

HAUDECŒUR

DEPUIS 1932

MANIFESTE

RAISON
D'ÊTRE



LES PLUS GRANDES MARQUES DES SAVEURS D'AILLEURS

Depuis notre création en 1932, notre mission est de faire voyager les goûts, de réunir les cultures et de valoriser les richesses culinaires du monde entier. Mais cette aventure n'a de sens que si elle s'inscrit dans une démarche respectueuse des femmes, des hommes et de notre environnement. À travers ce Manifeste Raison d'Être, nous affirmons notre volonté d'agir concrètement face aux défis environnementaux, sociaux et économiques actuels.



MANIFESTE

Alors que l'entreprise est passée du statut d'activité familiale à celui d'acteur de 1er plan de son secteur, et après avoir franchi une nouvelle étape de développement en intégrant les sociétés Coexo (distributeur dans le Sud-Ouest) et Cepasco, (spécialiste Français des épices et aromates), Haudeccœur a souhaité **ancrer la structuration de sa stratégie RSE dans une démarche solide**, en travaillant de front l'analyse de ses enjeux sociaux et environnementaux et la formulation de sa Raison d'Être.

Cette réflexion qui a impliqué le Comité de Direction, les managers et collaborateurs de Haudeccœur, ainsi que ses fournisseurs et ses clients, a permis **de s'interroger collectivement sur les contributions de l'entreprise à la société**. Elle a ainsi révélé à quel point le fait de rendre accessibles les ingrédients indispensables à la préparation de plats et repas, respectueux du patrimoine culinaire de chacune de ses communautés de clients, joue un rôle clé dans la vie quotidienne. En effet, de tout temps et quelle que soit la culture, les traditions culinaires constituent un des ciments de la société: quoi de mieux qu'un bon repas et le goût de l'authentique pour créer des liens et se sentir accueilli, y compris dans sa différence?

3

2

Depuis
1932

CA de
320 M€

120 000 TONNES
de marchandises
distribuées

Un sourcing dans
60 PAYS

CERTIFIÉ ISO
9001, 14001
et **22000**



INDUSTRIEL
en riz, légumes secs, fruits secs,
épices, féculents et graines

1^{er} INTERVENANT
sur le marché
des produits du monde

RÉSEAU DE DISTRIBUTION :
détaillants, grossistes,
GMS, RHF, industrie

SITES HAUDECCŒUR
2 sites en IDF, 1 site Bordeaux,
1 site Toulouse, 1 site Montpellier
et 1 site Gémenos (Marseille)

- Site de production
- Site logistique

6000
CLIENTS

100
FOURNISSEURS

Un portefeuille
de plus de
2000
PRODUITS

+ de **15**
MARQUES
PROPRES

&
10
MARQUES
PARTENAIRES

En 1932, lorsque la famille Haudeccœur crée l'entreprise qui porte son nom, les plaines maraîchères de La Courneuve sont progressivement remplacées par des activités industrielles et des logements. Elles attirent à elles une population ouvrière de taille croissante et d'origines géographiques de plus en plus variées: Espagne et Italie, puis pays du Maghreb, d'Asie, d'Afrique...

Afin de répondre à la demande des travailleurs et de leurs familles s'installant à proximité, Haudeccœur, **dont l'expertise dans le triage des graines, céréales, riz et légumes secs de qualité** est déjà reconnue, développe progressivement sa gamme pour y incorporer **les ingrédients emblématiques des cultures culinaires du monde entier** (épices, fruits secs, harissa, feuilles de brick...). L'entreprise déploie sa couverture géographique et étend naturellement son rôle de grossiste/distributeur à celui d'importateur, puis de créateur de marques. Haudeccœur devient ainsi dès 1984, le 1er importateur de riz basmati, et ne cesse d'affirmer depuis **son leadership sur le marché des produits ethniques**, notamment via le lancement de la **marque Samia** en 2006; une gamme complète de produits orientaux allant des épices aux plats préparés, en passant par les bonbons et les sauces.

