BRODART
PACKAGING

Responsabilité Sociétale des Entreprises

année 2025

SOMMAIRE

01. ÉDITO — 4

02. LE GROUPE — 7

03. ENVIRONNEMENT — 31

04. HUMAIN & QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL — 41

05. FAIRE VIVRE LES TERRITOIRES — 53

06. ÉTHIQUE & TRANSPARENCE — 63

07. REMERCIEMENTS — 68

08. CONTACTS — 70

01

ÉDITO



Sébastien BRODART
Directeur Général du Groupe

Enfant des années 80, j'ai déjà eu le temps de voir une partie de ce qui constituait mon enfance et mon adolescence devenir parfaitement inconnue des nouvelles générations.

Nous avons connu les cassettes, le CD, le MiniDisc®, puis le téléchargement du MP3. Des évolutions qui nous semblaient alors considérables et qui paraissent aujourd'hui anecdotiques à ceux qui sont nés avec le streaming et l'accès immédiat à tout, partout, tout le temps. L'époque où l'on savait attendre est sans doute un peu derrière nous.

Et pourtant, tout ce que «Retour vers le Futur» nous promettait pour 2015 n'est pas encore arrivé. Même si certains ont bien essayé de remplacer la DeLorean par un Cybertruck.

Une chose est certaine : le rythme de la transformation technologique s'accélère. Intelligence artificielle, automatisation, robotique, outils numériques, analyse de données… Ces technologies s'installent dans nos entreprises. Pour le Groupe Brodart, il serait impensable d'envisager notre développement sans nous saisir de ces évolutions.

C'est le sens du plan d'investissement que nous avons engagé. Nos nouveaux outils de production intègrent les dernières avancées développées par nos partenaires : davantage d'automatisation, de précision, de contrôle, mais aussi une meilleure utilisation de la matière et de l'énergie. Le numérique nous permet parallèlement d'améliorer notre capacité d'analyse, notre efficacité industrielle et notre performance commerciale.
Cette transformation intervient à un moment charnière pour notre industrie.

Le secteur de l'emballage doit aujourd'hui répondre simultanément à plusieurs exigences : protéger et valoriser les produits de nos clients, réduire son empreinte environnementale, utiliser les ressources avec davantage de sobriété et concevoir des emballages capables de s'inscrire pleinement dans une économie circulaire.
L'entrée en application de la PPWR accélère encore cette évolution.

Pour notre Groupe, cette transformation ne doit pas être une contrainte à laquelle nous devons nous adapter. Elle doit être une opportunité d'innover, de faire évoluer nos savoir-faire et d'accompagner nos clients dans leurs propres transitions.

Notre responsabilité d'industriel est aussi là : investir aujourd'hui dans les solutions qui permettront de produire mieux demain.
Ces investissements sont indispensables au maintien de notre compétitivité, mais cette performance doit être durable : une performance qui ne se construit pas au détriment de nos engagements sociaux ou environnementaux.

L'usine du futur sera peut-être très différente de celle que nous connaissons aujourd'hui. Pour construire celle de demain, nous avons néanmoins une certitude : la technologie ne remplacera pas les fondamentaux.
Un outil industriel performant. Des conditions de travail de qualité. Une utilisation plus responsable de nos ressources. Des femmes et des hommes compétents et engagés.
L'innovation doit nous permettre d'aller plus vite et plus loin. À nous de décider dans quelle direction.

“ Notre responsabilité d'industriel est aussi d'investir aujourd'hui dans les solutions qui permettront de produire mieux demain. ”





02

LE GROUPE

02.1 IDENTITÉ & VALEURS — 8
02.2 NOTRE PROPOSITION — 12
02.3 SITES DE PRODUCTION — 14
02.4 L'INTERVIEW — 16
02.5 LABELS & CERTIFICATIONS — 20
02.6 GOUVERNANCE — 24
02.7 PARTIES PRENANTES — 28

02.1

IDENTITÉ & VALEURS



BRODART PACKAGING est un groupe industriel familial depuis 5 générations ; fidèle à ses valeurs d'exigence, de proximité et de responsabilité, il est ancré sur l'ensemble du territoire.

Le Groupe compte aujourd'hui **10 sites de production en France**, spécialisés dans la transformation, l'impression et la découpe de films d'emballage et d'étiquettes, destinés à des marchés exigeants : agroalimentaire, santé et beauté, chimie et industrie. Cette organisation multi-sites garantit agilité, complémentarité et continuité de service pour accompagner durablement les clients dans leurs projets.

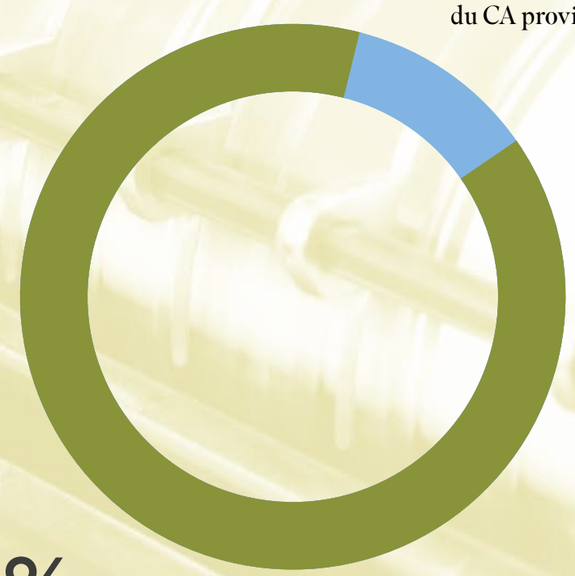
Le Groupe rassemble désormais **434 collaborateurs** dont les savoir-faire et l'engagement font sa force et sa robustesse.

CHIFFRES CLÉS 2025

86M€
de chiffre d'affaires

8,2M€
d'investissements

17%
du CA provient du pôle Étiquette



83%
du CA provient du pôle Flexible



1871
Gaston Brodart naît avec 6 doigts à la main droite…

1912
Création de l'Imprimerie Moderne

1920
Maurice Brodart, fils de Gaston Brodart, intègre l'imprimerie

Maurice Brodart passe la **main** à son fils Pierre Brodart
1971

1980
Michel Brodart, fils de Pierre, rejoint l'entreprise aux côtés de ses frères **François et Christian Brodart**

Rachat des actifs des Impressions d'Anjou
1992

1999
Rachat de l'Imprimerie de la Halle (10)

Rachat de l'usine Tilwel (77)
2002

2008
Création de Brodart Packaging

Rachat du Groupe Breger
2009

Achat des actifs de la SIAC et création de Brodart Illkirch (67)
2019

Rachat de Criaud Étiquettes et de l'Imprimerie Galard (44)
2021

2022
David et Sébastien Brodart, fils de Michel Brodart, sont nommés respectivement **Directeur Général Délégué et Directeur Général**

Rachat du Groupe Richard-Laleu
2024

2026
Déploiement de la marque Groupe

NOS VALEURS

1

L'ESPRIT COLLECTIF

se traduit par une culture de proximité, de solidarité et de respect mutuel, où chaque collaborateur est reconnu et soutenu.

2

RESPECT ET BIENVEILLANCE

sont la clé de voûte d'un dialogue ouvert, garant de relations durables et équilibrées.

3

TRANSMISSION DES SAVOIR-FAIRE

entre les générations, au cœur de notre responsabilité et de notre engagement pour l'avenir.

02.2

NOTRE PROPOSITION

Marchés

- Agroalimentaire
- Hygiène & soin
- Pharmaceutique
- Chimie
- Industrie
- Logistique

Nous avons construit depuis plus d'un siècle une sérieuse expertise sectorielle, notamment sur le marché de l'emballage fromager à pâte molle. Les secteurs que nous adressons sont techniques, exigeants et nous portons une attention toute particulière à la conformité réglementaire au sein de nos sites de production.

Clients

- Grands groupes
- Entreprises de taille intermédiaire (ETI)
- Très petites entreprises, petites et moyennes entreprises (TPE et PME)

Les clients de BRODART PACKAGING sont des entreprises de toutes tailles et de natures très variées. Notre entité commerciale accompagne à la fois des grands groupes internationaux, des ETI mais aussi des petites et moyennes entreprises familiales.



Métiers

Nous poursuivons notre structuration autour de deux pôles d'expertise.
La fabrication d'emballages souples et la fabrication d'étiquettes adhésives et sèches.

