La durabilité chez AZ FRANCE 2025

AZ FRANCE

··· Le Groupe Orsero ···

Depuis plus de 80 ans, le Groupe Orsero opère dans le secteur des fruits et des légumes avec l'ambition de **rapprocher le monde et de grandir ensemble avec ses clients et ses fournisseurs**. Grâce à une chaîne d'approvisionnement intégrée reliant les zones de production aux principaux marchés européens, à des infrastructures logistiques dédiées et à un réseau commercial étendu, Orsero garantit chaque jour de l'année des **produits de qualité** aux consommateurs.

Chiffre d'affaires



1 701
millions €

Résultat net



30
millions €

EBITDA ajusté



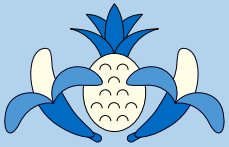
87
millions €



Présent dans
8 pays



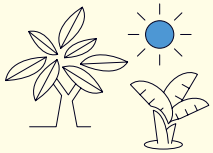
~2 400
employés



890 mille
tonnes de fruits et légumes distribuées

Plus de
300
références

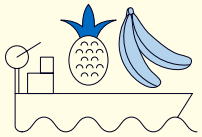
APPROVISIONNEMENT ET PRODUCTION



Plus de **2 300** fournisseurs issus de plus de **100** pays d'origine.

Deux productions propres : avocat au Mexique (114 hectares) et banane plantain des Canaries en Espagne (23 hectares).

TRANSPORT



4 navires en propriété et 1 affrété.

35 jours aller-retour Amérique centrale – Méditerranée.

Transport maritime intégré pour les bananes et les ananas.

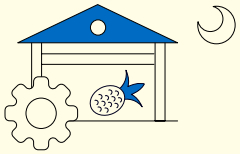
SERVICES ET HOLDING



Gestion des services internes pour le bon fonctionnement de la chaîne de valeur.



SITES

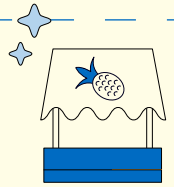


24 entrepôts de stockage et de traitement des marchandises.

21 centres de mûrissage.

4 sites fresh-cut en Italie.

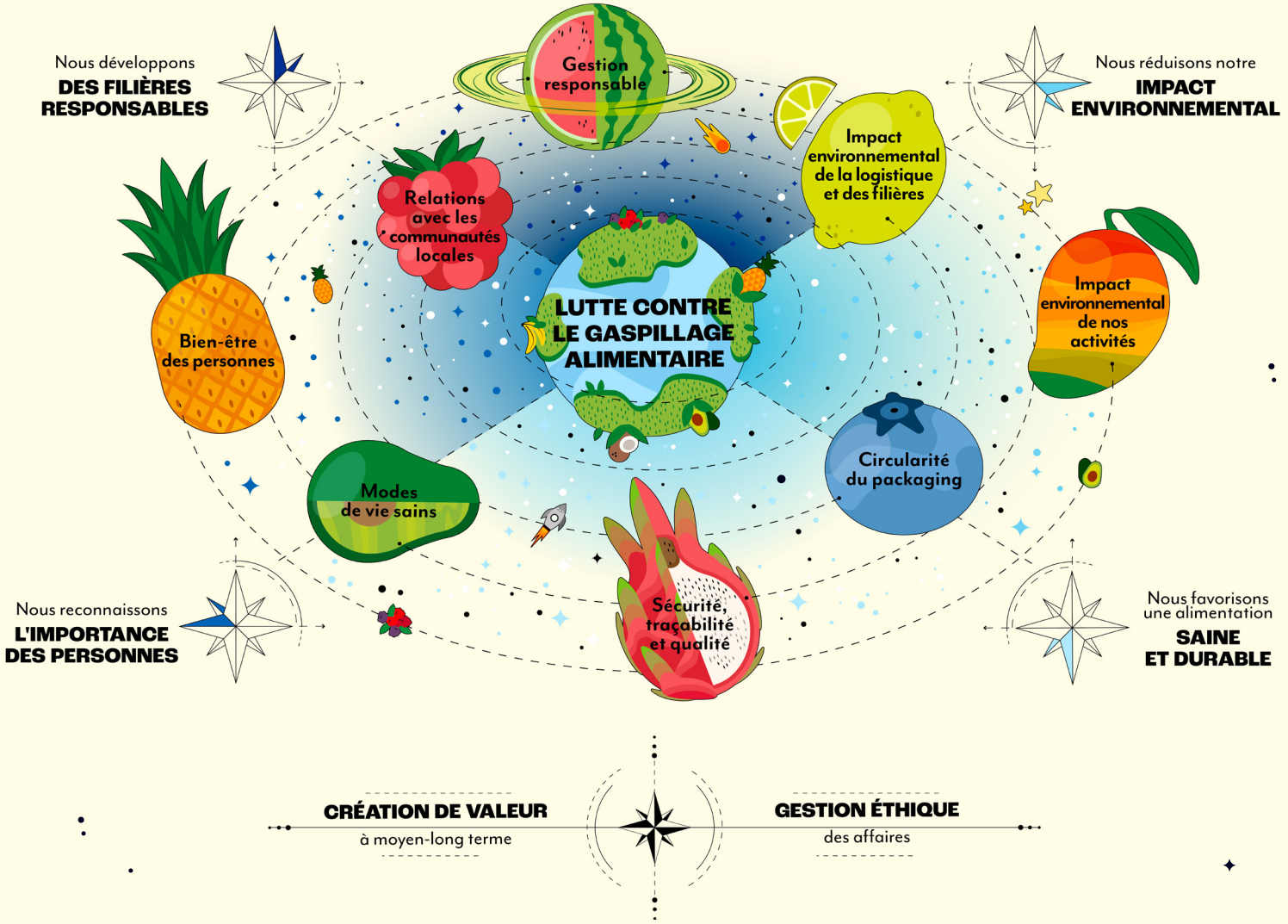
VENTES ET DISTRIBUTION



50 % GMS.
50 % marché traditionnel.

37 stands de marché.

La stratégie de développement durable



Le Groupe est convaincu qu'il est nécessaire de continuer à croître selon des critères de responsabilité. La **gestion éthique des affaires** et la **création de valeur à moyen et long terme** constituent la base à partir de laquelle Orsero a défini ses engagements en matière de durabilité.

2021

Création de la fonction durabilité, avec l'objectif de concilier croissance de l'activité et durabilité sociale et environnementale.

2022

Premier plan stratégique de durabilité, définissant quatre axes stratégiques et 11 objectifs concrets à suivre chaque année.

2026

Nouveau plan stratégique 2026-2031, 10 objectifs, 5 ambitions et 1 projet de communication dédié.

Plan stratégique de durabilité 2026 - 2031

10 objectifs

1. **100 %** des **fournisseurs** stratégiques conformes aux **exigences de durabilité** du Groupe Orsero d'ici 2031
2. Développer chaque année au moins un **projet de soutien aux communautés locales** le long des filières stratégiques, en co-conception avec des fournisseurs sélectionnés
3. **90 %** des **emballages** utilisés pour les marques du Groupe **composés de matériaux circulaires** (recyclés, recyclables, compostables ou réutilisables) d'ici 2028
4. Mettre en œuvre chaque année un projet dédié à la **préservation de la biodiversité** au sein des **filières stratégiques** du Groupe
5. **100 %** des **entrepôts** du Groupe impliqués dans des **activités de lutte contre le gaspillage alimentaire** d'ici 2028
6. Atteindre un **équilibre entre récupération et élimination**, en sauvant 50 % des fruits et légumes qui ne peuvent pas réintégrer les canaux de vente de la distribution d'ici 2031
7. Maintenir la **certification de sécurité alimentaire** dans **100 % des entrepôts** du Groupe, en certifiant tout nouveau site dans les 2 ans suivant son ouverture
8. **100%** des sociétés du Groupe adhérant à **l'initiative O-Care** pour promouvoir le bien-être psychologique, physique, économique et social des personnes d'ici 2031
9. Maintenir **100 %** des **employés formés aux thématiques de durabilité**
10. 100 % des employés impliqués dans le Programme d'Écoute du Groupe d'ici 2028