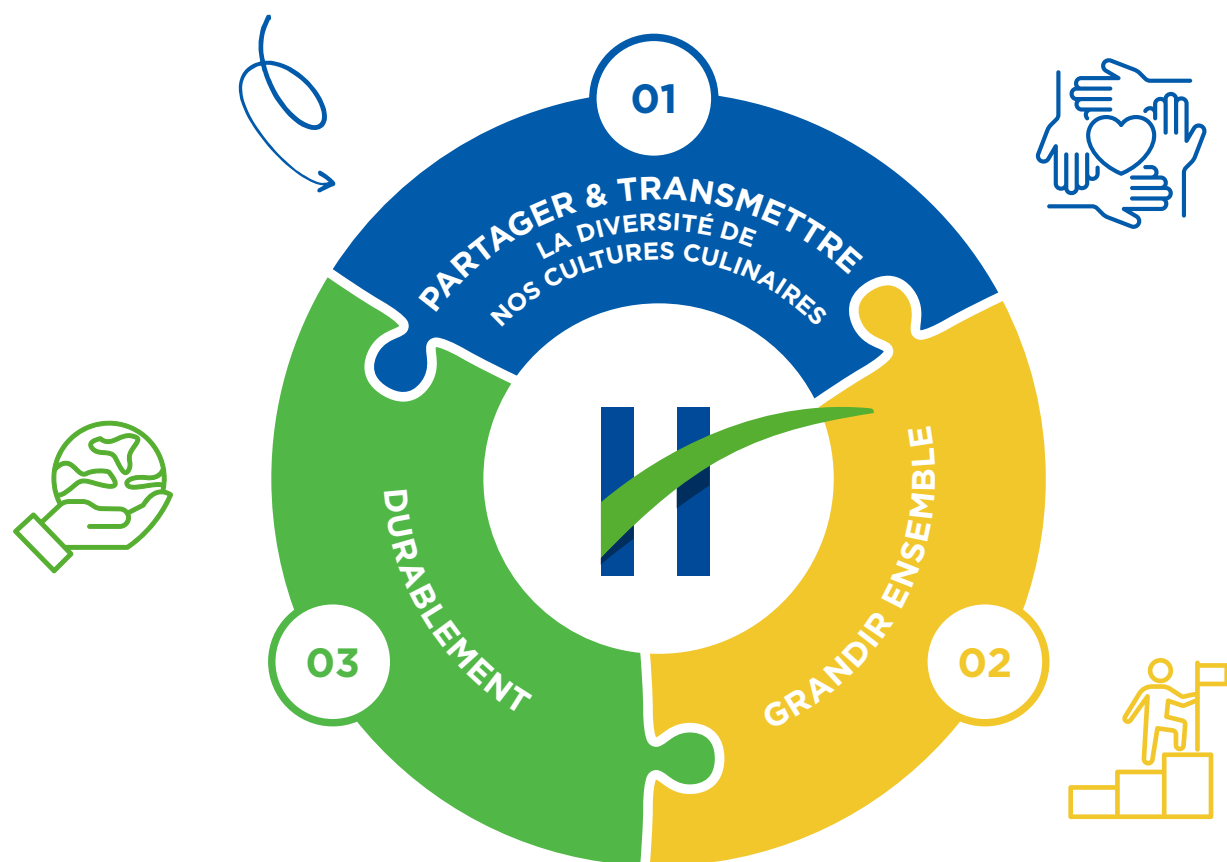


C'est pourquoi, convaincus que l'enjeu du bien-vivre ensemble n'a jamais été aussi central dans notre société, et que la cuisine favorise la rencontre des cultures, nous nous sommes donnés pour **Raison d'Être** de :

Partager et transmettre la diversité de nos cultures culinaires pour grandir ensemble durablement

4

Cette Raison d'Être, qui officialise notre volonté de respecter la diversité des cultures culinaires, de célébrer ces moments de partage uniques que créent les repas et leur capacité à rassembler autour de mêmes valeurs, c'est le projet d'entreprise que nous nous donnons collectivement et qui va s'incarner au quotidien par **les 3 axes d'engagement** qui en découlent :



