

flunch s'engage en matière de responsabilité sociétale

Conscient des impacts sociaux, environnementaux et économiques de ses activités depuis plusieurs années, flunch renforce sa démarche via la création d'un **département RSE et Développement Durable**. Sa mission principale ? Développer les projets déjà initiés, en les structurant au niveau national. A travers ses différentes actions, l'enseigne de restauration en libre-service agit sur toute sa chaîne de valeur, des collaborateurs aux produits, en passant par le bien-être animal.

Par et pour les femmes et les hommes

flunch a défini les grandes orientations de sa nouvelle stratégie de ressources humaines autour d'une notion centrale : **le mieux-vivre de ses collaborateurs**.

Pour cela, l'enseigne mise avant tout sur une **contribution/rétribution équilibrée**, articulée autour de piliers fondamentaux tels la formation, le respect de l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle ou encore l'amélioration de la qualité de vie au travail. Le bien-être des salariés passe également par la notion de « **bien-manger** », au cœur des préoccupations de santé publique. A titre d'exemple, flunch va mettre en place prochainement un **coaching** pour conseiller ses collaborateurs en matière de **nutrition** lors des repas pris dans le cadre de leur travail.

L'origine et la qualité des produits, au cœur des préoccupations

Depuis toujours, flunch attache une importance particulière au « bien-manger » et s'engage au quotidien pour proposer à ses clients des **produits de qualité au meilleur prix**.

Dans les restaurants, **plus de 80% de la viande bovine vendue est d'origine française**. flunch met un point d'honneur à proposer des produits carnés de qualité, parmi lesquels le steak haché labellisé « Viande Bovine Française » (VBF) et le poulet rôti labellisé « Volaille Française » disponible dans le f Menu à 9,95€. Côté mer, **100% des filets de poisson sont sauvages**, et aucun ne fait l'objet de surpêche. Tous détiennent un **label de qualité**, comme le filet de merlu provenant de l'Ile-d'Yeu labellisé « Pavillon France », ou encore le filet de saumon rose du Pacifique origine Alaska, labellisé « Sauvage, naturel et durable ».

flunch poursuit ainsi sa démarche d'**acheteur responsable** : acheter des produits au juste prix, en tenant compte de leurs impacts environnementaux et sociaux, tout en garantissant des prix accessibles au plus grand nombre.

flunch engagé en faveur du bien-être animal

Sensible au respect de l'environnement et au bien-être animal, flunch travaille main dans la main avec ses fournisseurs et œuvre au quotidien pour offrir à sa clientèle une offre alimentaire sûre et saine. Parmi les différents projets de l'enseigne, l'engagement **de mettre fin à l'approvisionnement des ovo produits (à savoir œufs frais, durs et liquides) provenant de poules élevées en cage à l'horizon 2025**. Dans cette démarche, flunch tient à accompagner ses fournisseurs, en tenant compte du rythme d'adaptation des producteurs et de l'équilibre de la filière, afin de pouvoir proposer à sa clientèle des produits issus de modes de production alternatifs.

Renseignements presse – Agence Passerelles Paris by Oconnection

Caroline Amorosini – Anne-Marie Boyault

camorosini@oconnection.com – amboyault@oconnection.com

01 71 90 50 03