CRÉATION VISUELLE

- Création
- Pré-presse

IMPRESSION

- Hélio / Flexo
- Offset / Numérique
- Sérigraphie

TRANSFORMATION

- Complexage
- Enduction
- Micro-perforation

FINITION

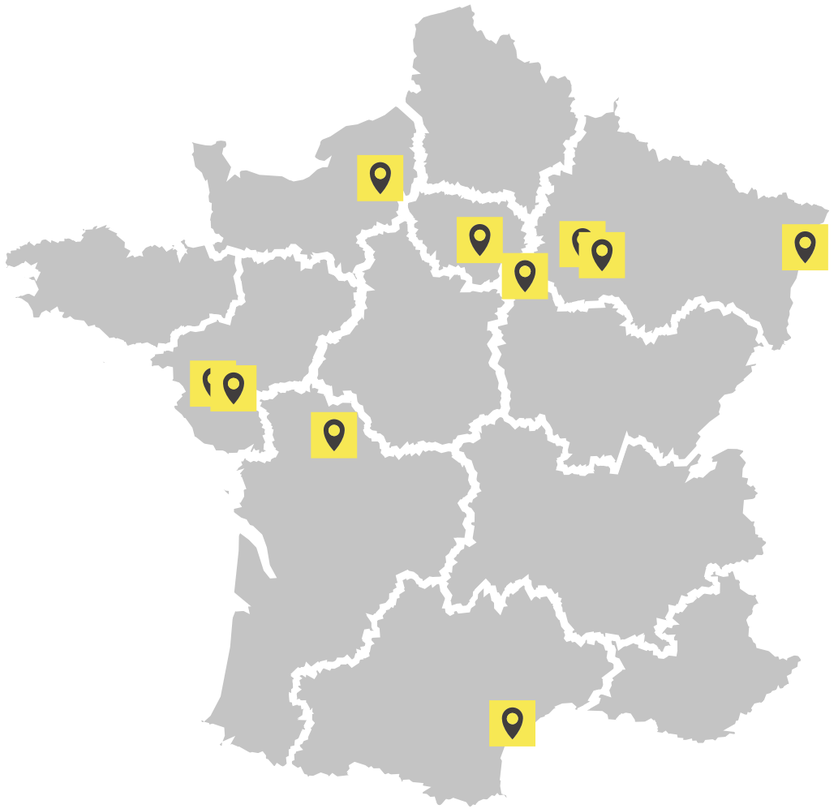
- Façonnage
- Ennoblissement

02.3

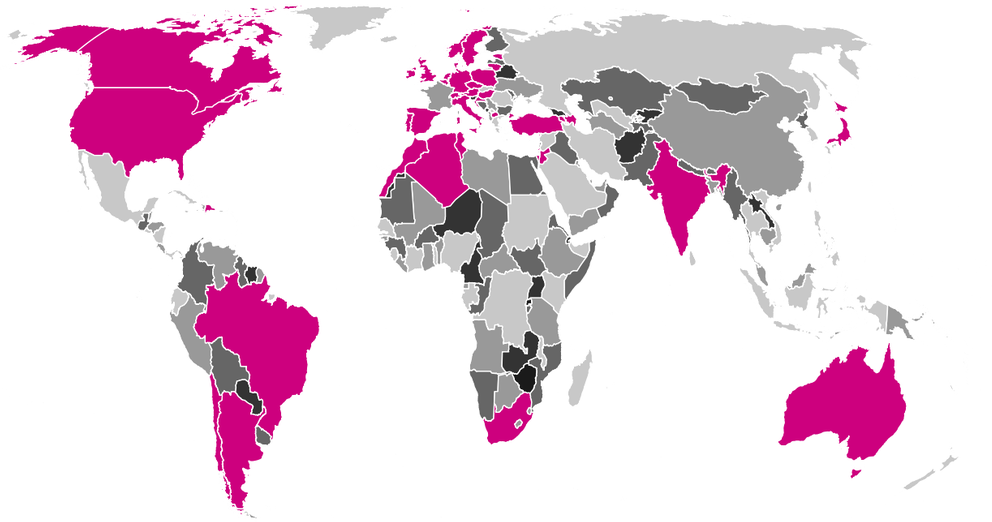
SITES DE PRODUCTION

Avec 10 implantations en France, Brodart Packaging répond aux besoins spécifiques de chaque client. Nous sommes fiers de pouvoir participer à l'exportation, dans les meilleures conditions, des produits d'entreprises françaises.

BRODART FLEXIBLE ARCIS-SUR-AUBE
BRODART FLEXIBLE BÉZIERS
BRODART FLEXIBLE BRIE-COMTE-ROBERT
BRODART FLEXIBLE GOURNAY-EN-BRAY
BRODART FLEXIBLE ITEUIL
BRODART FLEXIBLE MAILLOT



BRODART ÉTIQUETTE ARCIS-SUR-AUBE
BRODART ÉTIQUETTE ILLKIRCH-GRAFFENSTADEN
BRODART ÉTIQUETTE REZÉ
BRODART ÉTIQUETTE VALLET



Notre expertise reconnue en fabrication et impression d'emballages pour les fromages à pâte molle nous permet également d'accompagner des marques et producteurs étrangers.

CHIFFRE CLÉ 2025

8,6M€

de chiffre d'affaires à l'export

02.4

L'INTERVIEW



Alexandre CALLEAU
Directeur d'usine - BRODART ÉTIQUETTE VALLET

Pouvez-vous nous présenter le site de Vallet et expliquer les principaux enjeux industriels auxquels il répond au sein du groupe ?

Le site de Vallet est l'un des quatre sites dédiés aux activités de fabrication et d'impression d'étiquettes du Groupe Brodart Packaging. Il est spécialisé dans l'impression d'étiquettes adhésives destinées à des marchés exigeants comme le vin, les spiritueux, la bière, l'agroalimentaire ou encore les cosmétiques. Il s'appuie sur plusieurs technologies d'impression, notamment l'offset et le numérique, afin de répondre à une grande diversité de besoins.
Les enjeux industriels sont multiples : maintenir un haut niveau de qualité, gagner en flexibilité, améliorer les délais de production et accompagner l'évolution des marchés en matière de performance et de durabilité. Le site s'inscrit pleinement dans la stratégie du groupe qui consiste à moderniser ses outils industriels afin de renforcer sa compétitivité tout en restant proche de ses clients.

Le site situé à quelques kilomètres de Nantes a récemment fait l'objet d'importants travaux de rénovation et d'agrandissement. Quelles étaient les motivations et objectifs de ce projet ?

L'objectif n'était pas simplement d'agrandir le site, mais de le transformer en profondeur. Les bâtiments historiques ne répondaient plus aux besoins d'un outil industriel moderne. Il fallait améliorer les conditions de travail, optimiser les flux de production et disposer d'équipements plus performants pour accompagner notre développement.
Ce chantier, représentant un investissement de 3,2 millions d'euros, constitue le premier projet du vaste plan de modernisation engagé par Brodart Packaging sur l'ensemble de ses sites industriels. Au-delà de la performance industrielle, nous souhaitions également créer un environnement de travail plus agréable et plus durable. Les équipes ont d'ailleurs été pleinement associées au projet, depuis la conception des espaces jusqu'au choix des matériaux, afin de construire un site pensé pour leurs usages quotidiens.

Quelles sont les principales améliorations apportées par ces travaux, aussi bien pour les infrastructures que pour les équipements de production ?

Les flux de production ont été optimisés, de nouveaux espaces de stockage ont été créés, l'isolation acoustique a été renforcée et les bureaux comme les ateliers ont été

> "Les transformations sont importantes. La surface du site est passée de 1 600 à 3 000 m², ce qui a permis de repenser complètement l'organisation de l'usine."

modernisés afin d'améliorer le confort de travail et la circulation des équipes. L'installation de panneaux photovoltaïques viennent également améliorer la performance énergétique du site.
Côté production, le site se dotera d'une nouvelle presse offset, en complément des équipements existants. Ces investissements permettent de gagner en qualité, en réactivité et en capacité à accompagner les besoins de nos clients tout en préparant le développement futur du site.

Quels ont été les principaux défis rencontrés lors de ce projet de modernisation et comment les équipes les ont-elles relevés ?

Le principal défi a été de mener un chantier d'une telle ampleur tout en maintenant l'activité du site et le niveau de service attendu par nos clients. Les travaux se sont déroulés dans un environnement industriel en fonctionnement, ce qui a nécessité une organisation rigoureuse et beaucoup d'adaptation de la part des équipes.
Cette transformation a également été l'occasion de repenser nos flux et nos méthodes de travail. L'implication des collaborateurs a été essentielle : ils ont été associés aux différentes étapes du projet afin que les nouveaux espaces répondent réellement aux besoins du terrain.
Cette mobilisation collective nous a permis de poursuivre notre activité tout en préparant progressivement notre nouvel outil industriel.

Quels sont les prochains projets ou ambitions pour poursuivre le développement du site de Vallet dans les années à venir ?

Après cette importante phase de modernisation, notre ambition est maintenant d'exploiter pleinement le potentiel de ce nouvel outil industriel. Nous souhaitons poursuivre notre développement sur nos marchés historiques, notamment le vin, les spiritueux, la bière et l'agroalimentaire, tout en renforçant notre présence auprès de nouveaux clients.

> "Nous structurons nos processus et sommes très concentrés sur notre démarche d'amélioration continue, ce qui nous permet d'envisager sereinement l'obtention de la certification ISO 9001 en 2026."

Nous voulons également nous ouvrir à des marchés connexes à l'étiquette adhésive et au packaging, sur lesquels nos différentes technologies d'impression et de finition peuvent apporter une réelle valeur ajoutée.
L'obtention de la certification ISO 9001 en 2026 constitue à ce titre un nouveau socle pour notre développement. L'objectif est de conjuguer croissance, qualité, performance industrielle et maîtrise de notre impact environnemental, tout en conservant ce qui fait la force du site de Vallet : sa proximité avec les clients et sa réactivité.



CHIFFRES CLÉS 2025

225
de panneaux solaires

21
collaborateurs

3 000m²
de surface



02.5

LABELS & CERTIFICATIONS FLEXIBLE

BRODART FLEXIBLE ARCIS-SUR-AUBE

BRODART FLEXIBLE BÉZIERS

BRODART FLEXIBLE BRIE-COMTE-ROBERT

BRODART FLEXIBLE MAILLOT

BRODART FLEXIBLE GOURNAY-EN-BRAY

BRODART FLEXIBLE ITEUIL

02.5

LABELS & CERTIFICATIONS ÉTIQUETTE

BRODART ÉTIQUETTE ARCIS-SUR-AUBE

BRODART ÉTIQUETTE ILLKIRCH-GRAFFENSTADEN

BRODART ÉTIQUETTE REZÉ

BRODART ÉTIQUETTE VALLET

02.6

GOUVERNANCE



La politique RSE du Groupe repose sur une organisation claire, déployée sur l'ensemble de nos sites :

- **La Direction Générale** fixe les orientations stratégiques et coordonne les priorités RSE du Groupe.
- **Un Responsable RSE Groupe et le comité RSE** coordonnent la démarche, consolident les indicateurs et accompagnent les sites dans la mise en œuvre des actions.
- **Les directions de chaque site** sont responsables du déploiement opérationnel des plans d'actions et du suivi des indicateurs locaux.

