

A photograph of two men in a brewery bar. The man on the left has a long grey beard and is wearing a tan shirt. The man on the right has a short beard and is wearing a dark grey shirt with a '3 BRASSEURS' logo. They are both holding glasses of beer. In the foreground, there are several more glasses of beer on a perforated metal bar. The background shows shelves of beer bottles and industrial lighting.

RAPPORT VOLONTAIRE DE DURABILITÉ 2025



ÉDITO

L'année 2025 marque un tournant décisif dans notre engagement en faveur d'un modèle de restauration toujours plus responsable.

Face à l'urgence climatique, nous ne pouvons plus nous contenter de réduire nos émissions : nous devons également nous préparer aux impacts du dérèglement climatique. C'est pourquoi, enrichis par notre participation aux Ateliers de l'Adaptation au Changement Climatique, nous avons franchi une nouvelle étape en complétant nos engagements historiques d'atténuation par une véritable stratégie d'adaptation.

Depuis plusieurs années, nous travaillons à réduire notre empreinte carbone : éco-conception de nos recettes, introduction d'alternatives végétales dans notre offre, optimisation de nos processus de brassage, réduction du gaspillage alimentaire... Ces actions concrètes ont porté leurs fruits, et nous continuerons à les renforcer avec l'objectif de réduire de 9% par an notre taux de CO2 dans nos recettes d'ici 2030.

Mais nous savons aujourd'hui que cela ne suffit pas. Pour assurer la pérennité de notre modèle et la résilience de nos activités, nous devons anticiper et nous adapter aux aléas climatiques. C'est dans cet esprit que nous avons réalisé en 2025, les analyses d'exposition de nos enjeux prioritaires aux aléas climatiques, sur un scénario d'une France à +4°C : nos collaborateurs, nos bâtiments et nos matières premières, et que nous engagerons dès 2026 les premières actions d'adaptation sur nos enjeux les plus exposés et vulnérables.

Au-delà des enjeux environnementaux, l'année 2025 a également été marquée par des avancées significatives en matière de gouvernance et de politique sociale. Le travail d'autonomisation engagé en 2024 s'est poursuivi : notre Comité Stratégique a pleinement joué son rôle d'accompagnement de la direction générale dans ses choix stratégiques et ses arbitrages. Cette dynamique collective nous permet de prendre des décisions plus éclairées et mieux partagées.

Nous avons également concrétisé un nouvel accord d'intéressement et nous avons engagé des travaux de fond pour construire une politique de rémunération plus attractive et équitable, à la hauteur de l'engagement quotidien de nos équipes. Ces initiatives s'inscrivent dans notre volonté de faire de 3 Brasseurs un employeur de référence, capable d'attirer et de fidéliser les talents.

Mais le contexte économique actuel reste exigeant. La transformation de la physionomie de notre parc de restaurants, avec l'accélération du modèle franchise, nous a conduits à faire des choix difficiles mais nécessaires. Pour garantir notre compétitivité et poursuivre notre croissance, nous avons dû réorganiser nos services supports et réduire certains coûts de structure. Ces décisions n'ont pas été prises à la légère, mais elles étaient indispensables pour assurer la solidité de notre modèle et préserver notre capacité d'investissement dans les projets qui font notre différence.

Malgré ces défis, je reste profondément convaincu que notre trajectoire est la bonne. En alliant performance économique et responsabilité environnementale et sociale, en cultivant notre esprit d'innovation tout en restant fidèles à nos valeurs de simplicité, de générosité et de convivialité, nous construisons un modèle durable et résilient.

Je veux remercier chaleureusement l'ensemble de nos collaborateurs, de nos franchisés et de nos partenaires pour leur engagement sans faille. C'est grâce à cette mobilisation collective que nous pourrions relever les défis qui nous attendent et continuer à être, partout où nous sommes présents, des Brasseurs Restaurateurs Responsables.

Ensemble, poursuivons notre mission : créer des moments de convivialité authentiques, tout en prenant soin de notre planète et de celles et ceux qui la font vivre.



Jonathan Habib
Directeur Général 3 Brasseurs

SOMMAIRE

2 INTRODUCTION

4 FONDAMENTAUX

5 PRÉSENTATION GÉNÉRALE

8 MODÈLE D'AFFAIRES

10 GOUVERNANCE ET ORGANISATION

14 PRISE EN COMPTE DES INTÉRÊTS DES PARTIES PRENANTES

15 MATÉRIALITÉ D'IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS

18 ENVIRONNEMENT

20 CLIMAT

24 PRÉSERVATION DE LA BIODIVERSITÉ ET DES ÉCOSYSTÈMES

25 GESTION OPTIMALE DES RESSOURCES ET RÉDUCTION DES DÉCHETS

26 SOCIAL

28 PRENDRE SOIN DE NOS EFFECTIFS

31 PRÉSERVER LA SANTÉ DE NOS CONVIVES ET LEUR GARANTIR UNE EXPÉRIENCE DE QUALITÉ

32 GOUVERNANCE

34 CONDUIRE SES AFFAIRES DE FAÇON ÉTHIQUE

36 AGIR POUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

38 RÉSULTATS ET OBJECTIFS

NOS VALEURS

Ces trois valeurs sont l'ADN de 3 Brasseurs depuis 1986. Elles guident chacune de nos actions et donnent du sens à notre mission quotidienne.

Simplicité

Une ambiance chaleureuse, des bières maison et des plats réconfortants qui se dégustent en toute simplicité. Chez 3 Brasseurs, pas de chichis ni d'artifices : nous privilégions l'authenticité et la proximité. Nos restaurants sont des lieux où chacun peut se sentir bien, dans une atmosphère décontractée et accessible à tous.

Générosité

On ne fait pas les choses à moitié ! Depuis 1986, notre générosité se goûte dans chaque bouchée et dans chaque gorgée. Portions copieuses, recettes généreuses, bières brassées avec passion : nous mettons un point d'honneur à offrir à nos clients une expérience qui les satisfait pleinement, à chaque visite.

Convivialité

Afterwork, déjeuner entre collègues, anniversaire en famille, soirée match entre amis ou simple envie de se régaler... Chaque moment est une bonne occasion de se retrouver chez 3 Brasseurs. Nos restaurants sont des lieux de vie, de partage et de rencontre, où la bonne humeur est toujours au rendez-vous.

NOTRE CONTRIBUTION AUX ODD 2030



DATES CLÉS DE LA MARQUE

1986 : Création de 3 Brasseurs, pionnier du concept de brewpub en France

2002 : Intégration de la marque dans l'écosystème Agapes. Ouverture du premier restaurant au Canada (Montréal)

2010 : 3 Brasseurs inaugure son 34^{ème} établissement. La marque est présente en France métropolitaine, dans de nombreux départements et collectivités français d'outre-mer (Polynésie française, La Réunion et Nouvelle-Calédonie).

2019 : Premier bilan carbone sur les données 2018. 3 Brasseurs s'engage sur le plan "3B Bas Carbone", co financé par l'ADEME, avec un objectif de réduction de -15% à 2028 par rapport à 2018 en absolu (3B France)

2022 : La marque réalise son bilan carbone de référence (scopes 1, 2 et 3, toute géographie, méthode GHG Protocol).

2023 : La marque compte 92 restaurants (35 succursales) dans 3 pays, et sert 10.6 millions de repas à travers le monde. Obtention du label Great Place to Work (GPTW) - Coup de cœur du jury. Lancement du projet d'autonomisation des marques par la holding Agapes. 3Brasseurs participe à l'évaluation de sa politique via la méthode ACT Evaluation. Lancement de l'écoconception des recettes (avec un test à Nantes). Réalisation de l'ACV spécifiques des bières blonde, ambrée et IPA. Création de la 1ère bière bio 3 Brasseurs, en partenariat avec la brasserie Moulin d'Ascq. Réalisation de l'analyse de double matérialité.

2024 : 2^{ème} enseigne préférée des Français dans la catégorie restauration à thème. 7 bières médaillées au Concours International de Lyon et 6 au World Beer Award. Obtention de la labellisation officielle «Titre Brasseur» pour La Houblonnière des Talents. Trophée «Créateur de croissance» par Franchise Management Conseil. La trajectoire d'atténuation est présentée en AG.

2025 : La marque compte 77 restaurants (dont 72 en métropole) avec 2/3 de restaurants franchisés. Les politiques sociales et climatiques sont rédigées. Le respect des objectifs d'intensité carbone par repas entrent en ligne de compte dans le calcul de valeur de part.

NOS ENGAGEMENTS

Chez nous, authenticité, saveur et respect de la planète vont de pair.

Nous avons à cœur de proposer des plats authentiques et des bières savoureuses en limitant au maximum les impacts sur l'environnement. Notre démarche d'atténuation s'articule autour de trois piliers : nos bières, nos plats et nos établissements.

Nos bières

Notre bière pression est **brassée sur place dans chaque restaurant**, limitant ainsi l'empreinte carbone liée au transport. Ce modèle de brewpub nous permet de réduire de **77% nos émissions de CO2** par rapport à une bière industrielle en fût. En buvant une bière chez 3 Brasseurs, nos clients bénéficient d'une bière **2,5 fois moins impactante** pour l'environnement qu'une bière conventionnelle.

Au-delà de la production locale, nous travaillons à réduire l'impact environnemental de nos bières sur l'ensemble de leur cycle de vie, avec un objectif de **réduction de 20% de l'impact carbone de notre mix bière d'ici 2030**. Nous privilégions des ingrédients sourcés localement, développons le conditionnement en canettes recyclables et explorons des solutions de consigne pour réemploi.

Nos plats

Grâce à **l'éco-conception de nos recettes**, nous allions plaisir gustatif, équilibre nutritionnel et réduction de notre impact écologique.

Nos engagements :

- **Développer les alternatives végétales et réduire la part de viande rouge** (bœuf, vache, veau, mouton, agneau) : au-delà de l'introduction de substituts au boeuf (et autres protéines animales) à base de protéines végétales et/ou de légumes, nos équipes R&D introduisent progressivement des recettes nativement végétariennes et gourmandes telles que le burger "Portobello" ou le Burger "Poivron qui coule".

- **Privilégier les circuits courts et les produits de saison** avec un renouvellement saisonnier des gazettes.
- **Valoriser les filières labellisées** : Maroille IGP, saumon Label Rouge, viande bovine VBF
- **Lutter contre le gaspillage alimentaire** : réduire la démarque en commandant au plus juste, optimiser les stocks (plat du jour...), et valoriser les coproduits comme les drêches de brassage (partenariat Maltivor), ...
- **Éliminer progressivement les substances controversées** : adjuvants esthétiques et conservateurs non naturels

Nos établissements

Nos restaurants ne sont pas seulement des lieux où l'on mange et où l'on boit : **engagés dans une gestion plus responsable des ressources**, ils agissent chaque jour pour réduire la consommation d'énergie et recycler les déchets issus de la cuisine ou de la brasserie. Nos actions concrètes :

Travail sur des nouveaux bâtiments prenant en compte les nouvelles exigences de résistance aux vagues de chaleur, de sobriété énergétique et en eau, et d'autonomie renforcée.

- **Optimisation énergétique de nos établissements existants**
- **Gestion des déchets** : tri sélectif, valorisation des drêches de brassage
- **Aménagement des abords** laissant la place à la végétation pour créer des îlots de fraîcheur et faciliter l'infiltration d'eau

NOTRE GAMME DE PRODUIT

Nos bières

- **Production locale** : bières brassées sur place dans chaque restaurant-microbrasserie
- **3 gammes** : Origine, Création, Exploration
- **Offre sans alcool** en canettes pour une consommation plus responsable
- **Bières saisonnières** pour renouveler l'expérience tout au long de l'année
- **Bières médaillées** : reconnaissance de notre savoir-faire brassicole

Notre offre Food

- **Cuisine généreuse et réconfortante** : Flammekueches, burgers, tartares, salades copieuses
- **2 cartes saisonnières par an** (Printemps-Été / Automne-Hiver)
- **Plats du jour**
- **Innovations responsables** : Flammekueches à la farine de drêche, burger végétarien Portobello



NOS CANAUX DE DISTRIBUTION

En restaurant

- Service à table dans nos 77 restaurants (61 franchises + 16 succursales)
- Ambiance conviviale et chaleureuse autour de notre concept de brewpub

Vente à emporter

- Cave à bière dédiée dans chaque restaurant
- Bières en canettes (1 site, nommé Labbb, dédié à l'encannage à Cronenbourg, Alsace, pour l'ensemble des restaurants) et en bouteilles
- Plats à emporter
- Point de vente de bière à emporter (Louvain, Canada)

Distribution externe (Projet Pôle Bière)

- Vente en ligne via site e-commerce dédié (en développement)
- Partenariats avec des détaillants spécialisés : caves à bière, épiceries fines
- Distribution en GMS (Grande et Moyenne Surface) - en cours de déploiement
- Commercialisation de notre expertise brassicole : analyses en laboratoire, formations brassicoles, brassage à façon en canettes

Partenariats B2B

Collaboration avec d'autres marques de l'écosystème Agapes : saucisses Festein d'Alsace à la bière 3 Brasseurs

NOS IMPLANTATIONS

• En France (77 restaurants)

Les Hauts-de-France restent la région historique et stratégique avec près d'1/4 du parc national (18 restaurants). La marque est présente dans les grandes métropoles : Lyon, Toulouse, Marseille, Nice, Lille, Bordeaux, Nantes. La couverture est nationale avec 12 régions représentées sur 13 en France métropolitaine. 3 Brasseurs est également présent dans les territoires d'Outre-Mer (6% du parc).

• Canada

3 Brasseurs compte 15 restaurants et 1 point de vente au Canada. Le Québec concentre la majorité des adresses 3 Brasseurs au cœur ou à proximité de Montréal et Québec City. L'enseigne compte également des restaurants à Ottawa, Kanata, Oakville et à Toronto.

• Brésil

3 Brasseurs compte 1 restaurant situé à São Paulo, dans le quartier Itaim

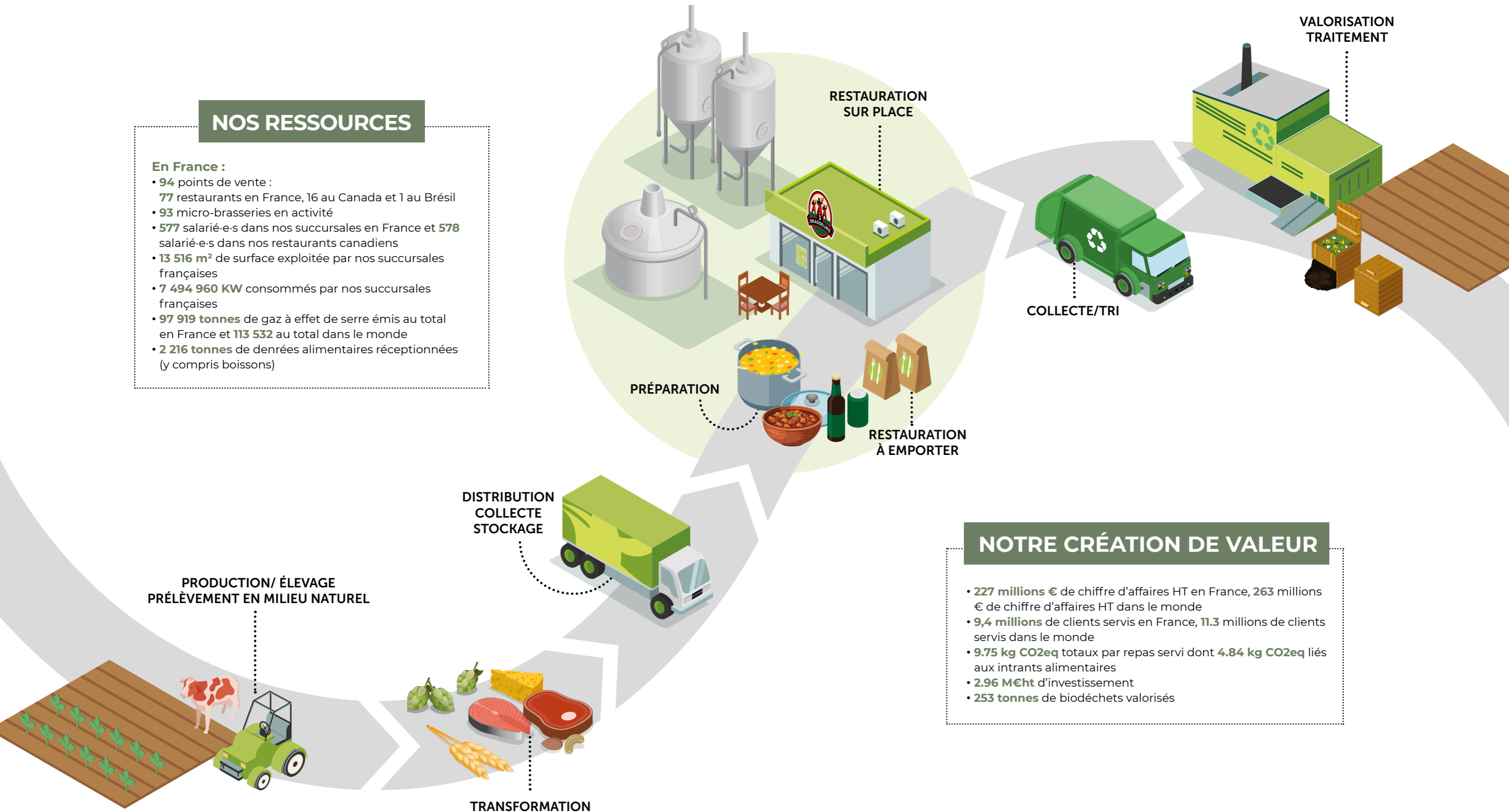
	COMPAGNIE	FRANCHISE	TOTAL	% DU PARC
Hauts-de-France	5	13	18	23%
Auvergne-Rhône-Alpes	2	6	8	10%
Grand Est	0	8	8	10%
PACA	0	8	8	10%
Île-de-France	1	6	7	9%
Bourgogne-Franche-Co.	0	4	4	5%
Normandie	1	3	4	5%
Nouvelle-Aquitaine	1	3	4	5%
Occitanie	3	2	5	6%
Pays de la Loire	2	1	3	4%
Bretagne	0	2	2	3%
Centre-Val de Loire	1	0	1	1%
Sous-total Métropole	16	56	72	94%
La Réunion	0	3	3	4%
Nouvelle-Calédonie	0	1	1	1%
Polynésie française	0	1	1	1%
Sous-total Outre-Mer	0	5	5	6%
Total France	16	61	77	



