



HOTEL DU CAP-EDEN-ROC
CAP D'ANTIBES

RAPPORT DE
RESPONSABILITÉ
SOCIÉTALE
2020



SOMMAIRE

I. LA STRATÉGIE GLOBALE	4
1. Présentation générale	4
2. Analyse de la situation	9
3. Politique RSE 2020	10
4. Profil du rapport	14
II. SOCIAL : RESPECT DES DROITS HUMAINS	16
1. Garantir l'équité & lutter contre les discriminations	16
2. Favoriser la qualité de vie au travail & le dialogue social	20
3. Encourager le développement & l'employabilité	22
III. ENVIRONNEMENTAL : CONSOMMATION RESPONSABLE	26
1. Réduire par l'innovation nos consommations	26
2. Connaître, protéger la biodiversité	29
3. Réduire nos déchets & limiter tout type de pollution	31
4. Acheter de façon responsable	38
IV. SOCIÉTAL : SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE	46
1. Engager nos salariés	46
2. Inciter notre clientèle	48
V. SOCIÉTAL : ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES	54
1. Privilégier les producteurs locaux	54
2. S'engager aux côtés de partenaires	55
3. Développer notre réseau RSE local	57
VI. OKRS RSE - TAUX D'ACHÈVEMENT	60
VII. LA STRATÉGIE 2021	62

I. LA STRATÉGIE GLOBALE



I. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

OETKER COLLECTION

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc fait partie de Oetker Collection, composée aujourd'hui de 9 établissements et incarne le meilleur de la tradition hôtelière européenne. Ses hôtels de légende sont comme les perles d'un collier, toutes distinctes, mais ensemble unies par l'unique désir d'offrir un service d'exception. À travers Oetker Collection, notre clientèle découvre une « passion de vivre » comprenant la culture, la gastronomie et les plaisirs de la nature. C'est ce pourquoi, année après année, notre clientèle revient dans nos « Masterpiece Hotels ».

La vision d'Oetker Collection est de « Devenir la Collection d'hôtels la plus aimée au monde ». Sa mission est d'« Être des hôtes de référence en créant des liens authentiques dans des lieux inoubliables ».

Dans cette optique, Oetker Collection investit dans la RSE : elle reconnaît la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et son adhésion au Pacte Mondial est un élément fort de son engagement. Le Pacte Mondial représente une communauté d'organisations qui soutiennent et investissent dans la RSE.

En adhérant au Pacte Mondial, Oetker Collection a choisi de solenniser son engagement social, sociétal et environnemental. Elle rend compte des progrès accomplis par les établissements de la Collection en publiant un rapport annuel.

Elle a également tenu à s'entourer de l'association anglaise « Considerate Hoteliers » qui a pour mission d'aider les hôteliers dans cette démarche de développement durable.

L'hôtel comprend un restaurant gastronomique, un grill, trois bars, un Champagne Lounge, un Juice Bar, un atelier de production de chocolat, une piscine d'eau salée dominant la mer, cinq courts de tennis en terre battue, 33 cabanes privées, un salon de coiffure, une boutique, un centre de bien-être offrant des traitements La Prairie et produits Bamford, un espace de remise en forme et un espace de jeux pour les enfants pendant la haute saison.

Avec jusqu'à 450 salariés pendant la haute saison, L'Hôtel du Cap-Eden-Roc offre un niveau de service haut de gamme à chacun de ses clients.

Julie Poirot, Responsable Régionale RSE, Développement & Innovation, sous la responsabilité de Philippe Perd, Chief Development Officer & Co-Managing Director Oetker Collection, est en charge du déploiement de notre stratégie RSE au sein de trois hôtels dans le Sud de la France : L'Hôtel du Cap-Eden-Roc, le Château Saint-Martin & Spa et L'Apogée Courchevel.



VALEURS



MISSION

« Transformer des moments précieux en souvenirs magiques. »

Nos hôteliers sont guidés par des valeurs et des objectifs communs, en particulier dans le cadre du développement social et environnemental. C'est cet nouvel engagement qui nous permet d'être au plus proche de nos clients.

PHILOSOPHIE

- Recruter, développer et responsabiliser des hôteliers d'exception
- Être extraordinaire pour créer l'extraordinaire
- La bienveillance et la générosité nous animent
- L'élégance, la tradition et le patrimoine portent la Créativité, l'innovation et la durabilité

VISION

« Être reconnu comme l'hôtel le plus légendaire au monde et garant d'un avenir durable. »

Nous considérons que l'appartenance à Oetker Collection doit être synonyme de respect des personnes et de la nature. Cette valeur partagée entre nous et nos clients nous rapproche. Notre engagement en faveur de la Responsabilité Sociétale contribuant au Développement Durable ne se résume pas à une simple posture, il est :

- En lien direct avec notre business modèle
- Un levier stratégique
- Un vecteur de la conduite du changement
- Assimilé et approprié par l'ensemble des collaborateurs

“Garants d'un avenir sûr et responsable”

POSITIONNEMENT

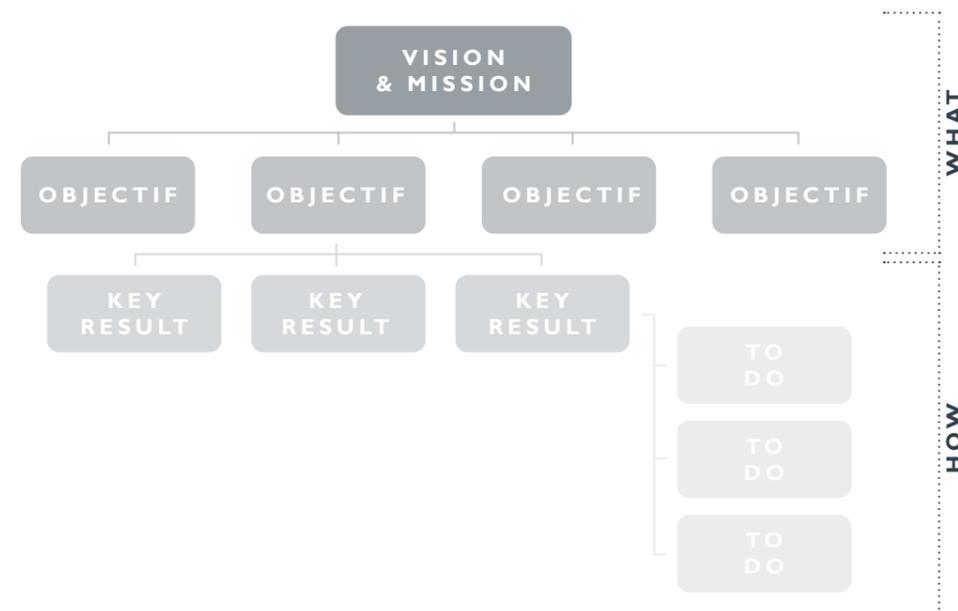
“Timeless Legend”

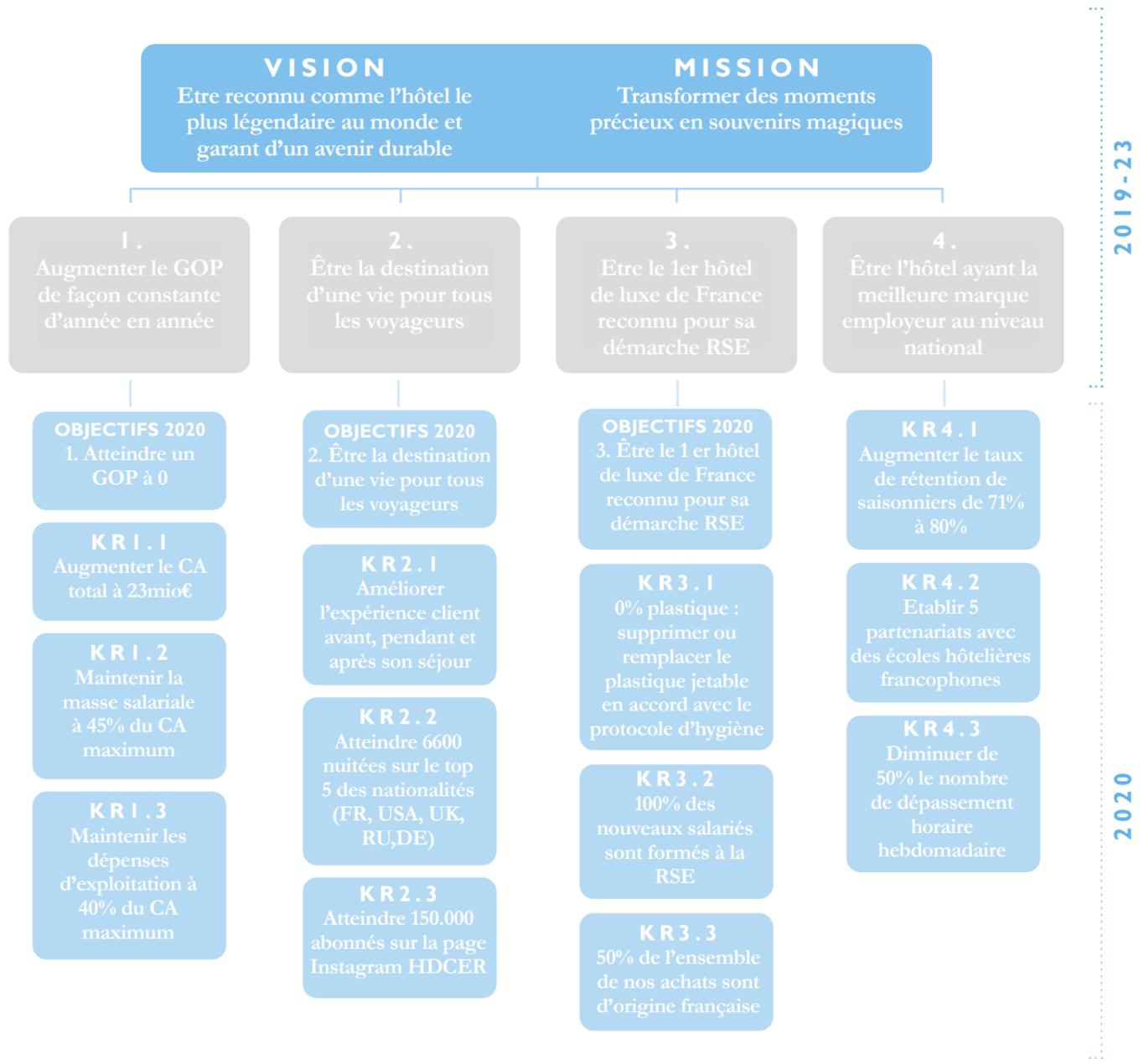
OKRS

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc a mis en place une nouvelle méthode, la méthode OKRs (Objective Key Results). Elle constitue une méthode de gestion permettant de définir des objectifs et des actions. L'objectif principal est d'atteindre le succès de l'entreprise tous ensemble en suivant la même ligne directrice.