5 ambitions

		ODD
1	Des engagements de filière spécifiques pour les produits clés, afin de renforcer la collaboration avec les fournisseurs stratégiques, clarifier nos ambitions en matière de durabilité et générer de la valeur partagée tout au long de la chaîne d'approvisionnement	
2	Promouvoir la décarbonation de la chaîne de valeur, en renforçant le système de collecte de données relatif aux filières d'emballage et de transport, et en menant dans les trois prochaines années un test pilote pour évaluer les effets en matière d'émissions de l'utilisation de gaz réfrigérants à plus faible PRG	
3	Promouvoir une communication claire et homogène, en diffusant des informations simples et accessibles sur la bonne conservation des produits	
4	Lutter contre les idées reçues sur la consommation de fruits et légumes, en promouvant une information correcte sur la sécurité, la qualité et la durabilité des produits fruits et légumes	
5	Promouvoir les valeurs du Groupe, afin qu'elles constituent un guide concret pour les décisions et les actions du quotidien	

1
projet de communication

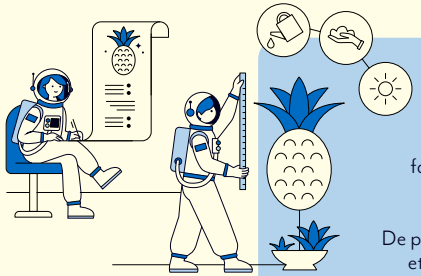
La gouvernance en matière de développement durable

La supervision des thématiques de durabilité est confiée à la fonction dédiée, responsable de la définition de la stratégie du Groupe, du suivi des performances et du processus de reporting.
La coordination des initiatives est assurée grâce à la collaboration d'un système de gouvernance, qui implique :



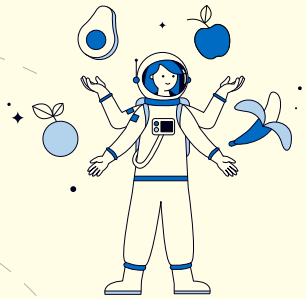
COMITÉ ENDOCONSULTATIF POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Il joue un rôle proactif et consultatif auprès du Conseil d'administration, en contrôlant la mise en œuvre des politiques, en proposant des actions de développement et en formulant des recommandations en matière de développement durable. Il examine et évalue également le rapport de durabilité.



FONCTION DURABILITÉ

Elle oriente la définition et la mise à jour de la Stratégie de durabilité du Groupe, fait le suivi de l'évolution des performances, rédige le rapport de durabilité et répond aux demandes des parties prenantes. De plus, la fonction rédige le rapport de durabilité, et le Dirigeant préposé certifie sa conformité avec les normes de reporting en vigueur.



SUSTAINABILITY COORDINATORS

Ils collaborent avec la fonction Durabilité pour la coordination des projets transversaux au Groupe et travaillent en coordination avec les Sustainability officers, avec lesquels ils participent au Sustainability Working Groups.

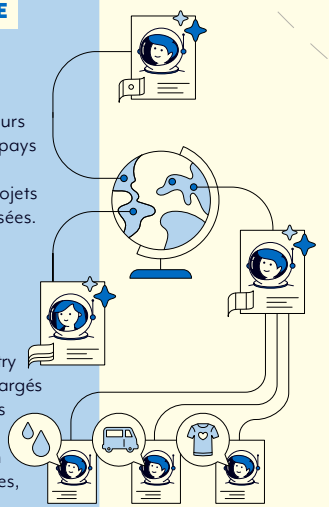
UNITÉS DE DURABILITE DE PAYS

SUSTAINABILITY COUNTRY LEADER

Ce sont les référents de premiers recours de la fonction Durabilité dans chaque pays du Groupe, ils la soutiennent dans l'identification des référents pour les projets et fournissent des informations actualisées.

SUSTAINABILITY OFFICER

Coordonnés par les Sustainability Country Leader, ce sont les référents de projet chargés de thèmes spécifiques et responsables de la collecte périodique de données. De plus, ils signalent à la fonction Durabilité les mises à jour normatives, les changements de contexte, les demandes des parties prenantes, etc.





SUSTAINABILITY WORKING GROUP

Organisés par thèmes et par projets, ils sont chargés de la gestion opérationnelle des activités.

Les outils adoptés par chaque société du Groupe

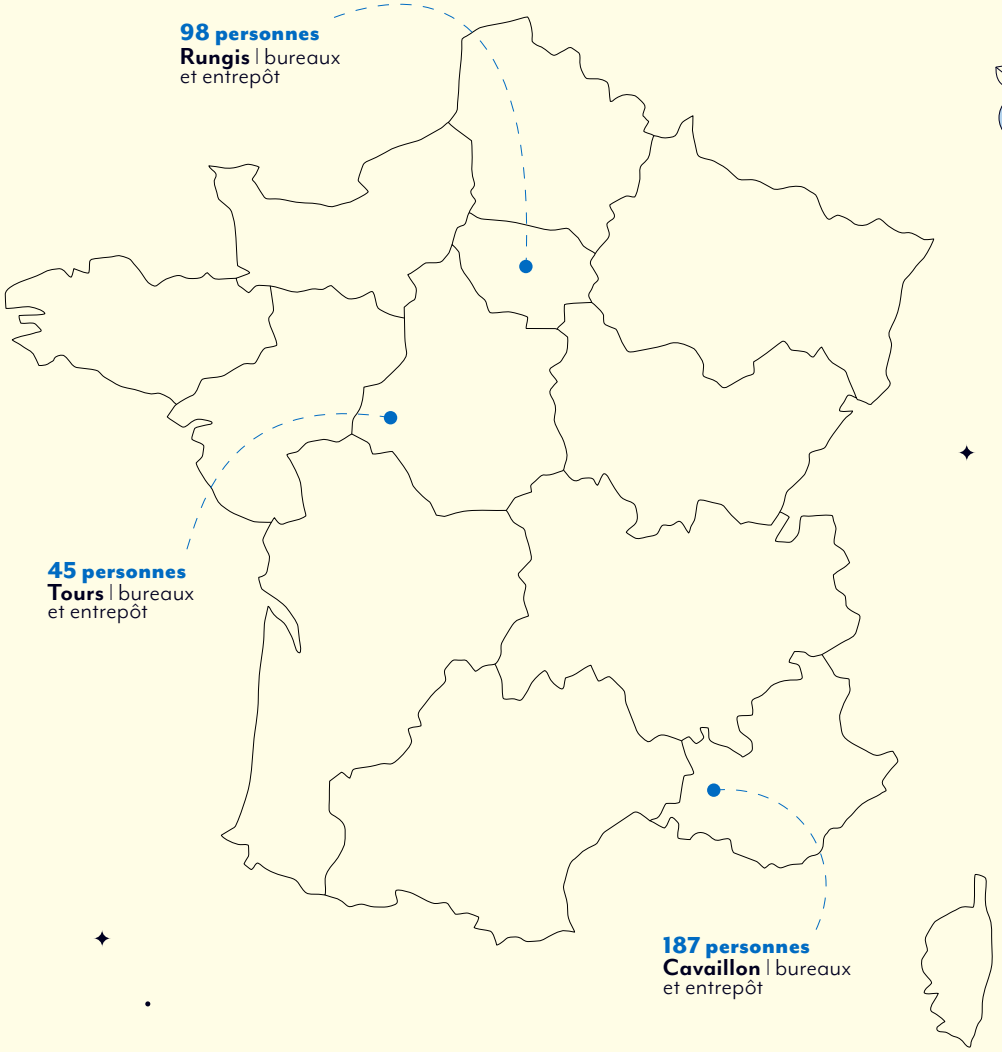
- **Code éthique :** il définit les valeurs et les principes de comportement.
- **Politique anticorruption :** elle minimise le risque de corruption.
- **Politique de lanceur d'alerte :** elle encadre le signalement des irrégularités.
- **Code de conduite des fournisseurs:** il décline les valeurs en principes de comportement qui guident l'action des fournisseurs.
- **Politique en matière de droits de l'homme :** elle définit les domaines d'engagement en matière de protection et de promotion des droits fondamentaux, universels et inaliénables de la personne.
- **Politique de diversité, d'équité et d'inclusion :** elle valorise la diversité et l'inclusion de chaque personne, en favorisant un environnement de travail sain et accueillant.
- **Politique environnementale :** elle explicite l'engagement à éviter de générer, de manière directe et consciente, tout impact négatif sur l'environnement, les communautés locales et les ressources naturelles.

Notre réalité

AZ FRANCE

330 personnes

AZ France est un acteur bien établi au sein du Groupe Orsero depuis 1985, contribuant au stockage, au mûrissage et à la distribution de produits fruits et légumes de qualité sur le marché français.