NOS RESSOURCES

En France :

- **94** points de vente :
77 restaurants en France, 16 au Canada et 1 au Brésil
- **93** micro-brasseries en activité
- **577** salarié-e-s dans nos succursales en France et **578** salarié-e-s dans nos restaurants canadiens
- **13 516 m²** de surface exploitée par nos succursales françaises
- **7 494 960 KW** consommés par nos succursales françaises
- **97 919 tonnes** de gaz à effet de serre émis au total en France et **113 532** au total dans le monde
- **2 216 tonnes** de denrées alimentaires réceptionnées (y compris boissons)

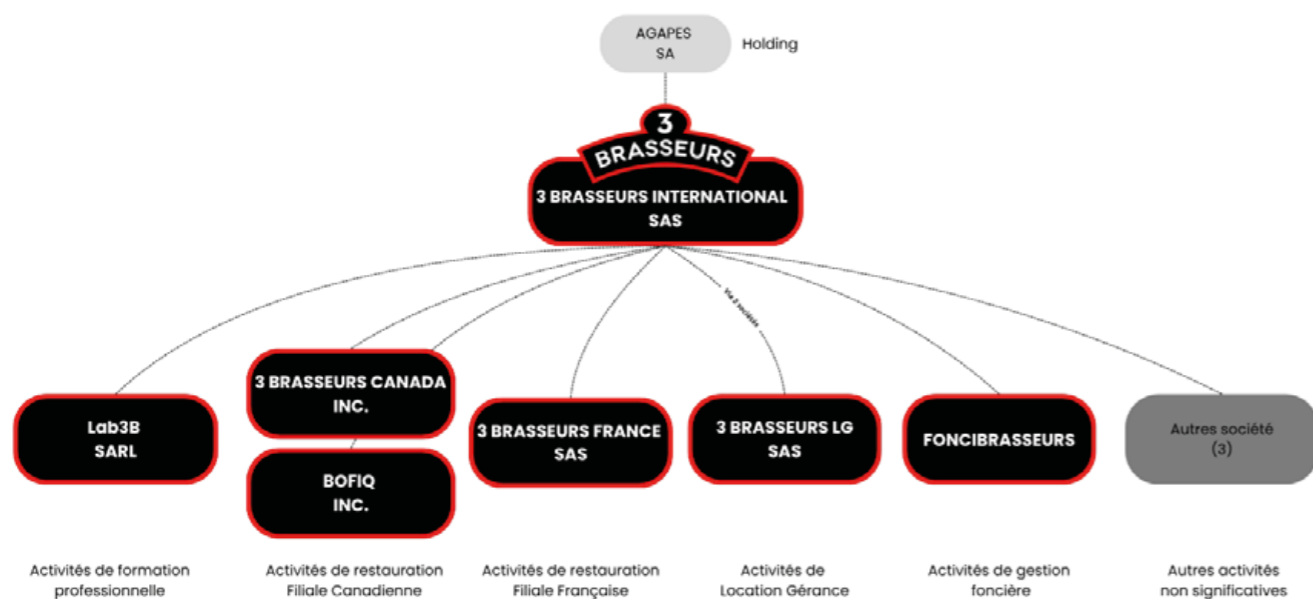


NOTRE CRÉATION DE VALEUR

- **227 millions €** de chiffre d'affaires HT en France, **263 millions €** de chiffre d'affaires HT dans le monde
- **9,4 millions** de clients servis en France, **11,3 millions** de clients servis dans le monde
- **9.75 kg CO₂eq** totaux par repas servi dont **4.84 kg CO₂eq** liés aux intrants alimentaires
- **2.96 M€ht** d'investissement
- **253 tonnes** de biodéchets valorisés

ENTRÉES JURIDIQUES

3 BRASSEURS INTERNATIONAL est une société anonyme par actions simplifiée dont la vocation est d'assurer toutes opérations commerciales se rapportant à l'acquisition, la propriété et l'exploitation sous toute forme d'établissements de restauration, préparation de plats à emporter et de livraison de repas. Elle assure également des opérations de négoce de tous produits, de dépôt, d'entreposage, ainsi que la formation professionnelle continue, l'organisation de formation en qualité de prestataire de la formation professionnelle continue. Fille de la holding AGAGES SA, elle comprend trois filiales principales liées aux activités de restauration : 3B FRANCE SAS, 3B CANADA INC. et BOFIQ INC. Les autres sociétés gèrent les activités annexes.



L'ACTIONNARIAT

La société est une filiale à 100% du groupe Agapes Restauration et la société holding AGAPES SA, présidée par Marion MENET-BUCHSENSCHUTZ, actionnaire familial au sein de l'AFM.

LA CHAÎNE DE DÉCISION

Jonathan HABIB est le Directeur Général de la marque. Il a été nommé par le Conseil d'Administration de Agapes, auquel il rend compte régulièrement de ses actions.

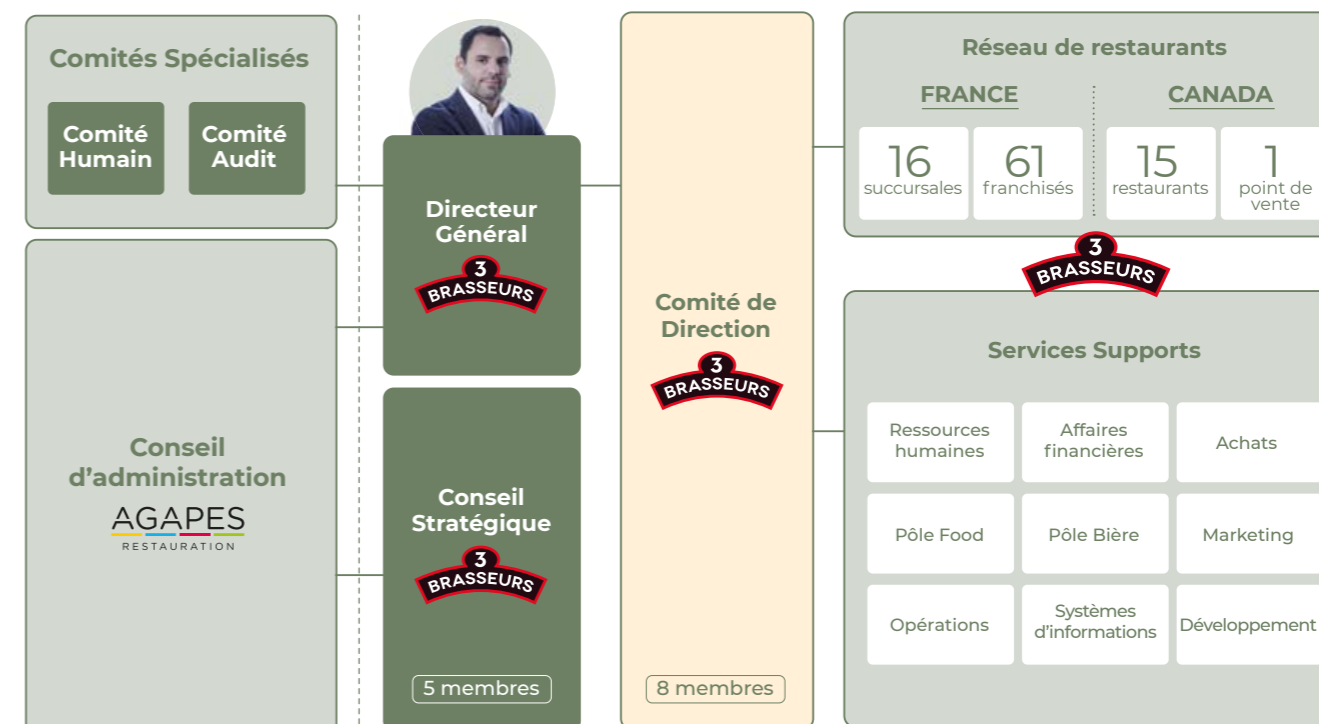
La chaîne de décision comprend deux niveaux : le niveau stratégique (Conseils d'administration, Conseil Stratégique et Direction Générale) et le niveau opérationnel (Directions de l'entreprise et management de proximité).

Le Conseil d'Administration est la plus haute instance ; elle est chargée de définir les grandes orientations stratégiques, de contrôler la gestion de l'entreprise et approuver les comptes,

Le Comité stratégique accompagne le Directeur Général sur les orientations stratégiques à long terme, éclaire les décisions majeures, apporte une expertise externe sur les grands enjeux (notamment ESG), et contribue à la formalisation des politiques structurantes de l'entreprise.

Le CODIR définit et met en œuvre la stratégie opérationnelle de l'entreprise, pilote la performance, coordonne les actions entre les différentes directions, et prend les décisions managériales majeures au quotidien. Les directions des succursales sont managées par la direction des opérations.

Les rôles, responsabilités et composition de ces instances sont précisés dans les pages suivantes.



CONSEIL STRATÉGIQUE

Bien qu'il ne soit pas obligatoire légalement compte tenu du statut juridique, le Conseil Stratégique joue un rôle consultatif important dans la gouvernance de la marque.

Ce dernier accompagne le Directeur Général dans la définition des orientations stratégiques de l'entreprise, en apportant une expertise et un regard extérieur sur les décisions majeures. Il aide à identifier les opportunités et les risques, notamment ceux liés aux enjeux sociaux et environnementaux. Dans son rôle de soutien à la prise de décision, il analyse les projets de développement, évalue les options stratégiques et émet des recommandations sur les investissements majeurs, y compris les opérations de fusions-acquisitions. Le Conseil assure également une fonction de veille en suivant les évolutions du marché et de l'environnement concurrentiel, permettant d'anticiper les changements sectoriels et d'identifier les tendances émergentes.

Le Conseil Stratégique est composé de 5 membres, 2 femmes et 3 hommes, sous la présidence de Marion MENET--BUCHSENSCHUTZ. Il comprend 4 membres indépendants choisis pour leur expertise sur les axes stratégiques prioritaires de la marque, 1 actionnaire auquel s'ajoute le Secrétaire général du Conseil représentant de l'actionnaire.

COMITÉ DE DIRECTION

Le Comité de Direction assure le pilotage opérationnel de l'entreprise en mettant en œuvre la stratégie définie et en coordonnant l'action des différentes directions. Il oriente les décisions managériales et définit les cadres d'action, tout en assurant le suivi des performances à travers une animation managériale forte des équipes. Sa responsabilité s'étend à la gestion budgétaire et financière, incluant le suivi des budgets et l'arbitrage des investissements courants. Le Comité veille également à l'optimisation de l'organisation et des processus, en définissant les priorités opérationnelles et en pilotant les projets structurants. Dans le cadre de sa mission, il assure un reporting régulier auprès du président et du conseil stratégique, tout en garantissant une communication interne efficace des décisions et le partage des meilleures pratiques entre les directions.

Le comité de direction est animé par le Directeur Général, Jonathan HABIB et comprend les 8 représentants des directions clés de l'entreprise, 4 femmes et 4 hommes.

Le management de proximité en restaurants est placé sous la responsabilité du Directeur des Opérations.

CONSEIL D'ADMINISTRATION AGAPES ET SES COMITÉS SPÉCIALISÉS

3 Brasseurs est une filiale du groupe Agapes Restauration, qui rassemble plusieurs enseignes de restauration (3 Brasseurs, Il Ristorante, Festin d'Alsace, Salad&Co). Cette structure de holding permet de mutualiser certaines fonctions support tout en préservant l'autonomie opérationnelle de chaque enseigne.

Le Conseil d'Administration Agapes

Le Conseil d'Administration du groupe Agapes définit la stratégie d'ensemble du portefeuille et les grandes orientations pour chaque enseigne. Il alloue les ressources financières entre les différentes marques, approuve les investissements majeurs, et valide les politiques transverses, notamment en matière de responsabilité sociétale et environnementale. Le CA nomme les Directeurs Généraux des filiales et contrôle la performance consolidée du groupe.

Le Directeur Général de 3 Brasseurs, Jonathan HABIB, dispose d'une autonomie opérationnelle dans le cadre du mandat confié par la holding. Il assure la gestion quotidienne de l'enseigne, met en œuvre la stratégie définie, et rend compte régulièrement de la performance et des orientations au Conseil d'Administration d'Agapes. Les décisions stratégiques majeures (nouveaux concepts, investissements structurants, changements de positionnement), sont discutées avec le Conseil Stratégique de la marque et sont validées par le CA de la holding.

Le Conseil d'Administration présidé par Marion MENET-BUCHSENSCHUTZ comprend 3 membres, 1 Femmes et 2 Hommes et le Secrétaire Général des Conseils. Le CA compte 2 représentants de l'actionnaire et 1 indépendant expert sur les enjeux de gouvernance.

Le Conseil d'Administration s'appuie sur des comités spécialisés pour approfondir certains sujets avant décision :

Le Comité d'Audit examine les comptes, évalue les risques (financiers, opérationnels, ESG), vérifie la qualité du contrôle interne, et s'assure de la conformité réglementaire. Il joue un rôle clé dans la supervision de la fiabilité de l'information financière et extra-financière.

Le Comité Humain (ou Comité des Rémunérations et des Ressources Humaines) traite des politiques RH structurantes, de la rémunération des dirigeants, du développement des talents, et des questions sociales majeures. Il accompagne la définition des politiques sociales du groupe et veille à leur cohérence avec les valeurs et les engagements de l'entreprise.

Le Comité d'Audit

Le Comité d'Audit se réunit 4 fois par an. Il joue un rôle essentiel dans la surveillance financière et extra-financière de l'entreprise en examinant les comptes et en veillant à la fiabilité des informations produites. Il évalue l'efficacité des systèmes de contrôle interne et assure le suivi des risques majeurs, tout en supervisant les procédures de conformité. Dans le cadre de ses missions, il maintient une relation étroite avec les commissaires aux comptes, s'assure de leur indépendance et examine leurs recommandations. Le Comité veille également au respect des normes et réglementations, supervise l'application des procédures internes et assure une vigilance sur les questions d'éthique. Il rend compte régulièrement au Conseil d'Administration de ses travaux et formule des recommandations d'actions correctives dont il suit la mise en œuvre.

Le comité analyse et valide préalablement à son adoption par le Conseil d'Administration (ou le Conseil Stratégique) le présent rapport volontaire de durabilité.

Le Comité d'Audit est présidé par Yannick DUPOND. Il est composé de 4 membres, 3 hommes et 1 femme. En fonction du besoin, le Comité d'Audit peut faire appel à une expertise externe. Les membres ont été choisis pour leur expertise sur les enjeux financiers, de gestion des risques ou de gouvernance.

Une déclinaison par marque a été mise en place. Sont invités à cette occasion : le-la Président-e du Conseil Stratégique de la marque, le-la DG et les experts métiers jugés pertinents en fonction de l'ordre du jour (DAF, Responsable Conformité, Responsable RSE, ...).

Le Comité Humain

Le Comité Humain se réunit 2 fois par an. Il veille à l'alignement entre la stratégie RH et la vision globale de l'entreprise en examinant les politiques de gestion des talents et de développement du capital humain. Dans sa mission de surveillance, il évalue l'efficacité des politiques de rémunération et de gestion des performances, tout en veillant à l'équité et à la compétitivité des pratiques RH.

Le Comité rend compte régulièrement au Conseil d'Administration de l'avancement des chantiers RH majeurs et formule des recommandations pour renforcer l'attractivité et la performance sociale de l'entreprise.

Le Comité Humain est présidé par MENET-BUCHSENSCHUTZ. Il est composé de 4 membres, 2 Femmes et 2 Hommes, choisis pour leur expertise sur les enjeux de ressources humaines ou de gouvernance.

Une déclinaison par marque du Comité Humain a été mise en place en 2025 ; cette instance se réunit 2 fois par an. Sont invités à cette occasion : le-la Président-e du Conseil Stratégique de la marque, le-la DG et le-la DRH.

Ce comité est notamment chargé de suivre, pour le compte des marques :

- La Stratégie et feuille de route de la politique humaine pour accompagner le développement de l'entreprise
- La pérennité et mise en œuvre des valeurs de l'entreprise
- La Politique de rémunération de l'entreprise (NAO, structuration des rémunérations, politiques incitatives, leviers et accords collectifs, santé, prévoyance, actions sociales..)
- Le pilotage des mutations et transformation des business model et ses conséquences humaines
- La Politique de relations sociales avec les différents acteurs de l'entreprise
- La Gestion des ressources clés et les plans de succession identification et accompagnement des ressources clés
- La projection des organisations et compétences nécessaires à l'accompagnement de la stratégie MT et LT

ANIMATION DE LA RSE ET DE LA GESTION DES RISQUES

Vigilance raisonnable et gestion des risques

3 Brasseurs réalise des contrôles opérationnels tout au long de sa chaîne de valeur mais ne dispose pas de dispositif structuré de gestion des risques et d'audit interne. Cette ligne de contrôles est animée par la holding Agapes SA.

Une cartographie des risques majeurs est en cours de construction selon une approche de double matérialité, intégrant à terme un système unique d'évaluation des risques financiers et extra-financiers. L'embarquement de la première ligne de maîtrise (dispositif de contrôle interne) a également été organisé. L'ensemble du dispositif sera opérationnel d'ici fin 2026.

Animation de la RSE au sein de l'entreprise

Tout au long de l'année 2025, la démarche RSE de 3 Brasseurs a été pilotée par une coordinatrice dédiée, rattachée à la Direction des Ressources Humaines. Cette fonction a permis de structurer un maillage opérationnel solide reposant sur un réseau d'ambassadeurs RSE déployé dans les restaurants ainsi que sur des référents identifiés au sein des services supports (achats, finance, exploitation, etc.). En parallèle, la coordinatrice a contribué aux travaux transverses menés à l'échelle de l'écosystème Agapes, notamment en matière d'alignement des pratiques de reporting avec les exigences du cadre CSRD/ESRS. Elle était appuyée par un contrôleur de gestion mobilisé sur les volets reporting et traitement des données extra-financières. Fin 2025, dans un contexte de réorganisation interne, le poste de coordinatrice RSE a été supprimé. Afin d'assurer la continuité des travaux engagés, l'entreprise a engagé la

mise en place d'un dispositif de transition reposant sur trois leviers : la mobilisation des référents métiers, qui reprennent la conduite des actions relevant de leur périmètre respectif ; le recours à un accompagnement externe de transition pour les chantiers prioritaires, notamment l'élaboration du rapport de durabilité et la réalisation du bilan carbone ; et la préparation du transfert de la coordination RSE à la Direction des Achats, prévu au premier semestre 2026.

