



TEMPOBAC RESTOLEIL SAS  
**CERTIFIÉ DIAG RSE**

LE 08/07/2024

PAR **afnor**  
CERTIFICATION



GROUPE RESTOLEIL



GROUPE RESTOLEIL

Nous prenons des engagements que nous déployons progressivement sur l'ensemble du GROUPE

**On est là pour offrir le meilleur moment de leur journée à nos clients, en leur proposant des bons plats selon les territoires, servis par des Teams sourire et internationales. C'est notre leitmotiv depuis plus de 30 ans**  
**Mais l'aventure va plus loin...**

## **PROMOUVOIR LA MÉRITOCRATIE, L'INCLUSION ET LA SOLIDARITÉ DANS NOTRE ENTREPRISE ET DANS LA SOCIÉTÉ**



Une culture d'entreprise forte et un esprit d'équipe basé sur l'intégration, la solidarité et l'ouverture du capital à une partie des employés.

Promouvoir la méritocratie et la promotion interne pour tous les collaborateurs.

Démarche active pour l'inclusion et l'égalité.

Clientèle internationale, personnel international aussi mais aussi très local selon les postes et opportunités.

## **OFFRIR UNE CUISINE RESPONSABLE ET DE QUALITÉ AU PLUS GRAND NOMBRE**



Savoir-faire traditionnel, majoritairement à base de produits bruts non transformés.

Un sourcing en direct producteurs qui privilégie les petits artisans lorsque cela est possible selon nos implantations

**Objectif :** 70 % en 2025

La transparence sur la provenance de nos produits et de nos fournisseurs

Proposer notre cuisine au plus grand nombre en offrant la meilleure expérience et le meilleur rapport qualité/prix.

**Respecter les régions et les traditions locales.**



## RÉDUIRE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL



- Lutte contre le gaspillage alimentaire
- Meilleur tri de nos déchets
- Plan de réduction de nos émissions de CO2

## GOVERNANCE DE L'ORGANISATION



- Mise en place d'un **Comité Développement Durable** au sein de l'entreprise issue de différents services :

Sourcing, tests et avancées, suivi d'indicateurs

- Réunions de Comité Direction : évolution du CA, de l'activité et des projets de l'entreprise.

- Responsabilité et intégrité des dirigeants.

- Réunions de travail : Visio privilégiées aux déplacements.

- Communication externe des actions menées via site internet, réseaux sociaux.

- Formalisation d'une politique sociale : Emploi local privilégié, et aussi...

La recherche d'excellence nous anime au quotidien. Et pour continuer à l'alimenter, on multiplie les formations pour se perfectionner sur les spécificités des produits qu'on cuisine, les normes d'hygiènes.

Directement en contact avec nos producteurs, ce sont eux qui nous donnent des informations de première main sur l'éthique et les engagements de leurs pratiques, nous permettant ainsi de vous proposer les meilleurs produits.

L'excellence c'est notre moteur aussi dans notre recrutement. On ne cherche pas forcément les personnes avec le CV le plus gratifiant car selon nous, la passion prime toujours sur l'expérience.

On a envie de donner une chance à tout le monde, ainsi qu'aux plus jeunes. C'est pour ça que nous avons des accords avec des écoles hôtelières où l'on propose des accompagnements, alternances, pour donner un avant-goût de notre manière de travailler et rencontrer des âmes passionnées qu'on adore accompagner dans leur formation et réalisation.

**Résultat ?** Des teams hautes en couleur, animée par la même obsession du très bon, du très beau, du bien fait, toujours servi avec le sourire.



## SOCIAL



### - GESTION PRÉVISIONNELLE DES EMPLOIS ET DES COMPÉTENCES

Via des formations par le Cabinet Authentis déployée en Intra et Inter-Entreprises. Mise en place de formation en accords avec les salariés, incitation au CPF, fiches de fonction pour l'ensemble des salariés, entretiens individuels des cadres, promotion interne.

### - PRÉVENTION DES RISQUES PROFESSIONNELS

Via des formations par le Cabinet Authentis.

### - LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS, ÉGALITÉ DES CHANCES ET INSERTION PROFESSIONNELLE

Suivi de la répartition H/F au sein de la direction de l'organisation, pas de distinctions salariales entre H/F, accueil d'apprentis et de stagiaires, suivi des indicateurs du plan d'action des séniors en revue de direction, interventions dans les écoles hôtelières, visite de l'entreprise par des écoles, participation aux forum emplois.

60 % des managers du Groupe seront issus de promotions internes afin de contribuer à leur développement et à la diversité.

### - RELATIONS SOCIALES ET DIALOGUE SOCIAL

Réunions mensuelles, avantages en nature (mutuelle), participation aux bénéfiques, équilibre entre la vie privée et professionnelle (temps partiels), mesure de la satisfaction des salariés sur la qualité et l'ambiance du travail.

En tant qu'employeur, on a des responsabilités : salaire,

bien-être, environnement de travail, motivation, formation, évolution, information ou encore prévention (**application de Onboarding dès le 1<sup>er</sup> jour dans GR**)

Y'a plein de trucs dont on est fiers cette année malgré un contexte plus que challengeant pour la restauration !

2021 a marqué un tournant dans notre secteur, une crise dans la crise.

Tous les restaurateurs connaissent des problèmes de turnover, c-à-d de départs dans les équipes. Dans la restauration, il est en général 2 à 3 fois plus élevé qu'ailleurs et qu'il peut facilement atteindre les 70%.

La grande victoire, c'est que cette année encore, on compte bien moins de départs que la moyenne du secteur.

C'est un indicateur qui nous encourage à poursuivre tous les efforts et les actions que l'on met en place pour faire de GR un environnement sain et toujours stimulant. Cette crise nous a parfois amené à prendre des décisions difficiles, comme fermer certains services pour ne pas sur-solliciter nos équipes sur des amplifications d'horaires.

### - HEBERGEMENT

100 % du personnel travaillant sur les Exploitations a la possibilité d'être hébergé, ceci fait partie de son contrat de travail et avantages.



## ENVIRONNEMENT ET SOCIÉTAL



### L'UN DE NOS PLUS GROS ENGAGEMENTS :

#### LA QUALITÉ DE NOS PRODUITS

Reduction du gaspillage alimentaire de 30% en moyenne

Nous déployons depuis l'été 2018 un programme pour réduire considérablement le gaspillage.

Sensibilisation via nos actions avec <https://agriculture.gouv.fr/antigaspi>

Nous encourageons et mettons à disposition de nos clients des DoggyBag.

Réduction de la consommation papier et encres de 60 %

Nous privilégions le digital à la communication Print (QR code)

Alors certes, ces quelques menus sont moins beaux mais c'est pour la bonne cause. En gros ça veut dire qu'on préfère proposer une version digitale de notre menu via le QR code qui est posé sur la table plutôt que d'imprimer des milliers de menus certes très cool mais qui sont juste mauvais pour la planète.

Ils font peut-être mal aux yeux, mais franchement, on trouve qu'il n'y a pas mieux.

Avant on imprimait les menus en fonction de la capacité maximale du restaurant.

#### L'ADDITION 2.0 EN JUILLET 2023

Edition des tickets de caisses à la demande, tests sur 3 restaurants avec Sunday, GR va déployer cela sur l'ensemble du Groupe d'ici 2025.

C'est le moyen le plus simple d'encaisser les clients et d'offrir à nos équipes le paiement le plus rapide du monde, tout en misant sur la plus-value du métier de serveur : c'est un gain de temps pour continuer de choyer un max nos clients, chanter et fêter leur anniversaire pendant de longues minutes, ou encore leur conseiller la dernière nouveauté la plus délicieuse de la carte élaborée par nos vrais Chefs à chaque saison.

Et oui qui dit respect des saisons, dit 4 offres par an !

#### CIRCUITS COURTS

Nous proposons des produits régionaux, recettes régionales.

Nous privilégions les approvisionnements locaux et de saison. Accords avec des coopératives et fournisseurs locaux.

Elargissement de l'offre en produits BIO

Présence de produits majeurs Bio au petit déjeuner, menu enfant (voir notre Charte PDJ)

Des filières intégrant des critères de bien-être animal sont favorisées

**Comment ?** D'ici **2025**, 100% des oeufs et ovoproduits utilisés par le Groupe Restoleil proviendront d'élevages alternatifs aux cages et ce, partout où le groupe est présent.