Cette organisation favorise une implication collective, une circulation fluide de l'information et un pilotage concerté entre les sites et les fonctions support.

UNE GOUVERNANCE QUI SE FÉMINISE.

En 2025, le Comité de Direction du Groupe s'est renforcé avec l'arrivée d'une Directrice Marketing et Communication. Le CODIR, élargi à 18 membres, compte désormais 4 femmes et 14 hommes, contre 3 femmes et 14 hommes en 2024 : **la part de femmes passe ainsi de 17,6 % à 22,2 %**, une avancée concrète en faveur de la mixité dans les instances de décision, en cohérence avec notre engagement pour l'ODD 5 (Égalité entre les sexes).

UNE DÉMARCHE RECONNUE PAR DES ÉVALUATIONS INDÉPENDANTES.

En 2025, le Groupe a obtenu la médaille d'or EcoVadis, contre la médaille d'argent en 2024, avec un score global de 80/100 (96ème percentile). Cette progression salue la maturité de notre démarche sur les quatre thèmes évalués : Environnement, Social et Droits Humains, Éthique et Achats Responsables.

Notre exigence se traduit également sur le terrain de la qualité et de la sécurité des produits.

UN PILOTAGE FONDÉ SUR LA MESURE ET L'AMÉLIORATION CONTINUE.

Le premier Bilan Carbone Groupe, réalisé en 2024, a posé le socle de notre feuille de route climat :

Réduire de 40% nos émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030 (à périmètre constant).

2025 a été la première année de déploiement de cette trajectoire et conformément à notre engagement, le Bilan Carbone sera renouvelé en 2026 afin de mesurer les progrès accomplis et d'ajuster, si nécessaire, nos plans d'actions.

Au-delà de la mesure carbone, le Groupe suit chaque année des indicateurs regroupés autour de quatre piliers :

- **Environnement :** consommation énergétique, taux de valorisation des déchets, émissions GES.
- **Social :** formation, absentéisme, sécurité au travail, égalité professionnelle.
- **Sociétal :** partenariats locaux, mécénats, actions solidaires et culturelles.
- **Éthique et gouvernance :** conformité réglementaire, achats responsables, communication transparente.

Ces indicateurs sont consolidés chaque année pour mesurer nos avancées et ajuster nos priorités.



02.6

GOUVERNANCE

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE.

NOUS SOUTENONS LE PACTE MONDIAL
UN GLOBAL COMPACT

En cohérence avec la stratégie RSE du Groupe, nous avons identifié huit Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies comme axes prioritaires de notre action :



Garantir la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail pour l'ensemble de nos collaborateurs.



Promouvoir la mixité, l'équité et la reconnaissance des talents féminins à tous les niveaux de l'entreprise.



Offrir un emploi stable, formateur et épanouissant, favorisant la proximité et l'emploi local.



Moderniser nos infrastructures industrielles pour plus d'efficacité énergétique et de durabilité.



Encourager la diversité et l'inclusion au sein des équipes et de nos écosystèmes partenaires.



Concevoir des emballages recyclables, éco-conçus et issus de matériaux durables.



Réduire nos émissions et améliorer nos performances énergétiques à long terme.

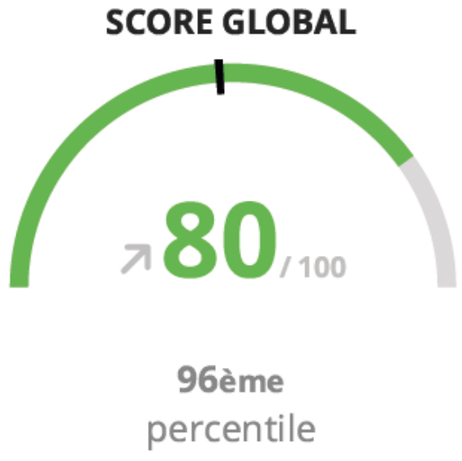


Préserver la biodiversité à travers des approvisionnements responsables et une gestion raisonnée des ressources.

UNE AMBITION COLLECTIVE TOURNÉE VERS L'AVENIR.

À travers ces engagements, nous affirmons notre volonté d'être un acteur industriel responsable et durable, plaçant l'humain et l'environnement au cœur de la performance.
Notre gouvernance RSE, structurée et partagée, incarne la vision du Groupe Brodart Packaging : progresser ensemble, durablement, pour conjuguer performance économique, sociale et environnementale.













02.7

PARTIES PRENANTES

CLIENTS
Accompagner les décideurs et acheteurs dans l'élaboration de leurs emballages souples et de leurs étiquettes.

COLLABORATEURS
Accorder de la confiance aux équipes et favoriser la cohésion entre les collaborateurs dans un environnement de travail inclusif.

SOCIÉTÉ
Participer à la vie des territoires en soutenant la culture, le sport et le développement économique des territoires.

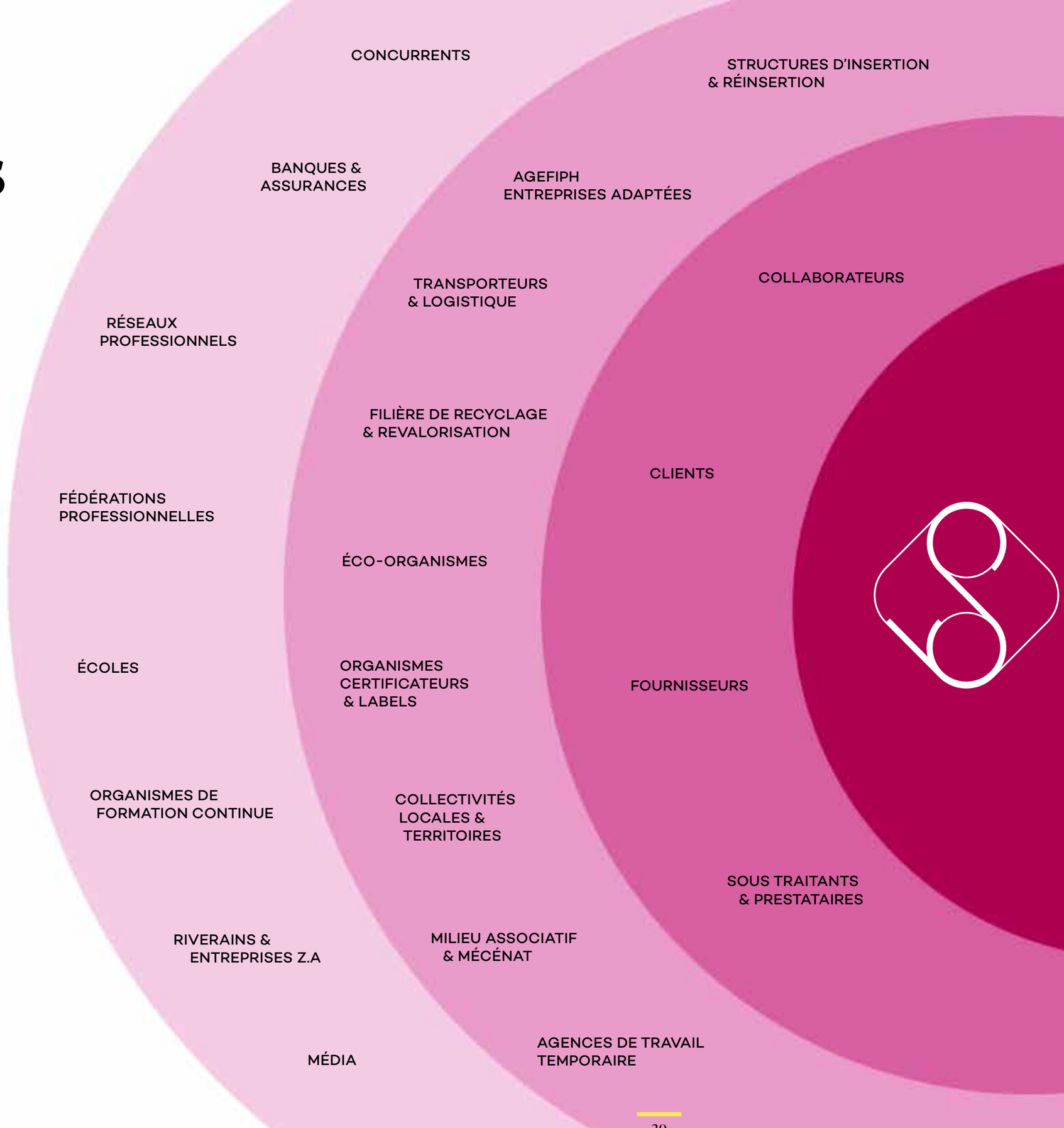
FOURNISSEURS
Chaque site de production favorise les services et les produits d'acteurs locaux dès lors que cela est possible.

CONCURRENTS
Maintenir une éthique des relations, pour des relations saines.

Parties prenantes coeur de métier

Enjeux sociétaux & environnementaux

Écosystème économique & institutionnel





03

ENVIRONNEMENT

03.1 MAÎTRISER NOS CONSOMMATIONS — 32

03.2 DÉCHETS : RÉDUIRE, TRIER, VALORISER — 34

03.3 MOBILITÉ — 35

03.4 ÉCO-CONCEPTION & INNOVATION — 36

03.5 MATIÈRES & ÉCONOMIE CIRCULAIRE — 38

03.1

MAÎTRISER NOS CONSOMMATIONS

Consommer moins, c'est à la fois réduire notre impact et gagner en compétitivité. Chaque site du Groupe pilote son propre plan d'actions énergie, adapté à ses métiers et à ses équipements. En 2025, le site de Vallet en offre une illustration particulièrement concrète.