Cette évolution organisationnelle traduit la volonté de 3 Brasseurs d'ancrer la RSE au plus près des fonctions opérationnelles et de pérenniser la dynamique collective impulsée depuis 2025.

PARTIE PRENANTE	Intérêts critiques implicites ou explicites	Mode de consultation
Effectifs (et représentant-e-s)	<ul style="list-style-type: none"> Stabilité et clarté des plannings pour faciliter l'organisation de chacun.e (équilibre vie professionnelle/ personnelle) Rémunération compétitive par rapport au marché Ambiance d'équipe positive et respectueuse Conditions de travail réduisant la pénibilité du métier Fierté d'appartenance 	<ul style="list-style-type: none"> IRP eNPS Rituels managériaux
Client-e-s / convives	<ul style="list-style-type: none"> Rapport qualité-prix hyper compétitif Origine et qualité des produits frais Information fiable sur les produits Propreté irréprochable des lieux Temps d'attente raisonnable Facilité d'accès et de stationnement 	<ul style="list-style-type: none"> Enquêtes de satisfaction Analyse des avis clients
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> Paiement dans les délais convenus pour maintenir sa propre trésorerie Relation professionnelle de long terme basée sur la confiance Anticipation des commandes (pas de commandes urgentes systématiques) Retours clients sur la qualité des produits 	<ul style="list-style-type: none"> Renouvellement des contrats Rencontres régulières avec les fournisseurs
Franchisés	<ul style="list-style-type: none"> Rentabilité conforme aux projections présentées Processus et méthodes éprouvés et efficaces Marque forte et valorisante Écoute et prise en compte des retours terrain 	<ul style="list-style-type: none"> Animations spécifiques Réunions du réseau de franchises
Actionnaires	<ul style="list-style-type: none"> Rentabilité croissante et durable Vision claire du développement Transparence dans la gestion Pérennité de l'entreprise Respect des politiques générales et notamment ESG 	<ul style="list-style-type: none"> Assemblées Générales Comités Stratégiques
Partenaires financiers	<ul style="list-style-type: none"> Rentabilité et retour sur investissement satisfaisant Stabilité financière et viabilité à long terme de l'entreprise Gestion rigoureuse des risques financiers et opérationnels Conformité réglementaire et transparence dans la gestion 	<ul style="list-style-type: none"> Rapports financiers détaillés Audits externes Comités d'investissement
ONG et associations	<ul style="list-style-type: none"> Engagement pour réduire les impacts environnementaux et sociétaux (maltraitance animale, santé, pollutions, ...) Qualité et traçabilité des produits alimentaires Crédibilité et Respect des engagements de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> Rapports et publications Réunions
Collectivités locales et services publics	<ul style="list-style-type: none"> Conditions de travail et respect des droits des employés Création d'emplois locaux et développement économique Respect des normes d'hygiène et de sécurité alimentaire Contribution fiscale et développement du territoire Contribution à la préservation des territoires 	<ul style="list-style-type: none"> Rapports d'activité aux services d'hygiène Plan Alimentation Territorial Règlement Sanitaire Publications

En vue de préparer l'évolution réglementaire en matière de reporting obligatoire de la performance extra-financière, 3 Brasseurs a réalisé en 2024 l'analyse de double matérialité de ses principaux enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance, telle qu'attendue par la norme ESRS 2 de la CSRD. Cette analyse a permis d'identifier les impacts, risques et opportunités (IRO) présentant une matérialité financière et d'impacts dépassant le seuil de matérialité prédéfini par la marque.

MÉTHODOLOGIE D'IDENTIFICATION ET D'ÉVALUATION DES IRO

Phase 1 Comprendre le contexte

La phase de compréhension du contexte s'est appuyée sur une analyse approfondie du secteur de la restauration commerciale et des enjeux spécifiques aux formats de restauration à table. Cette phase a inclus :

- L'analyse des documents internes existants et de la stratégie RSE de 3 Brasseurs
- Un benchmark des pratiques ESG de 5 pairs représentatifs du secteur
- Une revue documentaire des enjeux sectoriels pour la restauration commerciale, l'agroalimentaire et l'agriculture
- L'identification et la cartographie des parties prenantes internes et externes

Phase 2 Identification des IRO réels et potentiels

L'identification des IRO s'est structurée autour de deux axes complémentaires :

- Engagement des parties prenantes : 14 entretiens avec des contributeurs internes représentatifs des fonctions et entités clés du groupe Agapes (Salad&Co, 3 Brasseurs, Il Ristorante)
- Revue systématique : Les 92 sujets imposés par la CSRD ont été passés en revue pour déterminer leur pertinence. 19 sujets ont été considérés comme non pertinents et exclus de l'analyse. Les 73 sujets restants ont été regroupés en 19 thématiques pour une meilleure lisibilité

Phase 3 Évaluation des IRO

L'évaluation a été réalisée selon une double matérialité, conformément aux exigences CSRD :

Matérialité d'impact (inside-out). Évalue les impacts de 3 Brasseurs sur les personnes et l'environnement selon deux critères (notés sur un échelle de 1 à 4), à savoir : la Gravité (échelle de l'impact, portée géographique, irréversibilité des dommages) et la Probabilité d'occurrence de l'impact

Matérialité financière (outside-in). Évalue les effets financiers sur 3 Brasseurs liés aux risques et opportunités identifiés. Critères d'évaluation : Importance des effets financiers potentiels (coûts, pertes de revenus, opportunités de croissance) et Probabilité d'occurrence du risque ou de l'opportunité

Les évaluations ont été réalisées en risques bruts, sans prendre en compte les actions de mitigation déjà en place, permettant ainsi d'identifier les enjeux prioritaires nécessitant une attention particulière.

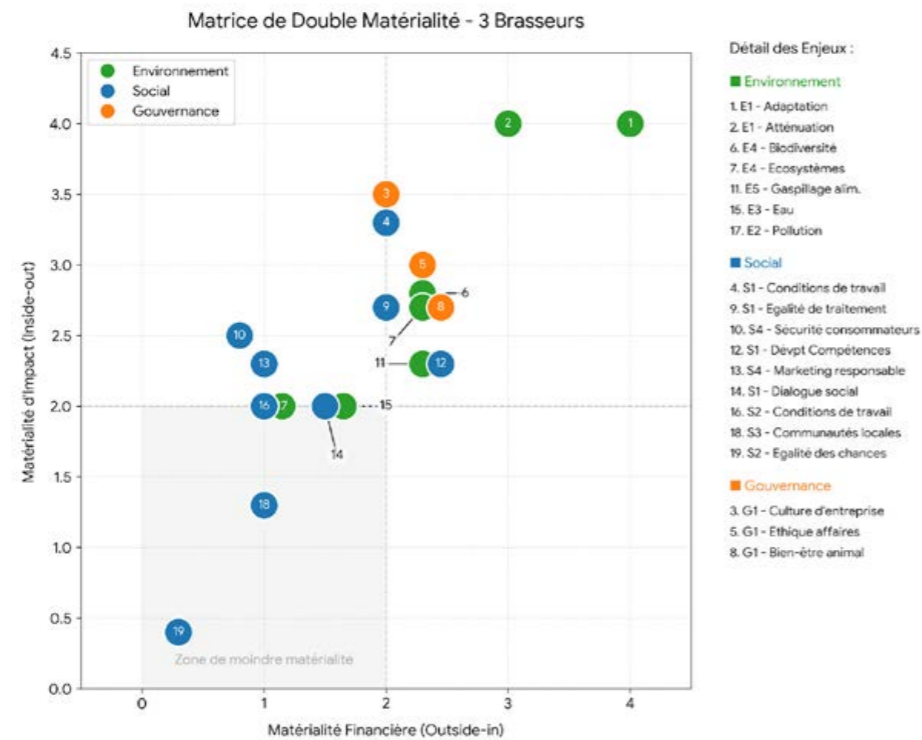
Phases 4 & 5 Consensus et reporting

Les résultats de l'analyse ont été validés lors d'ateliers avec la direction et les équipes opérationnelles. Le seuil de matérialité retenu est une note strictement supérieure à 2 sur au moins une des deux dimensions (impact ou financière), permettant d'identifier les IRO devant faire l'objet d'un reporting complet selon les exigences CSRD.

L'Analyse de Double Matérialité (DMA) a été réalisée avec l'aide du cabinet Deloitte, conformément à la norme ESRS 2 de la CSRD. Elle s'est accompagnée d'une phase de sensibilisation des dirigeants aux nouvelles obligations réglementaires en matière de communication obligatoire relative à la performance extra-financière. La DMA s'est inscrite dans un projet plus large, multimarques, nommé "Cap Durabilité", visant à structurer la gouvernance ESG des entreprises participantes. Projet piloté par le cabinet conseil Pulse by Headop's. Chef de projet : Sylvain LEMANG-CATEL.

RÉSULTATS : MATRICE ET DESCRIPTION DES IRO

Sur les 19 thématiques évaluées, 13 présentent une matérialité significative (note > 2) et font l'objet d'une description détaillée ci-après. Ces IRO couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur de 3 Brasseurs, de l'approvisionnement à la consommation, y compris de la bière brassée sur place.



ENVIRONNEMENT

E1 - DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE (ATTÉNUATION ET ADAPTATION)

3 Brasseurs est avant tout un restaurant à table proposant une cuisine traditionnelle de brasserie avec une part importante de produits carnés et laitiers (carbonade, burgers, viandes grillées, flammekueche...). Le brassage de bière sur place nécessite des processus énergivores (chauffage de l'eau à différentes températures pour le brassage, ébullition du moût, refroidissement, fermentation contrôlée).

Risques : Investissements pour décarboner les processus de production de bière, hausse des coûts d'approvisionnement en matières premières carnées et laitières, contraintes réglementaires croissantes sur les émissions, dégradation des conditions de travail (vagues de chaleur), coûts de climatisation et d'isolation croissants, sinistralité en hausse.

Opportunités : Optimisation énergétique (y compris processus de brassage avec récupération de chaleur), développement d'une offre végétarienne de brasserie, efficacité énergétique des équipements, différenciation par une bière artisanale bas-carbone, innovation dans les recettes de bières (houblons résistants, malts alternatifs), valorisation de l'eau recyclée, diversification de l'offre selon disponibilités saisonnières et expérimentation de nouveaux produits éco conçus, développement de circuits courts et locaux.

E4 - BIODIVERSITÉ ET ECOSYSTÈMES

Un restaurant de brasserie proposant viandes, fromages, frites maison et bière artisanale repose sur des écosystèmes agricoles diversifiés : prairies pour l'élevage, cultures céréalières (orge pour le brassage et pommes de terre), houblonnières, ressources en eau. La dégradation de ces écosystèmes menace la qualité et la disponibilité de l'ensemble de ces matières premières. La dégradation de l'eau, en particulier, est un enjeu critique : un litre de bière nécessite 5 à 10 litres d'eau de qualité (brassage, rinçage, nettoyage des cuves). Par ailleurs, la contribution de l'offre de restauration à l'effondrement de la biodiversité est plus ou moins importante selon qu'elle est majoritairement carnée ou végétale, qu'elle intègre ou non des produits issus de pratiques agricoles durables.

Risques : Dégradation de la qualité de l'eau de brassage, raréfaction des variétés de houblon traditionnelles, volatilité des

approvisionnements en orge brassicole, augmentation structurelle des coûts, dépendance à des filières fragilisées

Opportunités : Construction de filières résilientes avec malteurs et houblonniers, valorisation de variétés locales et rustiques, gestion responsable de l'eau (recyclage, réduction), valorisation de filières agricoles plus durables

E5 - GESTION DES RESSOURCES ENTRANTES ET SORTANTES, LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Le gaspillage alimentaire représente un tiers de la production mondiale de nourriture perdue. La restauration génère principalement des déchets organiques et d'emballages (pour la vente à emporter). La micro-brasserie génère des flux de déchets spécifiques : drêches de brassage (résidus de malt après extraction des sucres, représentant 85% du volume initial de malt), levures usagées, ... La loi AGECE impose des obligations strictes : tri et valorisation des déchets organiques depuis janvier 2023, interdiction des emballages plastiques à usage unique, et limitation des déchets non alimentaires.

Risques : Sanctions financières encourues en cas de non-tri, démarque source de perte financière directe, coûts de mise en conformité réglementaire

Opportunités : Amélioration de la rentabilité du fait de la l'utilisation de co-produits (valorisation des drêches notamment), de paniers anti-gaspi à prix modéré, de réduction de la démarque, de développement d'emballages réutilisables et consignés et du gain de clientèle sensible à ces efforts

SOCIAL

S1 - CONDITIONS DE TRAVAIL ET TRAITEMENT ÉGALITAIRE

3 Brasseurs est avant tout un restaurant à table employant majoritairement du personnel de cuisine et de salle. Ces équipes font face aux contraintes du secteur : horaires en coupure (service midi et soir), travail le week-end et jours fériés, rythme intense pendant les services, pénibilité physique (station debout, port de charges), stress. S'ajoute une petite équipe de brasseurs travaillant dans des conditions spécifiques : manipulation de sacs de malt (25-

50 kg), travail dans la chaleur et l'humidité, horaires matinaux. Le secteur du brassage, historiquement masculin, et la restauration, avec sa répartition genrée entre cuisine et salle, doivent être particulièrement vigilants sur l'égalité de traitement. Les décisions de recrutement, promotion et rémunération doivent garantir l'équité pour tous, indépendamment du genre, de l'origine ou de l'âge. Ces conditions, combinées à une rémunération souvent proche du SMIC, génèrent un turnover élevé et des difficultés de recrutement critiques.

Risques : Pénurie de main-d'œuvre en cuisine et en salle, turnover coûteux et désorganisant, difficulté à recruter des brasseurs qualifiés, perte de savoir-faire culinaire et brassicole, accidents du travail, absentéisme, dégradation de la qualité de service, contentieux juridiques liés aux discriminations, perte d'attractivité employeur, climat social dégradé, fermeture de services faute de personnel

Opportunités : Positionnement comme employeur de référence dans la restauration, valorisation des métiers de cuisine et de salle, attractivité du volet brassage artisanal, culture inclusive comme avantage compétitif, diversification des profils enrichissant l'innovation, féminisation du métier de brasseur, image employeur positive, fierté d'appartenance, amélioration des conditions (ergonomie, organisation), culture d'entreprise conviviale, meilleure performance collective

S1 - DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES ET TRANSMISSION DES SAVOIR-FAIRE

Comme dans toute restauration à table, la transmission des savoir-faire culinaires (préparation des viandes, maîtrise des cuissons, dressage) et du service en salle (accueil, prise de commande, connaissance de la carte, service à l'assiette) nécessite un investissement formation important. S'ajoute chez 3 Brasseurs une dimension spécifique : la formation aux accords mets-bières, la connaissance du processus de brassage pour le valoriser auprès des clients, et pour quelques collaborateurs, l'apprentissage technique du métier de brasseur (maîtrise des températures, gestion de la fermentation, ajustement des recettes). Un manque d'investissement formation fragiliserait la qualité de l'offre et limiterait les possibilités d'évolution professionnelle.

Risques : Standardisation et dégradation de la qualité culinaire, perte du savoir-faire brassicole artisanal, service moins performant, manque de connaissance sur les bières, difficulté à recruter, absence de parcours d'évolution, turnover élevé, coûts de recrutement externe

Opportunités : Positionnement comme restaurant formateur aux métiers de la cuisine et du service, parcours spécifique pour formation au brassage artisanal, certification des compétences (CQP restauration, qualification brasseur), fierté d'appartenance, valorisation de la double compétence restauration-brassage

S4 - SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS ET COMMUNICATION RESPONSABLE

La sécurité des consommateurs repose sur une maîtrise rigoureuse des risques sanitaires à tous les niveaux : hygiène en cuisine (manipulation des viandes, cuissons, chaîne du froid), hygiène du processus de brassage (nettoyage des cuves, qualité de l'eau, contrôle de la fermentation), traçabilité des matières premières (origine des viandes, provenance du houblon et du malt, contrôle des fournisseurs), gestion des allergènes (gluten dans les bières, allergènes alimentaires dans les plats), et maîtrise des substances controversées (résidus de pesticides potentiels dans le houblon et l'orge, additifs alimentaires, nitrites dans les charcuteries). La communication doit être claire et transparente.

Risques : Coûts et atteinte réputationnelle majeure en cas de problème sanitaire, sanctions RGPD, contentieux, exposition médiatique négative en cas de craft-washing ou greenwashing ou communication trompeuse sur l'origine des produits.

Opportunités : Différenciation par une offre saine et authentique, valorisation de la traçabilité et de l'origine des produits, construction d'une relation de confiance durable, confiance et fidélité renforcées, engagement client renforcé.

GOUVERNANCE

G1 - CULTURE D'ENTREPRISE ET RÔLE EMPLOYEUR

La culture d'entreprise de 3 Brasseurs repose sur la convivialité et l'authenticité. L'ambiance chaleureuse, le service à table, et la visibilité du brassage artisanal depuis la salle créent une identité forte qui doit être incarnée par la gouvernance et le management. La restauration peut jouer un rôle de tremplin professionnel, offrant

des parcours en cuisine, en salle, et pour quelques talents, dans le brassage artisanal. Un leadership exemplaire établit les valeurs (convivialité, qualité, authenticité) et crée un environnement propice au développement des équipes, qu'elles soient en restauration ou au brassage.