Plusieurs OKRs ont été mis en œuvre par tous les chefs de Service et leurs équipes afin d'atteindre notre vision commune.

Cet outil de management a été défini par John Doerr et permet de : communiquer, mesurer et atteindre des objectifs ambitieux. Les OKRs sont le manifeste de choix judicieux et les moyens par lesquels nous coordonnons les actions de nos salariés pour atteindre de grands objectifs collectifs.





2. ANALYSE DE LA SITUATION

SAISON 2020 EN REVUE

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc a ouvert le mercredi 1er juillet 2020 jusqu'au dimanche 20 septembre 2020.

RÉCOMPENSES ET DISTINCTIONS

En février 2020, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc a remporté le prix de la «Palme du Tourisme Durable» au niveau national.



L'Hôtel du Cap-Eden-Roc a reçu en 2016 la distinction Palace.

150 ans de légende

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc célèbre, en 2020, ses 150 ans. Inauguré le 26 Février 1870 sous le nom de «Villa Soleib», il devient au fil des années, la destination de luxe sur la Côte d'Azur

Le renouveau de la gastronomie

Pour ses 150 ans l'hôtel célèbre un renouveau gastronomique.

Nos trois restaurants poussent l'exigence encore plus loin dans un tout nouveau décor et une nouvelle impulsion culinaire aux côtés du chef triplement étoilé au Michelin, Eric Frechon. L'ancrage local est réaffirmé avec force dans le choix de la décoration mais aussi dans la cuisine, méditerranéenne et provençale.

ÉVÈNEMENTS SANITAIRES

La saison 2020 fut une saison plus courte en raison des événements sanitaires survenus dans le monde liés à la COVID-19.

OCCUPATION

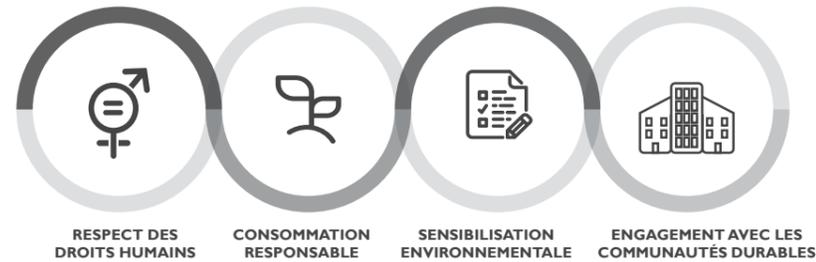
Sur l'ensemble de la saison 2020, le taux d'occupation est en moyenne de 56,1% (en baisse lié à la crise sanitaire). Les fermetures de certaines frontières et les restrictions de déplacements ont fait fortement chuter la présence de notre clientèle américaine. Cependant, nous avons pu compter sur notre clientèle française cet été qui a augmenté de près de 18%

	Saison 2018	Saison 2019	prévision 2020	Saison 2020	Nationalités	Saison 2019	Saison 2020
Taux d'occupation	87.5%	86.6%	85.0%	56.1%	France	7.3%	24.8%
					Grande Bretagne	12.7%	24.4%
					Allemagne	5.8%	9.7%
					Suisse	3.6%	9.1%
					Etats-Unis	45.4%	8.8%

3. POLITIQUE RSE 2020



Comme évoqué précédemment, nous nous engageons à aligner notre stratégie, notre gouvernance et nos processus de décision sur les principes du Pacte Mondial et sur la GRI. Ces principes sont cohérents avec nos valeurs et avec les sept principes de responsabilité sociétale de l'ISO 26000 auxquels nous nous référons également : redevabilité, transparence, comportement éthique, reconnaissance des intérêts des parties prenantes, respect du principe de légalité, prise en compte des normes internationales de comportement et respect des droits de l'Homme.



ENGAGEMENT 1 RESPECT DES DROITS HUMAINS



- 1.1. Garantir l'équité entre nos collaborateurs tout en luttant contre les discriminations.
- 1.2. Favoriser une qualité de vie optimale au travail et soutenir le dialogue social.
- 1.3. Encourager le développement et l'employabilité de nos collaborateurs.

Objectifs :

- Analyser les indicateurs d'égalité professionnelle
- Animer 1 atelier découverte RSE/mois
- Mettre en place 50% des propositions réalisables issues des réunions d'expression
- Former 90% des nouveaux employés à la RSE

ENGAGEMENT 2 CONSOMMATION RESPONSABLE



- 2.1. Réduire par l'innovation nos consommations de ressources.
- 2.2. Connaître, protéger et restaurer la biodiversité qui nous entoure.
- 2.3. Appliquer la réglementation liée aux déchets et s'efforcer de limiter tout type de pollution.
- 2.4. Acheter de façon responsable en favorisant les fournisseurs qui respectent nos principes.

Objectifs :

- Suivre et analyser les consommations selon des indicateurs pertinents
- Supprimer progressivement le plastique à usage unique
- Enrichir le Plan de Mobilité Entreprise et le communiquer
- Augmenter de 3% les légumes en provenance de France/Italie
- Maintenir 100% des oeufs d'origine biologique/pleins air

ENGAGEMENT 3 SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE



- 3.1. Engager nos salariés dans la responsabilité sociétale.
- 3.2. Inciter notre clientèle à contribuer à notre vision d'avenir durable.

Objectifs :

- Obtenir 99% de taux de satisfaction à la question 1 de l'Engagement Survey RSE
- Participer à 10 évènements RSE locaux

ENGAGEMENT 4 ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES



- 4.1. Privilégier les producteurs locaux, gage de richesse patrimoniale de notre territoire.
- 4.2. S'engager aux côtés de partenaires dans des projets environnementaux et sociaux.
- 4.3. Développer notre réseau RSE local.

Objectifs :

- Atteindre 65% de fournisseurs locaux sur les denrées alimentaires en volume d'achat
- Soutenir un organisme de bienfaisance local
- Candidater pour un prix RSE



OKRS RSE

OBJECTIF STRATÉGIQUE 2019-23

Etre le 1er hôtel de luxe de France reconnu pour sa démarche RSE

DÉPARTEMENT	SERVICE	OBJECTIF CHEF DE SERVICE	KEY RESULTS CHEF DE SERVICE
ADMINISTRATIF	Ressources Humaines	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Co-crée X sessions de formations RSE
			Organiser et convoquer 100% des nouveaux salariés aux formations RSE
COMMERCIAL	Ventes	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	70% de nos actions avec des partenaires locaux sont mis en avant (réseaux sociaux, blogs, web, presse)
MARKETING	Ventes	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Négocier 5 accords avec partenaires locaux (goodies)
	Achats	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	100% de nos nouveaux sourcing fournisseurs sont sollicités pour nous suivre dans notre démarche Analyser 100% de nos 30 top fournisseurs pour déterminer la provenance des achats Faire un appel d'offre des 20 plus gros volume produits accueil : comparer achats Chine et France
FINANCES	«Finances Comptabilité»	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Créer un questionnaire sur le bien être en entreprise (équipements, ambiance, motivation etc.), Créer un support interactif avec visuels et réponses instantanées avec Kahoot! Quiz (à envoyer à tous les CDS pour réunion hebdomadaire ou mensuelle)
	Informatique	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Organiser 2 IT'eliers Organiser 5 réunions ou actions RSE
	Paie	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	100% des nouveaux salariés formés sur la procédure de SDTC par voie dématérialisée 100% des salariés sensibilisés à la RSE
HÉBERGEMENT	Housekeeping	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Au 15 juillet, les 6 nouveaux salariés ont suivi une formation à la RSE globale
			Au 1er août, les 6 nouveaux salariés ont suivi une formation RSE spécifique HSK opérationnelle (recyclage, tri, produits...)
	Ikon	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Former tous les nouveaux salariés aux démarches RSE au sein HDCER. Faire participer tous les employés Ikon à au moins une action RSE durant la saison (Ramassage de déchets, nettoyage des plages, etc.)
	Jardins	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Choisir 70% de producteurs français pour les plantes annuelles Instaurer 10% dans le parc d'espèces endémiques (soit 9000m2)
	Spa & Boutique	0% plastique : supprimer ou remplacer le plastique jetable en accord avec le protocole d'hygiène	Atteindre 100% de sacs poubelles en papier craft dans les cabines / cabanes
			Avoir 3 fournisseurs répertoriés pour l'utilisation des consommables soins Trouver au moins 2 partenaires cosmétiques et boutique chaque année qui recyclent le plastique des mers et proposent des emballages recyclés des mers
Technique	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	100% de l'équipe technique est formée à la RSE Définir le SOP en lien avec le RSE au sein du service technique Sensibiliser 100% des prestataires externes aux critères RSE sur leur matériel	
RESTAURATION	Cuisine Restaurant Grill	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Atteindre 15 Produits en achat local Atteindre 80% d'achats de légumes France et Italie
	Cuisine Restaurant Lou Roc	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Atteindre 80% d'achats de légumes Français (en volume) Augmenter de 50% les Fournisseurs à moins de 200km (en nombre)
	Pâtisserie	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Intégrer 4 nouveaux fournisseurs locaux pour les matières premières Utiliser 100% de nos agrumes de notre parc et dans nos villas
	Sommellerie	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Acheter 100% du matériel sommellerie en France Acheter 80% de spiritueux en France

4. PROFIL DU RAPPORT

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Le périmètre de ce rapport est celui de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc dont la stratégie RSE a été créée selon les référentiels suivants :

- √ Global Reporting Initiative
- √ Global compact
- √ ISO 26000
- √ Considerate hoteliers

Ce rapport décrit essentiellement les politiques, pratiques managériales et performances obtenues à l'Hôtel du Cap-Eden-Roc. Inspiré des lignes directrices du GRI4, ce rapport indique :

- 1) Les éléments généraux d'information G4 correspondant à l'option Core (critères essentiels).
- 2) Les éléments spécifiques d'information et au moins un indicateur relié à des aspects matériels de chacune des quatre grandes thématiques du Pacte Mondial.
- 3) Les éléments spécifiques d'information et au moins un indicateur relié à tout autre aspect que nous considérons comme matériel.

Notre engagement en Responsabilité Sociétale est par définition placé sous le sceau de l'éthique. Tous nos comportements doivent refléter cette exigence qui se traduit notamment par :

- Le respect des lois et réglementations en vigueur dans nos pays d'implantation.
- Le respect des normes internationales de comportement promues par des institutions internationales légitimes (ONU, OIT, OCDE...).

Ethiquement, nous sommes engagés à :

- La transparence des transactions.
- L'interdiction de commercialisation d'objet ou pièce archéologique.
- L'interdiction pour les clients de commercialiser des produits au sein des hôtels.
- Le respect des minimas sociaux et environnementaux chez les sous-traitants.
- La recherche d'une relation équilibrée et de long terme avec ses fournisseurs et sous-traitants
- Le respect des droits de propriété.
- La présence d'un code de conduite éthique des affaires et de procédures liées à la réception de cadeaux par nos salariés.