263
millions € de chiffre d'affaires

+ 5 000
palettes de capacité de stockage frigorifique

+ 4
millions de colis par an – capacité de mûrissage

230
fournisseurs de fruits et légumes

+ 80
références

33
origines

80 %
au marchés de gros

20 %
de la vente aux grands détaillants primaires

+150 000
tonnes de fruits et légumes achetées

Médaille d'argent EcoVadis Orsero – 77/100

Membre du UN Global Compact depuis 2021

Signataire des Women's Empowerment Principles (WEPs) depuis 2023

1

Nous reconnaissons

L'IMPORTANCE DES PERSONNES

Le personnel est l'ingrédient principal de notre réussite.
Nous nous engageons à reconnaître dans tous les contextes la valeur de chaque personne et nous encourageons l'esprit d'équipe, la transparence et le respect mutuel comme fondements de notre culture d'entreprise.

Nos collaborateurs

Les personnes représentent le premier facteur de succès de notre entreprise. Nous œuvrons à créer un environnement de travail fondé sur le **respect, la collaboration et le développement professionnel**, en nous engageant à offrir des opportunités de croissance et des conditions de travail stables.

130
femmes

96 % en contrat à durée indéterminée
98 % à temps plein

200
hommes

96 % en contrat à durée indéterminée
99 % à temps plein

330
employés

96 % des employés en contrat à durée indéterminée

9 ANS ancienneté moyenne

+38 PERSONNES EN 2025

signe d'une activité en constante croissance et d'une présence solide sur le marché français.

Répartition par tranche d'âge

<30 | **19 %** 30-50 | **50 %** >50 | **31 %**



La répartition entre les différentes tranches d'âge combine le **dynamisme et l'esprit d'initiative** des collaborateurs les plus jeunes avec le savoir-faire et l'**expérience professionnelle** des travailleurs les plus expérimentés. 19 % de l'effectif a moins de 30 ans ; la moitié des employés a entre 30 et 50 ans ; et les 31 % restants ont plus de 50 ans. Nous souhaitons ainsi valoriser des points de vue variés, issus d'expériences professionnelles et de compétences différentes, afin de conserver des bases solides tout en les enrichissant de nouvelles idées et approches.

L'ancienneté moyenne de nos employés, entendue comme la durée moyenne totale passée dans l'entreprise, était de 9 ans en 2025. Cette donnée constitue un indicateur pertinent d'expérience consolidée et d'intégration profonde dans notre contexte de travail.

Le bien-être des employés

Nous sommes attentifs au bien-être de nos employés. C'est pourquoi, à travers le programme **GOWelfare**, nous avons promu des initiatives conçues pour améliorer la qualité de vie de nos collaborateurs et favoriser un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Parmi les dispositifs mis en place dans le cadre de cet objectif, nous signalons :

- **Flexibilité horaire**
- **Tickets restaurant**
- **Chèques vacances**
- **Cartes cadeaux et avantages d'entreprise de fin d'année**

Conformément à notre attention portée au bien-être des personnes, nous avons lancé en 2025 un cycle de quatre rencontres consacrées à la santé physique et mentale sur le lieu de travail, animées par des experts et des professionnels du secteur.

1re rencontre mai - Santé et nutrition: atelier organisé sur tous les sites de l'entreprise, avec la participation de 112 employés. Guidés par des nutritionnistes, diététiciens et naturopathes, les participants ont approfondi les bases de la nutrition pour une santé optimale, la lecture et la compréhension des étiquettes alimentaires ainsi que l'usage raisonné des compléments alimentaires.
2e rencontre juin - Gestion du stress : 160 employés ont participé à un atelier consacré aux techniques de respiration et de relaxation. Les participants ont appris trois exercices pratiques pour gérer le stress, améliorer le bien-être personnel et accroître l'efficacité au travail.
3e rencontre septembre - Gestes et postures : les employés des sites de Cavaillon et Tours ont participé à un atelier axé sur l'ergonomie et la prévention. Le programme comprenait : des notions d'anatomie pour comprendre l'importance des bonnes postures ; les règles de base de l'ergonomie ; l'identification des comportements à éviter ; des exercices pratiques avec démonstrations et corrections en direct.
4e rencontre novembre - Massages au bureau : des séances de massage sur chaise ont été organisées sur tous les sites de l'entreprise afin de soulager les tensions musculaires et favoriser la détente mentale.

En outre, afin de promouvoir un dialogue constant et de favoriser une culture d'entreprise tournée vers la croissance et la collaboration, les ressources humaines ont poursuivi en 2025 un cycle **d'entretiens individuels**, appuyé par une plateforme numérique permettant leur traçabilité.

Au cours de l'année, des entretiens ont été réalisés avec 221 employés, portant à 68 % la part des collaborateurs impliqués dans cette démarche. Lors de ces échanges, des thèmes tels que la satisfaction personnelle, la perception du climat d'entreprise et les relations avec les collègues ont été abordés.

Activités d'engagement des employés

Les ressources humaines représentent pour nous la catégorie de parties prenantes la plus importante : non seulement elles figurent parmi les acteurs les plus directement impactés par les choix de l'entreprise, mais elles constituent également une source privilégiée de connaissance interne et de compréhension organisationnelle.
C'est pourquoi, en 2025, nous avons choisi de les impliquer activement dans le processus **d'analyse de matérialité**, en recueillant leur point de vue sur nos priorités en matière de durabilité. L'initiative a enregistré un taux de participation de 21 %, et les résultats de l'analyse ont confirmé une forte attention portée aux thématiques directement liées à la gestion des personnes et à la responsabilité opérationnelle de l'entreprise. En particulier, plusieurs sujets prioritaires ont émergé:

- **Sur le plan social:** gestion des ressources humaines, incluant des thématiques telles que les initiatives en faveur du bien-être des employés, la formation professionnelle continue et le bon équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.
- **Sur le plan environnemental:** gaspillage alimentaire et prévention des excédents, valorisation des fruits et légumes à travers des dons et des récupérations alimentaires.
- **Sur le plan de la gouvernance:** conformité législative et respect de la réglementation, incluant des sujets tels qu'une conduite d'entreprise éthique et responsable, ainsi que des systèmes visant à prévenir et combattre la corruption.

Le respect de la diversité et de l'inclusion

L'inclusion et la diversité font partie intégrante de notre culture d'entreprise. Dans cette logique, en 2025 nous avons poursuivi les activités liées au projet **GOEquality**, avec l'objectif de promouvoir l'inclusion et l'égalité des chances, en combattant les préjugés et les stéréotypes sur les lieux de travail. Nous avons choisi d'aborder ces sujets de manière proactive, à travers :

- La signature des Women's Empowerment Principles (WEPs), établis par le UN Global Compact et ONU Femmes.
- Le lancement d'un programme de suivi du processus de recrutement à travers des indicateurs clés liés au genre.
- Le calcul de l'indice d'égalité de genre sur le lieu de travail : évaluation 2025 – 58/100*.
- La cartographie et l'analyse des différentes réglementations applicables, ainsi que l'identification de pistes d'action possibles en matière d'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.
- L'identification d'initiatives internes et externes de sensibilisation sur ces thématiques.

Nous sommes fermement convaincus que la diversité ne fait pas seulement la richesse du contextede travail, mais qu'elle constitue également une ressource fondamentale pour la croissance et l'évolution organisationnelle. En 2025, les personnes en situation de handicap représentaient 5 % des employés, confirmant ainsi notre engagement à créer un lieu de travail inclusif et accessible à tous.

* Code du travail : articles L1142-8 à L1142-11, création et mise en place de l'index de l'égalité professionnelle.

Code du travail : articles D1142-4 à D1142-14, modalités de calcul des indicateurs et de publication de l'index de l'égalité professionnelle

GO EQUALITY

La formation continue

Nous sommes convaincus que la formation revêt une importance stratégique pour la croissance professionnelle des employés et pour garantir la continuité de leur employabilité.
Nous nous sommes engagés à faire participer tous les employés à des formations spécifiques sur la durabilité d'ici 2025, afin de diffuser la connaissance des enjeux environnementaux et sociaux essentiels à notre croissance.