Risques : Perte de la convivialité et de l'ambiance distinctive, standardisation de l'expérience client, difficulté à attirer et retenir les talents en restauration, manque d'engagement des équipes, banalisation de la marque, perte de l'authenticité brassicole

Opportunités : Différenciation par l'expérience conviviale et authentique, fierté d'appartenance des équipes, positionnement comme employeur formateur dans la restauration avec un plus brassicole, contribution à l'emploi local, attractivité du concept restaurant-brasserie

G1 - BIEN-ÊTRE ANIMAL

Le bien-être animal dans les élevages et l'aquaculture, ainsi que les pratiques d'abattage, sont de plus en plus scrutés par les consommateurs et les ONG. Les évolutions réglementaires européennes sur le bien-être animal vont se renforcer

Risques : Atteinte réputationnelle en cas de pratiques jugées insuffisantes, exposition médiatique négative via campagnes d'ONG, investissements initiaux plus élevés pour l'adhésion à des pratiques respectueuses, nécessité de conformité avec des réglementations futures plus strictes

Opportunités : Anticipation des évolutions législatives, différenciation concurrentielle par une filière respectueuse du bien-être animal, augmentation de la fidélité client, amélioration de l'image de marque, positionnement de précurseur

G1 - ÉTHIQUE DES AFFAIRES

L'éthique des affaires concerne les principes moraux et standards de conduite dans les opérations quotidiennes, notamment la gestion des relations fournisseurs (pratiques de paiement, conditions commerciales), la lutte contre la corruption, la juste rémunération des producteurs et le lobbying responsable. Elle se traduit par un code de conduite éthique, des procédures de conformité, et des engagements clairs avec les parties prenantes. Les pratiques commerciales peuvent impacter positivement ou négativement les fournisseurs avec des effets sur leurs conditions de travail et les communautés locales.

Risques : Sanctions en cas de non-respect des lois (RGPD et Sapin 2 en particulier), dépendances, contentieux contractuels, atteinte à la pérennité de l'entreprise, perte de confiance des parties prenantes

Opportunités : Relations fournisseurs durables et mutuellement bénéfiques, sécurisation des approvisionnements par des partenariats de long terme, valorisation de pratiques d'achats responsables, contribution au développement des territoires

Cette analyse de double matérialité constitue le socle de la stratégie de durabilité de 3 Brasseurs. Elle identifie les enjeux prioritaires sur lesquels l'entreprise doit concentrer ses efforts pour réduire ses impacts négatifs, saisir les opportunités et construire un modèle économique résilient.

Sur cette base, 3 Brasseurs a défini des politiques, cibles et actions pour éviter ou atténuer ces risques en s'inspirant des normes ESRS E1 (climat), ESRS S1 (Effectifs propres) et ESRS G1 (Gouvernance). Dans le sens d'une simplification, les informations relatives aux autres thématiques matérielles ont été traitées et publiées mais dans un format allégé. Les pages suivantes présentent ces éléments en trois parties :

- **Volet environnemental :** politiques, cibles et actions en matière d'atténuation des émissions de gaz à effet, d'adaptation au dérèglement climatique, de réduction des impacts sur le vivant et les écosystèmes, et de préservation des ressources ;
- **Volet Social :** politiques, cibles et actions en matière d'amélioration de la situation socio-économique des salariées, de qualité de vie au travail, de développement de leurs compétences et employabilité, d'égalité des chances au sein de l'entreprise, ou encore de sécurité alimentaire pour les clients ;
- **Volet Gouvernance :** politiques, cibles et actions en matière d'éthique dans les affaires (garantie des droits humains, lutte contre la corruption...), de développement de la culture d'entreprise, ainsi que de la lutte contre la maltraitance animale.

ENVIRONNEMENT



CONTEXTE GÉNÉRAL²

Selon l'Organisation Météorologique Mondiale (OMM) et Copernicus :

Si 2024 reste l'année la plus chaude jamais enregistrée au niveau mondial (première année à dépasser 1,5°C par rapport aux niveaux préindustriels), 2025 se situe en deuxième position, à égalité avec 2023 (avec une moyenne en France de 14,03°C, soit +1.06°C par rapport à 1991-2000)

La température moyenne mondiale pour janvier-novembre 2025 était de +1,48°C par rapport à l'ère préindustrielle

L'année 2025 a été marquée par une succession d'événements climatiques extrêmes en France et dans le monde. L'été 2025 a enregistré des canicules intenses, des incendies dévastateurs (particulièrement dans le sud de la France, en Grèce et au Portugal) et des inondations meurtrières. En France métropolitaine, le sud-est a été frappé par des précipitations exceptionnelles en septembre, tandis que la Bretagne a subi de violentes tempêtes en janvier. Le cyclone Garance a dévasté La Réunion en février. Ces événements confirment l'accélération du dérèglement climatique et son impact croissant sur la production agricole.

La crise agricole s'est intensifiée et structurée en France. Après les mobilisations du début d'année 2024, le mouvement a repris en décembre 2025 avec de nouveaux blocages d'autoroutes. Les agriculteurs dénoncent la signature de l'accord de libre-échange UE-Mercosur (finalisé en janvier 2026 malgré l'opposition française) et les conséquences de l'épidémie de dermatose nodulaire contagieuse affectant les élevages bovins. La multiplication des aléas climatiques (sécheresses, inondations) continue de fragiliser les exploitations. Météo-France a publié en 2025 un rapport sur la trajectoire de réchauffement (TRACC), qui anticipe un réchauffement de +4°C d'ici 2100 avec des impacts majeurs sur l'agriculture.

La COP30 sur le climat s'est tenue en novembre à Belém (Brésil), dans un contexte géopolitique difficile. Dix ans après l'Accord de Paris, cette COP marque un tournant mitigé : elle a abouti à un engagement de tripler les financements pour l'adaptation d'ici 2035 (1 300 milliards de dollars annuels) et a adopté le «Paquet de Belém» avec 55 décisions. Cependant, aucune obligation claire de sortie des énergies fossiles n'a été adoptée, et les contributions nationales (CDN) présentées restent insuffisantes pour maintenir le réchauffement sous 1,5°C. La France, qui prendra la présidence du G7, s'engage à poursuivre l'ambition climatique.

La biodiversité demeure au cœur des préoccupations internationales. En juin 2025, la France a accueilli la troisième Conférence des Nations Unies sur l'Océan (UNOC 3) à Nice. Le Congrès mondial de la nature de l'UICN s'est tenu en octobre à Abu Dhabi, avec 45 recommandations portées par la France. Paris a également accueilli en novembre la réunion des auteurs de l'évaluation mondiale de l'IPBES, qui dressera à l'horizon 2028 un nouvel état des lieux de la perte de biodiversité mondiale. Le Salon de la Biodiversité à Paris a rassemblé les acteurs autour des solutions fondées sur la nature pour l'adaptation climatique. **L'économie circulaire s'est vu renforcé par de nouvelles réglementations européennes.** Le règlement sur les emballages

et déchets d'emballages (PPWR) a été adopté en décembre 2024 et publié en janvier 2025, fixant des objectifs ambitieux de recyclage (70 % en 2025, 75 % en 2030) et de réemploi. Le règlement ESPR sur l'écoconception des produits durables a publié ses premiers actes délégués en avril 2025. En France, la loi AGECL continue son déploiement progressif. Toutefois, fin 2025, la Commission européenne a présenté plusieurs «omnibus de simplification» qui assouplissent certaines obligations environnementales au nom de la compétitivité.

Mais dans un contexte politique défavorable à la transition écologique et à toute forme de normalisation/régulation des marchés, la dynamique environnementale qui pouvait s'appuyer sur le Green Deal Européen, a connu plusieurs reculs importants avec notamment le choc de simplification Omnibus et les reports de plusieurs directives comme celle sur la déforestation.

ACTUALITÉS DE LA MARQUE

À l'issue d'un processus d'analyse des risques climatiques, de ses leviers d'actions et des moyens mobilisables à court/moyen terme, nous avons rédigé une politique climatique ambitieuse mais crédible, visant d'une part à atténuer les émissions de gaz à effet de serre, avec une cible clarifiée à horizon 2030, et d'autre part à adapter son modèle aux effets du dérèglement climatique. Partagée et validée en Comité de Direction début d'année 2026, elle sera ensuite présentée au Comité Stratégique de la marque avant d'être diffusée aux collaborateurs, marquant l'engagement volontaire de la marque à agir. La trajectoire est conforme à celle présentée en Assemblée Générale de 2024.

Nos équipes de direction et de management ont suivi plusieurs parcours de sensibilisation sur les impacts environnementaux du modèle d'affaire et sur la nécessité d'agir pour la régénération des milieux : The Week, les Ateliers de l'Adaptation au Changement climatique, Formation aux Achats Durables, ont permis de développer la culture environnementale de la marque.

Dans le cadre de sa démarche d'éco conception, 3 Brasseurs s'est associé à Eco2 pour assurer le calcul du Green Score de ses recettes. Cette donnée est désormais intégrée dans les systèmes d'information de la marque est peut-être exploitée par l'ensemble des services (notamment pour la communication).

ENJEUX

- 1
- 2
- 5
- 6
- 7

ODD

<p>12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES</p>	<p>13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES</p>	<p>14 VIE AQUATIQUE</p>	<p>15 VIE TERRESTRE</p>
---	---	-------------------------	-------------------------

PÉRIMÈTRE

France, Compagnie

²Sources : France 24 - «Été 2025 : un mois de déchaînement climatique» (août 2025) · CCR (Caisse Centrale de Réassurance) - Base de données catastrophes naturelles · Météo-France - Rapport TRACC (novembre 2025) · Vert.eco - «2025 sera moins chaude que 2024» (février 2025) · Ministère de l'Agriculture - Communication février 2025 · Greenpeace France - «Crise agricole : les raisons de la colère» · I4CE - «Agriculture : sortir de la crise perpétuelle» (janvier 2025) · Sami.eco - Actualités CSRD décembre 2025 · Ministère des Affaires étrangères français - Bilan COP30 (novembre 2025) · UICN Comité français - Congrès mondial 2025 · Ministère des Affaires étrangères - IPBES novembre 2025 · CCI Paris Île-de-France - Règlement PPWR (janvier 2025) · Bpifrance - Règlement ESPR · Banque des Territoires - Loi DDADUE (novembre 2025)

NOTRE POLITIQUE

Chez 3 Brasseurs, nous sommes engagés pour une restauration conviviale, généreuse et durable. Conscients de l'urgence climatique et de notre responsabilité en tant qu'acteur de la restauration et brasseur artisanal, nous nous inscrivons dans **une démarche volontariste de réduction de notre empreinte carbone**. Nous mobilisons l'ensemble de nos équipes, fournisseurs et clients autour de cette démarche, dans un esprit de transparence et de progrès continu.

Face aux impacts croissants du changement climatique sur nos approvisionnements et nos activités, nous mettons également en œuvre une **stratégie d'adaptation pour assurer la résilience de notre modèle d'affaires sur le long terme et préserver l'authenticité de notre concept de brasserie**.

Notre approche allie ambition climatique et pragmatisme économique. Nous privilégions des actions structurantes fondées sur l'analyse de nos principaux leviers d'émissions, en particulier les intrants alimentaires qui représentent 17,4 % de nos émissions totales (plus de 50% sur le périmètre de nos succursales) et constituent notre principal levier d'action direct. L'embarquement de nos partenaires franchisés, dont les activités représentent 67 % de nos émissions totales, est un élément déterminant de notre stratégie. Cette approche nous permet de maintenir la qualité et l'identité de notre offre — simplicité, convivialité et générosité — tout en réduisant significativement notre empreinte carbone.

NOS ENGAGEMENTS

Atténuation des émissions de Gaz à Effet de Serre

Maîtrise de la consommation énergétique et des émissions fugitives (Scopes 1 & 2)

Les émissions directes et liées à l'énergie représentent 3,5 % de notre empreinte carbone. Nous nous engageons à réaliser les actions suivantes :

- Remplacement des gaz frigorigènes à PRG élevé : valider et engager un programme de retrofit ou de remplacement progressif des équipements utilisant des gaz frigorigènes à haut PRG pour les équipements en fin de vie, avec une cible de 100 % de gaz avec PRG ≤ 150 à horizon 2030
- Passage à 100 % d'énergies renouvelables : mise en place d'un contrat de fourniture d'électricité 100 % renouvelable (2028)
- Suppression du gaz naturel : suppression progressive du gaz naturel sur les sites de Rouen (2025), Labège (2026) puis Saran (2028)
- Sobriété énergétique : objectivation des équipes sur des objectifs de réduction de la consommation d'énergie, renforcement de l'isolation thermique à l'occasion des réfections, déploiement du nouveau procédé de fabrication Cyclone (-40 MWh/an et par site)

Approvisionnement durables et transformation de l'offre (Scope 3)

Les intrants alimentaires constituent notre principal levier d'action direct. Nous nous engageons à mettre en œuvre les actions suivantes :

- Écoconception systématique des recettes : enregistrer les valeurs d'émissivité des ingrédients (Agribalyse), assurer le calcul systématique d'émissivité et de green score pour évaluer la performance de chaque recette proposée. Nous visons une réduction de 17 % de l'émissivité des intrants alimentaires par repas d'ici 2030

- Évaluation de l'empreinte carbone des cartes nationales : suivi

NOTRE AMBITION

Notre bilan carbone 2022 constitue notre année de référence. Il a été réalisé selon la méthode GHG Protocol et couvre l'ensemble des scopes 1, 2 et 3. Il révèle que le scope 3 représente 96,5 % de nos émissions totales, avec deux postes majeurs : la franchise (67 %) et les intrants alimentaires (17,4 %).

Nous nous fixons des objectifs ambitieux et réalistes :

- **À horizon 2030, réduire de 57 % les émissions absolues sur le périmètre compagnie**, passant de 26 313 tCO₂e en 2022 à 11 340 tCO₂e en 2030
- **Réduire de 17 % l'émissivité des intrants alimentaires par repas** (périmètres compagnie et franchise), passant de 4,95 kgCO₂e/repas en 2022 à 4,13 kgCO₂e/repas en 2030
- Réduire de 20 % les émissions de GES par hectolitre de bière brassée d'ici 2030

Sur le périmètre compagnie, cet objectif s'accompagne d'une amélioration de l'intensité carbone globale de 9,38 à 8,98 kgCO₂e/repas (-4 %). La réduction globale résulte de deux dynamiques combinées :

- L'effet « évolution du parc » : -13 380 tCO₂e (89 % de la réduction totale), du fait du passage de 25 à 11 succursales
- L'effet « plan d'atténuation » : -1592 tCO₂e (11 % de la réduction totale), résultant des leviers d'action volontaires
- Cette trajectoire s'aligne avec les enjeux scientifiques tout en préservant notre performance économique et les valeurs qui font l'identité de notre marque.

- de l'évolution dans le temps, nombre de références bas carbone proposées par catégorie, suivi des taux de prise et évaluation du poids global de la carte sur sa durée de vie
- Valorisation des recettes bas carbone : communication, illustration, affichage environnemental et proposition de recettes nativement végétariennes
- Réduction de l'émissivité des bières 3 Brasseurs : développement des bières sans alcool, réduction des quantités de matières par brassin, utilisation d'ingrédients bas carbone (houblon), avec une cible de -20 % d'émissions GES par hectolitre brassé d'ici 2030
- Sélection de fournisseurs engagés : sélection des fournisseurs selon des critères ESG (bilans carbone, pratiques agricoles durables, certification environnementale), conformité EUDR pour les matières premières à risque (cacao, café, boeuf), audit et accompagnement des principaux fournisseurs dans leur trajectoire de décarbonation

Gestion et réduction des déchets (Scope 3)

Nous nous engageons à :

- Mettre en place du tri 5 flux dans tous les restaurants, formation des équipes au tri des biodéchets, du carton, du verre, du plastique et des métaux
- Réduire de 10 % les déchets en mélange (ordures ménagères résiduelles) d'ici 2030 au profit des biodéchets (amélioration du tri)
- Réduire les emballages au niveau des réceptions en agissant de pair avec nos fournisseurs (gros volumes/vrac)
- Développer la consigne en France pour les bières à emporter (création d'un guide consigne France, test lavage bouteille sur site, sensibilisation lors des réunions brasseurs)

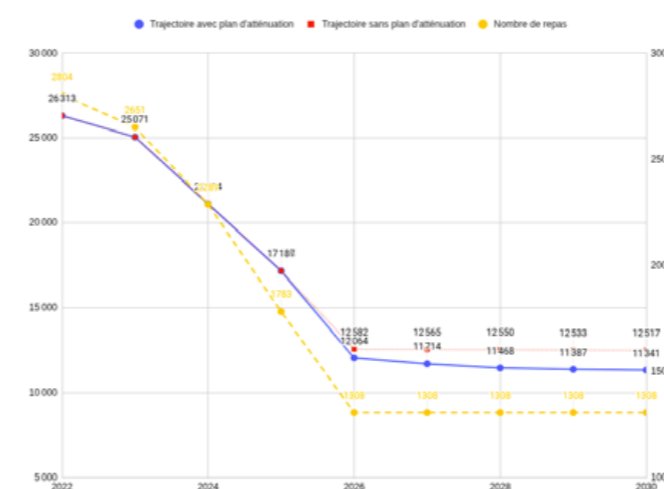
Mobilité durable (Scope 3)

Les déplacements représentent un poste d'émissions important, principalement liés aux déplacements clients. Tout en reconnaissant les limites de notre action directe, nous nous engageons à :

- Pour nos collaborateurs : rédiger une politique de déplacements professionnels encourageant les modes moins émissifs, sensibiliser aux mobilités douces et durables
- Pour nos clients et la communauté : solliciter les pouvoirs publics et les promoteurs pour le développement des transports en commun sur les ZAC qui en manquent et encourager les modes de transport collectif
- Compte tenu de l'incertitude élevée sur les résultats possibles de ce levier, il n'a pas été évalué dans la projection d'atténuation.