D'ici **2026**, 100 % de notre approvisionnement en viande de poulets sera issu d'élevages respectant l'ensemble des critères du European Chicken Commitment pour l'ensemble nos activités. De manière additionnelle, en France, 20 % au moins de nos volumes d'approvisionnement seront issus d'élevages respectant ces critères et garantissant aux animaux un accès au plein air ou à un jardin d'hiver.

Attentif à la pêche responsable, nous bannissons de nos offres des espèces menacées régionalement.

RESTOLEIL a mis en œuvre une démarche d'achats responsables visant à préserver la biodiversité marine.



Gestion des déchets : Tri des déchets sur les sites.

Choix des consommables réutilisables avec de grands contenants.

Collecte des huiles alimentaires usagées pour les éliminer via une filière adaptée.

Réduction des impressions de documents.

Composteurs dans certains établissements (Groupe BCL).

Suppression des plastiques jetables

Réduction des portions individuelles => remplacement par le vrac  
(sauf exceptions liées à l'hygiène tel le beurre...)

**Meetings & Events** : verrines en verre réutilisables ou en pulpe de canne,  
contenants en amidon de maïs, couverts en bois (cocktails)

Vente à emporter : Plastique jetable recyclable

Pailles kraft écologiques.

**Retrait total du plastique en 2022.**

Suppression des additifs controversés

Limitation de la présence de graisses et de sucres dans les aliments, de l'huile de palme  
(ou durable).

Commerce équitable

Nous proposons au petit déjeuner du thé ou café Max  
Havelaar avec qui nous sommes partenaires depuis  
10 ans.

Répondre aux différents besoins alimentaires.

**Comment ?**

En intégrant dans nos menus une offre végétarienne,  
vegan et en répondant aux régimes spécifiques (sans  
gluten,etc.).

S'impliquer et évoluer progressivement avec nos  
industriels

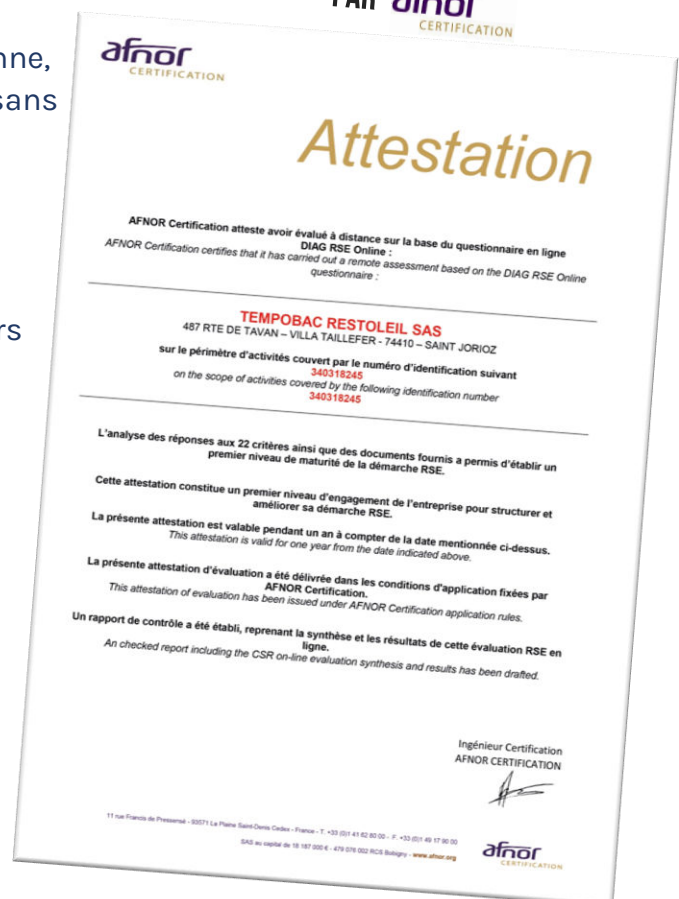
Engagement avec nos industriels tel que Unilever  
qui ont une démarche RSE très ancrée, imprimeurs  
labellisés ECO

- QR code
- Boîtes à pizzas recyclables
- Retrait des sacs plastiques
- Produits d'entretien ecolabellisés favorisés

Gestion des ressources

Mesure (coût et volume) des consommations  
d'électricité, de carburant et d'eau  
(suivi mensuel afin de détecter toute fuite).