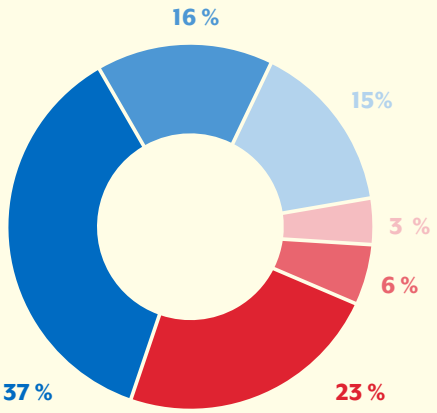
100 %

des employés d'AZ France ont suivi au moins une formation liée à la durabilité

Ce résultat s'inscrit dans un engagement plus large en matière de formation : en 2025, un total de **3 552** heures a été dispensé, soit une moyenne de 10,76 heures par personne. Les activités se sont concentrées sur plusieurs domaines clés :

- Santé et sécurité : 826 heures.
- Formation technique spécifique au travail : 558 heures.
- Langues et TIC : 541 heures.

Formation dispensée



- Autre
- Santé et sécurité
- Formation spécifique à l'emploi
- Conformité
- Langues et TIC
- Durabilité

Nos valeurs

En 2025, nous avons pris part à une démarche visant à partager les valeurs de l'entreprise, communes à toutes les sociétés du Groupe et constituant un repère essentiel pour orienter nos comportements.

L'initiative s'est concrétisée par une série d'ateliers interactifs, conçus comme des moments d'échange et de participation active de nos employés, impliquant 82 personnes, avec pour objectif de favoriser l'application des valeurs dans le quotidien professionnel.





Nos nouvelles valeurs

Nous assumons toujours nos responsabilités

Nous agissons avec loyauté et intégrité

Nous reconnaissons et valorisons la contribution unique de chacun

Nous aimons réaliser l'impossible

Nous construisons des relations durables

Nous plaçons les intérêts de notre entreprise en premier

La protection de la santé et de la sécurité

Une attention particulière est accordée à la santé et à la sécurité au travail. En 2025, nous avons dispensé plus de 820 heures de formation spécifique, en soutien à un **système de gestion pleinement développé couvrant 100 % des employés.**

Cet engagement se reflète également dans les résultats : au cours de l'année, seuls 9 accidents du travail ont été enregistrés (taux d'accident de 18,99, pour un total de 254 jours perdus). En outre, l'absence d'accidents graves (taux de gravité des accidents de 0,54) confirme l'efficacité des activités de prévention et de sensibilisation.

Parmi les employés présents au 31/12/2025, 2 personnes présentent des maladies professionnelles reconnues.

Les travailleurs externes

L'une des particularités du secteur des fruits et légumes réside dans les pics d'activité dus à la saisonnalité des produits. Pour gérer cette spécificité, en plus du travail saisonnier, la contribution de nombreux travailleurs externes est nécessaire, employés par l'intermédiaire de coopératives, de sociétés tierces et d'agences de travail temporaire.

Au 31 décembre 2025, notre main-d'œuvre externe (travailleurs intérimaires) comptait 127 personnes. En outre, la protection des travailleurs externes présents sur nos sites est aussi importante que la sécurité garantie à nos employés : tous les travailleurs externes sont couverts par un système de santé et sécurité, et seuls 7 incidents ont été enregistrés en 2025.

Nous sommes convaincus que les nouvelles générations constituent le moteur de notre activité future et durable.
C'est pourquoi, chaque année, nous nous engageons à renforcer la collaboration avec les écoles et les universités, afin de permettre à de jeunes talents d'effectuer une période de formation sur le terrain. En 2025, nous avons lancé 16 parcours de stage et 12 parcours en alternance.

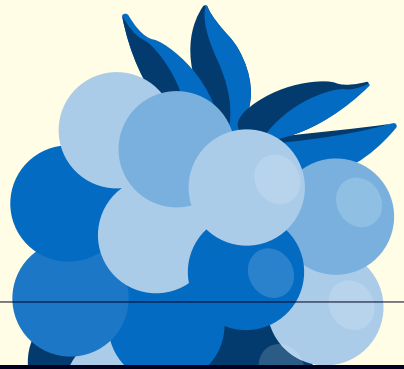
127
Personnes



94
Hommes

33
Femmes





Nos communautés locales

Chaque jour, nous nous engageons à concrétiser la mission du Groupe – *Nous rapprochons le monde pour grandir ensemble avec nos clients et nos fournisseurs* – à travers des projets de soutien aux communautés locales dans lesquelles nous opérons, avec l'objectif de **favoriser la prospérité économique et sociale.**

Cet engagement représente de manière concrète notre responsabilité sociale d'entreprise. Les initiatives mises en œuvre contribuent au **bien-être des territoires, renforcent les liens avec les communautés et améliorent la réputation** de l'entreprise, en promouvant un développement partagé et en créant de la valeur sur le long terme.

C'est pourquoi, en 2025, nous avons :

- Soutenu la préparation de certains de nos employés à l'Ironman 2027 grâce à la participation au financement de leurs inscriptions et de leurs combinaisons.
- Organisé, pendant la période de Noël et de fin d'année, deux moments de rencontre dédiés aux employés et à leurs familles : le *Noël des Enfants*, avec activités créatives, animation et distribution de petits cadeaux, ainsi que deux petits-déjeuners d'entreprise conçus comme des occasions de partage et de remerciement pour l'engagement annuel.
- Collaboré avec l'Insane Festival 2025, événement musical et culturel majeur du territoire, en contribuant par la distribution de fruits frais afin de promouvoir des habitudes alimentaires saines également dans des contextes de divertissement.

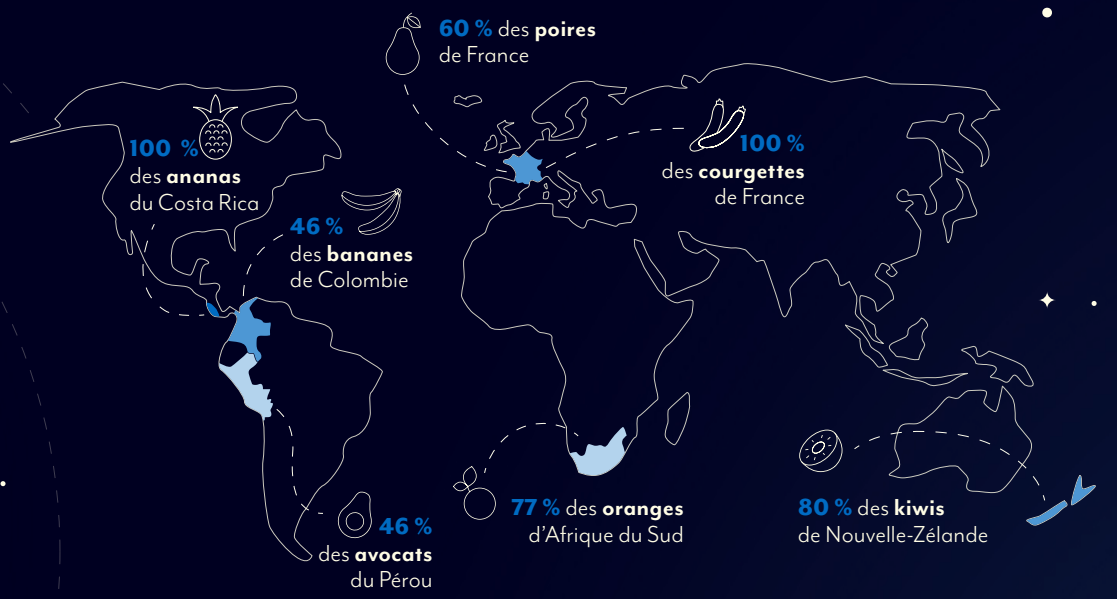




2

Nous développons des FILIÈRES RESPONSABLES

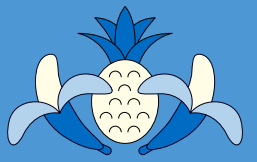
Depuis toujours, nous sillonnons le monde à la recherche de fruits et légumes d'excellente qualité. Pour cette raison, notre filière revêt une valeur fondamentale, et nous sommes conscients de l'importance de préserver une approche responsable le long de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, en instaurant des rapports de confiance avec nos fournisseurs, en accordant de l'attention à l'utilisation responsable des ressources naturelles et en respectant les droits fondamentaux de tous.





