

## Sodexo dresse un inventaire exhaustif de ses pratiques en matière de développement durable dans ses 33 900 sites clients à travers le monde

**Issy-les-Moulineaux, le 1<sup>er</sup> juin 2010** – Sodexo, leader mondial des Solutions de Qualité de Vie au Quotidien, est entré dans une étape décisive de son « Better Tomorrow Plan » avec l'inventaire exhaustif de ses pratiques en matière de développement durable des 33 900 sites clients auprès desquels il opère dans le monde. Annoncé en décembre 2009, le « Better Tomorrow Plan » de Sodexo est la nouvelle feuille de route du Groupe en matière de développement durable.

*« L'inventaire est une étape nécessaire pour dresser notre état des lieux en mesurant notre performance actuelle, fixer des objectifs réalistes, identifier des priorités et établir un calendrier adapté à chacun des 33 900 sites de nos clients, explique Damien Verdier, Directeur Marketing Groupe (en charge du Marketing de l'Offre, de la Fidélisation Clients, des Achats et du Développement Durable). A cette échelle, dans 80 pays du monde et compte tenu de la diversité de nos clients (écoles, universités, cliniques, entreprises, résidences seniors, etc.) et du profil de leurs sites, tous différents en termes de taille et de services, c'est un véritable pari et une aventure inédite qui démarre. Toute notre ligne de management opérationnel va être mobilisée pour engager nos clients. C'est d'ailleurs là une des spécificités du Better Tomorrow Plan : en effet, pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés en matière de Nutrition, Santé et Bien-être, Communautés locales et Environnement, nous demandons à nos clients de s'engager à nos côtés dans cette démarche de progrès continu, au même titre que les autres parties prenantes de l'entreprise ».*

### 14 engagements autour de priorités à déployer dans 80 pays

Sodexo a pris 14 engagements dans son Better Tomorrow Plan, avec des objectifs fixés à échéance 2012, 2015 ou 2020 pour chacune des trois priorités sur lesquelles le Groupe a choisi de se concentrer.

## Nutrition, Santé & Bien-être

- Nous développerons et assurerons la promotion de **solutions en faveur de la santé et du bien-être** en engageant nos clients, nos consommateurs et nos collaborateurs dans tous les pays où nous sommes présents d'ici à 2015.
- Nous proposerons et assurerons la promotion de **choix alimentaires variés et équilibrés** sur tous les sites de nos clients d'ici à 2012.
- Nous favoriserons la **réduction des consommations de sucre, de sel et de matières grasses** sur tous les sites de nos clients d'ici à 2015.

## Communautés locales

- Nous combattons la faim et la malnutrition au travers de notre programme **STOP Hunger** dans tous les pays où nous sommes présents d'ici à 2020.
- Nous soutiendrons le **développement des communautés locales** dans tous les pays où nous sommes présents d'ici à 2015.
- Nous augmenterons les approvisionnements en **produits issus du commerce équitable et certifiés** comme tels d'ici à 2015.

## Environnement

<b>ACHATS DURABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nous nous assurerons de la <b>conformité de nos approvisionnements avec le code de conduite du Groupe</b> dans tous les pays où nous sommes présents d'ici à 2015.</li> <li>• Nous référencerons des <b>produits locaux, saisonniers ou issus d'une agriculture responsable</b> dans tous les pays où nous sommes présents d'ici à 2015.</li> <li>• Nous référencerons des <b>produits de la mer issus de filières durables</b> dans tous les pays où nous sommes présents d'ici à 2015.</li> <li>• Nous référencerons des <b>équipements et des fournitures issus de filières durables</b> dans tous les pays où nous sommes présents d'ici à 2020.</li> </ul>
<b>ENERGIE &amp; EMISSIONS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nous réduirons notre <b>empreinte carbone</b> dans tous les pays où nous sommes présents et sur tous les sites de nos clients d'ici à 2020.</li> </ul>
<b>EAU &amp; EFFLUENTS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nous réduirons notre <b>consommation d'eau</b> dans tous les pays où nous sommes présents et sur tous les sites de nos clients d'ici à 2020.</li> </ul>
<b>MATERIAUX &amp; DECHETS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nous réduirons nos <b>déchets organiques</b> dans tous les pays où nous sommes présents et sur tous les sites de nos clients d'ici à 2015. Nous soutiendrons les initiatives en faveur du recyclage des déchets organiques.</li> <li>• Nous réduirons nos <b>déchets non organiques</b> dans tous les pays où nous sommes présents et sur tous les sites de nos clients d'ici à 2015. Nous soutiendrons les initiatives en faveur du recyclage des déchets non organiques.</li> </ul>

## Etablir un tableau de bord au niveau de chaque pays et à l'échelle mondiale

L'état des lieux, débuté en janvier 2010, se déroule à deux niveaux :

- **Une enquête auprès de tous les responsables de sites**, avec près de 50 questions précises sur les thématiques liées à la consommation d'eau et d'énergie, ainsi qu'à la gestion des déchets (par exemple, « Faites-vous le tri de vos déchets non organiques ? », « Vérifiez-vous régulièrement que vous n'avez pas de fuites d'eau ? », « Faites-vous le suivi de la quantité d'huile de cuisson usagée que vous produisez ? », « Avez-vous mis en place des mesures d'audit d'énergie ? » etc.).
- **Un questionnaire pour chaque pays** sur tous les thèmes couverts par le « Better Tomorrow Plan », qui sera alimenté par les résultats de l'enquête sur les sites.

Toutes les données collectées seront ensuite retransmises sous forme de tableau de bord. Celui-ci permettra à chaque pays et chaque site de fixer ses propres objectifs et priorités pour les années à venir.

## Du Laos à la Colombie, près de 9 000 directeurs de sites déjà mobilisés

8 800 directeurs de sites ont déjà répondu à l'enquête. A ce jour, 21 pays ont finalisé leur état des lieux sur site, comme l'Australie, la Russie, la Colombie et l'Espagne et 22 autres sont en cours de finalisation, parmi lesquels la Chine, la Norvège et l'Inde.

Dans le cadre du déploiement du « Better Tomorrow Plan », Sodexo aura à cœur de partager ses résultats avec l'ensemble de ses clients à travers le monde.

## À propos de Sodexo

### Sodexo, leader mondial des Solutions de Qualité de Vie au Quotidien

Parce que nous sommes convaincus que la Qualité de Vie participe au progrès des individus et à la performance des organisations, Sodexo, créé par Pierre Bellon en 1966, est depuis plus de 40 ans, le partenaire stratégique des entreprises et des institutions en quête de performance et de bien-être.

Présents dans 80 pays, les 380 000 collaborateurs du Groupe, animés par une même passion du service, créent et mettent en œuvre une gamme unique de Solutions de Motivation et de Services sur Site.

En cela, Sodexo est l'inventeur d'une nouvelle activité qu'il exerce en favorisant l'épanouissement de ses équipes et le développement économique, social et environnemental des villes, régions et pays dans lesquels il exerce ses activités.

### Chiffres clés du Groupe (au 31 août 2009)

---

**14,7 milliards** d'euros de CA consolidé

**380 000** collaborateurs

**22<sup>e</sup>** employeur mondial

**80** pays

**33 900** sites

**50 millions** de consommateurs chaque jour

**7,1 milliards** d'euros de capitalisation boursière (au 1<sup>er</sup> juin 2010)

### Presse

Jean-Charles TREHAN

Tél. & Fax : +33 1 57 75 80 24

Courriel : [jean-charles.trehan@sodexo.com](mailto:jean-charles.trehan@sodexo.com)