entrepôts :
 - Installer des portes automatiques isolées dans les passages à différences thermiques
- Agir sur nos espaces de vie bureau :
 - Encadrer la gestion +/- des températures intérieures de nos bureaux dès 2023

En savoir plus ?



scope 2 : ÉMISSIONS INDIRECTES

- Agir sur notre production de froid :
 - Réaliser les extensions de chambres froides avec des plafonds de 180 mm au lieu de 100 mm d'isolation dès 2023
 - 100 % du parc en technologie eau glycolés ou CO₂ en 2036
- Agir sur les systèmes d'éclairage :
 - Aucune enseigne lumineuse dès 2023
 - Relamping 100 % LED sur tous les sites d'ici 2026
 - Capteur de présence sur 100 % des entrepôts
 - Produire notre propre électricité d'ici 2036

scope 3 : ACTIVITÉS AMONT





- Agir sur la sélection de nos gammes : passer de 3 €/kg à 6 €/kg en 2036.
 - Repenser la conception de nos produits en termes d'emballage logistique
 - Atteindre 30 % de produits Nouvelle-Aquitaine
 - Atteindre 70 % France
 - Prioriser nos fournisseurs ayant une démarche RSE évaluée
- Prioriser le recrutement de nos salariés à moins de 30 minutes de leur lieu de domicile
- Coconstruire la fondation Affigap pour des engagements d'investissement économique et environnemental auprès de nos plus petits producteurs.

scope 3 : ACTIVITÉS AVAL

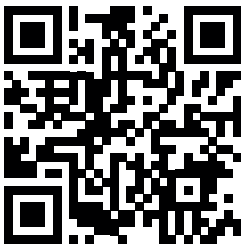
- Agir sur l'optimisation de nos déplacements :
 - Sensibiliser nos clients sur leurs approvisionnements :
 - Passer de 8 Liv/mois à 6 Liv/mois
 - Réaliser une compensation à chaque fois que nos clients nous solliciteront pour une livraison non efficiente : 1 arbre planté en Nouvelle-Aquitaine pour chaque minimum de commande non respecté grâce à notre démarche « 1 Nouvel Arbre Aquitain »

Le plan d'action

Pour atteindre nos objectifs, nous avons engagé une démarche d'évaluation RSE réalisée par l'AFNOR sur 3 ans. Associé et intégré à notre certification ISO 9001, un comité RSE se réunira tous les ans avec les responsables de processus de l'ensemble des sociétés pour réaliser le bilan et prendre des mesures en rapport avec la stratégie définie. Un partage du résultat de notre démarche sera réalisé avec les parties prenantes.

-  Scope 1 et 2 : Σ Energies 2026 pour 100 Md'€ = Σ énergies 2036 pour 200 Md'€.
-  Scope 3 : Dans une dynamique de croissance d'activité $<+8\%$, ne pas dépasser notre ratio N/N-1 de notre émission en gramme équivalent CO₂ pour 1€ commercialisé.
-  Suivre les autres émissions HC, NO_x et particules fines statistiquement et les inclure dans la mesure du possible au plan de stabilisation des énergies 2036.
-  Compenser chaque livraison non vertueuse par notre projet de réimplantation « 1 Nouvel Arbre Aquitain ».

En savoir plus ?




reforestACTION

15 VIE TERRESTRE

Objectif : compenser les livraisons non vertueuses

1 arbre en NAQ* : N < N-1

Résultat :

2022 : **1529 arbres**

En savoir plus ?



Éco-geste livraison
Groupe GMD

Les critères de mesure

Nous avons bâti un entrepôt de données statistiques nous permettant de quantifier, historiser et qualifier les trois scopes d'analyse des émissions.

L'accès à nos données sera ouvert à tous nos salariés, nous engagerons l'amélioration continue des hypothèses de calculs et de justesse des informations tout au long de notre démarche.

13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Objectif : impacter l'indice gCO₂/€ Scope 3 aval

2026 : **15 gCO₂/€**

Résultat :

2022 : **17.9 gCO₂/€**

Exemple de Reporting interne pour le suivi des GES*

Analyse Scope 1 bilan émission :

Année

870,45K!
 Objectif: 892,47K (-2.47 %)

- No Mois
- janvier 2022
 - février 2022
 - mars 2022
 - avril 2022
 - mai 2022
 - juin 2022
 - juillet 2022
 - août 2022
 - septembre 2022
 - octobre 2022
 - novembre 2022
 - décembre 2022

Poids lourds :

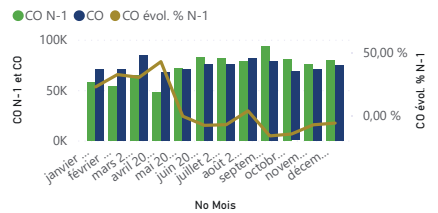
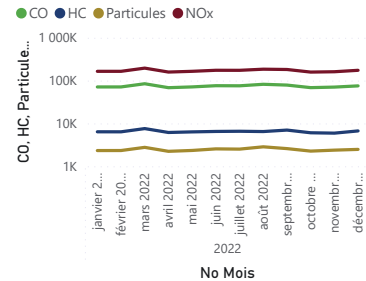
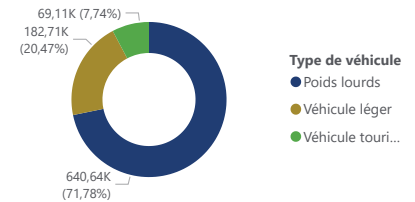
Societe	CO	CO N-1	CO évol. % N-1	Km Periode	Quantite
FROMAFRUIT	302 858,17	284 899,23	6,30 %	561 889,00	225 716,50
SLAD	235 414,18	215 761,70	9,11 %	436 761,00	131 890,86
PELLISSIE	102 368,50	108 576,16	-5,72 %	189 923,00	76 101,02
Total	640 640,85	609 237,09	5,15 %	1 188 573,00	433 708,38