230
fournisseurs

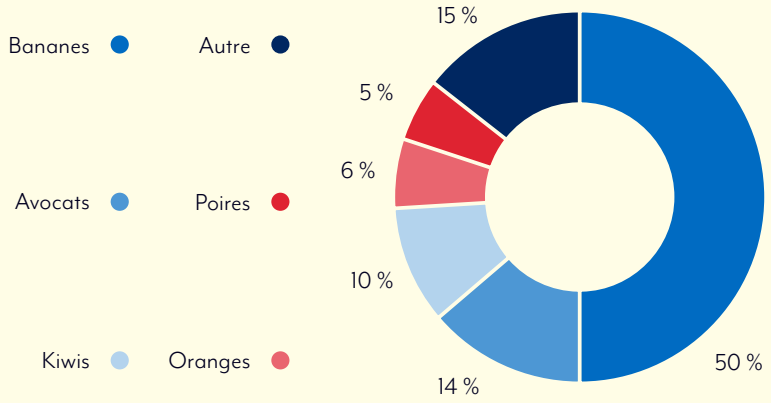
Plus de



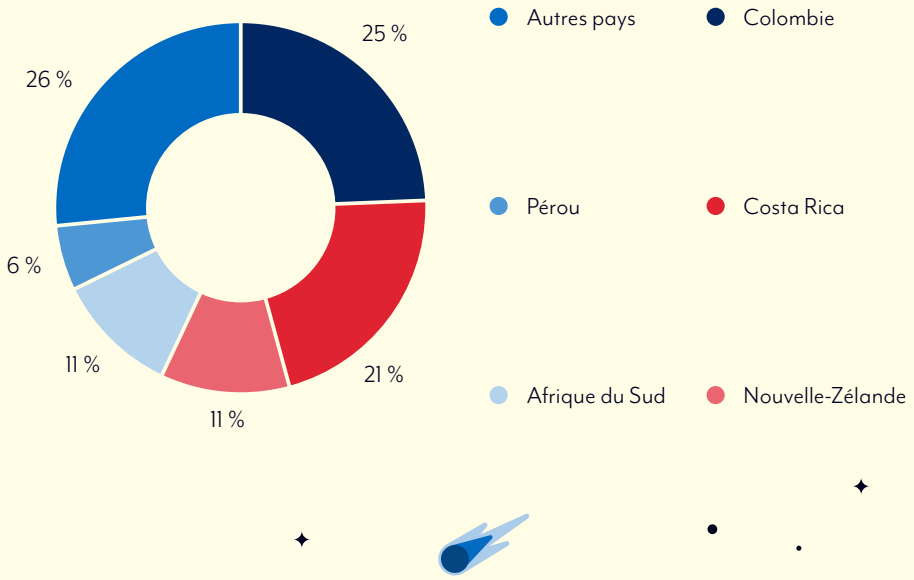
150 mille
tonnes de fruits et légumes

33
pays

Fruits et légumes achetés (volume)

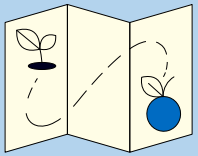


Origine des produits achetés (volume)



Notre activité repose sur des **relations de long terme** avec les producteurs et les partenaires commerciaux. Nous promouvons le respect des droits des travailleurs, la protection de l'environnement et l'adoption de bonnes pratiques tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Afin de mieux sélectionner et évaluer nos fournisseurs, nous nous sommes engagés à les impliquer sur les sujets sociaux et environnementaux à travers les outils suivants :

- **Code de conduite fournisseurs :** il décline les valeurs qui nous inspirent en principes de comportement devant guider l'action de nos partenaires.
  - **94 %** du volume acheté auprès de fournisseurs qui l'ont signé.
- **Plateforme SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) :** elle permet la collecte et le traitement des données de durabilité des chaînes d'approvisionnement. →
  - **72 %** du volume acheté auprès de fournisseurs adhérents à la plateforme.
- **Audits et certifications socio-environnementales :** fournisseurs directs disposant de la certification GRASP ou ayant réalisé au cours des trois dernières années un audit SMETA.
  - **61 %** du volume acheté auprès de fournisseurs certifiés/audités.



61 %

du volume provient de fournisseurs certifiés ou audités en matière sociale et environnementale



72 %

du volume des fournisseurs sur la plateforme SEDEX

94 %

du volume acheté auprès de fournisseurs qui ont signé le Code de Conduite fournisseurs

Production de la banane plus durable

Le projet pilote en Colombie

En tant qu'entreprise de mûrissage, nous nous engageons à promouvoir une collaboration efficace entre tous les acteurs de la filière (distributeurs, producteurs et clients) afin de rendre la culture plus durable et de garantir un produit sûr et de haute qualité.

En 2024 et 2025, nous avons participé à un projet de filière financé avec Lidl et le producteur Tecbaco, dans le but de réduire l'usage de fongicides dans la culture des bananes tout en maintenant des rendements et une qualité élevée. L'initiative, menée en Colombie, a été co-pilotée par l'Association interprofessionnelle française de la banane (AIB), le CIRAD, Bana Link et Max Havelaar France.

Dans un premier temps, le groupe de travail a lancé une analyse des pratiques agricoles, en évaluant les quantités et la fréquence des traitements ainsi que la conformité aux standards des clients. Cela a conduit à un plan d'action partagé visant une meilleure gestion de la Sigatoka noire (maladie des feuilles du bananier qui réduit la photosynthèse, divisant la production par deux), à la réduction des fongicides et au suivi de la qualité des fruits. Ensuite, nous avons visité les sites de production afin de renforcer l'implication des partenaires et d'améliorer l'échange d'informations tout au long de la filière, en jouant un rôle clé de liaison entre le producteur, l'importateur (Groupe Orsero) et la distribution.

Le projet a démontré qu'une approche partagée entre tous les acteurs est essentielle pour développer des modèles agricoles plus durables.

Nous sommes au Mexique pour l'avocat

L'avocat est un fruit tropical originaire des territoires volcaniques du Michoacán, au Mexique, aujourd'hui très apprécié également par les consommateurs européens. Nous sommes présents dans la filière de l'avocat au Mexique depuis 25 ans, à travers deux sociétés.

Productores de Aguacate de Jalisco cultive des avocats dans sa plantation de 120 hectares, adjacente à la zone protégée du Nevado de Colima, déclarée Parc National en 1936 et célèbre pour la présence du volcan Fuego de Colima, aujourd'hui inactif. La société est **certifiée Global Gap et GRASP**, démontrant ainsi son engagement à la fois pour une agriculture sûre et durable et pour le respect des droits des travailleurs.

En 2025 :
- 1 698 tonnes d'avocats produits.
- 34 personnes employées.
- Intensité hydrique de 145 L/kg.

Comercializadora de Fruta Acapulco, en revanche, s'occupe de la sélection et du contrôle qualité des avocats que nous achetons auprès de petits producteurs indépendants des régions de Jalisco et Michoacán.
Après les contrôles qualitatifs, nous emballons les fruits dans notre packing house et les expédions à nos clients aux États-Unis et en Europe, en particulier en France.
Comercializadora de Frutas se soumet régulièrement aux **audits SMETA IV Pillars de SEDEX**, attestant ainsi de son engagement également sur les aspects sociaux et éthiques.

En 2025 :
- 13 925 tonnes d'avocats commercialisés.
- 108 personnes employées.

Les deux sociétés emploient au total 142 personnes, originaires du territoire environnant. Depuis mai 2023, Productores de Aguacate de Jalisco a lancé un **projet pour soutenir les communautés** dans lesquelles résident la plupart des travailleurs. Les initiatives visent à soutenir les écoles locales et ont compris :

- Des interventions structurelles (réfection des toits, sanitaires).
- La plantation d'environ 120 arbres pour créer des zones d'ombre contribuant à la restauration écologique de la zone.
- La fourniture de matériel didactique et de lecture (sacs à dos, livres, cahiers, crayons de couleur, stylos et crayons) pour les enfants.





3

Nous réduisons notre

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Dans le cadre d'une approche responsable, nous nous engageons à limiter les externalités générées par nos activités, en contribuant à la protection d'un patrimoine commun, et nous faisons un suivi constant de nos impacts, dans un objectif d'amélioration continue.