	2022 (TCO2E)	2030 (TCO2E)	ÉVOLUTION
SCOPES 1 & 2 – ÉMISSIONS DIRECTES ET INDIRECTES LIÉES À L'ÉNERGIE	2760	1035	-1725 (-62%)
Remplacement des gaz frigorigènes à PRG élevé Cible : -100 % des gaz avec PRG ≤ 150 à horizon 2030	2015	895	-1120 (-56%)
Mesures de sobriété énergétique et fourniture en EnR Cibles : - Contrats 100 % renouvelable (2028) - Électrification du parc de véhicules (à partir de 2027) - Suppression du gaz dans les 3 derniers sites (à partir de 2025)	745	140	-605 (-81%)
SCOPE 3 – ÉMISSIONS INDIRECTES	23 552	10 305	-13 247 (-56%)
Écoconception des recettes et baisse de l'émissivité de la bière Cibles : - Intensité intrants alimentaires : 4,13 kgCO ₂ e/repas à 2030 - Réduction de l'émissivité de la bière de 20 %	13 887	5 397	-8 490 (-61%)
Utilisation de produits de seconde vie et suppression progressive du jetable Cible : -1 %/an sur les émissions liées au non-alimentaire	1330	628	-702 (-53%)
Amélioration du tri des biodéchets, réduction de l'emballage en amont Cibles : - Réduction de 10 % du volume de déchets résiduels au profit des biodéchets (à partir de 2026) - Réduction de 5 % du volume total de déchets d'ici 2030	374	237	-137 (-36%)

Emissions de GES du modèle d'affaires avec et sans plan d'atténuation à horizon 2030 - 3B France Cie Hors Franchise



Emissions de GES du modèle d'affaires avec et sans plan d'atténuation à horizon 2030 - 3B France Cie et Franchise



Adaptation au dérèglement climatique

Au-delà de la réduction des émissions, nous anticipons les impacts croissants du changement climatique sur nos trois domaines de vulnérabilité majeurs.

Objectifs : identifier 100 % des enjeux clés à sécuriser à fin 2026 et atténuer les risques de 100 % des enjeux clés à fin 2028

Protection des collaborateurs

Les conditions de travail en restaurant sont particulièrement exposées aux vagues de chaleur. Nous nous engageons à :

- Rédiger des plans de continuité opérationnelle intégrant les protocoles canicule (adaptation des horaires, mesures de protection, procédures d'alerte)
- Former les équipes managériales à la gestion des périodes de forte chaleur avec des protocoles adaptés
- Intégrer ces éléments dans le plan de formation des nouveaux managers
- Vérifier et mettre à jour les plans d'évacuation sur les sites à criticité élevée
- Assurer l'amélioration continue du confort thermique dans les restaurants : suivi de la satisfaction collaborateurs, maintenance optimale des équipements de climatisation

Sécurisation des approvisionnements en matières premières

Notre concept de brasserie repose sur des ingrédients spécifiques exposés aux aléas climatiques, notamment les frites, le malt, les céréales, les viandes et les produits laitiers, ainsi que la disponibilité en eau pour les besoins de la brasserie. Nous nous engageons à :

- Identifier et hiérarchiser les produits clés vulnérables via une matrice de priorisation multi-critères, en croisant données climatiques et criticité business
- Rechercher des alternatives viables aux produits les plus vulnérables, testées en restaurants
- Développer des filières locales pour les fruits et légumes, en établissant des partenariats durables avec des producteurs locaux engagés en agriculture durable

Adaptation des bâtiments et équipements

Une analyse approfondie des risques climatiques physiques a été réalisée en 2025 sur l'ensemble du réseau 3 Brasseurs (77 sites analysés : 16 succursales et 61 franchises). L'analyse a permis d'établir un score d'exposition pour chaque site, croisant l'intensité des aléas climatiques (canicules, sécheresses, inondations, tempêtes) avec la sensibilité de l'activité. Les résultats montrent que 5 sites présentent une forte exposition et 13 sites une exposition modérée. Les zones géographiques les plus exposées sont l'Occitanie, PACA et les Hauts-de-France. Nous nous engageons à :

- Phase 1 (2025-2026) – Diagnostic et mesures immédiates : audit technique des sites les plus exposés (isolation, ventilation, systèmes de refroidissement), révision des contrats d'assurance pour garantir une couverture adaptée aux risques climatiques identifiés
- Phase 2 (2026-2027) – Adaptation progressive : installation d'ombrières et espaces ombragés sur les terrasses, mise en place d'un programme d'entretien préventif des toitures et évacuations d'eaux pluviales, développement de solutions de récupération d'eau de pluie et de récupération de chaleur fatale
- Phase 3 (2027-2030) – Investissements structurants : réfection de l'isolation thermique des sites les plus exposés, végétalisation des abords des restaurants (toitures, façades), développement de partenariats photovoltaïques sur les sites adaptés

Embarquement et Accompagnement de nos partenaires franchisés

Les activités des franchisés représentant 67 % de nos émissions totales, leur embarquement est déterminant pour atteindre une réduction significative à l'échelle de l'enseigne. 3 Brasseurs s'engage à accompagner les franchisés sur une base collaborative :

- Sensibilisation et valorisation : sensibiliser les partenaires franchisés aux enjeux de l'adaptation, valoriser les actions menées en compagnie comme exemples de bonnes pratiques
- Support et incitations : accompagnement technique pour les adaptations volontaires, partage d'expérience et mise en réseau, diffusion des solutions validées en succursale
- Standards évolutifs : évolution des critères d'évaluation des opportunités d'installation pour intégrer les risques liés au changement climatique, recommandations d'aménagement inspirées des bonnes pratiques succursales
- Contractualisation : formalisation des valeurs et principes de conduite en matière environnementale dans les contrats de franchise

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

Gouvernance au plus haut niveau

La politique climatique est portée par la Direction Générale et le Comité de Direction, formés en 2025 à la gestion des risques climatiques. Chacune de nos directions détient des responsabilités spécifiques :

- Direction Générale : stratégie climatique globale, validation des plans d'atténuation et d'adaptation, suivi ESG en CODIR mensuel
- Direction Financière : suivi mensuel des indicateurs extra-financiers, intensité carbone par repas, pilotage de la production du rapport de durabilité et des bilans carbone
- Direction des Ressources Humaines (par le biais de sa mission de coordination RSE) : coordination transversale des actions climatiques et restitution périodique du suivi de progression en CODIR, supervision de la production du rapport volontaire de durabilité incluant les informations climatiques
- Direction des Achats : sélection et audit des fournisseurs sur critères ESG, conformité EUDR, gouvernance de la donnée ingrédient

- Pôles Food & Bière : R&D recettes et bières bas carbone, création des gazettes
- Direction Technique : adaptation des sites existants, conception des nouveaux sites, déploiement des standards et formation des équipes terrain
- Direction Marketing : promotion des produits bas carbone et des changements de comportement, valorisation des efforts auprès des clients
- Directions de restaurant : application quotidienne des consignes environnementales et animation des équipes
- Direction Franchise : relais et mobilisation du réseau franchisé autour des ambitions climatiques
- 3 Brasseurs s'appuie sur l'expertise du cabinet Pulse by Headop's et de Eco2 Initiative pour l'élaboration et le suivi du plan de transition climatique (atténuation/adaptation).

Formation et Sensibilisation

Nous nous appuyons sur la montée en compétence de nos équipes :

- Formation des dirigeants : sensibilisation des membres du CODIR à l'occasion du renouvellement des bilans carbone ; atelier d'Adaptation au Changement Climatique (AdACC) réalisé en 2025 avec l'ensemble du CODIR
- Formation des fonctions supports : formation des équipes R&D à l'analyse de cycle de vie et à l'éco-conception (2023/2024), formation aux achats durables et à l'évaluation de la qualité environnementale des fournisseurs (2025)
- Sensibilisation des collaborateurs : sensibilisation des chefs à l'éco-conception et à l'atténuation des émissions de GES, participation des personnels du siège au parcours The Week en 2025, sensibilisation aux mobilités douces et durables (2026)

Mesure et suivi

- Bilans carbone réguliers : réalisation de bilans complets (scope 3) selon GHG Protocol tous les 2 à 3 ans. Prochain bilan prévu en 2025-2026 avec actualisation des facteurs d'émission
 - Actualisation annuelle de la trajectoire en fonction des leviers activables et du potentiel de réduction constaté
 - Suivi trimestriel des indicateurs clés en Comité de Direction : émissions de GES, consommations énergétiques, production de déchets
- 3 Brasseurs assure la publication annuelle du rapport volontaire de durabilité intégrant les indicateurs climatiques quantitatifs et qualitatifs

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

L'année 2025 a marqué une étape décisive dans le déploiement de notre politique climatique avec la mobilisation de l'ensemble du Comité de Direction qui a participé aux Ateliers de l'Adaptation au Changement Climatique (AdACC). Cette formation collective a permis de renforcer la prise de conscience des enjeux et d'ancrer la dimension climatique au cœur de nos décisions stratégiques.

Adaptation au changement climatique

Nous avons réalisé une analyse exhaustive de l'exposition de nos 77 sites aux risques climatiques en nous appuyant sur un scénario d'augmentation de la température de +4°C à horizon 2100, conformément aux projections du GIEC. Cette analyse nous a permis d'identifier les sites prioritaires et d'élaborer une stratégie d'adaptation échelonnée en trois phases.

Concernant la sécurisation de nos approvisionnements, nous avons lancé le travail d'identification et de hiérarchisation des produits clés vulnérables (frites, malt, céréales, viandes, produits laitiers), en croisant les données d'exposition climatique avec la criticité business.

Atténuation des émissions

Sur le plan de l'écoconception, nous avons intégré les données d'intensité carbone dans notre outil de référencement et mis en place le calcul du Green Score (Eco2) pour l'ensemble des recettes. Le déploiement national de la recette Flam' et du pain bun à la drêche illustre notre capacité à innover en faveur de recettes à empreinte réduite. Nous avons également lancé une bière Session bas carbone et réduit le poids de houblon par brassin.

Des audits énergétiques ont été réalisés et le gaz naturel a été supprimé sur le site de Rouen. La formation cuisine veggie a été déployée auprès des chefs, et les personnels du siège ont participé au parcours "The Week" de sensibilisation aux enjeux environnementaux.

AU MENU DE L'ANNÉE 2026

Mesure des émissions de GES

Notre bilan des émissions de gaz à effet de serre sera actualisé avec les données de l'exercice 2025, permettant de mesurer l'efficacité de nos actions d'atténuation et d'ajuster notre trajectoire pour les années à venir. Cette actualisation nous permettra également d'affiner nos leviers d'action et de définir précisément les objectifs annuels par domaine pour la période 2026-2030.

Écoconception de l'offre et végétalisation

Nous poursuivons l'écoconception systématique de nos cartes nationales et l'évaluation de l'empreinte carbone de chaque carte (Printemps-Été / Automne-Hiver). L'augmentation de la part de l'offre végétale sera renforcée. Approvisionnement durables et conformité L'année 2026 sera marquée par la sélection de nos fournisseurs sur critères ESG et la mise en conformité avec le règlement européen sur la déforestation importée (EUDR) pour les matières premières à risque (cacao, café). Un cahier des charges spécifiant les critères de qualité environnementales, sociales et éthiques sera rédigé et testé.

Gestion des déchets

Une analyse des productions de déchets en 2025 sera réalisée et présentée aux restaurants. Cette démarche sera suivie d'une campagne de pesée dans le cadre du renouvellement du bilan carbone prévue au premier trimestre 2026. L'objectif est d'accélérer l'amélioration du tri avec un objectif de baisse du volume de déchets résiduel de 2% en fin d'année.

Suppression du gaz naturel

Dans le cadre du remodeling du restaurant de Toulouse Labège, 3 Brasseurs assurera la suppression du gaz naturel comme moyen de chauffage/cuisson.

Adaptation

Nous finaliserons l'identification et la hiérarchisation des produits clés vulnérables et validerons les principes d'adaptation qui alimenteront la politique climatique à moyen et long terme. La protection solaire des sites prioritaires sera étudiée et les plans de continuité opérationnelle seront rédigés, avec la formation des équipes managériales aux protocoles de gestion de crise.

NOTRE POLITIQUE

Chez 3 Brasseurs, nous nous engageons à préserver la biodiversité à chaque étape de notre chaîne de valeur. En tant que brasseur-restaurateur proposant une offre où la viande et les produits animaux occupent une place centrale, nous mesurons l'ampleur de notre responsabilité vis-à-vis des écosystèmes terrestres et de la pression exercée par l'élevage sur le vivant. Notre politique en matière de biodiversité s'articule autour de trois engagements : la réduction de la part de viande rouge, le développement des circuits courts et du sourcing durable, et la lutte contre la déforestation importée.

NOS ENGAGEMENTS

Réduction de la viande rouge et végétalisation de l'offre

Réduire la part de viande rouge dans nos achats, avec un objectif maintenu de 6,8 % en 2026 contre 8,7 % en 2025 (tendance haussière par rapport à 2024), en développant une tactique en trois axes : Développer les recettes végétariennes et végétales à forte valeur gustative, dans la continuité du Burger Végétarien Portobello lancé en 2024, qui a permis de porter la part des burgers végétariens vendus de 2 à 10 % Réduire la visibilité du boeuf dans nos supports de communication (gazettes, campagnes marketing) au profit des alternatives végétales et sources protéiques de moindre impact Exploiter davantage les résultats des mesures d'impact pour les constructions de cartes et pour la communication clients

Lutte contre la déforestation importée

Appliquer une politique zéro-déforestation, en cohérence avec le règlement européen sur la déforestation (RDUE) Assurer la traçabilité des produits à risque présents dans notre offre (soja, huile de palme, boeuf, cacao, café, bois) et privilégier les produits certifiés (FSC, Rainforest Alliance, PEFC) Réaliser les déclarations de diligence raisonnée pour tous les produits concernés par la directive européenne relative à la déforestation

Circuits courts et sourcing durable

Développer les partenariats avec des producteurs locaux engagés dans des pratiques agricoles durables, en capitalisant sur le test réalisé avec le grossiste ultra-local Promus (produits issus de filières durables et locales pour les suggestions et plats du jour de 3 Brasseurs Nantes Saint-Sébastien) Privilégier les ingrédients labellisés et issus de filières moins intensives : Maroille IGP, saumon Label Rouge, cheddar Galloway artisanal, viande bovine labellisée VBF

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Direction de l'Offre et des Achats intègre des critères de protection de la biodiversité dans ses grilles de sélection. Un cahier des charges ESG fournisseurs et une grille d'évaluation, créés en 2025 à l'issue de la formation dispensée par Les Nouveaux Géants, seront déployés dans les procédures de consultation à partir de 2026. Le réseau d'ambassadeurs RSE, renouvelé et réengagé, anime la sensibilisation en restaurant. Les moyens et actions de la politique climatique (pages 21 à 23 du présent rapport) profitent également à la protection de la biodiversité, notamment la démarche d'écoconception des cartes.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

- Formation aux achats durables grâce à l'évaluation ESG dispensée aux équipes achats
- Formation à la cuisine végétale dispensée aux membres du pôle food et sensibilisation des chefs à l'alimentation durable
- Dans la continuité du Portobello, création du Burger "Poivron qui Coule" par l'équipe R&D : Bun brioché, galette de légumes croustillante, fromage pané fondant, du poivron, de la courgette & de l'aubergine aux saveurs de thym & citron, coleslaw croquant, chèvre, roquette... le tout nappé de crème de poivron bien onctueuse. Un succès auprès de nos convives qui n'a cependant pas suffi à réduire la demande en viande rouge, boostée par de nouvelles offres (travers de bœuf, burgers...).
- Développement du Smash Burger réduisant le grammage des steaks dans les burgers

AU MENU POUR 2026

- **Analyse critique des résultats 2025** et réengagement des équipes pour la réduction de la part de viande rouge dans les achats
- **Rédaction du cahier des charges ESG fournisseurs** spécifiant les critères de qualité environnementales, sociales et éthiques attendus, avec clauses contractuelles types intégrant les exigences ESG et le devoir de vigilance
- **Déploiement de la grille d'évaluation ESG** des fournisseurs dans les procédures de consultation et de sélection, avec système de scoring et pondération permettant d'évaluer nos partenaires italiens et français
- **Recherche de nouveaux partenaires** producteurs engagés dans une agriculture durable dans les Hauts-de-France
- **Déclarations de vigilance raisonnable** sur les produits incriminés par la directive européenne relative à la déforestation (RDUE) : soja, cacao, café, huile de palme, bœuf, bois, caoutchouc

NOTRE POLITIQUE

Le gaspillage alimentaire représente un défi sociétal fondamental à l'échelle mondiale, où coexistent malnutrition et dilapidation des ressources naturelles. En notre qualité de brasseur-restaurateur, il nous incombe de réduire ces impacts en agissant contre le gaspillage alimentaire à chaque étape de la filière, du champ jusqu'à l'assiette.

Notre métier de brasseur génère des coproduits spécifiques – notamment les drèches de brassage – que nous nous attachons à valoriser pleinement dans une logique d'économie circulaire. De même, la production de bière en brewpub, intrinsèquement moins impactante qu'une bière industrielle, nous offre un levier naturel de réduction de notre empreinte, en particulier par la suppression du transport longue distance et la possibilité de développer la consigne sur site.

Au-delà de l'alimentation, ce principe de sobriété s'étend à l'ensemble de notre chaîne de valeur. Nos déchets constituent une source potentielle de pollution des écosystèmes. Notre volonté est de transformer progressivement nos pratiques opérationnelles pour réduire notre empreinte environnementale, en nous appuyant sur quatre engagements : la lutte contre le gaspillage alimentaire, l'amélioration du tri et la réduction des déchets, la valorisation des coproduits, et une gestion responsable de l'eau de process.

NOS ENGAGEMENTS

Lutte contre le gaspillage alimentaire

Optimiser l'utilisation des produits bruts dans l'offre (plusieurs occurrences dans la carte) et réduire les pertes en cuisine Estimer au plus juste les quantités à préparer pour éviter les surplus, en s'appuyant sur une meilleure connaissance des flux d'activité Gérer le plat/suggestion du jour pour une gestion optimisée des stocks et une valorisation des produits de saison et des produits en limite de consommation Maintenir et promouvoir des solutions de redistribution des repas invendus

Amélioration du tri et réduction des déchets

Optimiser le tri dans tous les restaurants : équiper et former les équipes aux bonnes pratiques de tri Réduire de 10 % le volume de déchets résiduels (ordures ménagères en mélange) au profit des biodéchets à partir de 2026, et de 5 % le volume total de déchets d'ici 2030 en ciblant les emballages au niveau des réceptions Mettre en place des indicateurs de suivi des volumes de déchets produits avec ratio bio déchets/ déchets résiduels et trajectoire de réduction 2026-2030

Économie circulaire, valorisation des coproduits et consigne

Pérenniser la transformation des drèches de brassage en farine et développer de nouvelles utilisations et débouchés pour ce coproduit Développer la consigne pour les bières à emporter en France : création d'un guide consigne, test de lavage de bouteilles sur site, sensibilisation lors des réunions brasseurs Remplacer progressivement les bouteilles en verre à usage unique par des canettes recyclables Privilégier l'achat d'équipements de seconde vie (téléphonie, informatique) et faire don des équipements en fin de vie pour réparation ou recyclage

Gestion responsable de la ressource en eau

Limiter la consommation d'eau de refroidissement dans les brasseries grâce au déploiement de systèmes de refroidissement en circuit fermé de type cyclone, réduisant significativement les volumes d'eau nécessaires au brassage Sensibiliser les équipes brasseurs aux éco-gestes liés à la consommation d'eau et suivre les consommations par restaurant

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Direction de l'Offre et des Achats pilote la réduction des emballages en amont en travaillant avec les fournisseurs sur l'optimisation des conditionnements, le développement du vrac et les solutions innovantes de valorisation des coproduits.