La rénovation complète du site de Vallet a été l'occasion de repartir d'une page blanche et de faire de la performance énergétique un critère central de chaque choix. Plus de 225 panneaux photovoltaïques ont été installés en toiture. Leur vocation première est l'autoconsommation : l'électricité produite alimente en priorité les machines, les process et la climatisation du site, le surplus éventuel étant revendu sur le réseau.

À terme, le site vise à couvrir environ 30 % de ses besoins électriques grâce au solaire. La production alimente également une borne de recharge électrique, et des fourreaux ont été posés pour accueillir de futures bornes, en prévision de l'électrification progressive des véhicules du site. Le site a cessé toute consommation de gaz.

Ne consommer que ce qui est utile.

L'éclairage est désormais 100 % LED et piloté par détecteurs de présence dans l'ensemble du bâtiment : bureaux, salles de réunion, quais, stockage et ateliers. La climatisation est intelligente : elle se coupe automatiquement à l'ouverture d'une fenêtre. Des rideaux occultants équipent toutes les ouvertures exposées au soleil (fenêtres et Velux) pour limiter les apports de chaleur.
En lien avec le cabinet d'architecture, les isolants utilisés pour les murs et les toitures vont au-delà des exigences réglementaires, afin de réduire durablement les besoins en énergie du bâtiment.
Des capteurs de puissance installés sur le tableau électrique général permettent désormais de suivre la consommation de chaque machine. Une application web donne, en temps réel, la part d'énergie autoproduite, achetée ou revendue. De quoi identifier rapidement une surconsommation et objectiver les pistes de progrès, machine par machine.



CHIFFRES CLÉS 2025

4 690
m³ d'eau consommés soit 10.80 m³/salarié

+20%
vs 2024

9 437
MWh consommés en électricité

+2%
vs 2024

9 602
MWh consommés en gaz

+2%
vs 2024

5 441
litres de fioul consommés

+56%
vs 2024

39%
déchets recyclés ou revalorisés soit 944 tonnes

+1%
vs 2024

03.2

DÉCHETS : RÉDUIRE, TRIER, VALORISER

Moins produire de déchets, et mieux valoriser ceux que nous générons : c'est le double objectif qui guide nos équipes au quotidien.
Sur chaque site, la démarche s'articule autour de trois axes :

- **Agir à la source, en ajustant les formats de production, en planifiant mieux les séries.**
- **Trier et tracer, grâce à des espaces de tri dédiés, à la sensibilisation des opérateurs.**
- **Donner une seconde vie aux matières, avec l'appui de prestataires spécialisés comme ELISE pour les papiers, cartons et plastiques, et de filières agréées pour les déchets dangereux.**

Notre bilan recyclage avec ELISE

Au-delà de la valorisation des déchets recyclables, ELISE se distingue par son engagement social fort, en favorisant l'emploi de personnes en situation de handicap ou en insertion professionnelle. Aujourd'hui, cinq sociétés du groupe font déjà confiance à ELISE, témoignant de la pertinence et de la fiabilité de ce partenariat. Pour ces entités équipées de cette solution, le respect du tri est essentiel : les déchets collectés sont ensuite retriés manuellement par les équipes d'ELISE. Un tri bien fait facilite leur mission et renforce l'impact positif de la démarche.

À l'horizon 2030, nous visons 70 % de déchets valorisés, tout en continuant à réduire la part de déchets non recyclables.
Ces efforts illustrent notre engagement en faveur de l'économie circulaire, en lien direct avec l'éco-conception de nos emballages.



*BRODART PACKAGING, BRODART INDUSTRIE, BRODART ÉTIQUETTE ARCIS-SUR-AUBE, BRODART ÉTIQUETTE ILLKIRCH-GRAFFENSTADEN, BRODART FLEXIBLE ARCIS-SUR-AUBE



03.3

MOBILITÉ

Le transport des marchandises et les déplacements de nos équipes représentent plus de 6 % de nos émissions, selon notre Bilan Carbone. C'est un levier sur lequel nous agissons de manière globale.

Des flux logistiques efficaces

Nous faisons appel en priorité à des transporteurs européens engagés sur des critères environnementaux exigeants.

Des déplacements plus responsables

Le Groupe encourage les déplacements inter-sites mutualisés, le covoiturage et les mobilités douces. En parallèle, la flotte de véhicules de fonction et de service a évolué vers l'hybride et l'électrique, avec l'installation de bornes de recharge.

Le choix de la proximité

Nous privilégions les fournisseurs locaux : des approvisionnements plus courts, moins d'émissions, et un soutien concret aux économies de nos territoires.

Nos priorités environnementales 2024 - 2030

- Décarboner nos procédés
- Optimiser nos consommations d'énergie
- Atteindre 70 % de valorisation des déchets
- Réduire de 40 % nos émissions GES d'ici 2030

03.4

ÉCO-CONCEPTION & INNOVATION



DES EMBALLAGES PENSÉS POUR LEUR USAGE ET LEUR FIN DE VIE.

L'éco-conception constitue un axe de développement pour Brodart Packaging : réduire la quantité de matière employée, tout en conservant les fonctions indispensables de protection, de conservation et de présentation. Cette exigence concerne aussi bien nos films souples que les étiquettes destinées à des marchés aux contraintes techniques élevées.

RÉDUIRE À LA SOURCE, SANS DÉGRADER LA PERFORMANCE.

En mai 2025, lors d'une visite de nos sites d'Arcis-sur-Aube et de Maillot, l'organisation professionnelle ELIPSO a notamment mis en avant nos démarches de réduction du poids et de l'épaisseur des emballages. Un travail de précision : adapter les structures et les formats aux besoins réels du produit, sans compromettre la sécurité, la résistance ni la qualité attendue par le client.

UNE APPROCHE À CONSTRUIRE AVEC NOS CLIENTS.

Un emballage ne peut être considéré indépendamment du produit qu'il contient. Un changement de structure doit être évalué au regard de l'ensemble de ses fonctions : barrière, résistance, durée de conservation, information du consommateur… C'est pourquoi les évolutions pertinentes reposent sur la coopération entre les équipes commerciales, techniques, les fabricants de matières et les donneurs d'ordre.

DES PISTES CONCRÈTES POUR LA RECYCLABILITÉ

1

ALLÈGEMENT
Rechercher des épaisseurs et des quantités de matière ajustées aux contraintes de chaque application.

2

MONOMATÉRIAU
Développer des solutions à base de PE ou de PP, dont la recyclabilité dépend de la structure et de la filière concernée.

3

CO-CONCEPTION
Associer client, développement et production pour confronter les objectifs environnementaux à la réalité industrielle.

“ Réduire l'impact de l'emballage, c'est d'abord repenser sa conception au regard de son usage réel. ”

CAP 2030

Faire progresser l'éco-conception et la recyclabilité, sans compromis sur la qualité ni sur la sécurité des produits.

03.5

MATIÈRES & ÉCONOMIE CIRCULAIRE



Passer d'une logique de consommation de ressources à une logique de préservation de la valeur des matières : un enjeu majeur pour l'industrie de l'emballage

Pour BRODART PACKAGING, la circularité se construit à deux niveaux : dans nos ateliers, en limitant les gâches et en améliorant leur orientation vers les filières adaptées ; en amont et en aval, en accompagnant l'évolution des matériaux et la recyclabilité des emballages. Cette approche complète les actions déjà engagées sur le tri et la valorisation des déchets.

Des matériaux à évaluer sur l'ensemble du cycle de vie

La réduction de l'impact environnemental ne se résume pas au remplacement d'une matière par une autre. Les possibilités de recyclage, les caractéristiques techniques, l'origine des matières, les conditions de transformation et la protection effective du produit doivent être examinées conjointement. En particulier, une solution n'est pertinente que si elle répond aux besoins du client et peut s'inscrire dans des filières de fin de vie adaptées.

Piloter les progrès dans la durée

Notre ambition à l'horizon 2030 est de dépasser 70 % de déchets valorisés, tout en réduisant la part des déchets non recyclables. La mesure des flux, le partage des bonnes pratiques entre nos dix sites de production et la coopération avec nos partenaires de recyclage constituent des leviers essentiels pour orienter les prochaines actions.

MIEUX UTILISER LA MATIÈRE À CHAQUE ÉTAPE

EN AMONT

Privilégier une définition précise des besoins et des formats, afin de limiter la surconsommation de matière dès la préparation des commandes.

EN PRODUCTION

Optimiser les réglages, les ordres de fabrication pour réduire les gâches et les non-conformités.

APRÈS FABRICATION

Renforcer le tri à la source et la traçabilité des flux, afin de faciliter la valorisation des matières.

“ Réduire à la source, mieux trier, valoriser davantage et intégrer la fin de vie dès la conception. ”



04

HUMAIN & QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

04.1 INCLUSION 42

04.2 RECRUTEMENT 44

04.3 ENGAGEMENT & DIALOGUE SOCIAL 46

04.4 FORMATIONS & DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES 48

04.5 PRÉVENTION & SÉCURITÉ 50

04.1

INCLUSION

L'inclusion, une démarche structurée dans le temps

En 2025, le Groupe a renforcé son engagement en faveur de l'inclusion et du handicap, avec la volonté de l'inscrire dans la durée. Une feuille de route dédiée a ainsi été élaborée pour structurer les actions à mener, identifier les priorités et définir un programme progressif, adapté aux enjeux de l'entreprise et à ses réalités opérationnelles.