48 735 tonnes de CO_2eq

émissions générées dans les Scopes 1, 2 et 3

9 978 MWh

de consommation énergétique totale

922 tonnes

d'emballages primaires et secondaires achetées

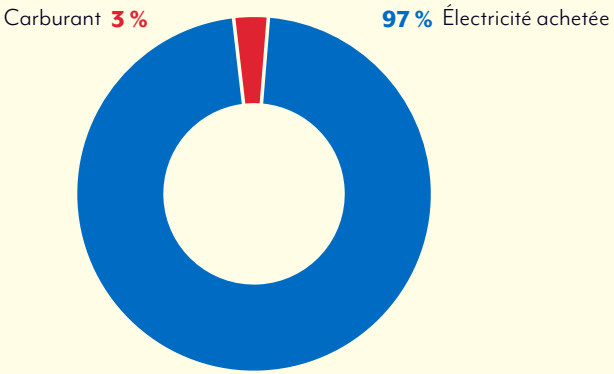
2,5 millions

Palettes, caisses et boîtes provenant des sociétés de pooling

89 % de déchets valorisés

Consommations énergétiques et émissions

Consommation d'énergie : 9 978 MWh



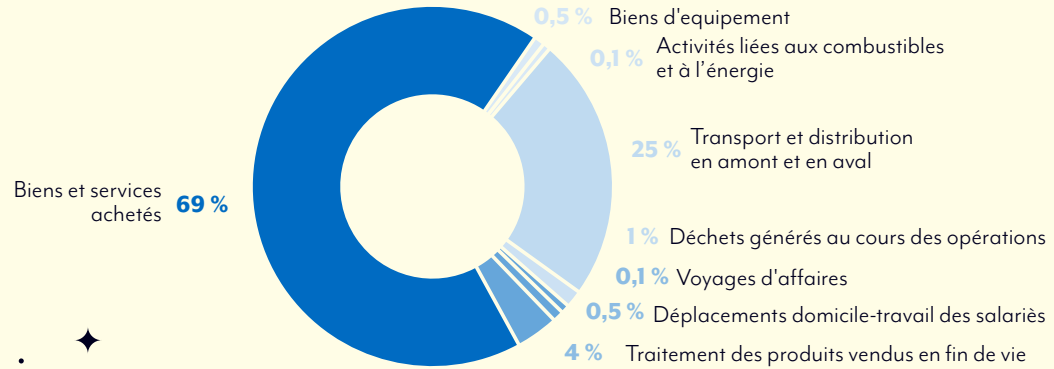
Nos principales consommations énergétiques sont liées aux installations de mûrissage et de réfrigération, à l'alimentation des machines d'emballage et à l'éclairage des espaces. La part résiduelle des consommations est liée à notre flotte d'entreprise.

Dans l'optique de surveiller et de réduire, lorsque cela est possible, l'impact environnemental, nous participons depuis 2018 à un programme d'efficacité énergétique du Groupe. En 2025, l'engagement en faveur de l'amélioration de l'efficacité des activités logistiques et des entrepôts s'est poursuivi, contribuant à ce que l'indice de consommation énergétique, calculé comme le rapport entre l'électricité achetée et le volume réfrigéré (kWh/m³), enregistre au niveau du Groupe une réduction de 18,9 % par rapport à 2018.

En outre, conformément à l'objectif d'un suivi toujours plus conscient des impacts environnementaux, nous avons poursuivi **l'analyse des émissions de gaz à effet de serre** (Scopes 1, 2 et 3). En 2025, les émissions totales imputables à AZ France se sont élevées à 48 735 tonnes de CO2eq, dont 98 % relèvent des émissions indirectes de Scope 3, en ligne avec les caractéristiques de notre chaîne de valeur.

- **Émissions de Scope 1** - émissions directes liées aux sources de réfrigération et à la consommation de carburants : 0,38 %
- **Émissions de Scope 2** - émissions indirectes liées à l'énergie achetée : 0,99 %
- **Émissions de Scope 3** - émissions indirectes liées au cycle de vie des produits : 98,6 %

Émmissions de Scope 3

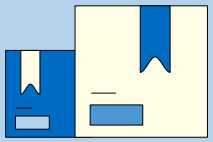


En 2025, une analyse spécifique du Scope 3 a également été menée, en estimant les émissions liées aux trajets domicile-travail des employés (catégorie 3.7 – déplacements domicile-travail des employés). L'enquête, destinée à l'ensemble des employés, a enregistré la participation de 21 % de la population de l'entreprise et, en analysant les modes de transport et les distances parcourues, a permis de quantifier un impact total de 285,58 tCO2eq (soit environ 865,39 kg CO2eq par employé).

Économie circulaire

Nos emballages

Dans notre parcours de réduction des impacts environnementaux, l'emballage joue également un rôle central : il est essentiel pour protéger et conserver correctement les produits pendant le transport et pour réduire le gaspillage alimentaire. Les emballages utilisés font l'objet d'un suivi continu, visant une amélioration progressive vers des solutions plus durables, grâce à l'augmentation de **l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou compostables.**



100 %

des emballages de F.lli Orsero sont recyclables, compostables ou réutilisables

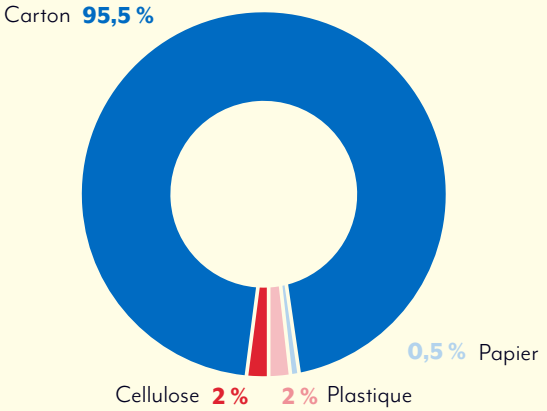
En 2023, nous avons réalisé une première **évaluation de la circularité** de nos emballages afin d'identifier les points critiques et les opportunités d'amélioration ; à partir de cette analyse, nous nous sommes fixé des objectifs toujours plus ambitieux.

La majeure partie des emballages achetés provient de sources renouvelables, comme le carton et la cellulose, tandis que la partie restante est composée de plastique. La quasi-totalité des matériaux plastiques est constituée de mono-polymères facilement recyclables.

La première catégorie d'emballage est représentée par les caisses et cagettes (84 %), majoritairement en papier. Le reste se compose de plateaux et barquettes (14 %) ainsi que de filets, alvéoles ou films (1,2 %), qui servent à mieux protéger et transporter le produit ou à en préciser les caractéristiques et l'origine (étiquettes).

En 2025, 922 tonnes d'emballages ont été achetées, soit une réduction de 20 % par rapport à 2024, grâce à une gestion plus efficace des matériaux et en cohérence avec l'adaptation au nouveau règlement européen PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation). Les données présentées concernent exclusivement les emballages primaires et secondaires, à l'exclusion des emballages logistiques.

Matériaux d'emballage (volume)



De manière générale, nous nous engageons à utiliser et à promouvoir, conformément aux réglementations locales et aux demandes de nos clients, des emballages plus circulaires favorisant des modèles de conditionnement efficaces, minimisant le gaspillage de produits et de ressources tout en garantissant une bonne conservation des fruits et légumes. Dans cette logique d'économie circulaire, sur les marchés où nous opérons, nous avons remplacé certains emballages de transport des fruits et légumes par des solutions réutilisables : une partie de nos produits est ainsi manutentionnée dans des caisses, cagettes ou palettes utilisées par différents acteurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement – de nos fournisseurs aux principales enseignes de grande distribution – puis récupérées pour être remises en circulation et réutilisées. Les **sociétés de pooling** assurent non seulement la gestion, mais aussi la désinfection, le nettoyage et la réparation des caisses, cagettes et palettes. Au total, grâce à ces circuits, nous avons utilisé en 2025 plus de **2,5 millions de caisses et palettes**, évitant ainsi la mise sur le marché d'emballages à courte durée de vie ou à usage unique.



Caisses et cagettes
774 tonnes



Plateaux et barquettes
128 tonnes



Filets et étiquettes
15 tonnes

Économie circulaire

•• Déchets ••

En ce qui concerne la gestion des déchets, en 2025 nous avons généré 4 901 tonnes de déchets, dont les déchets alimentaires représentent plus de 63 % du total produit. La part restante se compose principalement de papier et carton (19 %), de bois (7 %), de plastique (1 %) et d'autres catégories (10 %). En 2025, la composition de nos déchets se répartissait comme suit : 4 890 tonnes de déchets non dangereux et 10 tonnes de déchets dangereux (0,2 % du total, composés d'huiles, de batteries et de filtres à huile).

Au cours de l'année, 89 % des déchets produits ont été orientés vers la valorisation, tandis que la part résiduelle a été éliminée.