RESPECT DES DROITS HUMAINS

OBJECTIFS

	Analyser les indicateurs d'égalité professionnelle	1	Animer 1 atelier découverte RSE/mois
90%	Former 90% des nouveaux employés à la RSE	50%	Mettre en place 50% des propositions réalisables issues des réunions d'expression

I. GARANTIR L'ÉQUITÉ & LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

ÉGALITE FEMME/HOMME

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc devient en 2019 le premier Palace 5 étoiles en France à obtenir le label Egalité professionnelle entre les Femmes et les Hommes par l'Afnor. Le prochain audit de suivi est prévu en avril 2021.

Depuis le 1er mars 2020, les entreprises de plus de 50 salariés doivent calculer et communiquer leur Index Egalité Professionnelle. L'hôtel a obtenu la note de 84/100 (>75/100, note minimale requise).

À l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, le code éthique Oetker Collection est connu de tous les collaborateurs (joint à l'e-mail d'accueil) et met l'accent, dans son volet social, sur les points suivants: l'interdiction du harcèlement moral et sexuel, le droit au respect et à la dignité humaine, le refus de toute forme de discrimination relative au recrutement, à l'accueil et l'intégration, la gestion des carrières, la formation, la communication et l'égalité des chances.

Le règlement intérieur précise les dispositions relatives au harcèlement et des moyens de prévention existent (exemple : travail en binôme du service housekeeping...).

Des dispositifs diversité sont en place : traçabilité des entretiens de recrutement, collégialité du recrutement (implication systématique d'un membre des RH), élaboration chaque année de l'analyse comparée F/H, plan d'actions relatif à l'égalité professionnelle F/H, etc.

Des études de la répartition femme-homme sont réalisées selon différents critères : l'âge, la catégorie socio-professionnelle, les instances représentatives, les promotions...

Les résultats obtenus sont représentés ci-dessous :

RÉPARTITION HOMME/FEMME

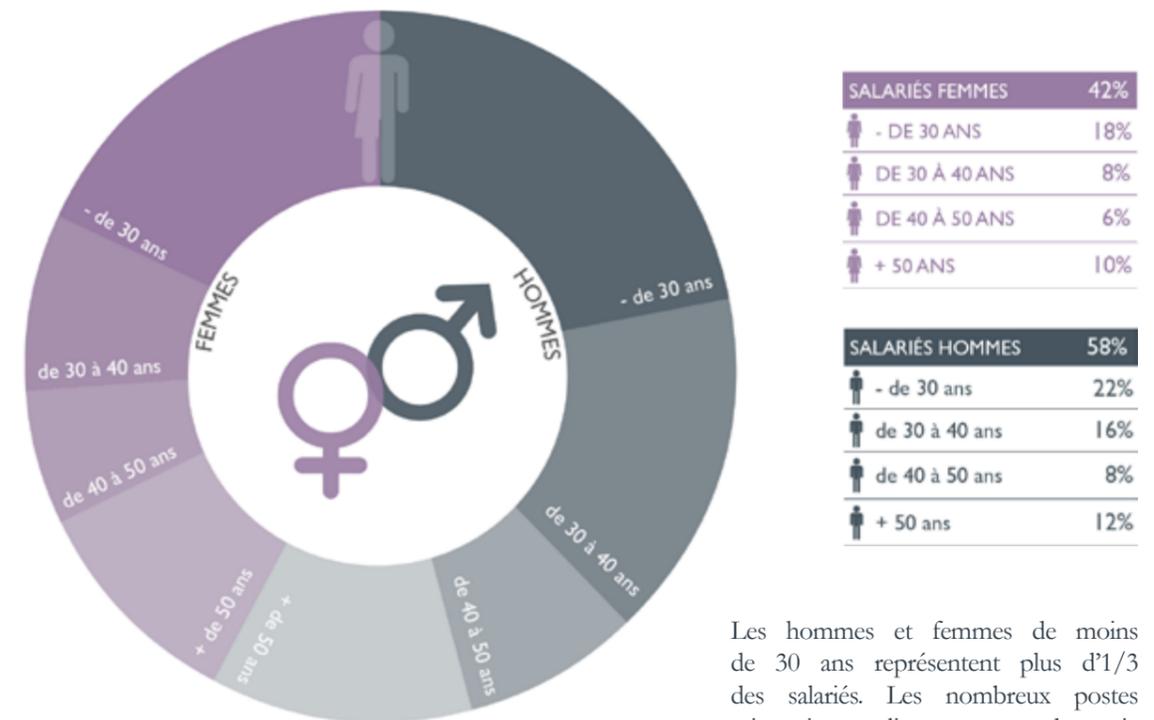


OBJECTIF ATTEINT

Analyser les indicateurs d'égalité professionnelle

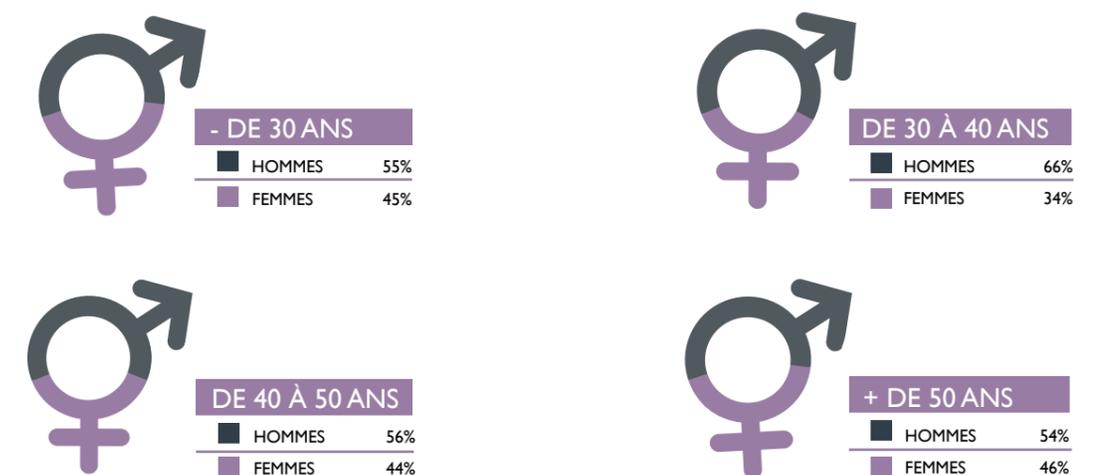
La répartition entre les femmes et les hommes est restée stable entre 2019 et 2020. Il est à noter que nous ne recherchons pas la parité mais l'égalité.

RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR ÂGE



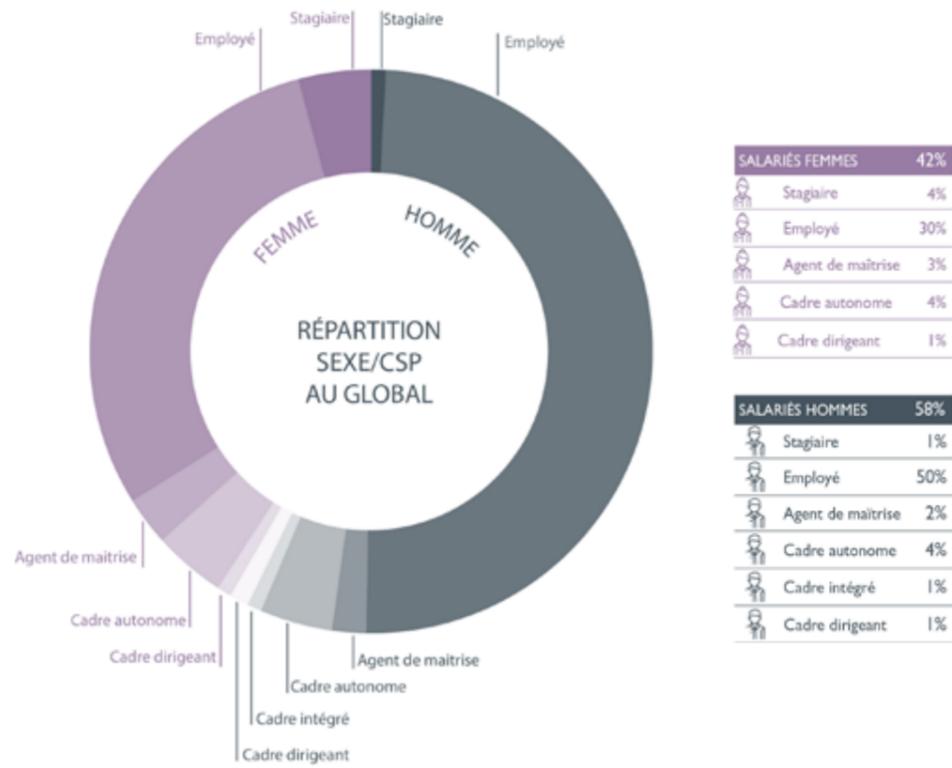
Les hommes et femmes de moins de 30 ans représentent plus d'1/3 des salariés. Les nombreux postes saisonniers expliquent en grande partie ces statistiques.

DÉTAIL DE LA RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR ÂGE

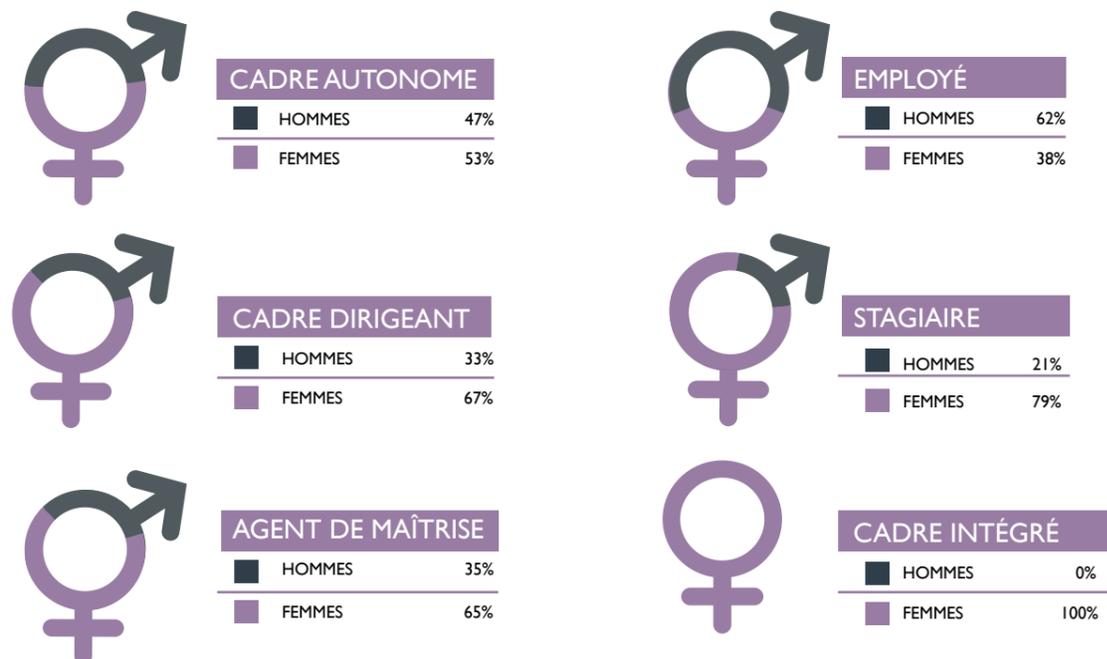


La répartition des hommes et des femmes est proportionnelle dans chaque catégorie d'âge.

RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE



DÉTAIL DE LA RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR CATÉGORIE SOCIO PROFESSIONNELLE



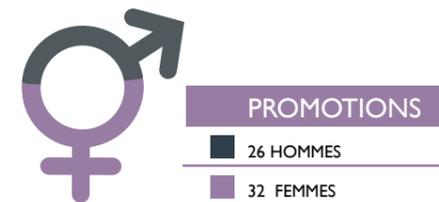
Les femmes sont majoritairement représentées dans les fonctions de cadres et agents de maîtrise.

DIRECTION



Au niveau des instances représentatives, les femmes sont majoritaires par rapport aux hommes.

PROMOTIONS



De nombreuses promotions ont été attribuées en 2020 chez les hommes comme chez les femmes.



2. FAVORISER LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL & LE DIALOGUE SOCIAL

RÉMUNÉRATION

La volonté de l'entreprise est de se conformer, voire de dépasser, les dispositions réglementaires de la grille de classification de la convention collective nationale HCR et de respecter la moyenne des salaires pratiqués dans les établissements similaires et locaux.

La politique de rémunération est basée sur les statuts, le type de contrat et le nombre d'hôtels où le salarié effectue ses missions. Elle comprend : un salaire mensuel fixe de base avec un complément de salaire basé sur le chiffre d'affaire de l'hôtel pour le personnel en lien avec la clientèle, des avantages liés à l'activité hôtelière, comme les avantages nourriture et logement, un 13ème mois soumis à une condition d'ancienneté, des bonus liés à des objectifs quantitatifs et qualitatifs et la participation aux bénéfices au prorata de son temps de présence, si l'établissement ressort des bénéfices.

Des mesures de rémunérations exceptionnelles ont été mises en place avec la crise liée au COVID-19 en 2020 :

- mise en place de l'activité partielle,
- mise en place de la prime de pouvoir d'achat («Prime Macron»).

Une indemnité kilométrique, à hauteur de 200€ par an, et sur la base des kilomètres parcourus, est remise à tout salarié qui se rend à son travail à vélo.

Pour faciliter la vie au travail de nos employés, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc s'est engagé sur de nombreux points tels que :

- Un restaurant d'entreprise : où le coût d'un repas s'élève à 3.62 €. Cela permet aux employés de prendre des repas équilibrés et sains.
- Un régime collectif complémentaire de frais de santé, pris en charge au 50% par l'entreprise, d'un régime de prévoyance ainsi que d'un Plan Épargne Entreprise et d'un Perco.
- Des logements pour les employés résidents.
- Des bornes de recharges de vélos, trottinettes et voitures électriques pour les employés.



SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

La santé et la sécurité font l'objet d'une attention toute particulière.

Les risques sont consignés dans le document unique d'évaluation des risques professionnels (DUERP). Il est mis à jour régulièrement selon les circonstances ou les évolutions de chaque poste, comme pour l'épidémie de la COVID-19 et de la mise en place du télétravail.

De nombreuses formations pour répondre aux exigences des postes de travail et afin d'assurer la sécurité des collaborateurs sont réalisées chaque année: formation incendie, formations travaux en hauteur...

Nous mettons également à disposition de notre personnel le matériel nécessaire pour réduire les troubles musculo squelettiques comme l'utilisation d'auto laveuse pour les sols ou bien des tracteurs pour la manutention des contenants à déchets.

COVID-19

Dès l'annonce en mars 2020 de la propagation de l'épidémie du COVID-19, de nombreuses actions et mesures ont été mises en place pour la sécurité de nos collaborateurs: mis à disposition des équipements de sécurité, désignation d'un référent COVID, formation des collaborateurs aux gestes barrières,...

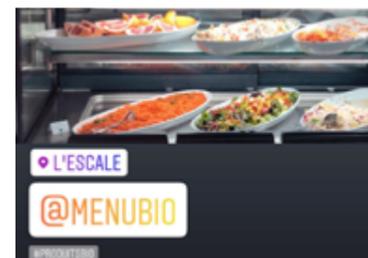
Le télétravail a également été fortement recommandé salariés lorsque cela était possible.

BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉS

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc apporte une attention particulière au bien-être des salariés sur leur temps de travail.

Depuis 2019, une ostéopathe se déplace chaque mois à l'hôtel pour les employés. Cette année, l'ostéopathe est intervenue 3 jours. 6 employés ont pu bénéficier de soins au tarif conventionnel.

MENU BIO



BEAUTÉ DES MAINS



SOPHROLOGIE



En 2019, l'hôtel avait organisé durant 5 jours, au mois de juin, une semaine bien-être au travail pour les employés avec plusieurs ateliers de massage, des formations aux gestes et postures et une séance de sophrologie.

La situation du COVID-19 ne nous a pas permis de réitérer ces ateliers cette saison 2020 comme la mise en place d'ateliers découverte RSE prévus chaque mois.

OBJECTIF NON ATTEINT
Animer 1 atelier découverte RSE/mois

DIALOGUE SOCIAL

ENGAGEMENT SURVEY

De nombreux supports et moyens sont mis en place en interne pour communiquer auprès des Team Members et recueillir leurs opinions.

Un questionnaire de climat social anonyme est rempli chaque année par les salariés afin d'exprimer leurs opinions sur leur vie dans l'entreprise. Ils répondent entre autres à des questions sur le respect et la reconnaissance de leurs managers et de la direction de l'hôtel à leur égard. Un nouveau système digitalisé a été mis en place à l'Hôtel du Cap-Eden-Roc en 2020 : PEAKON. Il est noté sur 10. La note obtenue en 2020 s'élève à 8,5/10.

SCORE ENGAGEMENT SURVEY



Des rendez-vous réguliers et des évènements avec la direction et les salariés afin d'optimiser le dialogue social sont organisés chaque année : rendez-vous forum, journées d'intégration, briefings (daily, commitments), assemblée générale (direct line meeting), réunions de service, réunions de chefs de service, Weekly Honor Service, la «Minute RH».

Des récompenses sont attribuées au personnel : employé du mois et de l'année (QASE), médaille du travail, cadeau de naissance, cadeau départ à la retraite, cadeau de Noël en bon d'achat.

La soirée du personnel, la journée de Noël des enfants et des salariés, la soirée du personnel et le Club 100 ont été annulés en 2020 dû à la situation sanitaire et aux restrictions gouvernementales.

Des réunions d'expression sont également mises en place. Ces réunions sont ouvertes à tous les salariés pour rencontrer le Directeur Général et la Directrice Régionale des Ressources Humaines. D'une durée d'environ 2 heures, elles permettent une communication ascendante en répondant aux questions des salariés.

A la suite des demandes en 2019 des employés, nous avons par exemple en 2020 sécurisé l'accès piéton au restaurant du personnel qui est également l'accès des camions de livraisons.

Nous n'avons pas eu de participants à ces réunions en 2020 et donc pas de mise en application de demandes issues de ces réunions.

OBJECTIF NON ATTEINT

Mettre en place 50% des propositions réalisables issues des réunions d'expression

3. ENCOURAGER LE DÉVELOPPEMENT & L'EMPLOYABILITÉ

Le service des Ressources Humaines de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc a lancé un programme de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Carrières, (GPEC) qui :

- Anticipe les départs de seniors pour favoriser la transmission des savoirs.
- Développe des outils de suivi et de reconnaissance des compétences mobilisées et manquantes avec la mise en œuvre de plans de formations adaptés.
- Porte et partage la vision et les valeurs de l'entreprise.
- Identifie les moyens humains nécessaires aux besoins et aux projets de l'entreprise.
- Favorise l'employabilité des salariés saisonniers d'une année sur l'autre. Le taux de rétention de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc s'élevait à 77%.

LA FORMATION

Le plan de formation interne et externe est en adéquation avec les besoins de l'entreprise et ceux des salariés. L'Hôtel du Cap-Eden-Roc a investi 19 244 € au profit de la formation de ses salariés pour l'année 2020.

Des processus d'évaluation approuvés sont en place : des entretiens ont lieu toutes les saisons, chaque manager devant mener ces entretiens est formé à l'outil d'évaluation et à comment aborder les situations délicates.

Tous les 2 ans, des entretiens professionnels ont lieu avec chaque salarié.



19244
€

ÉDUCATION ET SENSIBILISATION DES SALARIÉS

Nous accordons une grande importance à la sensibilisation de notre personnel au développement durable. En effet, nos salariés sont le reflet de notre entreprise et communiquent à la fois avec nos clients et avec nos partenaires sur le territoire local. L'enjeu est fort car en tant qu'établissement saisonnier, nous accueillons des nouveaux arrivants lors des réouvertures que nous devons former.

Les employés reçoivent en même temps que leur contrat un livret d'accueil RSE.

Lors des réunions d'intégration, la politique RSE est présentée à l'ensemble du personnel. Des formations bien spécifiques et adaptées à chaque service sont menées tout au long de la saison, tel que :

- La politique RSE (engagements, principes et objectifs)
- Les consignes de tri
- Les écogestes

Le taux de formation des nouveaux salariés est à faire progresser. Les formations habituellement programmées avant l'ouverture de l'hôtel, ont dû cette année, avec la crise du Covid-19, s'effectuer en période d'ouverture rendant la disponibilité du personnel plus difficile. Nous avons formé 17% des nouveaux salariés, notre objectif fixé à 90% n'a pas été atteint.