Cet engagement s'est notamment traduit par un travail autour de l'emploi des personnes en situation de handicap, avec l'objectif de favoriser leur recrutement et leur intégration au sein de nos différents sites. Des échanges réguliers avec des acteurs spécialisés de l'emploi et du handicap permettent de mieux faire connaître nos métiers, nos besoins et nos possibilités d'accueil. Dans le cadre du recrutement, des visites de certains de nos sites industriels sont organisées avec ces partenaires : elles permettent de présenter concrètement nos métiers et nos environnements de travail, mais aussi d'échanger sur les possibilités de recrutement, les conditions d'intégration et les éventuels aménagements de postes.

Notre action ne se limite toutefois pas à nos pratiques de recrutement. Depuis plusieurs années, nous menons également des campagnes de sensibilisation auprès de nos salariés, à travers différents formats : affichage, jeux et animations, participation au DuoDay, etc. Ces initiatives permettent d'aborder le handicap sous plusieurs angles et de faire évoluer progressivement les regards et les pratiques.

L'inclusion se traduit également dans nos relations avec nos partenaires et prestataires. Nous faisons appel à des entreprises et structures qui favorisent l'emploi de personnes en situation de handicap ou éloignées de l'emploi. Cela concerne notamment certaines prestations comme la restauration avec l'APEI La Fontaine de l'Aube, ou encore la collecte et le traitement de certains déchets avec ELISE. Ces choix nous permettent d'intégrer la dimension sociale à nos achats et de soutenir, à notre échelle, l'accès à l'emploi.
Au-delà du recrutement, notre feuille de route relève d'une approche plus large, qui comprend la sensibilisation des collaborateurs, l'évolution de nos pratiques et l'adaptation de notre environnement de travail lorsque cela est nécessaire.

"L'année 2025 a été marquée par deux reconnaissances de notre engagement : le Groupe a été reconnu « Entreprise inclusive » par **Les Entreprises s'engagent** et a obtenu la reconnaissance « Employeur Handi-engagé », portée par **France Travail** et **Cap emploi**."



" Cet engagement s'est notamment traduit par un travail autour de l'emploi des personnes en situation de handicap, avec l'objectif de favoriser leur recrutement et leur intégration au sein de nos différents sites. "



04.2

RECRUTEMENT



Au plus près des demandeurs d'emploi

En tant qu'acteur local de l'emploi, pour faciliter la mise en relation de notre filière qui recrute avec des publics en recherche d'emploi, nous avons participé pour la première fois en 2025 à des ateliers de démonstration/présentation des métiers de l'Industrie. Ainsi, lors du Forum emploi et alternance de l'Aube et avec l'ensemble des acteurs du service public de l'emploi, nous participons à ce rendez-vous majeur du Grand Est, attendu par de nombreux recruteurs et chercheurs d'emploi.

Ce temps fort annuel s'inscrit pleinement dans les actions portées par notre Groupe : Favoriser l'accès à l'emploi en créant des rencontres directes avec les demandeurs d'emploi et en leur permettant de mieux comprendre nos métiers et les compétences recherchées.

Des salariés de nos usines ont participé activement à la présentation de nos métiers et de nos savoir-faire auprès des candidats. Cette implication renforce leur sentiment d'appartenance et les associe pleinement à la démarche de recrutement de leurs futurs collègues. Une mobilisation collective qui contribue à faire découvrir nos métiers et à construire, ensemble, les équipes de demain.

Faciliter l'intégration

Dans le même objectif de rapprochement employeur-demandeurs d'emploi, BRODART PACKAGING a renouvelé son partenariat avec OSEZ L'AUBE. Son objectif : promouvoir le territoire de l'Aube en mettant en avant les opportunités professionnelles. OSEZ L'AUBE met à disposition son site afin de déposer nos offres d'emploi et s'engage à accompagner l'installation des nouveaux salariés recrutés et de leur famille.

CHIFFRES CLÉS 2025

98%
part de CDI dans le groupe

42
nombre d'embauches confirmées

14
nombre de recrutements -25 ans

7
nombre de recrutements +50 ans

4
nombre de recrutements d'alternants

35/65
répartition femmes/hommes en %

30/70
répartition des cadres femmes/hommes en %

23
nombre de travailleurs en situation de handicap

44 ans
âge moyen

11,7
années d'ancienneté moyenne

8
nombre d'ateliers/forums réalisés sur la diversité et l'inclusion

04.3

ENGAGEMENT & DIALOGUE SOCIAL

Une célébration marqueur de notre pérennité

En 2025, BRODART FLEXIBLE ARCIS-SUR-AUBE a célébré ses 40 années de présence sur son site actuel et le site voisin BRODART ÉTIQUETTE ARCIS-SUR-AUBE a également fêté ses 20 ans.

Nos équipes font vivre ces sites et contribuent, jour après jour, à la pérennité de nos activités. Ces anniversaires constituent une étape importante dans l'histoire de l'entreprise et témoignent de notre longévité, de notre capacité d'adaptation et de la richesse des savoir-faire développés au fil des années.

Il s'agit avant tout d'une histoire humaine. Elle repose sur la transmission des compétences, l'expérience de nos collaborateurs et la capacité des générations successives à faire évoluer nos pratiques tout en préservant ce qui fait notre identité.
Cette longévité illustre également notre ancrage local. Être présents depuis plusieurs décennies sur un même territoire, c'est participer durablement à la vie économique locale, maintenir des emplois et construire des relations de confiance avec nos collaborateurs, nos partenaires et notre environnement.

À travers ces anniversaires, nous souhaitons mettre en lumière celles et ceux qui ont contribué et contribuent encore à cette histoire collective.



Favoriser l'équité sociale entre les collaborateurs

En 2024, nous vous annoncions la renégociation de nos contrats de couverture santé et de nos contrats de prévoyance.
L'intégration de deux nouvelles structures au sein du groupe a été l'occasion de poursuivre notre démarche d'harmonisation des pratiques sociales.

Dans le cadre de la renégociation des contrats de mutuelle et de prévoyance, nous avons souhaité accompagner cette intégration en permettant aux collaborateurs des sociétés nouvellement intégrées de bénéficier progressivement d'un socle commun d'avantages sociaux, comparable à celui proposé dans les autres entreprises du groupe.
Cette démarche traduit notre volonté de favoriser l'équité et la cohésion sociale au sein du groupe, en réduisant les différences historiques liées à l'appartenance à des structures distinctes.

La mise à jour, en 2025, de l'ensemble des livrets d'accueil s'inscrit dans une démarche de consolidation et d'harmonisation de nos processus Groupe.
Des supports communs ont ainsi été créés ou actualisés pour accompagner les nouveaux arrivants dès leur prise de poste.
Parmi ces outils, les livrets QHSE permettent de partager les mêmes repères, règles et bonnes pratiques au sein de l'ensemble du Groupe.
Cette démarche favorise une intégration plus homogène et facilite l'adhésion à notre culture et à nos exigences.
Elle contribue également à renforcer le sentiment d'appartenance à un Groupe uni autour de valeurs et de pratiques communes.

Au-delà des dispositifs mis en place, cette démarche s'inscrit dans une volonté plus large de construire un cadre social cohérent, équitable et attractif, tout en tenant compte des spécificités et de l'histoire de chaque entreprise.

“ Être présents depuis plusieurs décennies sur un même territoire, c'est participer durablement à la vie économique locale, maintenir des emplois et construire des relations de confiance avec nos collaborateurs, nos partenaires et notre environnement. ”

CHIFFRES CLÉS 2025

149 K€
Montant global des tickets restaurant

504 K€
Montant global intéressement / participation / PPV versés

781 K€
Montant global des avantages sociaux

4,94%
Part de la masse salariale versée en avantages sociaux

2,53%
Taux moyen d'augmentation des salaires

10
CSE dans le Groupe

105
Réunions CSE dans l'année

04.4

FORMATIONS & DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Garantir la sécurité alimentaire grâce à la formation de nos collaborateurs

Au-delà des formations nécessaires au maintien ou au développement des connaissances de nos collaborateurs, il s'agit également via notre plan de formation de respecter les règles qui régissent nos activités.

Nos emballages étant destinés au contact des denrées alimentaires, la maîtrise des règles d'hygiène et de sécurité alimentaire constitue un enjeu essentiel. Il est donc indispensable que les collaborateurs intervenant dans nos processus connaissent et appliquent les bonnes pratiques permettant de prévenir tout risque de contamination des produits.

La formation HACCP

C'est pourquoi nous formons nos salariés aux principes de l'HACCP – Hazard Analysis Critical Control Point, ou analyse des dangers et maîtrise des points critiques.
Cette méthode préventive permet d'identifier, d'évaluer et de maîtriser les dangers susceptibles d'affecter la sécurité des aliments. La formation permet ainsi aux collaborateurs de comprendre pourquoi les règles d'hygiène sont essentielles, d'identifier les situations pouvant présenter un risque et d'adopter les bons comportements au quotidien. Elle aborde notamment la propreté des équipements et des postes de travail, l'hygiène personnelle, la prévention des contaminations croisées, ainsi que les règles applicables lors de la fabrication et de la manipulation des emballages.
Cette formation participe au développement d'une véritable culture de la sécurité alimentaire au sein de nos équipes. Chaque collaborateur est ainsi sensibilisé au rôle qu'il joue dans la maîtrise de la qualité et de la sécurité de nos produits. La Responsable Management de la Qualité de notre site historique flexible fromager contribue activement au partage des connaissances au sein du Groupe en accompagnant les différents sites dans la mise en œuvre de ces formations. Son expertise permet de transmettre les bonnes pratiques et les exigences réglementaires. Cette démarche favorise la montée en compétences des équipes, l'harmonisation des pratiques qualité entre les différents sites et illustre la volonté du Groupe de mutualiser les expertises et de faire circuler les savoir-faire.