Les déchets organiques sont, lorsque cela est possible, triés et valorisés via des processus de compostage et de méthanisation, afin de les transformer en ressources telles que des fertilisants naturels et de l'énergie.



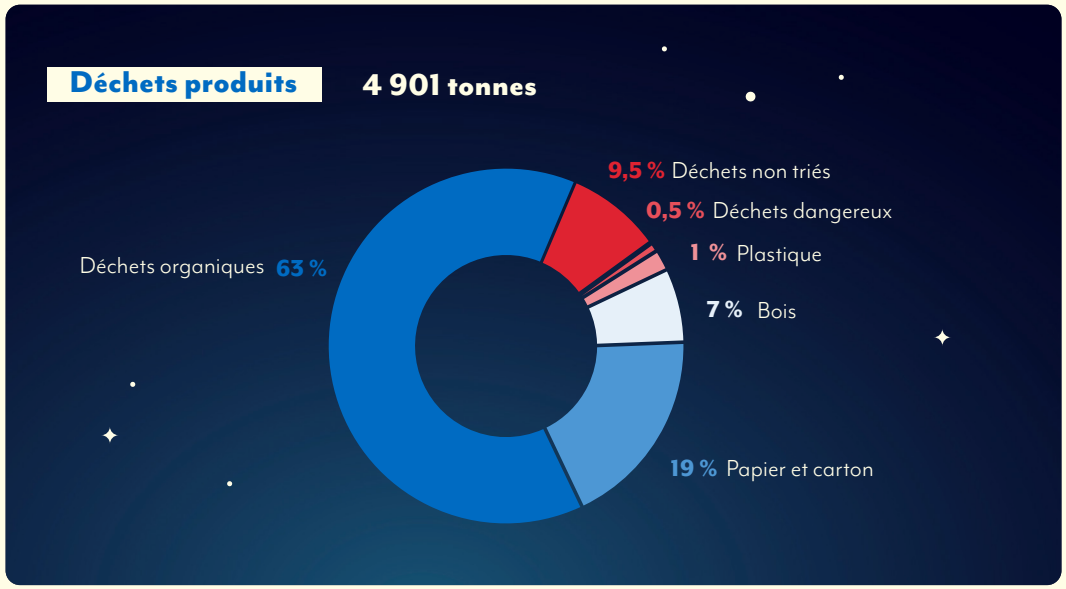
89 %

des déchets produits ont été orientés vers la valorisation



11 %

la part résiduelle a été éliminée



4

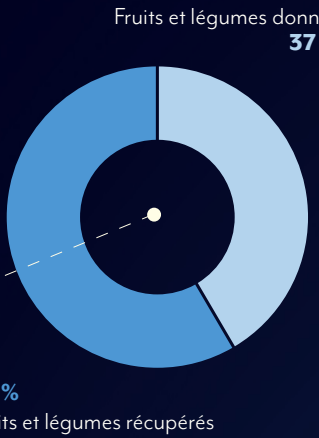
Lutte contre le GASPILLAGE ALIMENTAIRE

La lutte contre le gaspillage alimentaire est au cœur de notre stratégie de développement durable : c'est un enjeu qui touche les quatre domaines thématiques et implique tous les acteurs de la filière des fruits et légumes. Lutter contre ce phénomène, c'est éviter que la valeur et les ressources ne soient gaspillées, tout en générant des retombées positives sur les plans environnemental, social et économique.

Plus de 150 mille
tonnes de fruits et légumes manutentionnées, dont :

2,02 %
de fruits et légumes détruits

1,24 %
de fruits et légumes sauvés



En 2025, nous avons sauvé
1 898 tonnes
de fruits et légumes, évitant ainsi le gaspillage de :

6,65 km²
de sol

353 tonnes
de CO_2e déjà émises

670 mégalitres
d'eau

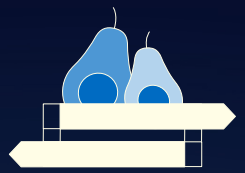
La lutte contre le gaspillage alimentaire est au cœur de notre stratégie et s'appuie sur une double approche : préventive et corrective.
Dans cette logique, le développement de systèmes de don des excédents, de recyclage des déchets et de récupération des produits alimentaires contribue à une chaîne d'approvisionnement plus attentive aux pertes et à la récupération des nutriments. Chaque jour, nous nous engageons à lutter contre le gaspillage alimentaire afin de développer une filière toujours plus responsable : nous sommes conscients des impacts environnementaux, sociaux et économiques liés à ce sujet, et nous collaborons depuis des années avec des organisations engagées dans ce domaine.

Notre objectif le plus ambitieux est de parvenir à donner ou récupérer une part toujours plus importante de ce qui ne peut plus être vendu. Afin de poursuivre cet engagement, nous avons mis en place un système de mesure et de suivi des volumes de fruits et légumes sauvés ou détruits.



En 2025, nous avons **donné 1 188 974 kg de fruits et légumes**, soit 1,24 % du volume de produits manutentionnés, ce qui équivaut à **7 926 500 portions de fruits et légumes** (pour une contre-valeur économique de 1 506 963 €), en soutenant **29 associations caritatives**, parmi lesquelles Banque Alimentaire, Fedde Bamtaare, Faderta et Association Sende.

En complément des dons, nous nous engageons à identifier des filières alternatives permettant de récupérer, pour d'autres usages que l'alimentation humaine, des volumes de fruits et légumes ne pouvant plus être commercialisés via les canaux standard. En 2025, nous avons **récupéré 709 683 kg d'avocats** devenus non commercialisables dans les circuits traditionnels, en les destinant à la filière cosmétique pour la production d'huile.



Récupéré

709 683 kg

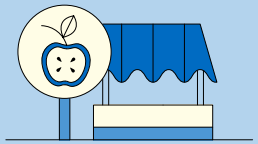
d'avocats devenus non commercialisables



Donné

7 926 500

portions de fruits et légumes



29 **Associations caritatives soutenues**

Parmi lesquelles Banque Alimentaire, Fedde Bamtaare, Faderta et Association Sende.

5

Nous favorisons une alimentation SAINE ET DURABLE

Chaque jour, nous appliquons des normes élevées et strictes pour garantir la traçabilité, la qualité et la sécurité de nos produits, des exigences indispensables, et nous partageons nos engagements pour un système alimentaire plus durable, en luttant contre les gaspillages, en promouvant une gestion attentive des emballages lors de l'ensemble du cycle de vie, et en promouvant un style de vie sain.

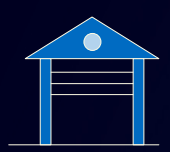
La qualité de nos produits

Garantir des **produits sûrs et de qualité** est une priorité tout au long de notre chaîne d'approvisionnement. Nous appliquons des standards rigoureux et réalisons des contrôles à chaque étape, depuis l'origine jusqu'à la distribution des produits.



Approvisionnement en fruits et légumes

Nous vérifions la possession des certifications produit.



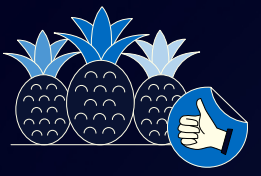
Stockage, transformation et mûrissage

À l'arrivée des produits dans nos entrepôts, nous vérifions les paramètres de sécurité alimentaire, de qualité et la bonne application des standards produit.



Distribution

Notre position stratégique nous permet de distribuer rapidement les produits, en répondant aux besoins des clients tout en en garantissant la qualité.



Plus de

90 000

contrôles qualité effectués : les contrôles qualitatifs réalisés sont multiples et vont des vérifications tactiles, esthétiques et visuelles au suivi de la température et du niveau d'humidité.