2025

ENGAGEMENT N° 1: PARTAGER ET TRANSMETTRE LA DIVERSITÉ DE NOS CULTURES CULINAIRES

→ Cette possibilité de découvrir, partager et perpétuer les traditions culinaires dans toute leur richesse et leur diversité, passe par **le savoir-faire de nos collaborateurs**, qui sont aussi les représentants de nos communautés (19 nationalités sont représentées au sein de notre équipe!) et qui sont nos 1ers consommateurs. Chacun des produits de la gamme Haudeccœur se veut en effet porteur d'une histoire transmise de génération en génération, d'une identité culturelle forte et d'un goût authentique qui a traversé les frontières. En les sélectionnant méticuleusement, en partageant **notre expertise des habitudes alimentaires ethniques et nos conseils en termes d'assortiment** avec nos partenaires de distribution (grossistes et épiciers, GMS ou même de l'industrie agro-alimentaire) et en centrant nos plans de communication sur **la richesse des patrimoines culinaires** (notamment grâce à notre marque Samia qui propose des recettes traditionnelles du Maghreb et met en avant des chefs maghrébines), nous les mettons à la portée de tous et encourageons ainsi la curiosité et le respect de l'autre.

Cette proximité aux communautés, Haudeccœur a su la renforcer en étendant **son ancrage sur le territoire** grâce aux deux entreprises implantées dans le sud de la France qui l'ont rejoint récemment; Coexo et Cepasco. C'est ce qui lui a permis d'élargir encore sa gamme et de continuer de se réinventer pour s'adapter avec agilité aux **nouvelles attentes de ses clients, professionnels comme particuliers** et nourrir avec eux **des relations de confiance**.



La proximité nous la cultivons aussi avec **nos partenaires et nos producteurs**, en travaillant main dans la main avec eux au niveau local pour assurer **la traçabilité de notre chaîne d'approvisionnement**, garantie pour nos consommateurs **d'une offre de qualité, tant sur le plan gustatif que nutritionnel**. Nous mesurons d'ailleurs tous les ans la satisfaction de tous nos clients via des enquêtes de satisfaction, ce qui permet de nous assurer que nous répondons au mieux à la diversité de leurs besoins et de leurs cahiers des charges.



5

ENGAGEMENT N° 2 : GRANDIR ENSEMBLE



→ La réussite n'a pour nous de sens que dans sa dimension collective et c'est pourquoi elle passe en 1er lieu par celle de nos équipes. Elle doit s'ancrer dans leur bien-être, leur sécurité et leur épanouissement mais aussi **dans la possibilité offerte à chacun de progresser, en étant accompagné dans son parcours professionnel et son insertion dans la société**. C'est pourquoi nous mettons en place des plans d'actions permettant de créer un environnement de travail sain, inclusif et stimulant.

Nous faisons bien sûr de **la sécurité** une priorité absolue pour l'ensemble de nos collaborateurs, en organisant régulièrement des formations adaptées à chaque poste et aux spécificités de notre activité de conditionnement et de logistique, **avec l'objectif d'atteindre et maintenir le « zéro accident au travail »**. Afin d'améliorer la Qualité de vie au Travail (QVT) et de réduire la pénibilité de certaines tâches, nous avons investi massivement dans notre chaîne de préparations de commandes en 2021, puis dans notre atelier de conditionnement en 2025.



6

Nous conduisons par ailleurs chaque année une enquête de satisfaction auprès de nos équipes pour recueillir leurs opinions et suggestions en matière de qualité de vie au travail. **Ce baromètre social** auquel 75 % des effectifs répond – permet à chacun de faire entendre sa voix et ainsi de mettre en place des actions d'amélioration du cadre de travail, de développement des compétences et d'accompagnement des souhaits d'évolution professionnelle.



La force de notre collectif reposant aussi sur sa diversité, nos recrutements se font en coordination avec les mairies et les antennes de France Travail, ce qui permet de **favoriser l'insertion professionnelle et l'intégration culturelle**. Ainsi notre développement économique contribue aussi directement à celui de nos territoires d'implantation.

Enfin, notre engagement dépasse les murs de l'entreprise: nous nous impliquons activement dans **le développement des communautés**, en France, à la Courneuve, comme à l'international. Nous sommes ainsi particulièrement fiers de soutenir **l'association « Toutes à l'école » au Cambodge**, en faisant don chaque année de 36 tonnes de riz, soit l'équivalent de 10 000 repas par mois, ce qui permet de nourrir l'ensemble des élèves d'une école de jeunes filles. Cette action, en venant soutenir l'éducation et l'autonomie des femmes, est aussi une illustration concrète de notre contribution au « grandir ensemble ».