Véhicules légers :

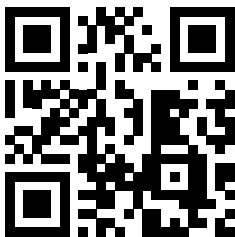
Societe	CO	CO N-1	CO évol. % N-1	Km Periode	Quantite
SLAD	68 233,68	73 185,05	-6,77 %	223 717,00	13 794,14
ANTONIN	64 523,36	81 067,17	-20,41 %	211 552,00	13 369,23
FROMAFRUIT	55 539,28	51 811,88	7,19 %	182 096,00	12 528,16
GMD	34 705,95	29 069,55	19,39 %	113 790,00	17 876,19
PELLISSIE	28 823,41	26 082,99	10,51 %	94 503,00	8 732,62
Total	251 825,69	261 216,64	-3,60 %	825 658,00	66 300,34

Matériels :

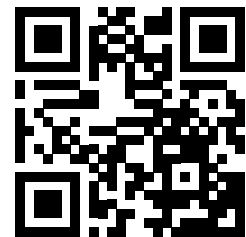
Societe	CO	CO N-1	CO évol. % N-1	Km Periode	Quantite
Total					



*GES : Gaz à Effet de Serre.



source : ademe.fr



source : data.ademe.fr



retrouvez toutes nos actions sur
www.gmdeveloppement.fr

Synthèse économique

	Objectifs	Exercice 2021	Exercice 2022
<i>Source : Comptes consolidés GM Holding. En euros.</i>			
Total du bilan		24 949 610	27 227 053
Capitaux propres		2 045 376	4 628 342
Chiffre d'affaires	+8%	(+23.75%)72 046 287	(+22%)88 064 059
Résultat net/CA*	>1%	(0.49%)357 850	(3.26%)2 862 354
Taux d'avoirs	<1%	1.75%	1.5%
Indépendance Ventes	<5%	3.05%	3.20%
Indépendance Achats	<10%	5.30%	5.04%
Dons alimentaires	0.1% du CA*	0.24%	0.26%

Projets d'investissements territoriaux

Projets	Description	Echéance
Déménagement Pélissié	Acquisition terrain à proximité du siège.	10/2023
	Construction nouvel entrepôt HQE	12/2024
Travaux Limoges	Nouvel extension froid positif pour cross-dock sur bâtiment existant	06/2023
Création d'un site d'affinage de fromages Antonin 1919 et Affigap	Acquisition d'un bâtiment existant à Baudreix	06/2022
	Installation technique froid et robotisation	06/2024
Extension des bureaux de GM Développement	Acquisition existante d'une grange qui jouxte le dépôt d'Agen	11/2023
	Rénovation HQE et création d'un nouvel espace de travail et parking pour GM Développement	12/2024

* CA : Chiffre d'affaires, AT : accident du travail, ec : en cours de construction, ETP : effectif temps plein, NAQ : Nouvelle Aquitaine, HQE : Haute Qualité Environnemental

Synthèse sociale

	Objectifs	Exercice 2021	Exercice 2022
Source : Silaé - GM Développement			
Parité nombre H/F	50%/50%	64.78%/35.22%	62.40%/37.60%
Parité salaire H/F	50%/50%	49.70%/50.30%	49.51%/51.01%
Ratio CDI/Effectif	>95%	97.83%	98.35%
Indice intéressement	>=13 mois	12.39 mois	13.38 mois
Nombre d'heures de formations / ETP*	>4h	1h34min	3h42min
Taux de gravité AT	< profession : 1.7 en 2019	1.43	1.56
Taux Fréquence AT	< profession : 43.1 en 2019	40.94	34.83

Synthèse environnementale

	Objectifs	Exercice 2021	Exercice 2022
Source : Cubes Analysys Services - Data Warehouse GM Développement			
Nombre d'arbres	Livraison franco	0	1 529
Investissement biodiversité en k€	Budgétaire	0k€	4.3k€
Émissions Scope 1	N<=N-1	870 tonnes eq. CO ₂	840 tonnes eq. CO ₂
Émissions Scope 2	N<=N-1		79.5 tonnes eq. CO ₂
Émissions Scope 3	15 en 2026	20.56	17.29
Indice gCO ₂ /€			
Indice recyclage			ec*
Parts produits EGALIM	30% en 2026	20.89%	16.21%
Parts produits NAQ*	30% en 2036	16.67%	15.77%
Parts produits FRANCE	>70%	83.12%	80.60%



ÉDITION N°1

GM Développement

Allée de Gascogne, 47000 AGEN - FRANCE
www.gmdeveloppement.fr



Groupe GMD AGEN

Fromafruit
Allée de Gascogne, 47000 AGEN
www.groupegmd.com

Groupe GMD BORDEAUX

EPL Lucmaret
1 Rue Guy Pelerin - zone Eyrialis, 33114 LE BARP
www.groupegmd.com

Groupe GMD DAX

SLAD Multifrais
Route de Peyrehorade, 40100 DAX
www.groupegmd.com

Groupe GMD PAU

Laïterie Pélissié
41 Rue Jean Tucat, 64420 ESPOEY
www.groupegmd.com

Groupe GMD LA ROCHELLE

Les Délices de l'Ouest
6 Rue Louis Braille, 17430 TONNAY-CHARENTE
www.groupegmd.com

ANTONIN 1919

Allée de Gascogne, 47000 AGEN
www.antonin-1919.com

ARIO 1863

Allée de Gascogne, 47000 AGEN
www.ariol863.com