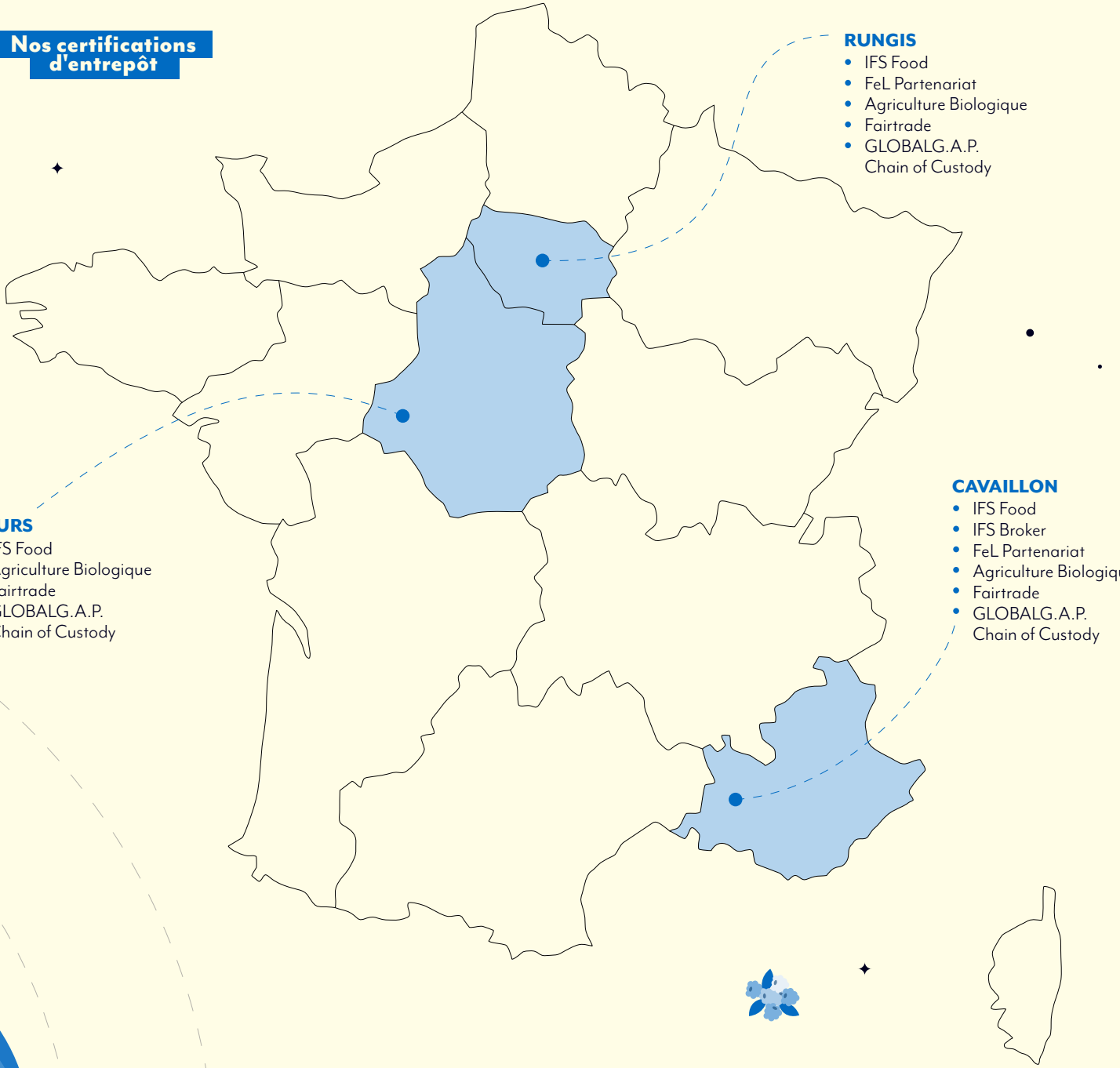
1 cas

de non-conformité relatif aux impacts sur la santé et la sécurité des produits, sur plus de 150 millions de kg de fruits commercialisés.

Conformément à cette approche, le Groupe s'est fixé comme objectif de renforcer encore son système de gestion de la qualité, non seulement en mettant constamment à jour les procédures mises en œuvre par les départements contrôle qualité selon les réglementations les plus récentes en matière de sécurité alimentaire, mais aussi en réalisant chaque année une revue du système de gestion de la sécurité alimentaire avec la définition d'objectifs d'amélioration continue. Au niveau opérationnel, AZ France contribue à l'atteinte de cet objectif en maintenant ses certifications.

Ces certifications, associées au suivi constant et aux multiples contrôles réalisés sur le terrain, soutiennent notre mission de garantir des produits sûrs et de haute qualité à nos consommateurs.

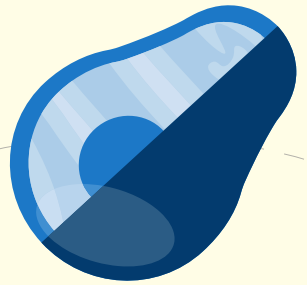
Nos certifications d'entrepôt

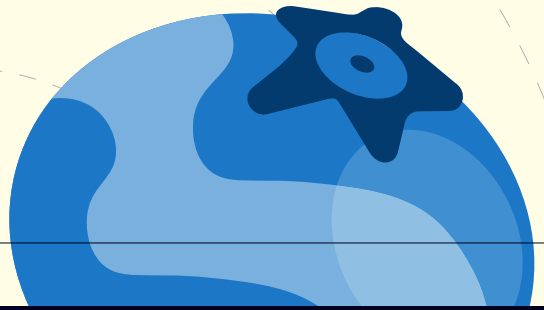


RUNGIS
- IFS Food
- FeL Partenariat
- Agriculture Biologique
- Fairtrade
- GLOBALG.A.P. Chain of Custody

TOURS
- IFS Food
- Agriculture Biologique
- Fairtrade
- GLOBALG.A.P. Chain of Custody

CAVAILLON
- IFS Food
- IFS Broker
- FeL Partenariat
- Agriculture Biologique
- Fairtrade
- GLOBALG.A.P. Chain of Custody





Promotion de modes de vie sains

Nous considérons comme essentiel de promouvoir la sensibilisation et de renforcer la compréhension des bénéfices liés à la consommation de fruits et légumes, en impliquant dans le débat un large éventail de parties prenantes externes, en particulier les consommateurs et les clients finaux. En 2025, nous avons organisé quatre journées dédiées à la sensibilisation des enfants à la reconnaissance et à la consommation de fruits et légumes, avec l'objectif d'offrir une expérience éducative et ludique autour de l'alimentation saine.

Dans le cadre du projet « **A la découverte des fruits et des légumes** », plusieurs écoles de Cavaillon, Tours et Rungis ont été impliquées, et environ **125 enfants** ont participé à l'initiative.



Au cours de ces journées, plusieurs ateliers interactifs ont été proposés afin d'offrir une expérience éducative complète :

- Un atelier de dégustation, durant lequel les enfants ont pu goûter différentes variétés de fruits, dont certaines peu connues, et partager leurs impressions.
- Un atelier « boîte mystère », destiné à stimuler les sens à travers la reconnaissance tactile des fruits.
- Un atelier de classification, dans lequel les élèves ont été invités à distinguer correctement fruits et légumes, en plaçant chaque aliment dans la catégorie appropriée.

En outre, nous développons des projets et des activités d'information et de sensibilisation destinés à nos parties prenantes. Les principaux canaux de communication utilisés sont les suivants :

- Le site web de l'entreprise.
- Les réseaux sociaux.
- Les événements en présentiel, tels que les journées de présentation de l'entreprise et les job datings.

Ces outils nous permettent de maintenir un dialogue constant avec les consommateurs et nos autres interlocuteurs, tout en garantissant des réponses rapides et transparentes.

En 2025, **la rubrique Instagram « Le saviez-vous ? »** a revêtu une importance particulière, dédiée au partage de conseils pratiques sur les caractéristiques, les usages et les recettes anti-gaspillage liés aux fruits et légumes :

- 13 785 vues.
- 210 interactions.

Parallèlement, nous avons renforcé notre engagement en matière de **sensibilisation oncologique** : en octobre, nous avons participé à des initiatives dédiées à la lutte contre les cancers féminins :

- Les 4 et 5 octobre, nous avons participé à la course #Odyssea, en contribuant à la collecte de fonds en faveur de la recherche et du soutien aux femmes touchées par cette maladie
- Le 19 octobre, le site de Cavaillon a pris part à la course organisée par l'association La Rose Pontétienne, en finançant les dossards pour soutenir l'initiative.

En novembre, nous avons renouvelé notre engagement dans la lutte contre les cancers masculins : dans le cadre de la campagne #Movember2025, nous avons promu un webinaire d'information en collaboration avec notre partenaire, dédié à la prévention et à la sensibilisation aux cancers masculins et, plus généralement, aux thèmes du bien-être.

AZ France S.A.S.

56 Avenue Joseph Pierre Boitelet,
CS 40129, 84304
Cavaillon Cedex

AZ FRANCE

AZ FRANCE
est une société du
Groupe Orsero

GRUPPO ORSERO