ENGAGEMENT N°3 : DURABLEMENT



→ Commercialiser des produits venus d'Asie et d'Afrique, c'est faire voyager les saveurs... Mais aussi des marchandises, et ceci sur de longues distances. Conscients que nos activités impliquent par nature de nous approvisionner loin de nos lieux de consommation, nous avons eu à cœur de mener **une réflexion approfondie sur notre impact environnemental afin de poser les jalons de notre trajectoire de progrès**.



Ainsi, **notre charte d'achats responsables**, diffusée à l'ensemble de nos partenaires, intègre aujourd'hui des critères liés à **la biodiversité** et un code de bonne conduite pour **encourager des pratiques plus durables**. Nous avons fixé un objectif progressif à sa mise en œuvre avec 25 % des fournisseurs signataires dès la première année, 50 % la deuxième, 75 % la troisième avec le souhait d'accompagner les transformations que cela ne manquera pas de générer chez eux.



Depuis 2023, **nous mesurons aussi tous les ans l'empreinte carbone de notre groupe**. Ceci nous permet de fixer **des objectifs concrets de réduction ciblant les étapes les plus émettrices de notre chaîne de valeur**, et de témoigner annuellement, en toute transparence, de notre volonté d'amélioration continue.



En parallèle, nous intégrons **les principes de l'économie circulaire** à nos processus de production, via **la recyclabilité de nos emballages** notamment, et avons fixé comme objectif d'utiliser **100 % d'emballage en mono-matériaux**, beaucoup mieux valorisés par les filières de tri. Cela passe par des arbitrages techniques, mais aussi par une sensibilisation de nos équipes à **la bonne gestion de nos déchets** et de nos partenaires à la nécessité de concevoir ensemble **des emballages de moindre impact environnemental**.

Nous avons aussi à cœur de **lutter contre le gaspillage alimentaire** et avons mis en place des partenariats avec des associations locales de redistribution (dont « Une Chorba pour Tous » qui distribue des repas chauds tous les jours aux plus défavorisés).



Enfin, parce que nous croyons qu'un changement durable ne peut se faire qu'avec l'adhésion de tous, nous avons également mis en place **une évaluation annuelle de la satisfaction de l'ensemble de nos fournisseurs**. Ce questionnaire entretient un dialogue régulier avec nos partenaires, ce qui nous permet de mieux comprendre leurs spécificités, d'ajuster nos pratiques et d'avancer ensemble vers des modèles plus responsables.



Notre démarche environnementale, en cours de mise en œuvre, repose ainsi sur **des engagements progressifs mais concrets**, à la hauteur des défis que nous serons amenés à surmonter.



7

CONCLUSION

Ainsi notre Raison d'Être nous fédère, autour d'un **projet de développement ambitieux mais durable**, grâce à une feuille de route développée en intelligence collective avec les partenaires et acteurs de notre quotidien.

Ce projet, appelé à se déployer sur les prochaines années, s'inscrit dans une volonté d'amélioration continue de nos pratiques, avec l'engagement sincère d'adresser les enjeux sociaux et environnementaux de nos activités.

A cet effet nous avons créé en 2025 la fonction de **référént RSE** et avons mis en place **notre Comité RSE** auquel participe l'intégralité des membres du Comité de Direction. Celui-ci se réunira tous les 6 mois pour piloter la feuille de route et évaluer les progrès réalisés, comme les actions encore à mener.

Nous avons par ailleurs entamé un **plan de déploiement** auprès de l'ensemble de nos équipes afin de les sensibiliser aux enjeux de nos activités et de les embarquer dans la mise en œuvre des plans d'actions.

C'est ainsi, en grandissant tous ensemble, que nous transmettrons et partagerons durablement la diversité des cultures culinaires.



HAUDECOEUR
DEPUIS 1932



60, rue Emile Zola - 93120 La Courneuve

Tél : 01 48 11 15 55

haudecoeur@haudecoeur.fr

www.haudecoeur.fr