**TEMPOBAC RESTOLEIL SAS**  
**CERTIFIÉ DIAG RSE LE 08/07/2024**  
PAR **afnor**  
CERTIFICATION





TEMPOBAC RESTOLEIL SAS  
**CERTIFIED DIAG RSE**

ON 07/08/2024

BY **afnor**  
CERTIFICATION



GROUPE RESTOLEIL



GROUPE RESTOLEIL

We are making commitments that we are gradually rolling out throughout the GROUP.

**We are here to offer our customers the best moment of their day, by offering them good food from different regions, served by smiling and international teams. That's been our leitmotif for over 30 years. But the adventure goes even further...**

## PROMOTING MERITOCRACY, INCLUSION AND SOLIDARITY IN OUR COMPANY AND IN SOCIETY



A strong corporate culture and team spirit based on integration, solidarity and opening up our capital to some employees. Promoting meritocracy and internal promotion for all employees. An active approach to inclusion and equality.

International clientele, international staff but also very local, depending on positions and opportunities.

## OFFERING RESPONSIBLE AND HIGH-QUALITY CUISINE TO AS MANY PEOPLE AS POSSIBLE



Traditional know-how, based mainly on raw, unprocessed products.

Direct sourcing from producers, giving priority to small-scale craftsmen wherever possible, depending on our locations.

**Target:** 70% by 2025

Transparency about the origin of our products and suppliers.

Making our cuisine available to as many people as possible by offering the best experience and the best quality/price ratio.

**Respect regions and local traditions.**





## REDUCING OUR ENVIRONMENTAL IMPACT



- Combating food waste
- Better sorting of our waste
- Plan to reduce our CO2 emissions

## GOVERNANCE OF THE ORGANISATION



- Setting up a Sustainable Development Committee within the company, from various departments: Sourcing, testing and progress, monitoring indicators, etc.
- Management Committee meetings: sales, business activity and company projects development.
- Management responsibility and integrity.
- Business meetings: visio preferred to travel.
- External communication of actions taken via website and social networks.
- Formalisation of a social policy: priority given to local employment, also...

The quest for excellence drives us every day. And to continue fuelling this search, we multiply a wide range of training courses in order to improve our knowledge of the specific characteristics of the products we cook and of hygiene standards. In direct contact with our producers, they give us first-hand information on ethics and commitments of their practices, enabling us to offer you the very best products. Excellence is also the driving force behind our recruitment. We don't necessarily look for people with the best CVs, because we believe that passion always prevails over experience.

We want to give everyone a chance, including the very young. That's why we have agreements with hotel management schools where we offer educational support and block release trainings, to give students a foretaste of our way of working and to meet passionate people who we love to support in their training and development. The result ? Colourful teams, motivated by the same obsession for the very best, the very beautiful, the well done, always served with a smile.



## SOCIAL



### - FORWARD-LOOKING JOB AND SKILLS MANAGEMENT

Via training courses run by Authentis on an intra- and inter-company basis. Implementation of trainings in agreement with employees, encouragement to use the Personal Training Account, job descriptions for all employees, individual interviews for managers, internal promotion.

### - PREVENTION OF BUSINESS RISKS

Via Authentis training courses.

### - COMBATING DISCRIMINATION, EQUAL OPPORTUNITIES AND PROFESSIONAL INTEGRATION

Monitoring of the M/F distribution within the organisation's management, no salary distinctions between men and women, hosting apprentices and trainees, monitoring of senior action plan indicators at management reviews, presentations in hotel management schools, company visits from schools, participation in job fairs.

60% of the Group's managers will come from internal promotions to contribute to their development and to diversity.

### - LABOUR RELATIONS AND SOCIAL DIALOGUE

Monthly meetings, benefits in kind (health insurance), profit-sharing, work-life balance (part-time work), measuring employee satisfaction concerning quality and atmosphere within the workplace.

As an employer, we have responsibilities: wages, well-being, working environment, motivation, training, career development, information and even prevention (Onboarding application from day 1 in GR).