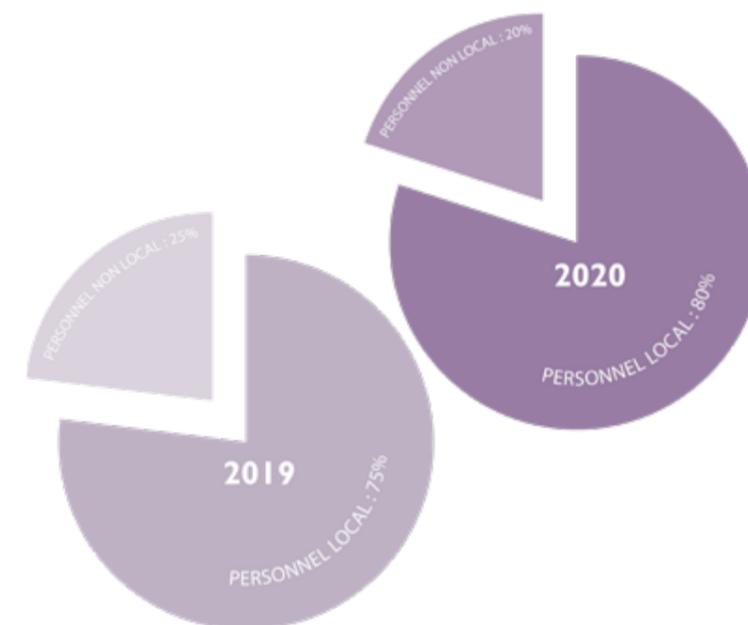
OBJECTIF NON ATTEINT

Former 90% des nouveaux employés à la RSE

PERSONNEL LOCAL

Afin de promouvoir notre territoire et son employabilité, nous privilégions l'embauche de personnel local à compétences égales (80% de personnel local en 2020).

Notre département des Ressources Humaines participe à de nombreux forums de recrutement et aux forums des écoles.



OBJECTIFS 2021

- Programmer 2 rendez-vous d'expression/mois
- Créer 2 catalogues de formation pour les employés et les superviseurs
- Organiser 1 atelier RSE bien être/mois

II. SOCIAL

RESPECT DES DROITS HUMAINS

ACTION MENÉE

- Suivi mensuel de tous les indicateurs
-

ACTIONS PRÉVUES

- Animation d'ateliers bien être/mois
- Création d'une bibliothèque à l'Escale
- Renouvellement du label Egalité professionnelle
- Organisation de cours de Yoga



CONSOMMATION RESPONSABLE

OBJECTIFS

Suivre et analyser les consommations selon indicateurs pertinents	Supprimer progressivement le plastique à usage unique	Enrichir le Plan de Mobilité Entreprise et le communiquer
3% Augmenter de 3% les légumes en provenance de France/Italie	100%	Maintenir 100% des œufs d'origine biologique/plein air

I. RÉDUIRE PAR L'INNOVATION NOS CONSOMMATIONS

MAÎTRISER NOS CONSOMMATIONS & PRÉSERVER NOTRE ENVIRONNEMENT

Notre activité impacte l'environnement à travers: la consommation de matière, la modification des écosystèmes locaux et les pollutions diverses émises dans la biosphère. Notre responsabilité consiste en premier lieu à suivre toutes les avancées en matière de réglementation et à les dépasser si possible. La conformité aux règlements est surveillée en s'appuyant sur des experts externes tels qu'une société d'avocats, experte en droit environnemental qui établit chaque trimestre un rapport sur les nouveaux textes auxquels les établissements peuvent être soumis.

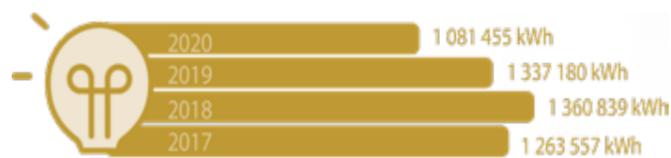
OBJECTIF ATTEINT

Suivre et analyser les consommations selon indicateurs pertinent

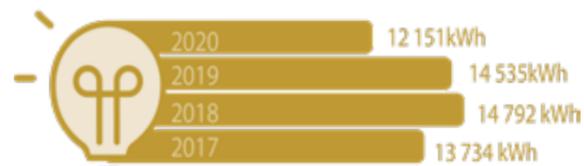
L'UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

L'hôtel a été ouvert de début juillet à fin septembre. Les consommations présentées ci-après sont les consommations en période d'ouverture. L'année 2020 ayant été marquée par une crise sanitaire entraînant une période d'ouverture plus courte, les comparaisons des consommations présentées ci-après seront sur la période début juillet/fin-septembre.

CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ (RATIO SAISON)



CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ (RATIO JOUR)

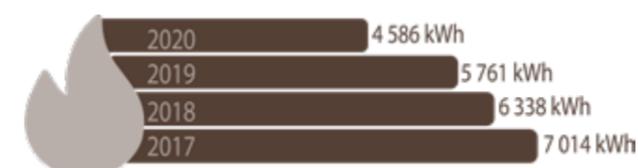


La consommation d'électricité a nettement diminué en 2020 par rapport à 2019 (-19%). Cette baisse s'explique par un plus faible taux d'occupation. Il en est de même pour les consommations en gaz présentées ci-après qui ont globalement diminué de 37% entre 2019 et 2020.

CONSOMMATION DE GAZ (RATIO SAISON)



CONSOMMATION DE GAZ (RATIO JOUR)



CONSOMMATION DE GAZ BUANDERIE (RATIO SAISON)



CONSOMMATION D'EAU (RATIO SAISON)

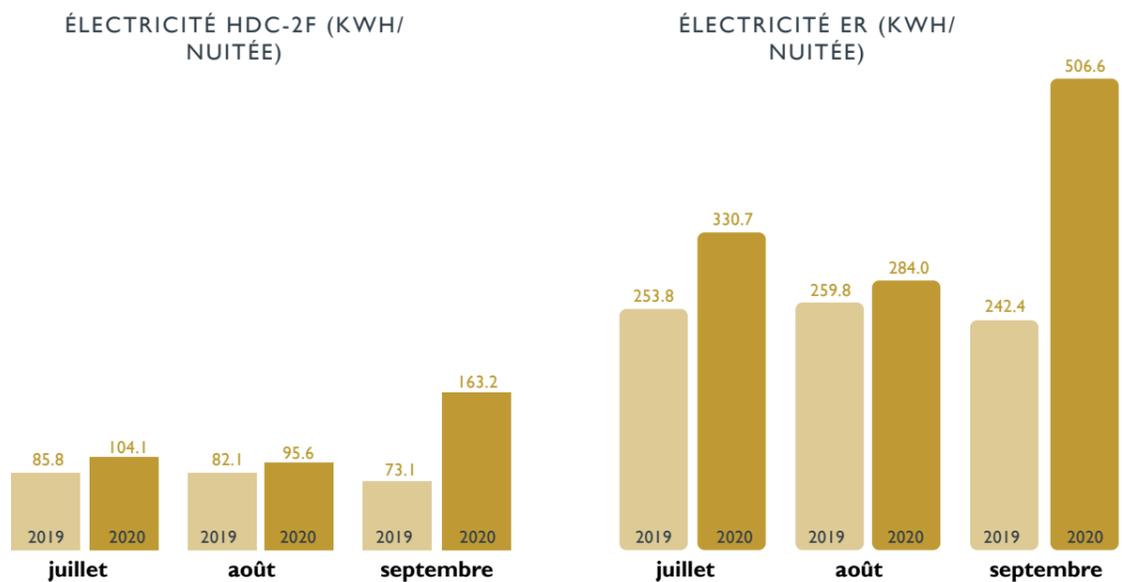


CONSOMMATION D'EAU (RATIO JOUR)



Globalement, nous observons une légère baisse de la consommation d'eau sur les 2 dernières années. Cependant, ramené au nombre de jours d'ouverture de l'hôtel sur la même période, nos consommations ont augmenté entre 2019 et 2020, liés à un arrosage plus important dû aux fortes chaleurs de l'été 2020.

Afin d'être en lien avec l'activité de l'hôtel, nous effectuons des suivis des consommations en fonction de l'occupation des chambres. Les évolutions des consommations d'électricité et d'eau sont présentées ci-dessous.



On peut observer une forte augmentation de nos consommations par nuitées en 2020 liée, probablement, à une importante utilisation des climatisations réversibles en lien avec les fortes chaleurs extérieures.



La consommation d'eau pour chaque nuitée est également en hausse depuis 2017.

ACTIONS POUR RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

Toutes les lampes de l'hôtel sont au fur et à mesure remplacées par des lampes LED. Tous nos parkings sont déjà équipés en LED, une grande partie des chambres clients et certains back office.

Des détecteurs de présence sont installés dans la plupart des vestiaires, couloirs et parkings de l'hôtel.

Des nouveaux pommeaux de douches à réducteurs de débit ont été installés dans les logements pour le personnel.

Des détecteurs et/ou aérateurs pour les robinets d'eau sont aussi installés dans les vestiaires du personnel, cuisines et les chambres clients.

Les cuisines sont équipées de pédales à genoux sur les éviers pour éviter le gaspillage d'eau.

Enfin, nos employés sont formés en début de saison aux éco-gestes.

2. CONNAÎTRE & PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ



PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT & RÉHABILITATION DES HABITATS NATURELS

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc situé sur la pointe du Cap d'Antibes s'étend sur 9 hectares dans un paysage méditerranéen. La pinède compte aujourd'hui plus de 200 pins de variétés différentes - Pins d'Alep, Pins Pignon et Pins Canariens – mais aussi des oliviers, chênes, cyprès, arbousiers, catalpas, eucalyptus, palmiers, mimosas, et caroubiers. Sur plus de 100m², la roseraie est composée de plus de 500 roses de la variété Queen Elizabeth II. Celle-ci est entourée d'une exceptionnelle glycine de plus de 200 ans.

La grande allée de l'Hôtel du Cap débouche sur le littoral, offrant un panorama splendide sur la mer Méditerranée et les îles de Lérins, secteur reconnu comme riche en biodiversité et classé en zone Natura 2000 (site FR9301573 « Baie et Cap d'Antibes, îles de Lérins »).

L'hôtel est aussi compris entre plusieurs sites ZNIEFF marines (Zone Naturelle d'Intérêt Écologique pour la Faune et la Flore marines) : ZNIEFF de Type I « Golf Juan et anse du croûton » et « Pointe du croûton », ZNIEFF de type II « du Cap d'Antibes à la pointe Bacon » et « Golf Juan et anse du Croûton ». De plus, L'Espace Mer et Littoral, propriété du Conservatoire du littoral, qui est situé à proximité immédiate de l'hôtel, a fait l'objet d'un classement en Refuge LPO au mois de juin 2018.

SITES REMARQUABLES DE LA ZONE NATURA 2000 S43

« L'Hôtel du Cap-Eden-Roc, situé dans un contexte particulier entre une zone naturelle et une zone urbanisée, peut servir de refuge, d'alimentation ou de reproduction pour les différents taxons. Cet espace est aussi situé sur un axe de migration des oiseaux et peut-être utilisé par ces derniers comme un secteur de halte. Des espèces recensées sur le site Natura 2000 sont potentiellement présentes. Cependant, les milieux très entretenus des jardins limitent l'installation durable de la biodiversité.