La formation d'auditeurs internes

Afin de renforcer la maîtrise de nos processus, nous formons également certains de nos collaborateurs à la fonction d'auditeur interne. Cette formation leur permet d'acquérir les méthodes et les compétences nécessaires pour préparer et réaliser des audits, recueillir des éléments objectifs, identifier les éventuels écarts et contribuer à la mise en œuvre d'actions correctives et préventives.
L'audit interne constitue un véritable outil de prévention. Il permet de vérifier que les procédures et bonnes pratiques sont effectivement appliquées sur le terrain, mais également d'identifier les opportunités d'amélioration. Il contribue également à renforcer la maîtrise des exigences liées à l'hygiène, à la traçabilité et à la conformité de nos produits.
Former nos propres collaborateurs à l'audit interne permet également de développer ces compétences au sein de l'entreprise.

Une culture partagée de la qualité

Ces deux formations s'inscrivent pleinement dans notre démarche RSE : former nos collaborateurs, prévenir les risques, protéger nos clients et contribuer à la sécurité des consommateurs. Elles font de chacun un acteur de la qualité, de la sécurité alimentaire et de l'amélioration continue.

“ Afin de renforcer la maîtrise de nos processus, nous formons également certains de nos collaborateurs à la fonction d'auditeur interne. ”

CHIFFRES CLÉS 2025

348 K€
Coût des formations internes

100
Nombre de sessions de formation interne

11 776
Nombre d'heures de formation interne

179 K€
Coût des formations externes

89
Nombre de formations externes

4 632
Nombre d'heures de formation externe

360
Nombre de salariés formés

04.5

PRÉVENTION & SÉCURITÉ

Prévenir les comportements inappropriés pour une culture du respect

Dans le cadre de notre politique de prévention, nous avons déployé une formation dédiée à la prévention et à la lutte contre le harcèlement moral et sexuel.

Cette formation a été suivie par l'ensemble des directeurs de site et directions des fonctions support ainsi que par les managers, afin de leur permettre de mieux identifier les situations à risque, de connaître les comportements et agissements susceptibles de constituer du harcèlement et de savoir comment réagir face à une situation signalée.
Cette démarche s'inscrit pleinement dans notre volonté de prévenir les possibles déviances au sein de nos entreprises, de favoriser des relations professionnelles fondées sur le respect et de donner à nos managers les moyens d'agir en tant que véritables acteurs de la prévention.
Elle contribue également à la mise en œuvre de nos accords relatifs à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, en renforçant la prévention des comportements sexistes et du harcèlement sexuel et en participant à la création d'un environnement professionnel dans lequel chacun peut exercer son activité dans le respect de ses droits et de sa dignité.

Au-delà de la formation, cette action traduit notre volonté d'installer durablement une culture de vigilance, de respect et de responsabilité collective, dans laquelle chaque manager joue un rôle essentiel dans la prévention et le traitement des situations pouvant porter atteinte aux personnes.

Accompagner nos salariés grâce à la formation au lâcher-prise

Dans le cadre de notre démarche en faveur de la qualité de vie et des conditions de travail, nous avons proposé une formation dédiée au lâcher-prise en 2024, que nous avons reconduite en 2025 à destination des salariés de Brodart Packaging.

Cette formation accompagne nos salariés dans la gestion des situations professionnelles complexes. Elle aide à prendre du recul face aux contraintes du quotidien et à distinguer les situations sur lesquelles ils peuvent agir de celles qu'il leur faut accepter ou confier à d'autres.

Le lâcher-prise constitue un véritable levier de prévention : il permet de prendre de la hauteur, de mieux gérer ses priorités, de favoriser l'autonomie des équipes et de préserver son équilibre professionnel.

Cette action s'inscrit dans notre volonté de prendre soin de nos salariés, en leur donnant des clés concrètes pour exercer leur rôle avec davantage de sérénité et d'efficacité, tout en contribuant à des relations de travail plus apaisées dans un environnement professionnel en constante évolution.



CHIFFRES CLÉS 2025

27
nombre d'accidents du travail avec arrêt

8,8%
taux d'absentéisme

151
nombre de personnes formées à la sécurité

331 K€
montant investi dans la sécurité

05

FAIRE VIVRE LES TERRITOIRES

05.1 L'INTERVIEW — 54
05.2 SPORT & COHÉSION — 56
05.3 DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE — 58
05.4 CULTURE — 59
05.5 TERROIR & GASTRONOMIE — 60
05.6 SANTÉ & SOLIDARITÉ — 61

05.1

L'INTERVIEW



Julie PIZARRO
Directrice Marketing et Communication

Que représente concrètement l'ancrage territorial pour le Groupe Brodart ?

L'histoire du groupe est intimement liée au territoire aubois. Aujourd'hui, sa présence s'est élargie, mais cette croissance n'a pas changé ce qui constitue notre identité. Nous restons profondément attachés à notre histoire, à nos équipes et aux territoires dans lesquels nous sommes implantés. Nous privilégions sur chacun de nos sites des fournisseurs de proximité et sommes membres partenaires d'associations comme AREA Champagne Ardennes (Association Régionale des Entreprises Agroalimentaires) et certains de nos sites de production ont obtenu des labels reconnus : Alsace Excellence, Produit en Bretagne.
La dimension familiale se traduit par des valeurs qui guident les choix de notre direction : le respect, l'esprit de famille et le savoir-faire. Elles orientent notre manière de travailler, de construire nos relations avec nos collaborateurs comme avec notre environnement. Cela signifie contribuer à la dynamique des territoires qui nous accueillent.
Notre volonté est que nos engagements territoriaux ne restent pas uniquement visibles à l'extérieur de l'entreprise, mais qu'ils puissent aussi être vécus par les salariés du groupe autant que possible. En 2025, nous avons ainsi poursuivi et développé des actions et plusieurs partenariats dans les domaines du sport et de la culture.

Comment la communication contribue-t-elle à faire vivre ces engagements ?

Nous faisons vivre les engagements de la direction auprès de nos équipes et de notre écosystème. Nous apportons également de la visibilité en communiquant sur les actualités de nos partenaires et des réseaux d'entreprises auxquels nous contribuons.
À Troyes, par exemple, notre partenariat avec le Just Classik Festival et le Théâtre de la Madeleine nous a permis de proposer des places aux collaborateurs du siège, des sites d'Arcis-sur-Aube et du service commercial. Cette approche se retrouve également dans nos partenariats sportifs, notamment autour du sport féminin, avec les Tigresses de Sainte-Maure Troyes et l'équipe U18 féminine du Vignoble Nantais. Ce sont des moments conviviaux qui participent au renforcement des liens avec nos partenaires.

À l'horizon des prochaines années, comment souhaitez-vous faire évoluer l'engagement territorial et social de Brodart ?

Nous souhaitons faire évoluer notre manière d'impliquer les collaborateurs. Après le sport et la culture, nous voulons développer des actions qui puissent créer davantage de lien autour de l'action sociale et de la santé. L'idée est de soutenir des initiatives locales tout en permettant, lorsque cela est possible, à nos collaborateurs de s'y associer. C'est cette proximité entre notre entreprise, les collaborateurs et les territoires que nous souhaitons continuer à développer.

“ La communication a aussi un rôle de mise en relation : faire connaître ces initiatives, donner envie aux collaborateurs de s'y associer et créer des passerelles entre l'entreprise et son environnement local. ”

05.2

SPORT & COHÉSION



Le sport rassemble, fédère et porte des valeurs qui sont aussi les nôtres : esprit collectif et respect. Qu'il s'agisse de soutenir des clubs locaux ou de mobiliser nos collaborateurs lors de compétitions et d'événements sportifs, nous encourageons une pratique ouverte à tous.





- Soutien au Club de Football de Maillot et participation au Tournoi des entreprises
- Soutien au Club de Tennis de table et au Vélo Club d'Arcis-sur-Aube
- Soutien à l'American Events Aube Champagne (Harley)
- Partenariat Club féminin de Handball du Vignoble Nantais U18
- Soutien à l'Association Brst Bmx Troyes
- Soutien à l'Association la Loutre Arcisienne (Club de Pêche arcisien)
- Participation au Semi-Marathon de Troyes
- Mobilisation à l'occasion du Tour de France à Gournay-en-Bray
- Soirée initiation Padel à Troyes
- Partenariat Club féminin de Handball Sainte Maure Troyes N2







05.3

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Nous sommes heureux d'avoir reçu le Super Trophée de la cérémonie des Trophées de la performance organisée par la CPME Aube et L'Est éclair.
Cette distinction vient saluer le travail engagé depuis plusieurs années par l'ensemble de nos équipes, sur tous nos sites, au service de nos clients en France et à l'international. Elle récompense autant notre exigence industrielle que notre volonté d'innover et de faire rayonner notre savoir-faire sur nos territoires.

- Adhésion au Club Écologie Industrielle Aube
- Adhésion au Réseau Entreprendre Champagne Ardennes
- Adhésion à AREA Champagne Ardennes
- Adhésion à la CMA de l'Aube
- Adhésion à la CCI de l'Aube
- Partenariat Chaire Connected Innovation avec l'UTT
- Adhésion à Alsace Excellence
- Adhésion à Produit en Bretagne



05.4

CULTURE

Le Groupe Brodart soutient des lieux et des événements culturels locaux, du théâtre à la musique. Mécénats, partenariats ou participation : autant de façons d'encourager la création artistique et de la rendre accessible au plus grand nombre.