We're proud of all we have achieved this year, despite the extremely challenging environment in the catering industry!

2021 marked a turning point in our sector, a crisis within a crisis.

All restaurant owners face turnover problems, i.e. departures from their teams. In the restaurant business, it is generally 2 or 3 times higher than elsewhere and it can easily reach 70%.

The great victory is that, once again this year, there are far fewer departures in our restaurants than the sector average.

It is an indicator that encourages us to pursue all efforts and actions we're putting in place to make GR a healthy and stimulating environment. This crisis has sometimes led us to make difficult decisions, such as closing certain departments so as not to overburden our teams with time increases.

### - ACCOMMODATION

100% of the staff working in the restaurants are offered accommodation as part of their employment contract and benefits.



# ENVIRONMENT AND SOCIETAL



## ONE OF OUR BIGGEST COMMITMENTS :

### QUALITY OF OUR PRODUCTS

Reducing food waste by an average of 30%.

Since summer 2018, we have been rolling out a program to significantly reduce waste.

Raising awareness through our actions with <https://agriculture.gouv.fr/antigaspi>.

We encourage and provide our customers with DoggyBag. Reducing paper and ink consumption by 60%. We prefer digital to printed communication (QR code). Admittedly, these menus are less attractive, but it's for a good cause. Basically, it means that we prefer offering a digital version of our menu via the QR code on the table rather than printing thousands of menus, which may be very cool but is bad for the planet. They may hurt the eyes, but frankly, we think there's nothing better. Formerly, menus were printed according to the restaurant's maximum capacity.

### BILL 2.0 IN JULY 2023

On-demand sales receipt printing, tested in 3 restaurants with Sunday, GR will roll this out across the whole Group by 2025. It's the easiest way to cash customers' bills and offer our teams the fastest payment in the world, while at the same time capitalize on the added value of the waiter's job. This saves us time so that we can continue to pamper our customers, sing and celebrate their birthdays for long minutes at a time, or advise them on the latest and most delicious item on the menu, created by our Chefs each season. And yes, respecting the seasons means 4 offers a year!

### SHORT CIRCUITS

We offer regional products and recipes. We favour local and seasonal supplies. Agreements with local cooperatives and suppliers.

Extending the range of organic products. Major organic products at breakfast, children's menu (see our PDJ Charter). Sectors integrating animal welfare criteria are favoured.

How can we achieve this?

**By 2025**, 100% of the eggs and egg products used by the Restoleil Group will come from farms that do not use cages, wherever the group is present.

**By 2026**, 100% of our chicken meat supplies will come from farms that meet all the criteria of the European Chicken Commitment for all our activities.

In addition, in France, at least 20% of our supply volumes will come from farms that meet these criteria and guarantee the animals access to the open air or a winter garden.

Attentive to responsible fishing, we ban regionally threatened species from our offers.

RESTOLEIL has implemented a responsible purchasing policy aimed at preserving marine biodiversity.



Waste management: sorting waste on site.

Choice of reusable consumables in large containers.

Collection of used edible oils to be eliminated via an appropriate channel.

Reduce printing of documents.

Composters at certain sites (BCL Group).

Elimination of disposable plastics. Reduction of individual portions => replacement by bulk (with exceptions related to hygiene such as butter...)

**Meetings & Events:** reusable glass or cane pulp verrines, corn starch containers, wooden cutlery (cocktails)

Takeaway : recyclable disposable plastic

Eco-friendly kraft straws.

**Total withdrawal of plastic in 2022.**

Elimination of controversial additives

Limiting the amount of fat and sugar in food, limitation of palm oil (or sustainable oil).

Fair trade. We offer Max Havelaar tea or coffee for breakfast, with whom we have been partnering for 10 years.

Meeting different dietary needs.

**How can we do this?**

By including vegetarian and vegan dishes in our menus and catering for special diets (gluten-free, etc.).

Involvement and progressive development with our manufacturers.

Commitment to our manufacturers such as Unilever who have a deeply rooted CSR approach, printers certified ECO

- QR code
- Recyclable pizza boxes
- Withdrawal of plastic bags
- Ecolabelled cleaning products encouraged

Resource management

Measurement (cost and volume) of electricity, fuel and water consumption (monthly monitoring to detect any leaks).