Au vu de sa situation géographique en milieu périurbain et bordant une zone Natura 2000, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc présente des enjeux importants. Quelques aménagements appropriés et la mise en place de mesures de gestion permettraient de favoriser la nature dans ce contexte périurbain, tout en respectant la fonction d'accueil de l'Hôtel et les attentes de sa clientèle¹. »

¹ « Diagnostic patrimonial de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc » mené par Cécile Lemarchand de la LPO PACA en 2014-15.



Dans une volonté d'amélioration continue, nous avons réalisé en 2018 un nouveau diagnostic écologique complémentaire aux inventaires réalisés par la Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO) en 2014.

Des aménagements simples pour accueillir la faune sauvage ont été réalisés dans le parc :

- l'installation d'un hôtel à insectes,
- la création d'un îlot de végétation pour les papillons,
- l'installation de nouveaux nichoirs.

L'hôtel mène également des actions de sensibilisations pour faire connaître la richesse biologique du parc. Des visites du parc sont organisées au cours de la pleine saison pour nos employés afin de leur faire découvrir les essences du parc et les programmes de préservation de la biodiversité mis en place.

Des panneaux descriptifs de la biodiversité du parc ont été installés pour informer nos clients.

Les jardiniers ont été formés en mars 2019 aux nouvelles techniques d'entretien du parc par la LPO. L'hôtel prévoit également pour l'année 2021 d'installer des ruches et un îlot de plantes mellifères sera spécialement créé pour la production de nectar et de pollen accessibles pour les abeilles.



3. RÉDUIRE NOS DÉCHETS & LIMITER TOUT TYPE DE POLLUTION

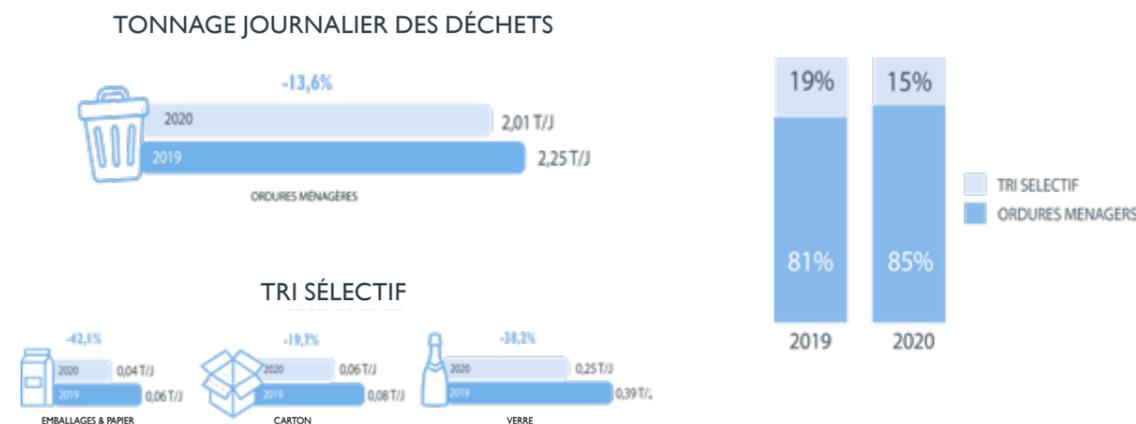
RÉGLEMENTATION LIÉE AUX DÉCHETS

RECYCLAGE DES DÉCHETS

La saison 2020 ayant été plus courte que celle de 2019 nous avons choisi de présenter nos quantités de déchets émis chaque jour sur la période allant de début juillet à fin septembre.

Nous notons une diminution globale de tous les déchets ménagers de part une plus faible occupation des chambres et moins de couverts dans nos points de restauration.

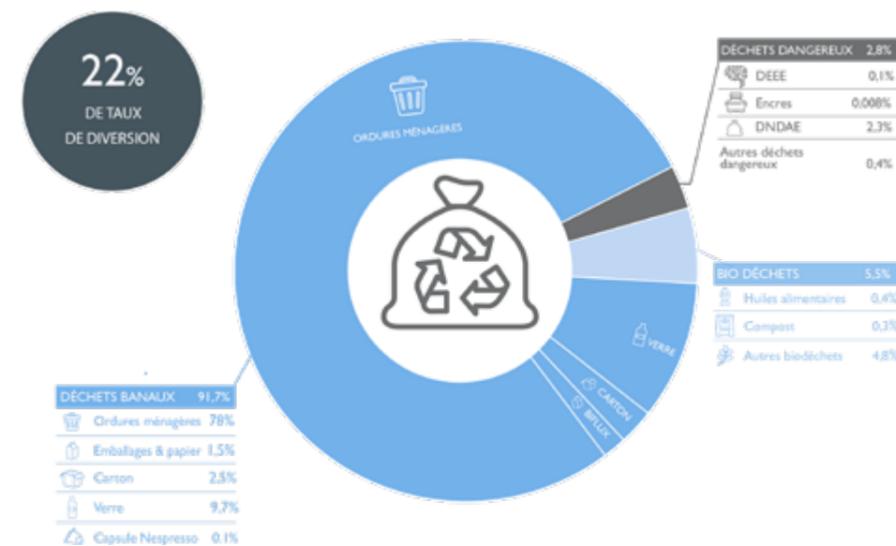
On remarque cependant une légère hausse (+4%) de la part des ordures ménagères par rapport aux déchets envoyés vers les filières de recyclage.



Toutes les eaux de lavages des véhicules contenant des résidus d'hydrocarbures sont également déversés dans un bac de récupération et traitées par un prestataire.

RÉPARTITION DES DÉCHETS

La quasi totalité de nos déchets est évacuée, triée et recyclée selon des filières agréées. Le taux de diversion de nos déchets est de 22% (voir le graphique ci-dessous).



RÉDUCTION DES DÉCHETS

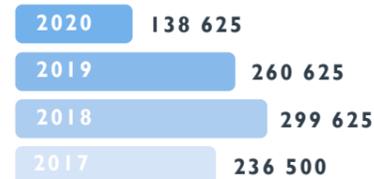
De nombreuses actions sont menées à l'hôtel afin de réduire nos quantités de déchets.

Nous effectuons un travail de fond sur la réduction des déchets avec nos fournisseurs. Nos fournisseurs de fruits et légumes récupèrent à chaque livraison leurs cagettes en bois ou nous livrent directement en caisses réutilisables. Nos fournisseurs de poissons récupèrent leurs caisses en polystyrène ou nous livrent le poisson en bacs de criée.

Un programme de recyclage des capsules avec Nespresso est en place à l'hôtel.

Des fontaines à eau sont installées pour les employés pour supprimer l'usage des bouteilles plastiques et encourager l'utilisation de gourdes.

QUANTITÉ DE FEUILLES ACHETÉES



Nos employés et clients sont sensibilisés à la réduction des déchets papier. Les commandes de papier d'impression ont diminué de 41% depuis 2017 (réduction de 47% des impressions entre 2019 et 2020, augmentation des impressions recto verso dématérialisation des envois de factures clients, réutilisation des brouillons).

Depuis 2020, les attestations pour Pôle Emploi et les soldes de tout compte sont envoyés par e-mail à nos salariés saisonniers à la fin de leur contrat. Tous les inventaires de marchandises ont été également dématérialisés.

Les commandes de la presse écrite pour nos clients ont fortement diminué cette année de 77%. Les règles sanitaires dans les chambres interdisant la mise à disposition des magazines expliquent cette forte diminution. Nous n'avons cependant pas eu de fortes demandes de journaux de la part de nos clients ni d'utilisation de la presse digitale (baisse de 96% de connexions).

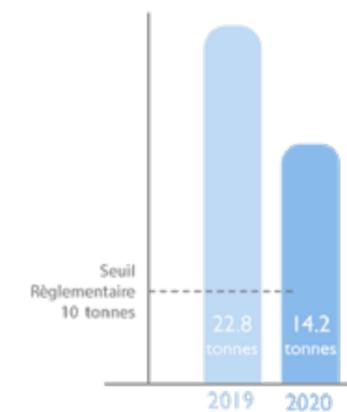
En 2020, la carte des vins pour nos clients au restaurant gastronomique a été entièrement dématérialisée avec l'utilisation de tablette.

LE COMPOST

Le gaspillage alimentaire est un enjeu RSE fort pour notre entreprise de service qui comprend plusieurs points de restauration. Nous estimons à 14,2 tonnes de déchets alimentaires jetés en 2020 suite aux retours des assiettes de nos clients et employés.

Ainsi, selon la réglementation liée au biodéchets, nous avons mis en place la production de compost. Une zone au sein du jardin est aménagée avec des bacs à compost composés des déchets de préparation (épluchures) en cuisine et des déchets verts de notre parc broyés. Nous avons ainsi produit 810kg de compost cette année qui seront réutilisés comme engrais naturel au sein de notre parc.

GASPILLAGE ALIMENTAIRE



COMPOST



DÉMARCHE 0 PLASTIQUE

Depuis septembre 2018, l'hôtel s'engage dans une démarche de réduction/suppression de l'utilisation du plastique jetable à usage unique :

- Suppression du plastique à usage unique: les gobelets plastique non recyclables sont remplacés par des verres, les sacs à linge en tissus,
- Remplacement des emballages en plastique par des emballages en carton ou en matière biodégradable,
- Remplacement des pailles en plastique par des pailles à base de canne à sucre,
- Remplacement des bouteilles en plastique par des bouteilles en verre dans les chambres à la couverture,
- Utilisation de baguettes à sushi en bambou,
- Utilisation de mélangeurs à cocktail en métal.

OBJECTIF ATTEINT

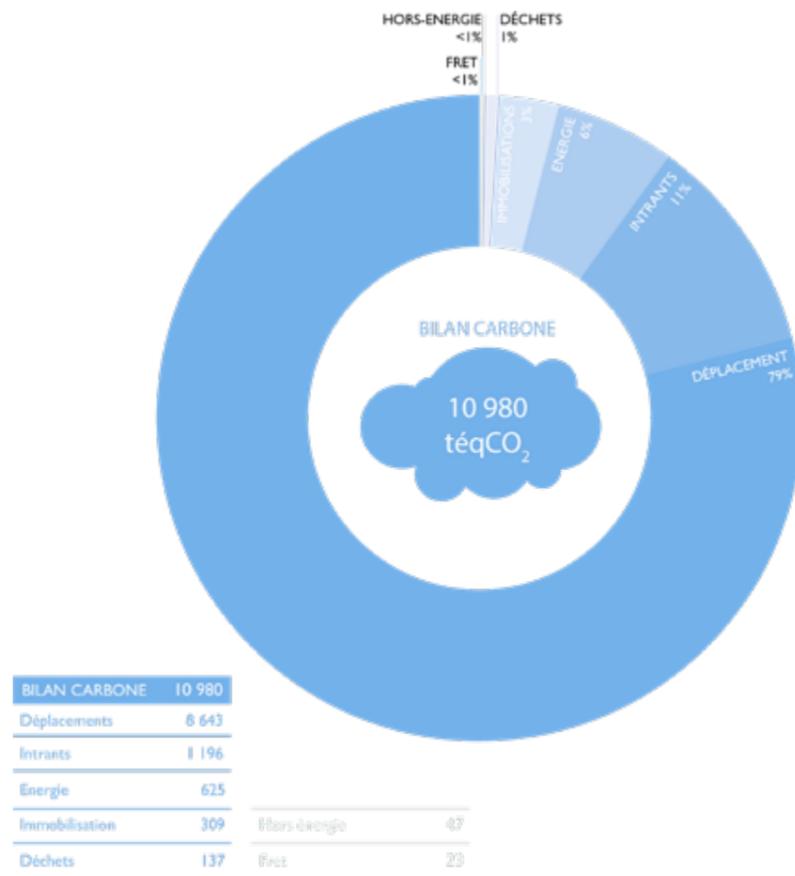
Supprimer progressivement le plastique à usage unique

ATTÉNUATION DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

BILAN CARBONE

Afin d'établir un état des lieux précis de nos émissions de gaz à effet de serre, nous avons fait appel à une société extérieure pour établir notre bilan carbone, dont voici les résultats ci-dessous. Ce bilan sera notre point de référence et sera renouvelé tous les trois ans (renouvellement prévu en 2021) en fonction du plan d'action mis en place afin de réduire nos émissions de CO₂.