- Partenariat Just Classik Festival
- Partenariat Théâtre de la Madeleine
- Partenariat Muscadeath







05.5

TERROIR & GASTRONOMIE

Partenaire de longue date de la filière fromagère et viticole, le Groupe est naturellement attaché aux savoir-faire gastronomiques des régions. En soutenant concours, confréries et manifestations culinaires, nous contribuons à valoriser le patrimoine et les produits qui font la richesse de nos territoires.

- Grand prix Clémence Lefeuvre
- Les secrets du Petit Bonhomme
- Les Épicures
- Sponsor du Cru Vallet



05.6

SANTÉ & SOLIDARITÉ

Fidèle à ses valeurs de bienveillance et de solidarité, le Groupe s'engage aux côtés d'associations et de causes d'intérêt général. Nos collaborateurs se mobilisent régulièrement localement pour soutenir la recherche médicale et la prévention.

- Opération Donne Ton Soutif
- Mobilisation pour la lutte contre le cancer
- Soutien et participation au Téléthon Arcis-sur-Aube
- Mobilisation Movember









06

ÉTHIQUE & TRANSPARENCE

06.1 ÉTHIQUE & RELATIONS RESPONSABLES — 64

06.2 LUTTE CONTRE LA CORRUPTION — 66

06.1

ÉTHIQUE & RELATIONS RESPONSABLES

Règlement fournisseurs

Nous accordons une attention particulière à la qualité et à la solidité de nos relations avec nos partenaires.
En 2025, le Groupe Brodart Packaging a affiché un délai moyen de paiement de 47 jours. Cette maîtrise des délais traduit notre volonté de respecter nos engagements et de préserver l'équilibre de nos relations fournisseurs.
Elle contribue à des relations commerciales durables et renforce la résilience de notre écosystème industriel et local.

Code de conduite

Notre Code de conduite constitue le cadre de référence commun en matière d'éthique des affaires. Il précise les principes et les comportements attendus de nos collaborateurs comme de nos partenaires externes.
Face à l'évolution des exigences réglementaires et des attentes de nos parties prenantes, nous renforçons progressivement nos pratiques et nos dispositifs de prévention.
Ce cadre guide les décisions au quotidien, favorise une culture d'intégrité et de responsabilité et contribue à préserver la confiance à tous les niveaux de l'organisation.

Charte RSE

Notre Charte RSE, déployée sur l'ensemble des sites du Groupe, constitue un cadre commun pour nos engagements sociaux, environnementaux et éthiques.
Elle s'appuie sur des principes de confiance, de transparence, de respect et de durabilité, afin d'intégrer ces enjeux dans nos décisions et nos pratiques opérationnelles.
Diffusée auprès de tous les collaborateurs, elle rappelle que la performance durable repose sur la contribution de chacun et sur un dialogue responsable avec nos parties prenantes.

Charte IA

En 2025, le Groupe a engagé la formalisation d'une Charte IA, dont le déploiement est prévu en 2026. Elle accompagnera le développement des usages de l'intelligence artificielle dans un cadre responsable, sécurisé et conforme aux exigences applicables du règlement européen sur l'IA (AI Act).
Cette charte reposera notamment sur la supervision humaine, la transparence, la protection des données et des informations confidentielles, le respect de la propriété intellectuelle, la prévention des biais et la validation des résultats produits par l'IA.
Elle précisera les usages autorisés, les règles applicables aux outils d'IA générative et les responsabilités de chacun. Des actions de sensibilisation et de formation seront déployées afin de renforcer la maîtrise de l'IA et d'en favoriser un usage fiable, éthique et proportionné aux risques.

Politique d'achats responsables

Notre politique d'achats responsables place les enjeux RSE au cœur de la relation fournisseurs et vise à conjuguer performance économique, maîtrise des risques et création de valeur durable.
Nous privilégions des relations durables et équilibrées avec nos partenaires, fondées sur la confiance, la transparence et la loyauté.
Nos critères de sélection intègrent, aux côtés de la compétitivité et de la qualité, le respect des droits humains, des conditions de travail, de la santé-sécurité, de l'environnement et de l'éthique des affaires.
Nos partenaires sont invités à décliner ces principes dans leur propre chaîne de valeur. Des dispositifs d'évaluation et, lorsque nécessaire, d'audit contribuent à renforcer la traçabilité, la conformité et l'amélioration continue.
Cette démarche participe à la résilience de notre chaîne d'approvisionnement et à une croissance plus responsable.



UNE GOUVERNANCE FONDÉE SUR LA CONFIANCE ET LA TRANSPARENCE.

En 2025, nous avons poursuivi la consolidation de nos cadres éthiques et responsables afin de renforcer la conformité, la transparence et la confiance de l'ensemble de nos parties prenantes.

06.2

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

En tant qu'acteur industriel responsable, nous veillons à exercer nos activités dans le respect des lois, de l'éthique et de nos valeurs fondatrices.
La qualité de nos produits et la rigueur de notre gestion reposent sur une conduite exemplaire, guidée par l'intégrité, la transparence et la responsabilité.
Ces principes constituent les fondements de la confiance que nous entretenons avec nos clients, nos fournisseurs et l'ensemble de nos partenaires.

Lutte contre la corruption

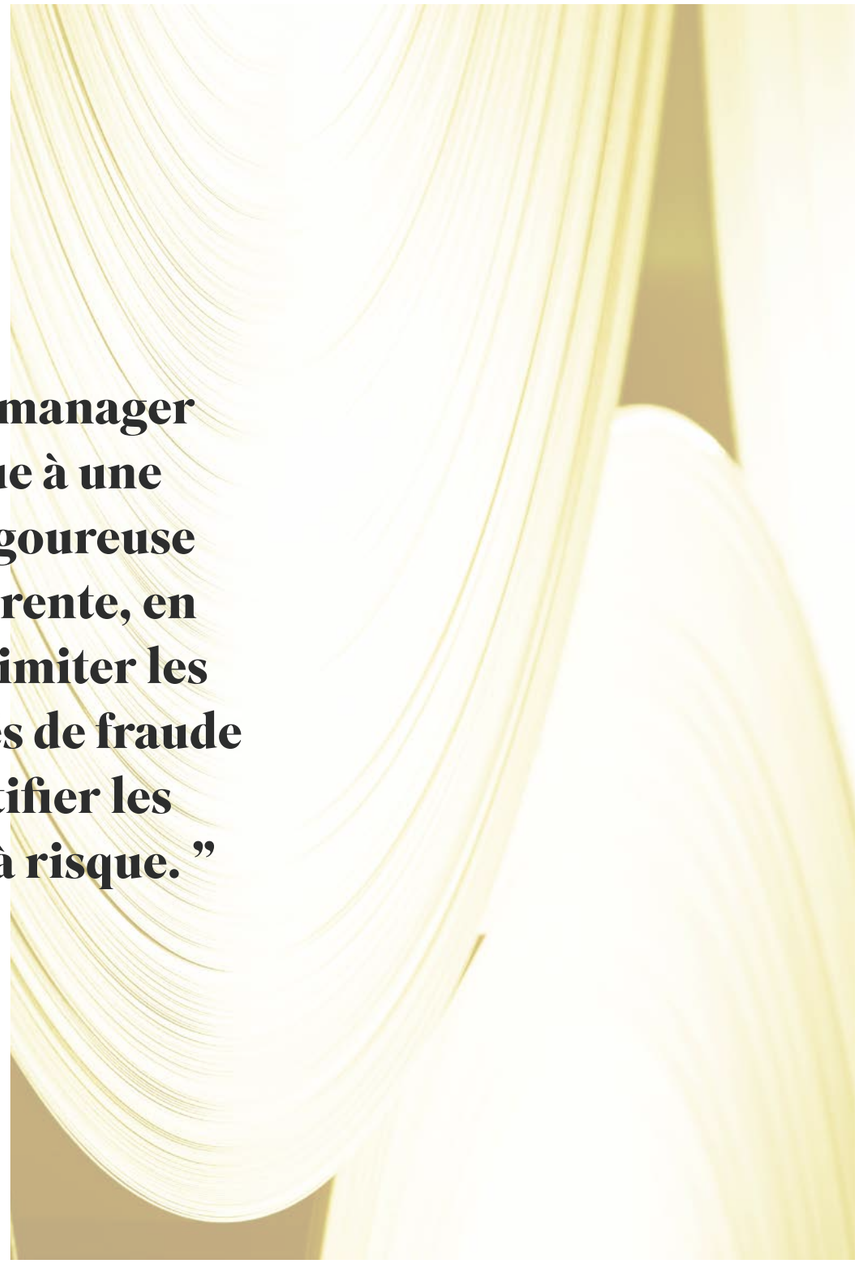
La prévention de toute forme de corruption, de fraude, de conflit d'intérêts ou d'abus de pouvoir fait partie intégrante de notre gouvernance.
Nos règles internes visent à identifier, prévenir et traiter les risques associés, dans une logique de vigilance et de responsabilité partagée.
Nous ne tolérons aucune pratique contraire à l'éthique, notamment :
• les conflits d'intérêts,
• les commissions illicites ou tout avantage indu,
• les cadeaux ou invitations susceptibles de compromettre l'indépendance des décisions,
• les abus de pouvoir ou situations de favoritisme,
• et plus largement, toute forme de corruption active ou passive.

Chaque manager contribue à une gestion rigoureuse et transparente, en veillant à limiter les opportunités de fraude et à identifier les situations à risque.
Nous encourageons l'ensemble des collaborateurs et partenaires à signaler tout comportement suspect ou non conforme.
Un dispositif d'alerte confidentiel permet de protéger les lanceurs d'alerte et d'assurer un traitement impartial de chaque signalement, conformément à la réglementation en vigueur.