La Direction des Opérations est fortement impliquée : les équipes en restaurant assurent une gestion précise des stocks adaptée aux flux d'activité, l'application des protocoles de tri 6 flux et le suivi des volumes de déchets. La formation continue du personnel aux bonnes pratiques constitue un levier essentiel. Les prestataires assurant la collecte ont également une mission de sensibilisation et de conseil.

Les maîtres brasseurs sont responsables de l'optimisation de la consommation d'eau dans les brasseries et de la bonne valorisation des drèches auprès de nos partenaires.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

- Déploiement à l'échelle nationale des produits fabriqués à partir de la farine de drêche : flam' et pains buns pour les burgers
- Test de la consigne dans les Hauts de France (4 restaurants) avec développement des kits de formation interne et de communication client. Intégration dans le programme de fidélité. Normalisation et automatisation du suivi du taux de retour (7,9% en 2025 pour 5% du volume d'achats de bière)
- Partage aux brasseurs des bonnes pratiques (énergie et eau) micro brasserie

AU MENU POUR 2026

- **Mise en place d'un indicateur de suivi des volumes de déchets** avec ratio biodéchets/DIB, tableau de bord mensuel par restaurant et trajectoire de réduction 2026-2030 (intégrant le coût estimé pour le restaurant)
- **Organisation de sessions de travail collaboratif** avec les fournisseurs sur la réduction des emballages en réception (gros volumes, vrac) - solutions en test 2026 pour déploiement 2027
- **Création du guide consigne France** pour les bières à emporter, test de lavage de bouteilles sur site et sensibilisation des équipes brasseurs
- **Réflexion sur une politique d'achats Green IT** : % cible d'équipements reconditionnés, partenariats avec acteurs de l'économie circulaire, procédure de gestion de fin de vie des équipements

SOCIAL



ENJEUX

4 9 10 12 13

ODD



PÉRIMÈTRE

France, Compagnie (hors franchisé)

CONTEXTE GÉNÉRAL

Effectifs salariés des entreprises

- L'année 2025 a été marquée par une stabilité du SMIC, maintenu à 11,88€ brut/heure (1 801,80€ brut mensuel) tout au long de l'année, suite à une revalorisation anticipée de +2% en novembre 2024. Cette stabilité s'explique par une inflation modérée à 1,5% en 2025. Dans la restauration, la convention collective HCR a vu sa grille salariale revalorisée au 1^{er} décembre 2024, avec des minima à 12,00€/heure. Cependant, dès le 1^{er} janvier 2026, le SMIC national (+1,18% à 12,02€) a dépassé le SMIC conventionnel HCR, créant un déséquilibre nécessitant de nouvelles négociations de branche.
- À compter du 1^{er} décembre 2024, la convention collective HCR a introduit des avancées sociales significatives. Les salariés ayant au moins un an d'ancienneté bénéficient désormais de congés pour enfant malade : 2 jours rémunérés par an en cas de maladie d'un enfant de moins de 10 ans, et 3 jours rémunérés en cas d'hospitalisation d'un enfant de moins de 16 ans. Cette mesure aligne la convention HCR sur d'autres secteurs et constitue une avancée majeure pour l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle dans un secteur connu pour ses horaires contraignants. Par ailleurs, l'avenant du 19 juin 2024, étendu le 5 novembre 2024, a revalorisé les grilles salariales avec des minima conventionnels désormais structurés en 5 niveaux et 3 échelons, intégrant de nouveaux métiers apparus depuis la précédente grille de 1997. Le minimum garanti, utilisé pour l'évaluation des avantages en nature repas, a été porté à 4,25€ au 1^{er} janvier 2026. Ces évolutions s'inscrivent dans l'effort du secteur pour améliorer son attractivité face à la crise de recrutement.
- L'année 2025 a également été marquée par une profonde refonte du système de formation professionnelle, entrée en vigueur au 1^{er} juillet 2025. La réforme de l'apprentissage introduit plusieurs changements : participation obligatoire des employeurs de 750€ pour les contrats de niveau Bac+3 et plus, proratisation des financements selon la durée réelle de formation, minoration de 20% pour les formations majoritairement à distance (>80%), et réduction des aides à l'embauche d'apprentis (5 000€ pour les entreprises de moins de 250 salariés, contre 6 000€ auparavant). Le CPF voit son reste à charge revalorisé à 102,23€ (indexé sur l'inflation) et ne finance plus que les formations certifiantes inscrites au RNCP ou au Répertoire Spécifique depuis février 2025. Cette réforme s'inscrit dans un contexte de restrictions budgétaires avec une baisse de près de 4 milliards d'euros du budget formation professionnelle.
- L'Index égalité professionnelle 2025 montre des progrès encourageants : 80% des entreprises concernées ont publié leur index (contre 78% en 2024), et 94% obtiennent une note égale ou supérieure à 75/100 (+1 point). La Loi Rixain, visant la parité dans les instances dirigeantes des entreprises de 1000 salariés et plus, montre des avancées : 73% des entreprises comptent encore moins de 40% de femmes parmi leurs cadres dirigeants (contre 76% en 2022), et 64% dans les instances dirigeantes (contre 72% en 2022).
- La transposition en droit français de la directive européenne 2023/970 du 10 mai 2023 sur la transparence des rémunérations imposera dès juin 2027 à toutes les entreprises quelle que soit leur taille, une transparence accrue en matière de politique de rémunération et d'égalité de traitement, avec notamment : l'indication de la rémunération ou d'une fourchette salariale dans les offres d'emploi ou avant le premier entretien, l'interdiction de demander l'historique salarial des candidats, des précisions sur les critères de rémunération et de progression, et l'introduction d'un droit des salariés à l'information sur leur niveau de rémunération individuel et sur les niveaux moyens par sexe et catégorie. Pour les entreprises de plus de 100 salariés, un reporting écarts de rémunération sera exigé (moyenne de rémunération par sexe et par catégorie de travailleurs, écarts de primes et autres composantes variables, taux de promotion par sexe, justification des écarts constatés) et des

mesures correctives dès 5% d'écart non justifié devront être mises en place. Ce texte vise à faire respecter le principe fondamental «à travail égal, salaire égal», et à la volonté de développer la transparence et le droit à l'information des salariés.

- L'année 2025 a été marquée par une mobilisation renforcée de l'Etat contre les accidents du travail graves et mortels (ATGM). En 2024, plus de 710 000 accidents du travail avaient été enregistrés, dont 555 803 avec arrêt, et près de 764 décès (soit 2 décès par jour). Les troubles musculo-squelettiques restent la première cause de maladies professionnelles (68 000 cas reconnus), tandis que les maladies psychiques (stress, burn-out) progressent fortement.

Santé et Sécurité alimentaire

- 2025 a vu l'entrée en vigueur du nouvel algorithme Nutri-Score V2 (arrêté du 14 mars) avec une notation plus stricte pour les boissons édulcorées, la viande rouge, les céréales sucrées, les yaourts à boire et une meilleure notation pour les huiles végétales riches en acides gras insaturés (olive, colza, noix : B au lieu de C). Au final, 30 à 40% des produits verront leur score évoluer. Recommandé par le Programme National Nutrition Santé, (PNNS), son affichage reste volontaire dans la restauration collective et commerciale. De nombreuses entreprises de restauration collective ont commencé à expérimenter cet affichage.
- L'année a également été marquée par la révision des références nutritionnelles de l'ANSES pour faire la promotion des légumineuses, des produits céréaliers complets, légumes, fruits, huiles végétales riches en oméga-3, et maintenir ses conseils en termes de limitation de consommation de viandes (hors volailles), charcuteries, boissons sucrées.

ACTUALITÉS DE LA MARQUE

- La marque a rédigé et validé au plus haut niveau sa Politique Sociale clarifiant ainsi ses engagements, les objectifs poursuivis et moyens mobilisés sur les 5 enjeux sociaux évalués comme étant matériels (voir pages 15 à 17). Cette politique se veut crédible car construite sur la base des accords existants, des actions envisagées et réalisables pour répondre aux besoins implicites et explicites des parties prenantes en matière d'amélioration des conditions de travail, d'égalité des chances et de diversité
- Cette politique s'accompagne de cibles et de la mise en place d'un système de pilotage basé sur des indicateurs produits mensuellement.
- L'année a également été marquée par des réorganisations au sein des services supports conduisant à l'intégration de nouvelles compétences (juridique notamment) mais aussi à des départs d'effectifs et des réaffectations de mission afin que les moyens mis en oeuvre restent en adéquation avec l'évolution du parc et les besoins en exploitation)

CARACTÉRISTIQUES DE NOS EFFECTIFS

3 Brasseurs compte 567 collaborateur-trice-s au 31 décembre 2025, soit 574 en effectif moyen mensuel. L'enseigne opère au travers de 29 restaurants en propre et d'un siège social, avec une structure managériale composée d'encadrants représentant différentes catégories : cadres, technicien-ne-s-agents de maîtrise (TAM) et employé-e-s. L'ancienneté moyenne s'établit à 5 ans et 5 mois, témoignant d'un attachement réel des collaborateur-trice-s à l'enseigne dans un secteur caractérisé par une forte rotation.

Structure des effectifs

INDICATEUR	VALEUR 2025
Effectif total (fin d'année)	567 collaborateurs
Effectif moyen fin de mois	577 collaborateurs
Effectifs en équivalents temps plein	526 ETP
Âge moyen	33 ans et 4 mois
Ancienneté moyenne	5 ans et 5 mois
Index Égalité Femmes / Hommes (Egapro)	79
Part d'effectif en situation de handicap	18 (3,5%)

Pyramide des âges

TRANCHE DÂGE	EFFECTIF 2024	EFFECTIF 2025
< 30 ans	322	235
30 à 50 ans	262	217
> 50 ans	68	52

Répartition par type de contrat

INDICATEUR	TOTAL 2025	FEMMES	HOMMES
Répartition par type de contrat	504	186 (37%)	318 (63%)
Effectifs en CDI	472 (92,9 %)	172 (36%)	300 (64%)
Effectifs en CDD	32 (5,6 %)	26 (81%)	18 (19%)
Alternance et Contrats Pro.	63 (11,1 %)		
Effectifs temps complet	431 (85,5 %)	146 (34%)	285 (66%)
Effectifs temps partiel	41 (14,5 %)	40 (55%)	33 (45%)
Effectifs de l'encadrement	159 (28%)	64 (40%)	95 (60%)

3 Brasseurs affiche une forte stabilité contractuelle avec 92,9 % de CDI (hors alternants) et 85,5 % de temps complets. L'enseigne s'engage explicitement à éviter le temps partiel subi et à privilégier le contrat à durée indéterminée lors de tout recrutement. L'investissement dans l'alternance (63 contrats, 11,1 % de l'effectif) témoigne d'une politique active de formation et de renouvellement des compétences.

NOTRE POLITIQUE

Convaincus que l'épanouissement professionnel est indissociable de la performance collective, 3 Brasseurs place ses collaborateur-trice-s au cœur de sa stratégie. Notre vision stratégique : placer l'Humain au cœur de nos décisions. Notre politique sociale vise à créer les meilleures conditions pour que nos collaborateur-trice-s soient fier-e-s et heureux-ses au travail, tout en développant leurs compétences et talents pour qu'il-elle-s soient épanoui-e-s et engagé-e-s dans le projet de l'enseigne. Cette politique s'inscrit dans le respect de la législation française du travail, de la convention collective HCR, des normes internationales (Déclaration universelle des droits humains, conventions OIT), ainsi que des exigences CSRD et des normes ESRS — notamment ESRS S1 sur les travailleurs propres. Elle s'appuie sur nos accords collectifs (égalité professionnelle, handicap, prévention des risques, temps de travail), notre code éthique interne (2023) et la lettre d'orientation CODIR 2025.

Elle repose sur **trois piliers fondamentaux : Sécurité et bien-être des effectifs, Compétences & Talents, Solidarité, Diversité & Inclusion.**

NOS ENGAGEMENTS

Ces engagements définissent ce que 3 Brasseurs garantit à ses collaborateur-trice-s — indépendamment des moyens mobilisés pour y parvenir.

Sécurité et bien-être des effectifs

- Stabilité de l'emploi : CDI privilégiés, absence de temps partiel subi, respect strict des durées légales de travail et des temps de repos.
- Santé physique et mentale : prévention des accidents du travail et maladies professionnelles, lutte contre les risques psychosociaux, culture sécurité partagée.
- Rémunération équitable et transparente, fondée exclusivement sur des critères professionnels, sans discrimination de genre.
- Équilibre vie professionnelle / vie personnelle : dispositifs de flexibilité formalisés et droit à la déconnexion garanti.
- Environnement de travail où chaque collaborateur-trice se sent écouté-e, valorisé-e et engagé-e.

Compétences & Talents

- Égalité d'accès à la formation pour tou-te-s, dès l'intégration et tout au long du parcours.
- Parcours d'évolution interne structurés, avec des prérequis clairs et une revue annuelle des talents.
- Identification et accompagnement des potentiels via des entretiens professionnels réguliers, au-delà des obligations légales.
- Mobilité interne promue comme vecteur principal de fidélisation, de développement et de reconnaissance.

Solidarité, Diversité & Inclusion

- Non-discrimination dans l'ensemble des processus RH : recrutement, rémunération, évolution, formation.
- Accès des femmes aux postes à responsabilité activement facilité.
- Intégration, accompagnement et maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap.
- Respect des droits fondamentaux : âge minimum d'emploi, interdiction du travail forcé, liberté syndicale.
- Mécanisme de réclamation accessible, confidentiel et impartial, avec protection des lanceurs d'alerte.

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Gouvernance

La Politique Sociale est portée par la Direction Générale et la Direction des Ressources Humaines, révisée annuellement et présentée au CODIR. Les managers opérationnels — Directeur des Opérations, Directeurs Régionaux, Directeurs de restaurant — sont les garants de son application terrain. L'ensemble des collaborateurs en sont acteurs.

Le suivi est assuré via la Base de Données Économiques, Sociales et Environnementales (BDESE), avec un bilan annuel présenté aux représentants du personnel (CSE, CSSCT) et un reporting dans le cadre des obligations CSRD.

Les leviers d'action

Nos priorités d'actions sont les suivantes :

- **Sécurité et bien-être**
 - Réduire les taux de fréquence et de gravité des AT, au-delà de la seule baisse du nombre d'accidents
 - Réduire l'absentéisme subi en agissant sur ses causes (RPS, conditions de travail, culture préventive)
 - Rééquilibrer les rémunérations salle/cuisine et améliorer la couverture mutuelle
 - Renforcer la culture managériale autour du droit à la déconnexion et de l'équilibre de vie
- **Compétences & Talents**
 - Augmenter la mobilité interne comme levier principal de fidélisation et de développement
 - Structurer et élargir l'offre de formation (e-learning accessible, parcours directeurs, alternance)
 - Développer le modèle Collaborateur-trice- Entrepreneur-euse
 - Relancer la mesure de l'engagement (eNPS) et viser la certification Great Place To Work
- **Diversité et inclusion**
 - Accroître la féminisation de l'encadrement jusqu'à l'objectif de 35 % puis au-delà
 - Progresser vers le taux légal de 6 % d'emploi de personnes en situation de handicap
 - Systématiser l'audit des écarts de rémunération F/H avec plans d'action correctifs

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

Fidélisation et réduction du turnover

L'année 2025 a été marquée par des avancées significatives en matière de fidélisation. Le taux de turnover CDI a reculé de 88,5 % en 2024 à 71,5 % en 2025, et le taux de rétention à un an a progressé de 55,6 % à 73,5 %. La mobilité interne a connu une hausse remarquable, passant de 9,5 % en 2024 à 31 % en 2025, témoignant d'une meilleure structuration des parcours professionnels et d'une valorisation accrue des talents internes.

Féminisation de l'encadrement

Le taux d'encadrantes femmes a progressé de 27 % en 2024 à 34 % en 2025, illustrant les effets du plan parité opérationnel. Cet indicateur suit une trajectoire favorable vers l'objectif de 35 % fixé pour 2026. L'index EgaPro a baissé de 10 points entre 2024 et 2025 ; mais cette baisse n'est pas symptomatique d'une discrimination : elle s'explique par l'absence de versement de primes en 2025 pour l'ensemble des personnels (sans distinction de genre) qui pénalise le résultat.

Développement des compétences et innovation managériale

La Houblonnière des Talents a formé sa première session de Titre Brasseur en mai 2025 (5 diplômés), suivie d'une deuxième session en décembre 2025 avec le premier candidat externe. Le modèle Collaborateur-Entrepreneur a progressé à 11 personnes (contre 10 en 2024), avec un objectif de 13 pour 2026. De nouveaux parcours ont été créés : Collaborateur-Entrepreneur, formation continue directeurs, et programme en 15 thématiques pour accompagner les ouvertures de franchises.

Enfin, 3 Brasseurs a organisé 73 sessions de formation pour ses salarié.e.s en 2025, cumulant 614.5 heures au total (0.1% des heures contractuelles de travail).

Prévention, santé et sécurité au travail

Le nombre d'accidents du travail a diminué, passant de 56 en 2024 à 51 en 2025. Les journées calendaires perdues suite à des accidents ont également reculé significativement, de 2 583 à 1 732 journées. Si cette baisse est remarquable et qu'aucun décès lié à un accident du travail ou à une maladie professionnelle n'a été enregistré en 2025, la situation restera sous surveillance renforcée car les taux de fréquence et de gravité de la marque restent très au-delà de la moyenne sectorielle. La mise en œuvre de l'accord de prévention signé en 2024 a été partiellement déployé en 2025. Les efforts seront donc poursuivis en 2026.

