

ADHÉRENT À LA CHARTE 'GLOBAL COMPACT' DE L'ONU

# Le groupe ECF pour un commerce responsable

Leader dans la distribution de petits matériels de cuisine et d'équipements pour les professionnels de la restauration, le groupe ECF, auquel appartient Chomette Favor, inscrit dans son projet d'entreprise une démarche de développement durable, et ceci pour la quatrième année consécutive.

Dès 2004, lors de son adhésion à la charte 'Global Compact' des Nations Unies, Chomette Favor, distributeur d'équipements de cuisine et de produits d'entretien, se lance dans la sélection de produits verts, et en propose alors 17 à la vente (produits écolabellisés, 100 % naturels et biodégradables), qui rentrent de surcroît dans la démarche HACCP. En 2007, la sélection s'agrandit avec 53 articles composés de matériaux divers, mais toujours biodégradables : couverts en bouleau, assiettes en fibre moulée, etc.

Dans le même temps, l'entreprise s'engage à diminuer sa pollution, notamment en optimisant les livraisons, en utilisant des emballages recyclables, en améliorant la protection des articles mais également en testant leur solidité. Ainsi un grand nombre de produits passe en laboratoire avant d'être mis sur le marché (une quinzaine d'essais chimiques ou de résistance sont répertoriés).

En deux ans le taux de casse à la livraison a été réduit de 50 %, et le taux de reprise de marchandises, de 30 %.

## Salariés et fournisseurs impliqués

C'est aussi vis-à-vis de ses salariés que l'entreprise s'engage. Tous les mois, un comité de direction spécial se tient sur le thème de la quali-

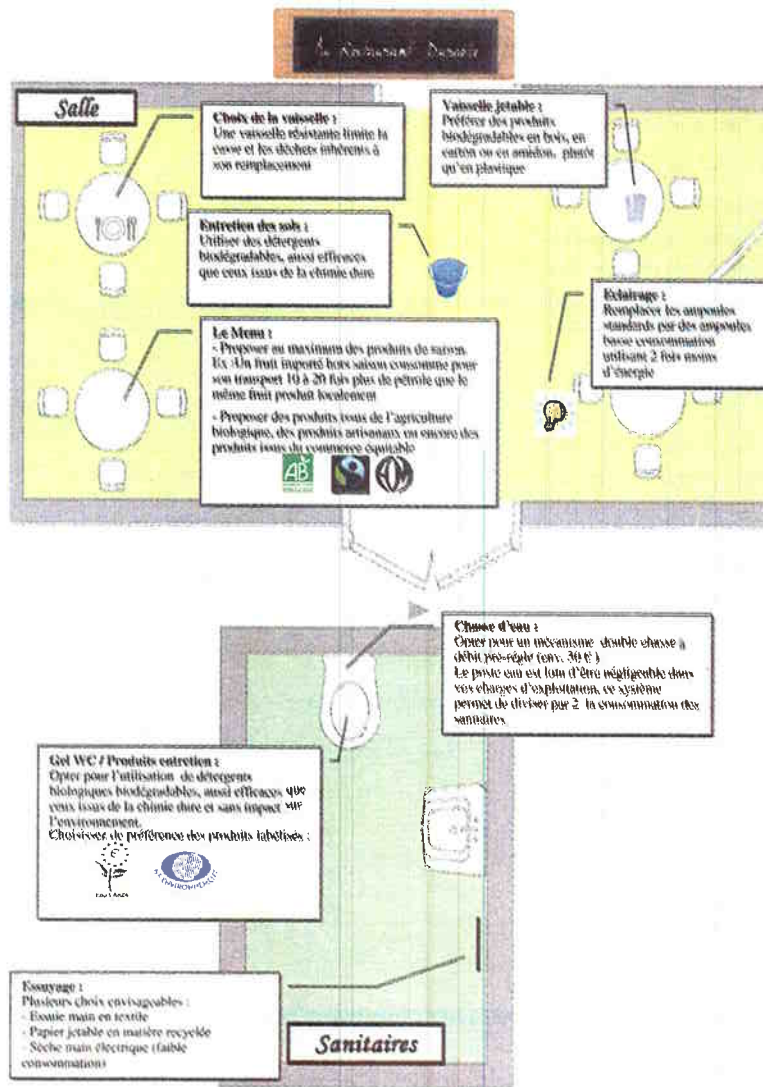
té et de l'environnement, et a comme but d'améliorer les conditions de travail de ses salariés et de maintenir un bon dialogue social avec les représentants du personnel (un des axes de la politique de développement durable). Très impliquée sur son territoire, l'entreprise affiche une politique de recrutement solidaire axée sur la mixité sociale et l'insertion de la population locale dans l'entreprise.

Chomette Favor souhaite par ailleurs le même engagement vis-à-vis de ses fournisseurs, et, en 2007, a mis en place des audits sociaux afin de tester leurs performances. D'autre part, 75 d'entre eux sont signataires d'une charte éthique.

Enfin, les 'Défis du développement durable' ont été créés, en 2007 également, avec pour objectif que chaque direction s'engage sur un projet et présente les résultats obtenus en fin d'année. Un bel outil de management qui s'est vu conforté par l'édition de la plaquette 'Rapport sur le développement durable', tirée à 4 000 exemplaires.

## Outils pédagogiques

Grâce à ce projet global, le groupe a récupéré en un an 9 tonnes de papier réinjectées dans l'industrie papetière. Les consommations d'eau ont diminué de 30 %, celles de papier de 10 %, et celles en électricité de 4 %. Mais au-delà de



ces résultats - qui compensent souvent uniquement l'augmentation du prix de l'énergie -, ce sont les résultats plus qualitatifs qui intéressent le groupe, leader sur son marché. Désireux de communiquer sur son engagement vis-à-vis de la planète, il multiplie les informations et les outils pédagogiques. Ainsi, il

réalise, à la demande de certains de ses clients, de petites plaquettes utiles intitulées 'L'hôtel durable' et 'Le restaurant durable', dans lesquelles il donne quelques conseils concernant les économies réalisables en eau et en énergie.

En 2008, parmi les défis lancés par chaque direction, trois d'entre



## ECF en chiffres

**ECF : filiales déclinées ainsi**  
 Ecotel, Chomette Favor,  
 Pro 2, Brunetti, Restofair,  
 Restofair Direct, La Corpo et  
 Santor

**CA : 180 M€**

**Nombre de clients : 65 000**

**Nombre de références : 40 000**  
 et une gamme de 53 produits  
 verts

**Certification ISO 9001 version  
 2000 : 28 janvier 2004**

**Inscription à la charte Global  
 Compact de l'ONU : 16 mars  
 2004**

**Nombre de filiales : 6 et  
 2 réseaux de franchise**

**Volume livré : 2 millions de  
 lignes de commandes livrées  
 chaque année**

**Réseau : 54 points de vente  
 avec 320 commerciaux**

eux ont été présentés : augmenter la fréquence et le nombre de tests de résistance au laboratoire afin d'être plus performants, limiter la casse et augmenter la fiabilité et la sécurité des produits ; constituer un réseau de fournisseurs 100 % impliqués dans la démarche éthique et environnementale ; et enfin assurer la distribution de produits non présentables sur le marché (emballage abîmé, fin de série) vers les associations humanitaires. Un pas de plus vers une planète 'propre' et 'solidaire'.