



VOYAGES AU CŒUR DU GOÛT  
DEPUIS 1999

4 rue Clément Ader  
51100 REIMS

Contact :  
n.sbai@case-a-pain.fr

Site web :  
www.case-a-pain.fr



Créé en : 2000

CA en 2019 : 4,4 millions d'euros

Nombre de salariés : 70

Part des achats dans le CA : 25% (pour les matières premières principales uniquement)

Principales familles d'achat : Farines, fruits et légumes, viande, épicerie...

## LES ACHATS RESPONSABLES : POURQUOI ?

### *A quels enjeux l'entreprise était-elle confrontée ?*

Case à pain intervient dans le secteur de la boulangerie-pâtisserie-traiteur. L'entreprise fabrique et commercialise ses produits dans plusieurs points de vente, aux consommateurs et à des clients entreprises (hôtels-restaurants, institutions, entreprises de tous secteurs sur la partie traiteur...). Entreprise locale, du secteur de l'agro-alimentaire, Case à pain est confrontée aux exigences de plus en plus fortes des consommateurs qui s'interrogent sur l'origine des matières premières, leurs conditions de production, le gaspillage alimentaire etc.

### *Quelle a été la motivation à s'engager dans une telle démarche ?*

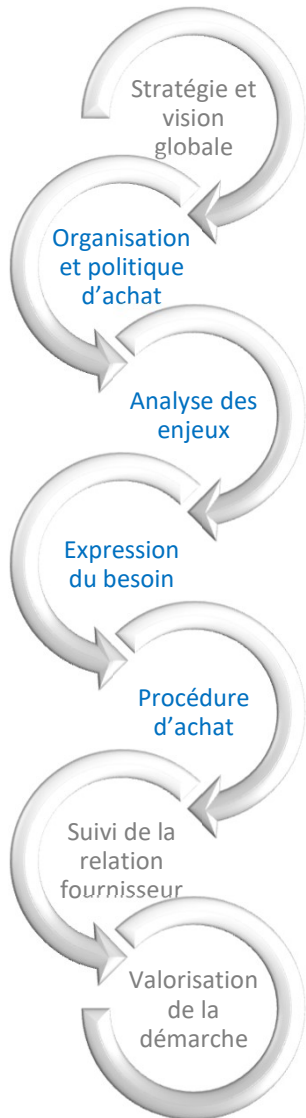
Sous l'impulsion de Nabil, son Gérant, Case à pain menait déjà des actions de sourcing responsable, d'approvisionnement local ou français et travaillait à la qualité des relations avec ses fournisseurs. Afin d'être plus vertueux dans ses achats de biens et de services et d'avoir une véritable politique d'achats responsables, Nabil avait identifié la nécessité de structurer ses actions, de les clarifier, de les écrire et de les transmettre.

# LES ACHATS RESPONSABLES COMMENT ?

## Quelle a été la démarche ?

La mise en place d'une démarche structurée a débuté par un diagnostic des pratiques et enjeux par famille d'achats, avec l'outil ARES de l'ADEME, diagnostic qui a été réalisé par Nabil, Gérant mais aussi acheteur, et qui a été partagé avec l'équipe. Il s'agissait de s'assurer de la pertinence des critères d'achats, qu'il s'agisse des matières premières, du matériel ou des prestations; et de mettre de la cohérence dans les multiples actions menées autour d'engagements retravaillés.

## Quelles étapes ont été impactées ?



### Focus actions

Un axe de progrès a été retenu pour supprimer les emballages issus de l'achat de matières premières tout en travaillant plus directement et plus localement avec les producteurs.

Deux actions ont ainsi été menées en parallèle : remplacement des ovoproduits, certes pratiques, par des œufs coquilles produits à 45km, et remplacement des briques de lait entier par du lait frais livré directement par le producteur ardennais.

Le challenge était double, identifier de nouveaux fournisseurs et modifier les habitudes de travail de l'équipe, en réintroduisant de nouvelles tâches comme celle de casser des milliers d'œufs !

### Bénéfice attendu

Le bénéfice attendu était de :

- réduire la quantité voire supprimer les déchets d'emballages des ovoproduits et du lait, des déchets (plastiques et multi-matériaux) à trier et à évacuer. Pour le lait, cela a aussi réduit la manutention et la pénibilité du travail pour les équipes,
- développer des partenariats avec des producteurs locaux afin de travailler ensemble sur les caractéristiques souhaitées du produit (œufs de plein air, lait frais...), tout en connaissant précisément l'origine des produits.
- améliorer la qualité des produits en répondant aux nouvelles exigences (traçabilité, origine...) des consommateurs et clients.

Economique (différé ou indirect)	Social	Sociétal	Environnemental
-------------------------------------	--------	----------	-----------------

## Témoignage de Nabil Sbai, Gérant

« Le choix de faire ce parcours n'est pas le fruit du hasard. Nous sommes dans une démarche de sourcing de produits locaux voire bio depuis 2007 mais rien de formalisé, aucun guide ou colonne vertébrale. Dès que l'offre de parcours nous fut proposée, nous nous sommes mis à regarder, analyser le pourquoi et le comment concernant nos fournisseurs et nos grandes familles de produits. Nous avons changé de produits en les choisissant bruts en direct des producteurs et nous expliquons notre démarche à nos fournisseurs. »