Autre point d'attention : le taux d'absentéisme subi a progressé de 9,1 % en 2024 à environ 12 % en 2025 (estimation). 3 Brasseurs assurera un suivi renforcé de ce point et vise un retour à 9,1 % pour 2026.

Plan handicap et diversité

Le plan d'action handicap 2024-2025 a été déployé, avec un accompagnement RH aux démarches RQTH, des aménagements de postes co-financés par l'Agefiph, et l'animation de la SEEPH. En 2025, 18,37 unités bénéficiaires ont été comptabilisées (3,5% des équivalents temps plein). La trajectoire vers l'objectif de 6 % de taux d'emploi fin 2026 est en cours de consolidation.

AU MENU POUR 2026

Sécurité et santé des effectifs

- Renforcement du suivi des taux de fréquence et de gravité, avec intégration d'un indicateur sécurité dans les revues de performance des directeurs de restaurant
- Mise en place de l'analyse systématique de chaque accident avec la méthode arbre des causes, y compris les accidents bénins (sans arrêt). Mise en place d'un registre des presque-accidents et situations dangereuses (near-miss)
- Réflexion sur les trois grandes familles d'accidents dans le secteur : Chutes de plain-pied, Manutentions et TMS, Brûlures et coupures.

Rémunération et reconnaissance

- Finalisation du chantier de rééquilibrage des rémunérations entre salle et cuisine.
- Soutien au programme Collaborateur-Entrepreneur avec un objectif à 13 personnes
- Amélioration de la couverture mutuelle pour mieux adapter les garanties offertes aux profils des collaborateurs.

Compétences et développement

- Programme de formation ouvertures franchises (15 thématiques).
- Nouveaux parcours de formation continue pour les directeurs et les collaborateurs-entrepreneurs.
- Création d'une première promotion d'alternants 3 Brasseurs avec le réseau d'écoles partenaires.

Diversité et parité

- Déploiement complet du plan handicap, avec objectif de 6 % de taux d'emploi fin 2026.
- Plan Parité opérationnel : atteindre 38 % de femmes dans les postes d'encadrement (contre 34 % en 2025).

Écoute et fidélisation

- Relance des enquêtes eNPS à partir du second semestre 2026 (objectif : score de 45, à comparer à une moyenne sectorielle de 30).
- Maintien de la trajectoire de baisse du turnover CDI vers 65 % (contre 71,5 % en 2025) et confirmation du taux de rétention à 1 an à 75 %.
- Préparation au renouvellement de la certification Great Place To Work prévu en 2027.

NOTRE POLITIQUE

Chez 3 Brasseurs, la satisfaction et la santé de nos convives reposent avant tout sur la qualité de nos produits, de notre bière brassée sur place et de notre cuisine. Notre engagement s'articule autour de deux fondamentaux :

- L'hygiène et la sécurité alimentaire sans compromis. La santé de nos convives est notre priorité absolue. Nous déployons les protocoles HACCP dans l'ensemble de nos restaurants et maintenons un plan de contrôle interne et externe rigoureux pour garantir la conformité de nos pratiques aux normes réglementaires. Chaque année, plusieurs centaines d'audits hygiène sont réalisés dans le réseau par des organismes tiers indépendants ; avec un taux de conformité toujours supérieur à 80%.
- L'équilibre alimentaire et la satisfaction de nos convives. 3 Brasseurs propose une offre diversifiée, répondant aux attentes de convives de plus en plus attentifs à la composition de leur assiette. Notre carte intègre des plats végétariens, limite les additifs et substances controversées, et évolue régulièrement pour réduire la part des produits ultra-transformés. L'écoute de nos convives et la prise en compte de leurs retours nourrissent notre démarche d'amélioration continue.

NOS ENGAGEMENTS

Qualité et traçabilité des produits

- Sélection des matières premières selon la charte qualité Agapes
- Cuisine élaborée en restaurant, produits bruts autant que possible, sans additifs inutiles
- Sécurisation des approvisionnements clés

Hygiène et sécurité alimentaire

- Déploiement des protocoles HACCP dans l'ensemble des restaurants
- Formation continue des équipes, référent hygiène par restaurant
- Plan de contrôle interne et externe rigoureux
- Suppression progressive des additifs cosmétiques et substances controversées

Offre et expérience convive

- Carte diversifiée avec alternatives végétales et plats équilibrés
- Écoute et prise en compte des retours convives

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Direction des Achats est garante de la sélection des produits et matières premières selon les critères de la charte qualité Agapes. La Direction des Opérations pilote le déploiement et le respect des protocoles HACCP dans les restaurants. Elle coordonne la formation des équipes aux bonnes pratiques d'hygiène, assure le suivi des audits, et anime la démarche de réduction des substances controversées.

Les équipes en restaurant sont responsables de l'application quotidienne des protocoles d'hygiène, de la qualité de préparation des plats, du brassage des bières et de la satisfaction convive au quotidien. Un référent hygiène est désigné dans chaque restaurant et formé aux normes HACCP.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

En 2025, 438 audits hygiène ont été conduits dans le réseau de restaurants 3 Brasseurs, dont 376 déclarés conformes. Le taux de conformité atteint 85,84 %, en hausse de six points par rapport aux 81,10 % enregistrés en 2024 et dépassant la cible initiale fixée à 83,00 %. Cette progression illustre l'efficacité des campagnes de formation et du renforcement du plan de contrôle interne déployé au cours de l'année.

AU MENU POUR 2026

3 Brasseurs engagera en 2026 la révision complète de la charte qualité Agapes, un jalon stratégique majeur qui intégrera les recommandations du Haut Conseil de la Santé Publique (HCSP) formulées en juin 2025 en prévision du prochain Plan Nutrition Santé (PNNS 2025-2030) :

- actualisation de la liste des substances controversées,
- en lien avec les actions menées pour réduire l'intensité carbone par repas via l'écoconception, critères nutritionnels renforcés (végétalisation progressive, réduction du sel, du sucre et des graisses saturées),
- vigilance accrue sur les produits ultra-transformés.

En parallèle, l'objectif de conformité hygiène est porté à 86 %.

GOUVERNANCE



CONTEXTE GÉNÉRAL

Devoir de vigilance

La directive européenne sur la divulgation d'informations de durabilité (Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD), qui traite notamment des questions de gouvernance responsable, d'éthique des affaires, y compris les pratiques de paiement et de lutte contre la maltraitance animale, a été transcrite en droit français fin 2024 pour une entrée en vigueur initialement prévu en 2026 pour les entreprises de la vague 2. Mais les dernières élections européennes de juin 2024 ont bousculé le Pacte Vert et les ambitions politiques européennes en matière de durabilité du dernier mandat. L'année 2025 a vu l'échéance de l'entrée en vigueur du texte repoussée de 2 ans sous l'effet de la directive Omnibus, dont l'objectif est de simplifier et réduire le niveau d'exigence de la CSRD d'ici 2028.

Dans la même lignée, la directive sur le devoir de vigilance des entreprises en matière de durabilité (Corporate Sustainability Due Diligence Directive - CS3D), publiée le 5 juillet 2024, a été profondément modifiée par la directive Omnibus. Les seuils d'application ont été relevés à 5000 salariés minimum, plaçant ainsi 3 Brasseurs et l'ensemble du groupe Agapes hors du champ d'application obligatoire. Néanmoins, conscients de notre responsabilité sociétale, nous maintenons notre engagement volontaire en matière de vigilance raisonnable sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

La réglementation EUDR (European Union Deforestation Regulation), dont l'application a été reportée d'un an, impose aux opérateurs de garantir que les produits mis sur le marché européen ne contribuent pas à la déforestation. Sept matières premières sont concernées : soja, bœuf, cacao, café, huile de palme, bois et caoutchouc.

Ce cadre réglementaire évolue dans un contexte politique mondial marqué par des pressions croissantes vers la dérégulation des marchés, notamment sous l'impulsion de l'administration américaine et la signature de traités de libre-échange tels que le MERCOSUR. L'émergence de plateformes de vente en ligne à bas coûts comme Shein ou Temu, peu regardantes sur les standards sociaux et environnementaux, interroge la capacité des entreprises européennes à maintenir des exigences éthiques élevées tout en restant compétitives. Dans ce contexte, 3 Brasseurs réaffirme son engagement à ne pas céder à la facilité du moins-disant social et environnemental.

Protection des données personnelles

En 2025, l'application du RGPD en France s'intensifie après une année 2024 marquée par un doublement des sanctions (87 sanctions prononcées contre 42 en 2023) et un record de plaintes reçues (17 772, soit +8%). Les TPE et PME sont désormais au cœur de l'action répressive de la CNIL, représentant 8 sanctions sur 10, ce qui confirme que la conformité RGPD n'est plus l'apanage des grandes entreprises. Les violations massives de données personnelles se multiplient, avec un doublement constaté en 2024.

Les sanctions record prononcées en 2024-2025 envoient un signal fort au marché : 325 millions d'euros pour Google (prospection commerciale sans consentement dans Gmail), 150 millions pour Shein (cookies publicitaires illégaux), ou encore 42 millions pour Free Mobile début 2026. Les manquements récurrents concernent la prospection commerciale sans consentement, la gestion des cookies, la sécurité des données et le défaut de coopération avec l'autorité de contrôle. L'entrée en vigueur de l'IA

Act européen ajoute de nouvelles obligations de conformité pour les entreprises utilisant des systèmes d'intelligence artificielle.

Lutte contre la maltraitance animale

En 2025, la question du bien-être animal en élevage fait l'objet de débats intenses en France et en Europe. L'initiative citoyenne européenne «End the Cage Age», soutenue par 1,4 million de signatures, continue de réclamer l'interdiction progressive des cages pour tous les animaux d'élevage. La révision annoncée de la législation européenne sur le bien-être animal reste en suspens dans un contexte d'instabilité politique et de tensions entre objectifs de protection animale et compétitivité économique des filières.

En France, les associations de défense animale comme L214 et le CIWF poursuivent leur travail de documentation des conditions d'élevage et d'abattage, multipliant les plaintes pour maltraitance animale. L'amendement controversé adopté fin 2024 dans le projet de loi de finances, visant à priver les associations de leur capacité à délivrer des reçus fiscaux à leurs donateurs, illustre les tensions persistantes autour de la transparence des pratiques d'élevage.

Le Better Chicken Commitment (BCC), engagement volontaire de plus de 200 entreprises agroalimentaires européennes pour améliorer les conditions d'élevage des poulets de chair, a vu son échéance reportée de 2026 à 2028 en raison du manque de maturité de la filière française. Ce report s'inscrit dans un contexte difficile pour l'élevage avicole français : les crises successives d'influenza aviaire ont touché 25 millions d'animaux entre 2022 et 2024, et la production nationale ne couvre plus que 49% de la consommation intérieure. Cette dépendance croissante aux importations (majoritairement issues de pays tiers aux standards de bien-être souvent inférieurs) complexifie l'atteinte des objectifs de protection animale tout en maintenant une offre accessible économiquement.

ACTUALITÉS DE LA MARQUE

Depuis 2022, 3 Brasseurs déploie progressivement son dispositif de vigilance raisonnable et de lutte contre la corruption, en conformité avec la loi Sapin II. Cette démarche a débuté avec l'élaboration d'une cartographie des risques (actualisée en 2024) et la formation de l'ensemble des acheteurs et managers exposés aux risques de corruption. Elle s'est poursuivie par l'adoption d'un code de conduite et le déploiement de la plateforme d'alerte Whispli en 2023, complétée par des canaux internes.

En 2025, un audit complet des dispositifs a été réalisé par le cabinet GCV à la demande de notre actionnaire, portant sur l'ensemble des processus liés à la loi Sapin II et au devoir de vigilance. Les recommandations formulées ont donné lieu à un plan d'action 2026 visant à atteindre 100% de conformité sur les huit piliers de la loi Sapin II.

ENJEUX

3 5 8

ODD



PÉRIMÈTRE

France, Compagnie (hors franchisés)

NOTRE POLITIQUE

Chez 3 Brasseurs, nous nous engageons à conduire nos activités avec intégrité, transparence et responsabilité, en respectant les réglementations en vigueur, notamment :

- La loi Sapin II relative à la transparence et à la lutte contre la corruption
- Les obligations de devoir de vigilance et la directive CS3D
- Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)
- Le Code de commerce concernant les relations commerciales

NOS ENGAGEMENTS

Lutte contre la corruption (Loi Sapin II)

- Mettre à jour annuellement notre cartographie des risques de corruption
- Former régulièrement nos collaborateurs exposés aux enjeux de corruption
- Garantir un mécanisme d'alerte professionnelle sécurisé et confidentiel
- Déployer un processus de due diligence pour les relations avec les tiers à risque
- Mettre en place des contrôles comptables anti-corruption
- Réaliser des audits et des évaluations périodiques de l'efficacité du dispositif
- Encadrer les procédures de déclaration des cadeaux et avantages, des mécénats et sponsorings
- Renforcer les sanctions disciplinaires en cas de manquement

Devoir de vigilance et responsabilité dans la chaîne de valeur

- Améliorer continuellement notre connaissance de la chaîne de valeur et en particulier l'origine et les conditions de production de nos produits
- Intégrer des critères ESG dans la sélection des fournisseurs via une grille d'évaluation multicritères
- Mettre en œuvre le dispositif de déclaration de diligence raisonnable (DDR) pour les produits soumis à l'EUDR
- Inclure des clauses relatives aux droits humains et à l'environnement dans les contrats fournisseurs

Protection des données personnelles (RGPD)

- Garantir la sécurité, la confidentialité et l'intégrité des données personnelles, notamment par la mise en œuvre des éléments suivants :
 - ▶ Politique de sécurité des systèmes d'information (PSSI) et moyens adaptés associés tels que : authentification à double facteur, chiffrement des données personnelles en transit, sauvegardes régulières et sécurisées, surveillance active des violations de données et un plan de réponse aux incidents, inventaire à jour des équipements et des accès au réseau
 - ▶ Encadrement de l'utilisation de l'intelligence artificielle (charte d'utilisation de l'IA générative, formations aux risques de l'IA et en particulier la fuite de données, ...)
 - ▶ Souveraineté et localisation des données (UE privilégiée pour l'hébergement, documentation des flux de données transfrontaliers, ...)
- Assurer la transparence dans la collecte et le traitement des données
- Respecter les droits des personnes concernées (accès, rectification, effacement)
- Former les collaborateurs aux bonnes pratiques de protection des données
- Réaliser des audits réguliers de conformité RGPD

Les principes directeurs de notre politique en matière d'éthique sont : la tolérance zéro pour la corruption et les pratiques contraires à notre code de conduite, la promotion d'une culture de transparence et d'intégrité, un respect sans faille des droits humains fondamentaux ainsi qu'un engagement constant dans la prévention des risques d'atteinte à nos valeurs et à notre culture d'entreprise.

Pratiques et délais de paiement

- Respecter strictement les délais légaux de paiement
- Mettre en place la facturation électronique et assurer la traçabilité complète
- Optimiser le processus de validation pour plus de rapidité et de transparence

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

La Direction Générale a fixé les règles en matière de déontologie et d'éthique des affaires dans un code de conduite disponible pour l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices. Elle pilote directement la politique en matière d'éthique des affaires, avec le soutien actif de la Direction des Ressources Humaines et de la Direction Financière.

Pour garantir l'excellence et l'objectivité de notre démarche, nous collaborons avec deux experts externes issus du Cabinet Conseil Headop's :

Le Compliance Officer intervient sur quatre axes majeurs :

Formation : Des programmes de sensibilisation et de formation sont dispensés aux collaborateurs exposés (achats, management, direction).

- 1. Gestion des risques :** Une cartographie détaillée des risques est régulièrement mise à jour et validée par la Direction Générale.
- 2. Cadre normatif :** Élaboration et actualisation des politiques et procédures internes (code de conduite, procédures de due diligence, règlement intérieur).
- 3. Mesure de performance :** Suivi régulier d'indicateurs clés (KPI) pour évaluer l'efficacité des dispositifs.

Le Délégué à la Protection des Données (DPO) accompagne les équipes dans la mise en œuvre de la conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) pour l'ensemble des traitements mis en œuvre par 3 Brasseurs. Le DPO assure notamment :

- Le conseil et l'accompagnement sur les obligations RGPD
- La tenue du registre des traitements
- La réalisation d'audits de conformité
- La formation des équipes aux bonnes pratiques
- Le point de contact avec la CNIL

Le dispositif d'alerte Whispli, déployé en 2023, permet à tout collaborateur ou partie prenante externe de signaler de manière sécurisée et confidentielle tout manquement aux règles éthiques. Un Comité d'Analyse des Alertes (CAA) traite les signalements et garantit la protection des lanceurs d'alerte conformément à la loi Wasserman de 2022.

3 Brasseurs souhaite également être accompagné pour le volet sécurité informatique.



PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

Lutte contre la corruption (Loi Sapin II)

L'année 2025 a été marquée par l'établissement et la mise en œuvre d'actions d'amélioration suite à l'audit du dispositif anti-corruption réalisé en 2024 par le cabinet GGV à la demande de l'actionnaire :

Recommandation 1 : formalisation et déploiement des procédures et politiques afférentes au code de conduite (politique d'appel d'offres, procédure de déclaration des potentiels conflits d'intérêts, procédure de référencement franchisés, politique sponsoring et mécénat, procédure d'évaluation des tiers).

Recommandation 2 : la procédure de recueil et de traitement des alertes éthiques a été mise à jour (précisions apportées sur la répartition des rôles et responsabilités notamment en cas de signalement en dehors de la plateforme whispli)

Recommandation 3 : Formalisation de la méthodologie de suivi des formations au risque de corruption et au code de conduite (fréquence annuelle et stratégie de mise à jour des contenus)

Renouvellement de la formation au risque de corruption et au code de conduite (22 personnes au siège). **A fin 2025, 96% du personnel présent au siège étaient formés et 67% en restaurants.**

Devoir de vigilance

Les équipes achats ont bénéficié d'une formation aux achats durables dispensée par l'organisme de formation "Les Nouveaux Géants" en 2025. Cette formation ouvre la voie à la mise en place d'un dispositif d'évaluation des fournisseurs sur les critères ESG.