Pratiques concurrentielles loyales

Nous défendons une concurrence libre, loyale et équitable, indispensable au bon fonctionnement du marché et à une innovation durable.
Nos performances reposent sur la qualité de nos produits, la fiabilité de nos services et la compétence de nos équipes.
Nous nous engageons à :
• respecter strictement le droit de la concurrence,
• éviter toute pratique anticoncurrentielle, telle que la collusion, la fixation de prix ou le partage de marchés,
• prévenir tout abus de position dominante,
• garantir des relations commerciales transparentes et équilibrées avec nos partenaires.

Nos pratiques marketing et commerciales reposent sur la loyauté, la transparence et la véracité des informations transmises aux clients et consommateurs.
Nous sensibilisons nos collaborateurs à ces enjeux afin que chacun adopte un comportement professionnel intègre et conforme au droit de la concurrence.
En cas de manquement, le Groupe se réserve le droit d'engager les mesures correctives nécessaires pour préserver l'équité du marché et l'éthique de ses activités.



“ Chaque manager contribue à une gestion rigoureuse et transparente, en veillant à limiter les opportunités de fraude et à identifier les situations à risque. ”

07

REMERCIEMENTS

Nous remercions toutes celles et ceux qui contribuent à la concrétisation de nos engagements en matière de responsabilité sociale et environnementale.

Nos remerciements s'adressent :

- **Aux collaborateurs du Groupe BRODART PACKAGING**,
- **Aux clients et partenaires de BRODART PACKAGING** pour leur confiance,
- **Aux associations** que nous soutenons et qui dynamisent les territoires,
- **À celles et ceux qui ont participé à la préparation de ce rapport**.



Coordination et rédaction :

- **Julie PIZARRO,** Directrice Marketing & Communication
- **Nicolas MINOIS,** Directeur Administratif et Financier - Responsable RSE
- **Karine MARTIN,** Directrice des Ressources Humaines

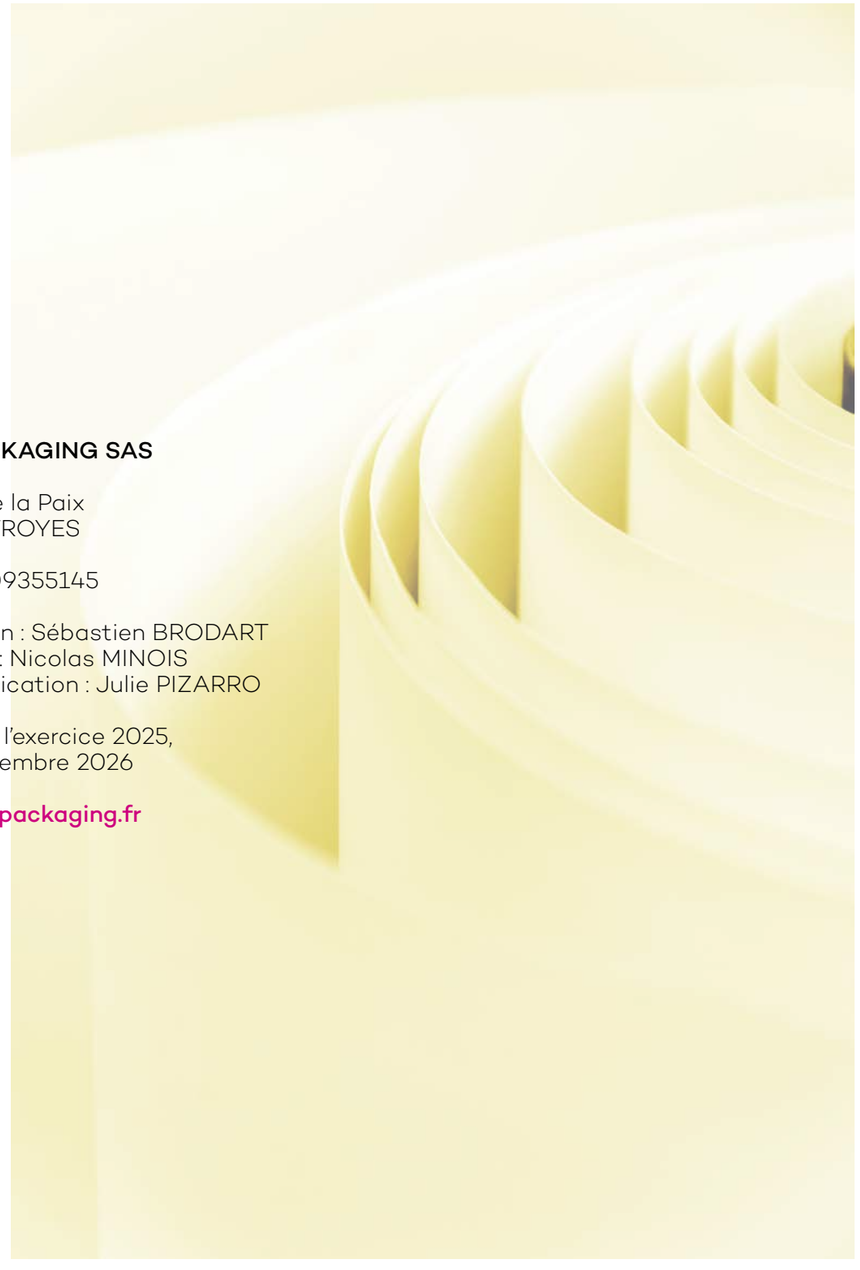
Création graphique et mise en page :

- **Mélaine VELUT,** Graphiste



08

CONTACTS



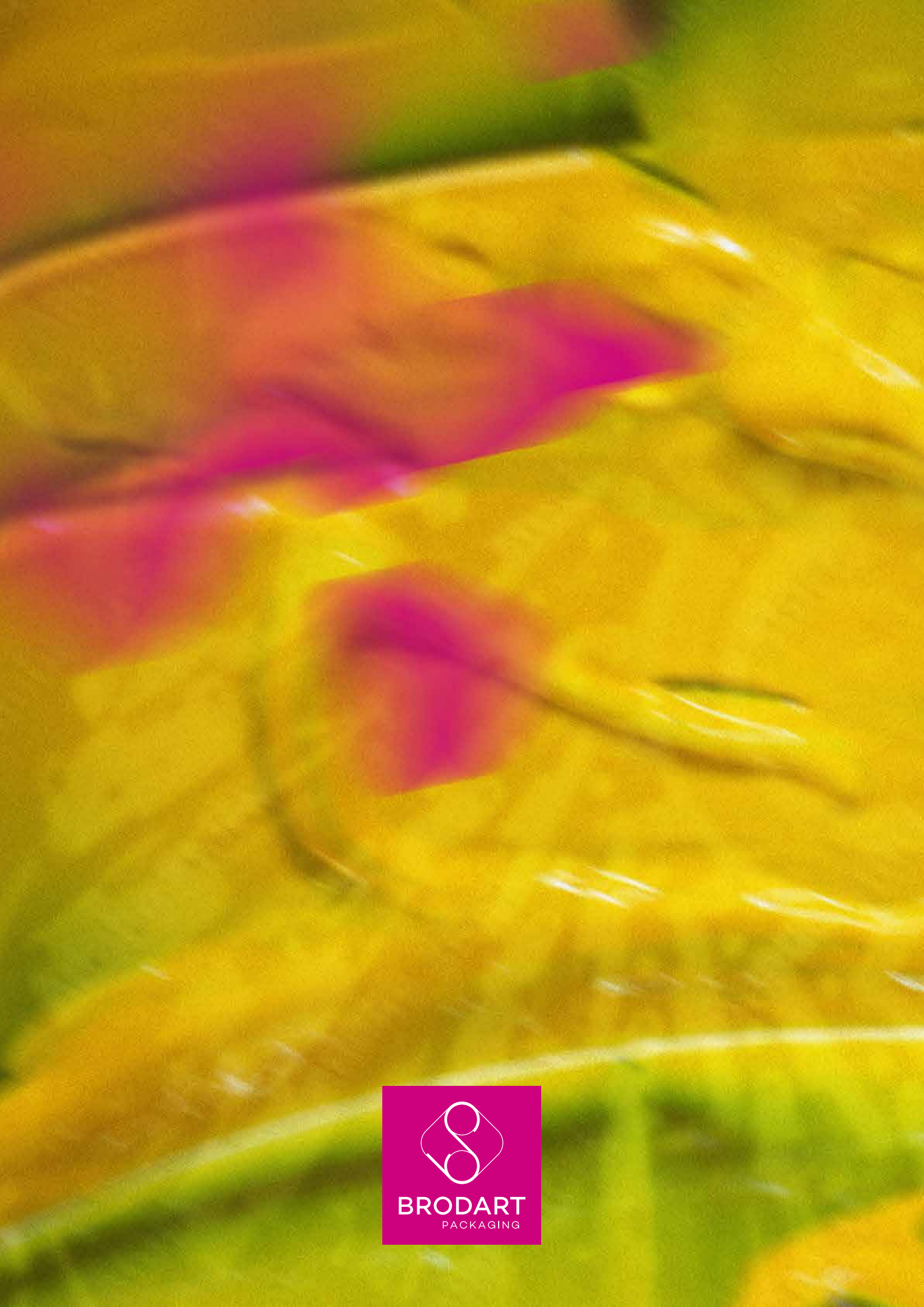
BRODART PACKAGING SAS
42 rue de la Paix
10000 TROYES

SIREN : 509355145

Directeur de la publication : Sébastien BRODART
Responsable RSE : Nicolas MINOIS
Directrice de la communication : Julie PIZARRO

Rapport relatif à l'exercice 2025,
publié en novembre 2026

www.brodart-packaging.fr


BRODART
PACKAGING