Protection des données personnelles (RGPD)

• Suite à la réalisation d'un audit visant à évaluer la maturité en cybersécurité réalisé en 2024 (référence France Relance pour les ETO), un plan d'actions a été élaboré et lancé. Les premières actions ont ciblé Google Workspace et le dispositif anti-virus. D'autres actions sont prévues en 2026.

• La charte informatique a été actualisée suite aux différents changements d'outils dans l'environnement applicatif de la marque. En outre, des règles d'usage et de prévention ont été introduites vis-à-vis de l'intelligence artificielle.

AU MENU POUR 2026

Lutte contre la corruption (Loi Sapin II)

Les équipes seront concentrées sur le renforcement et la formalisation des dispositifs d'évaluation des tiers (due diligence) et de contrôles comptables. La qualité du déploiement des politiques et procédures formalisées en 2025 sera également évaluée.

Devoir de vigilance

L'ambition est d'assurer le renforcement de nos pratiques d'achats responsables :

Rédaction du cahier des charges ESG fournisseurs spécifiant les critères de qualité environnementales, sociales et éthiques attendus, avec clauses contractuelles types intégrant les exigences ESG et le devoir de vigilance

Déploiement de la grille d'évaluation ESG des fournisseurs dans les procédures de consultation et de sélection, avec système de scoring et pondération permettant d'évaluer nos partenaires

Par ailleurs, nous nous sommes fixés comme objectifs d'ici fin 2026 d'être en mesure de réaliser les déclarations de diligence raisonnable sur les produits incriminés par la directive européenne relative à la déforestation (RDUE) : soja, cacao, café, huile de palme, bœuf, bois, caoutchouc.

Protection des données personnelles (RGPD)

Les actions d'amélioration de la cybersécurité définies en 2025 seront poursuivies. Par ailleurs, des formations à l'utilisation professionnelle de l'IA sont programmées.

NOTRE POLITIQUE

Notre politique en matière de protection du bien-être animal s'appuie avant tout sur le Code Rural. Mais nous souhaitons être des acteurs proactifs du changement, en promouvant une approche éthique et responsable de l'élevage, tout en tenant compte des contraintes économiques de notre modèle de restauration qui s'adresse au plus grand nombre.

Notre politique vise à améliorer progressivement nos pratiques en matière de bien-être animal, tout en maintenant :

- Une offre accessible financièrement
- Une qualité alimentaire constante
- Une démarche éthique réaliste et cohérente

En collaboration avec des organismes spécialisés dans la protection animale (CIWF), 3 Brasseurs s'est engagé dès 2021 à s'approvisionner auprès de fournisseurs qui améliorent les conditions d'élevage des poules pondeuses et des poulets de chair. 3 Brasseurs renouvelle cette ambition. Cependant, les pénuries sur le marché et le manque de maturité des filières en capacité de répondre à nos exigences (qualité, quantité et prix), nous ont contraints à avoir fréquemment recours à des solutions de substitution ces dernières années et à envisager un décalage dans le temps de nos objectifs. Nos cibles sont désormais les suivantes :

- **Horizon 2026** : 100% des oeufs coquilles issus de poules pondeuses hors cage
- **Horizon 2027** : 100 % ovoproduits (œufs coquilles, œufs durs, coule d'œufs) issus de poules pondeuses hors cage
- **Horizon 2028** : 100% poulet de chair respectant le cahier des charges du Better Chicken Commitment

NOS ENGAGEMENTS

Politique d'approvisionnement raisonnée

- Mettre en place une grille d'évaluation multicritères incluant le bien-être animal
- Négocier des contrats favorisant une transition économiquement viable vers des filières plus vertueuses
- Privilégier les labels et certifications garantissant le respect des animaux à chaque fois que cela est possible (balance coût/bénéfice favorable)

Traçabilité et transparence

- Réaliser un reporting annuel sur nos pratiques et nos progrès
- Communiquer de manière transparente auprès de nos clients

Recherche et innovation

- Assurer une veille active sur les meilleures pratiques sectorielles
- Maintenir une collaboration avec des experts et des ONG spécialisées
- Identifier et tester des alternatives économiquement viables, culturellement acceptables et saines à la protéine animale : éviter les substituts ultra transformés, les produits trop clivants ou trop éloignés du concept...

Sensibilisation et formation

- Former annuellement nos équipes achats et opérationnelles
- Déployer des programmes de communication sur nos engagements

NOS MOYENS POUR ANIMER LA POLITIQUE

Notre Direction des Achats s'engage à :

- Intégrer systématiquement des critères de bien-être animal dans nos processus d'achat, tant dans la sélection des fournisseurs que dans l'évaluation des matières premières
- Rester informés des meilleures pratiques adaptées à chaque espèce animale et maintenir des standards élevés qui répondent aux attentes de la société
- Maintenir un dialogue régulier avec le CIWF pour faire évoluer nos pratiques.

PRINCIPALES ACTIONS ET RÉSULTATS DE L'ANNÉE 2025

• **Bovins** : le taux de viande certifiée VBF progresse de 5 points par rapport à 2024 pour atteindre 45% du volume réceptionné.

• **Poules pondeuses** : l'objectif fixé en 2021 n'a pas été atteint. Sous tension économique et faute de fournisseurs en capacité de répondre à nos besoins, le volume total d'œufs coquilles et ovoproduits issus de poules élevées hors cage atteignait 17% en 2025. Cette proportion est en légère progression par rapport à l'année précédente mais reste très nettement insuffisante.

• **Poulet de chair** : Le taux de conformité au référentiel BCC atteint 55% à fin 2025. Les principaux points de progression par rapport à 2024 sont : l'accès à la lumière naturelle, une densité maximale de 30Kg/m² et un renoncement à des souches à croissance rapide pour 15% du volume de poulet réceptionné. Progressent également les critères suivants : qualité de l'aire et interdiction des cages multi étages. Les autres critères n'ont pas progressé. Les détails sont disponibles sur le site : www.3brasseurs.com/engagements-qualite-3brasseurs

AU MENU POUR 2026

• **Bovins** : le taux de viande certifiée VBF atteindra 50% du volume de viande réceptionné. Par ailleurs, 3 Brasseurs s'est fixé comme objectif de réduire de 21% le taux de viande rouge dans ses achats alimentaires, passant de 8,6% à 6,8%.

• **Volaille** : 3 Brasseurs s'engage à s'approvisionner à 100% sur œufs coquille issus de poules élevées hors cage d'ici fin 2026. La marque participera en mars 2026 au forum poulet organisé par le CIWF à Bruxelles afin notamment de profiter des mises en relation pour développer son sourcing en ovoproduits et viande de poulet répondant aux ambitions affichés par la marque

• **Toutes espèces** : 3 Brasseurs développe des grilles d'évaluation des fournisseurs incluant des critères de bien-être animal. Ces grilles seront systématiquement utilisées pour sélectionner les fournisseurs de produits carnés notamment

INFORMATIONS TRANSVERSES

	RÉALISÉ N-1	CIBLE N	RÉALISÉ N	EVOLUTION N-1	OBJECTIF N+1	EVOLUTION N+1
Chiffre d'affaires France (K€ht)	228 139	-	227 781	-0,2%	235 658	3,5%
dont France Franchises (K€ht)	177 437	-	186 836	5,3%	206 921	10,7%
dont France Succursales (K€ht)	50 702	-	40 945	-19,2%	28 737	-29,8%
dont Restauration (K€ht)	228 139	-	227 781	-0,2%	235 658	3,5%
dont Autres Activités (K€ht)	0	-	0	0,0%	0	0,0%
Nombre de sites français en exploitation (un)	75	-	77	2,7%	86	11,7%
dont France Franchises (un)	58	-	61	5,2%	75	23,0%
dont France Succursales (un)	17	-	16	-5,9%	11	-31,3%
Nombre de repas servis (kun)	9 636	-	9 407	-2,4%	10 241	8,9%
dont Franchises (kun)	7 347	-	7 624	3,8%	8 937	17,2%
dont France (kun)	9 636	-	9 407	-2,4%	10 241	8,9%

ENVIRONNEMENT

[E1] ENERGIE ET CLIMAT

Consommation électrique des succursales (kWh)	9 122 440	7 494 960	-17,8%	5 050 017	-32,6%	
Part d'énergie renouvelable (marché)	0%	0%	0,0%	0%	0,0%	
Part d'autoconsommation	0%	0%	0,0%	0%	0,0%	
Consommation de gaz naturel des succursales (KWh PCI)	206 432	309 970	50,2%	154 985	-50,0%	
Part de biogaz (marché)	0%	0%	0,0%	0%	0,0%	
Emissions CO2 scope 1 (t CO2e)	1 655	1 372	-17,1%	977	-28,8%	
dont émissions liées à la consommation de Gaz (marché) (t CO2e)	47	70	48,9%	35	-50,0%	
dont émissions fugitives (t CO2e)	1 484	1 254	-15,5%	895	-28,6%	
Emissions CO2 scope 2 (t CO2e)	308	248	-19,5%	158	-36,3%	
dont émissions liées à la consommation Electrique (marché) (t CO2e)	308	248	-19,5%	158	-36,3%	
Emissions CO2 scope 3 (t CO2e)	93 647	96 503	3,0%	99 621	3,2%	
dont émissions liées aux biens immobilisés (t CO2e)	1 383	1 315	-4,9%	923	-29,8%	
dont émissions liés aux achats alimentaires (t CO2e)	10 888	8 624	-20,8%	5 907	-31,5%	
dont émissions liés aux achats non alimentaires (t CO2e)	1 251	900	-28,1%	654	-27,3%	
dont émissions liées au transport de marchandises et distribution (tCO2e)	595	477	-19,8%	350	-26,6%	
dont émissions liées aux déplacements des clients (t CO2e)	3 691	2 973	-19,5%	2180	-26,7%	
dont émissions liées aux déplacements professionnels (t CO2e)	139	110	-20,9%	81	-26,4%	
dont émissions liées au navettage des effectifs (t CO2e)	777	616	-20,7%	452	-26,6%	
dont émissions liées à la franchise (t CO2e)	74 477	80 732	8,4%	88 517	9,6%	
dont émissions liées au volume de déchets générés (t CO2e)	264	593	124,6%	435	-26,6%	
KPI-1 Emissions CO2 totales (t CO2e)	95 610	93 687	97 918	2,4%	100 756	+2,9%
KPI-2 Intensité carbone du modèle d'affaires (kg CO2e/K€ht CA)	0,419	0,390	0,430	2,8%	0,428	-0,5%
KPI-3 Intensité carbone des repas servis (Kg CO2e/repas)	9,23	9,0	9,64	4,4%	9,39	-2,6%
KPI-3 Intensité carbone des achats alimentaires par repas servis (Kg CO2e/repas)	4,76	4,70	4,84	1,7%	4,53	-6,3%

[E4] PROTECTION DU VIVANT ET ECOSYSTEMES

Poids total des réceptions de denrées alimentaires (kg)	2 806 125	2 215 803	-21,0%	2 008 921	-9,3%	
Poids des réceptions de denrées alimentaires hors boissons (kg)	2 202 878	1 618 552	-26,5%	1 675 641	3,5%	
Poids total des réceptions de viandes rouges (kg)	171 085	139 652	-18,4%	113 944	-18,4%	
KPI-4 Part de viande rouge dans les achats alimentaires (%)	7,77%	6,80%	8,63%	11,1%	6,80%	-21,2%

	RÉALISÉ N-1	CIBLE N	RÉALISÉ N	ÉVOLUTION N-1	OBJECTIF N+1	ÉVOLUTION N+1
--	-------------	---------	-----------	---------------	--------------	---------------

ENVIRONNEMENT

[E5] GESTION DES RESSOURCES ENTRANTES ET SORTANTES

Volume total de déchets produits (Kg)	789 506		1 327 178	68,1%	972 821	-26,7%
dont biodéchets (kg)	266 688		253 449	-5,0%	215 178	-15,1%
dont déchets triés recyclables (kg)	17 4115		522 149	199,9%	417 197	-20,1%
dont déchets résiduels en mélange, non recyclables, non valorisables (kg)	510 838		551 580	8,0%	340 488	-38,3%
Part de déchets triés et valorisés par recyclage ou traitement biologique (%)	55,8%		58,4%	4,7%	65,00%	11,2%
KPI-5 Part de déchets résiduels éliminés (%)	64,7%		41,6%	-35,8%	35,00%	-15,8%
Dépenses en consommables à usage unique en Cie (k€ ht)	49		66	33,7%	43	-34,2%
KPI-6 Taux d'emballage à usage unique en %	0,10%	0,50%	0,16%	12,6%	0,15%	-6,2%
Démarque connue des restaurants Cie (k€ ht)	327		297	-9,1%	144	-51,7%
KPI-7 Taux de démarque connue (gaspillage alimentaire) en %	0,64%	0,50%	0,73%	12,6%	0,50%	-31,2%

SOCIAL

[S1] DIVERSITÉ, INCLUSION ET LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION

Effectifs de l'encadrement	168		159	-5%	153	-3,6%
Part des effectifs dans des fonctions d'encadrement (%)	22,9%		28,0%	23%	28%	0,0%
Nombre d'encadrants hommes (un)	122		95	-22%	95	0,0%
Part d'encadrants hommes (%)	72,6%		59,7%	-18%	62,0%	62,0%
Nombre d'encadrantes femmes (un)	46		64	39%	58	-9%
KPI-8 Part d'encadrantes femmes (%)	27,38%	NC	40,25%	47,0%	38,00%	-5,6%
Rémunération moyenne des hommes (€)	2 264,29 €		2 657,30 €	+17%	2 688,66 €	+1,2%
Rémunération moyenne des femmes (€)	2 036,69 €		2 562,06 €	+26%	2 595,37 €	+1,3%
Ecart de rémunération moyenne Femmes / Hommes (€)	- 227,60 €		- 95,24 €	-58%	93,29 €	-2,0%
KPI-9 Index égalité homme/femme	89	89	79	-11,2%	85	7,6%
Nombre d'effectifs en situation de handicap (un)	20		18	-9%	33	78,5%
KPI-10 Part des effectifs en situation de handicap (%)	3,19%	6%	3,49%	9,5%	6%	71,8%

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES ET PARCOURS PROFESSIONNELS

KPI-11 Nombre de collaborateur-trice-s/entrepreneur-euse-s	10		11	10,0%	13	18,2%
Nombre de mobilités internes	58		146	153%	158	8,3%
KPI-12 Taux de mobilité interne	9,50%	14,30%	31,00%	226,3%	30,00%	-3,2%
Nombre d'heures travaillées totales contractuelles (h)	NC		990 228	NC	846 928	
Nombre total d'heures de formation proposées (h)	NC		615		847	
KPI-13 Taux d'investissement en formation (%)	NC		0,06%		0,10%	61,1%

CONDITIONS DE TRAVAIL ET EQUILIBRE VIE PRO / VIE PERSO

Rémunération moyenne (€)	2 177,66 €		2 621,78 €	+20%	2 653,25 €	+1,20%
Nombre de campagne eNPS dans l'année	1		0	-100%	1	
Taux de réponse aux campagnes eNPS			SO			
KPI-14 Score eNPS	70		NR		45	

FIDELISATION ET EXPERIENCE SALARIE.ES

Ancienneté moyenne des collaborateurs (ans)	5,0		4,3	-13%	2,8	-35,8%
Nombre annuel de sorties (contrats CDI)	507		382	-25%	369	-3,5%
Nombre annuel d'entrées (contarts CDI)	448		321	-28%	222	-31,0%
KPI-15 Taux de turnover CDI	67,06%	NC	60,92%	-9,2%	59,79%	-1,9%
KPI-16 Taux de sorties CDI	71,21%	72,00%	66,20%	-7,0%	65,00%	-1,8%
KPI-17 Taux de rétention à 1 an (stabilité)	55,36%	NC	47,98%	-13,3%	75,00%	56,3%

	RÉALISÉ N-1	CIBLE N	RÉALISÉ N	ÉVOLUTION N-1	OBJECTIF N+1	ÉVOLUTION N+1
--	-------------	---------	-----------	---------------	--------------	---------------

SOCIAL

SANTÉ, SÉCURITÉ ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Nombre d'accidents du travail comptabilisables	56		51	-9%	35	-31,37%
Nombre de journées calendaires perdues suite accidents du travail dans l'année (j)	2 583		1 732	-33%	1 440	-0,2
KPI-18 Taux de fréquence des accidents du travail comptabilisables	NC		51,5	NC	41,2	-20,0%
KPI-19 Taux de gravité des accidents du travail comptabilisables	NC		1,75	NC	1,70	-2,8%
Nombre de cas de maladies professionnelles comptabilisables	0		1		1	0
Nombre d'heures d'absences subies (AT, AM, ANJ)	105 013	NC	118 827	+13%	86 831	-26,9%
KPI-20 Taux d'absentéisme subi	9,10%	8,70%	12,00%	+31,9%	9,10%	-24,2%
Nombre de décès dus à des accidents et maladies professionnels (un)	0		0		0	

SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONVIVES

Nombre d'audits hygiène réalisés			438,00			
Nombre d'audits hygiène réalisés et conformes			376,00			
KPI-21 Taux de conformité des audits hygiène en restaurant	81,1	83	85,84	5,85%	86,00	0,2%
Volume total de réception contenant au moins une substance controversée (kg)	123 326		90 388			
KPI-22 Taux de produits sans substances controversés	95,60%	95,00%	95,92%	0,34%	95,00%	-1,0%

GOVERNANCE

ETHIQUE DES AFFAIRES

KPI - Nombre d'alertes remontées et traitées	12	10	13	8%	10	-23,08%
KPI - Taux d'alertes remontées et traitées	1,63%	0,90%	2,29%	40,24%	2,38%	3,8%

ETHIQUE ANIMALE

Poids total des réceptions de viande bovine (kg)	171 085		93 977	-45,1%		
Poids de viande bovine labellisée VBF (kg)	68 529		42 290	-38,3%		
KPI - Part de viande bovine labellisée VBF (%)	40,06%	45,00%	45,00%	12,34%	50,00%	11,1%



4 rue de l'Espoir
59260 LEZENNES