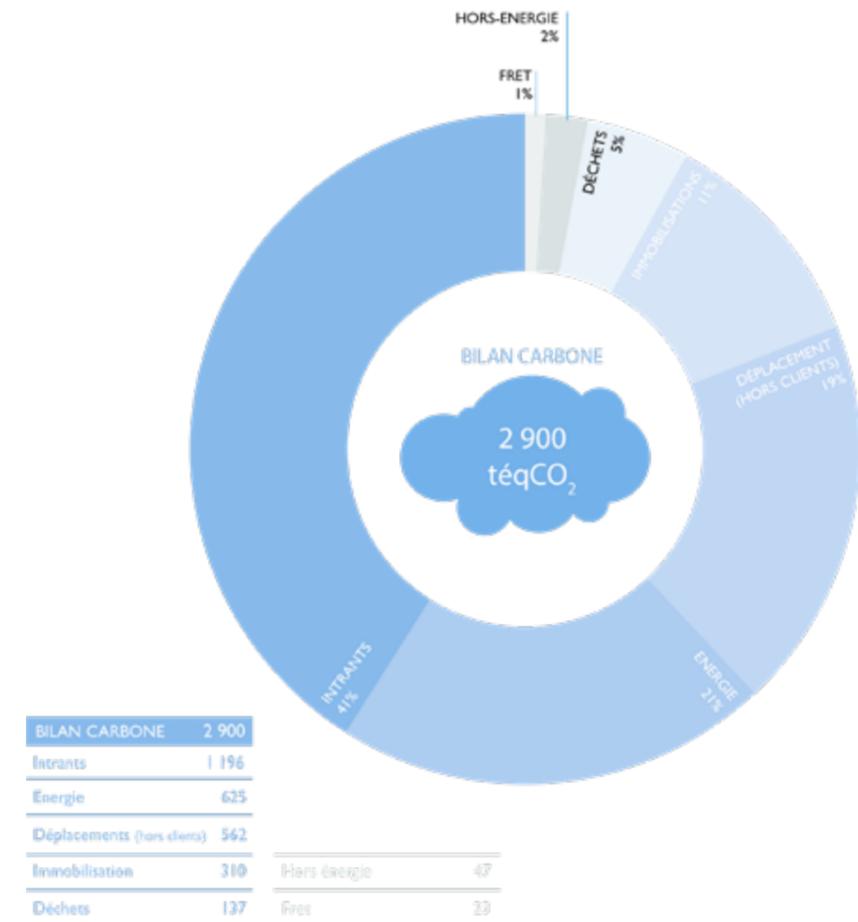
ÉMISSIONS GÉNÉRÉES PAR L'HÔTEL DU CAP-EDEN-ROC EN 2017 PAR POSTE DU BILAN CARBONE®



Les émissions proviennent majoritairement du poste des déplacements de personnes (79%, 8 643 t_{éq}CO₂), en particulier de ceux des clients. Les postes des Intrants, Énergie et Immobilisations sont également significatifs puisqu'ils représentent respectivement 11% (1 196 t_{éq}CO₂), 6% (625 t_{éq}CO₂) et 3% (309 t_{éq}CO₂). Les postes hors-énergie et fret sont les moins importants. Avec 74% des émissions, les déplacements des clients écrasent statistiquement les autres postes. Or ce sous-poste n'est pas celui sur lequel l'établissement peut le plus facilement agir. Aussi, dans un souci de lisibilité des autres émissions nous proposons une analyse des émissions hors déplacements clients.

Hors déplacements des clients, 2 900 t_{éq}CO₂ ont été générées en 2017 par les activités de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc. Les émissions sont décomposées par poste du Bilan Carbone® comme suit :

ÉMISSIONS GÉNÉRÉES PAR L'HÔTEL DU CAP-EDEN-ROC EN 2017 PAR POSTE DU BILAN CARBONE® (EN T_{éq}CO₂) (HORS DÉPLACEMENTS DES CLIENTS)



Les émissions proviennent majoritairement du poste des Intrants (41%, 1 196 t_{éq}CO₂). Les postes de l'Énergie, des déplacements de personnes (hors déplacements des clients), des immobilisations et des déchets sont également significatifs puisqu'ils représentent respectivement 21% (625 t_{éq}CO₂), 19% (562 t_{éq}CO₂), 11% (310 t_{éq}CO₂) et 5% (137 t_{éq}CO₂). Les postes Hors-énergie et Fret sont moins importants en termes d'émissions de GES pour l'Hôtel du Cap-Eden-Roc en 2017.

ÉQUIVALENCES REMARQUABLES AVEC LES DÉPLACEMENTS DES CLIENTS



ÉQUIVALENCES REMARQUABLES HORS DÉPLACEMENTS DES CLIENTS



Un plan d'action revu chaque année est mis en place pour réduire ces émissions :

ACTIONS DE RÉDUCTION	INVESTISSEMENT	DÉLAI DE MISE EN ŒUVRE	GAINS CO2	EN PLACE/ A METTRE EN PLACE
Sensibilisation des collaborateurs au changement climatique	€ €	Court terme	Indirects	En place
Communiquer en interne sur l'approche GES	€	Court terme	Indirects	En place
INTRANTS				
Intégration de critères environnementaux dans le choix des produits alimentaires et boissons	€ €	Court terme	+++ 160 téqCO2	En place
Développer une offre de plats végétariens pour réduire la part de viande dans la restauration	€	Moyen terme	++ 95 téqCO2	À mettre en place
Évaluer le gaspillage alimentaire (dans les stocks et dans l'assiette) et les leviers potentiels de réduction				À mettre en place
Sensibiliser les collaborateurs au juste besoin en particulier en ce qui concerne le petit matériel et fournitures de bureau				À mettre en place
DÉPLACEMENT				
Développer le télétravail pour les employés	€	Court terme	+ 32 téqCO2	En place
Augmenter la part prise en charge des titres d'abonnement souscrits par les collaborateurs pour leurs déplacements domicile-travail accomplis au moyen de transports publics ou de services publics de location de vélos	€	Court terme		En place
Mettre à disposition des clients des vélos toute l'année, à tout moment de la journée pour la durée du séjour	€	Court terme		En place
Promotion des transports en commun de la région : plans, horaires et informations à disposition	€	Court terme		En place
Inciter les collaborateurs à utiliser le vélo par la mise en place de parkings à vélos et/ou garages à vélos sécurisés et la communication sur de telles installations existantes; l'installation d'équipements adaptés aux salariés qui viennent à vélos (vestiaires, douches...); la mise à disposition de kits « sécurité-vélo » aux salariés qui en font la demande	€ €	Court terme		En place

ENERGIE				
Achat d'électricité 100% renouvelable (Enercoop), achat de REC (certificats d'énergie renouvelable) = garantie de l'origine renouvelable de leur électricité	€ €	Court terme	+++ 300 téqCO2	En place (de 50%)
Etudier toute opportunité d'intégration des énergies renouvelables aux bâtiments grâce à l'installation de panneaux solaires thermiques (eau chaude) ou photovoltaïques (électricité), de chaudières à biomasse	€	Moyen terme		En place
Sensibilisation et formation des collaborateurs : développement de procédures énergétiques documentées et responsabilisations des collaborateurs entre le début et la fin de leur journée de travail (ex : communiquer sur la bonne utilisation du chauffage et de la climatisation dont la température réglementaire dans les bâtiments est de 19°C en hiver et 26°C en été)	Indirect	Court terme	+ 21 téqCO2	En place
Rappel des bonnes pratiques aux clients (réutilisation des serviettes)				En place
Adapter l'éclairage aux usages et aux bâtiments : types d'ampoules, emplacement de l'éclairage, automatisation de la gestion de l'éclairage, généraliser la mise en place de détecteurs de présence et de minuteries dans les zones adaptées à l'ensemble des sites, extinction régulière automatique de l'éclairage hors des horaires de bureau...	€ €	Court terme		En place
DÉCHETS				
Prévention - Diminuer les emballages: discuter avec les fournisseurs – certains emballages à usage unique peuvent être remplacés par un système de consigne ou par des emballages groupés - Éviter les emballages inutiles savons et gel douche proposés dans les chambres - Réduire le gaspillage alimentaire	0	Court terme		À développer
Explorer les pistes de la réutilisation ou du réemploi. De nombreux flux peuvent avoir une seconde vie tels que les encombrants et les DEEE	€	Court terme		À développer
Mise en place du tri - Utilisation de filières de traitements adéquats pour les DID (déchets industriels dangereux) et optimisation du tri permettant d'accroître la part des déchets recyclés - Recycler verre, papier, plastiques et piles grâce à des collecteurs spécifiques. - Recycler les déchets alimentaires dans un composteur mécanique. Informer clients et salariés de l'hôtel des bonnes pratiques à adopter afin d'optimiser ce tri sélectif, recyclage du marc de café - Création de partenariat avec Emaus ou équivalent	€	Court terme		En place
Sensibilisation des collaborateurs et clients à la réduction des déchets et au tri sélectif	€	Court terme	+ 21 téqCO2	En place

PLAN DE MOBILITE EN ENTREPRISE

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc a établi en 2020 son Plan de Mobilité en Entreprise (PME). Ce rapport présente toutes les actions mises en places permettant d'optimiser les déplacements de ses salariés pour se rendre au travail en valorisant les moyens de déplacements les plus durables.

OBJECTIF ATTEINT
Enrichir le Plan de Mobilité
Entreprise et le communiquer

4. ACHETER DE FAÇON RESPONSABLE

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Le Code de conduite de Oetker Collection traduit ses engagements dans le domaine de la déontologie. Il reflète nos valeurs historiques telles qu'exprimées dans les 7 valeurs d'Oetker Collection.

SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

Au niveau de l'hygiène alimentaire, notre service des cuisines a adopté le système HACCP qui est une méthode de maîtrise de la sécurité sanitaire des denrées alimentaires.

Nous offrons à nos clients une confidentialité exemplaire afin de protéger leur vie privée et toute information les concernant à travers une politique antispam. Une clause de confidentialité est présente dans chaque contrat de nos salariés et chaque ordinateur est géré par un code propre à son utilisateur.

PROMOTION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DANS LA CHAÎNE DE VALEUR

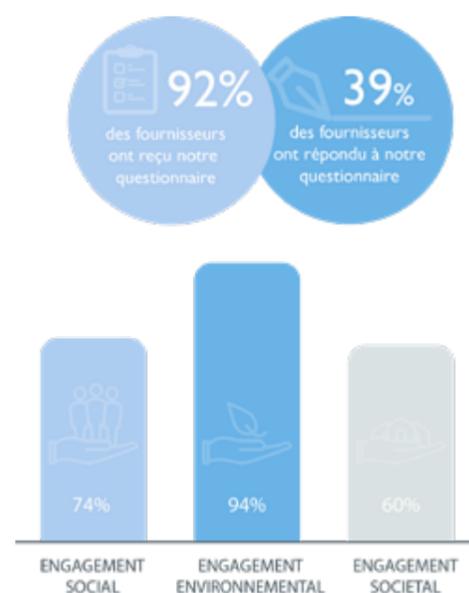
Notre démarche développement durable s'inscrit dans un partenariat avec nos fournisseurs respectueux de l'Homme et de l'Environnement. Par conséquent, nous leur avons envoyé un questionnaire RSE adapté aux catégories d'achats (alimentaire, service...) avec les thèmes suivants:

- Un engagement commun
- Des achats en accord avec le respect de l'environnement
- Limiter la pollution
- Favoriser l'aspect social

Le questionnaire a été envoyé à nos fournisseurs ciblés qui représentent 92% de nos dépenses, soit ceux avec lesquels nous entretenons des relations récurrentes. 129 fournisseurs ont répondu (39% de nos dépenses).

Ce questionnaire est envoyé tous les 3 ans, le dernier est en date de 2019.

QUESTIONNAIRE RSE FOURNISSEURS



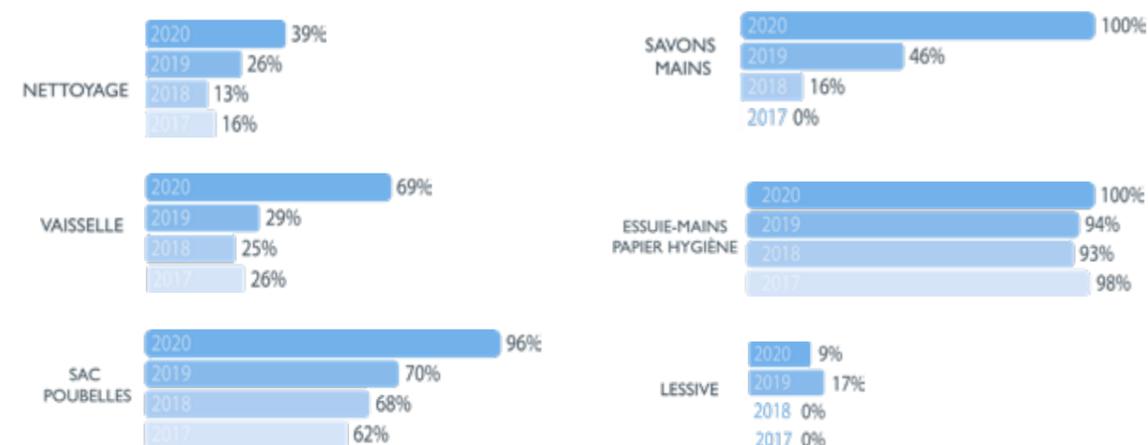
Nous demandons également à nos fournisseurs des exemples d'actions mises en place: 61% des fournisseurs qui ont répondu sont engagés dans une démarche de suppression du plastique et 71% mettent en place des actions pour réduire les emballages pour les livraisons.

ACHATS DURABLES

Nous définissons notre part d'achats durables en classant les achats par catégorie : produits ménagers, consommable (papier) et les produits alimentaires. Les résultats sont présentés ci-dessous :

PRODUITS MÉNAGERS

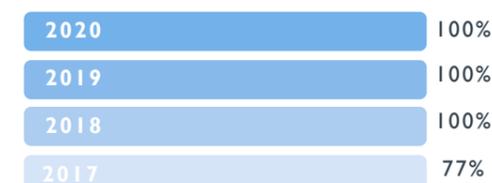
Au niveau des produits ménagers nous référons les critères suivants: écolabellisé, fabriqué à partir de matière recyclée, biodégradable.



Entre 2017 et 2020, un travail de fond a été réalisé entre nos équipes opérationnelles et nos fournisseurs de produits ménagers pour remplacer nos produits existants par les nouvelles gammes écologiques. Nous pouvons constater une évolution positive globale sur tous les produits d'entretien entre 2017 et 2020 :

- +23% pour les produits de nettoyage,
- +43% pour les produits vaisselles,
- +34% pour les sacs poubelles,
- +100% pour les savons mains: le remplacement complet des distributeurs de savons a été effectué en hiver 2020,
- +2% pour les papiers hygiène et essuie-mains,
- +9% pour les lessives.

PAPIER D'IMPRESSION



Au niveau du papier nous référons les critères suivants: écolabellisé, fabriqué à partir de papier recyclé. Le papier commandé est 100% écolabellisé.

Au niveau des produits alimentaires nous référons pour :

- le café et le thé, le label biologique et issu du commerce équitable,
- les fruits et les légumes, la localité française et italienne,
- les poissons au restaurant du personnel, le label Marine Stewardship Council (MSC),
- les viandes (y compris les volailles), le label rouge et la localité française,
- les oeufs coquilles, le label biologique et l'élevage en plein air.

CAFÉ & THÉ

CAFÉ EN DOSETTE MALONGO

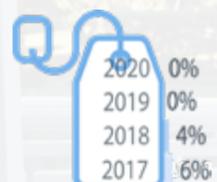


CAFÉ MOULU

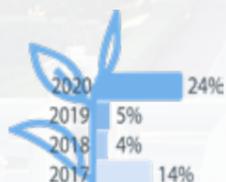


Le café moulu acheté chez le fournisseur Malongo, est 100% biologique et équitable. 49% des dosettes sont biologiques et/ou issues du commerce équitables.

THÉ EN SACHET



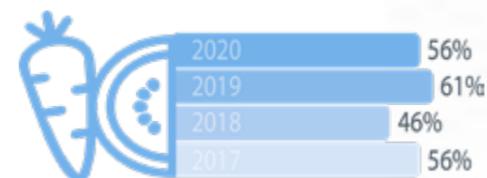
THÉ AU KG



De nets progrès sont à apporter au niveau des choix durables pour le thé. Cependant l'offre proposée par notre prestataire est encore limitée et plus onéreuse.

FRUITS & LÉGUMES

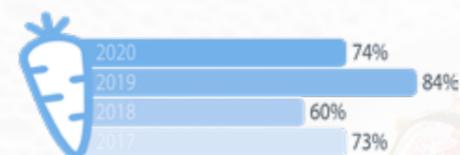
La catégorie des fruits et légumes est un enjeu fort en termes d'écologie. Les critères de durabilité sont surtout au niveau de l'origine du produit : local, France ou Italie. Depuis 2017, la part des fruits et légumes français ou italiens commandée est restée stable.



Des quantités importantes de fruits et légumes exotiques sont encore commandés pour répondre aux demandes de nos clients. Nous avons donc choisi de présenter une analyse des fruits et légumes commandés et cultivables en France et Italie. Les résultats sont présentés ci-dessous.

LÉGUMES

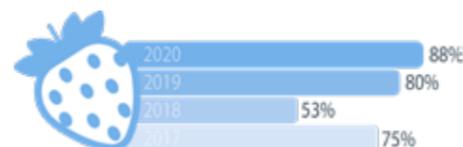
La part des légumes commandés en France et/ou Italie a diminué de 10% entre 2019 et 2020. L'objectif d'augmentation de 3% n'a donc pas été atteint. Les commandes ont été revues en fin de saison pour changer de fournisseurs pour certains légumes pour 2021.



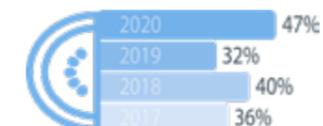
OBJECTIF NON ATTEINT

Augmenter de 3% les légumes en provenance de France/Italie

FRUITS ROUGES



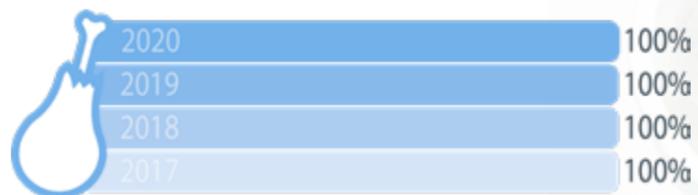
FRUITS (HORS FRUITS EXOTIQUES & FRUITS ROUGES)



On observe une augmentation de 11% de la part des fruits (hors fruits rouges et exotiques) depuis 2017. Il est à noter que certains fruits comme le kiwi commandé en grande quantité ne sont pas en pleine saison l'été mais sont énormément plébiscités par notre clientèle. La majorité de nos fruits rouges sont français.

VIANDES

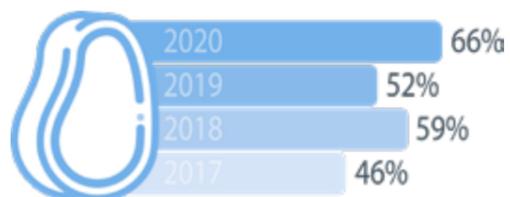
VOLAILLE



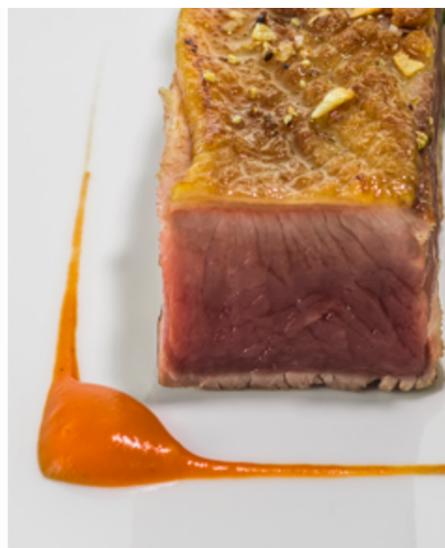
Toutes nos volailles sont élevées en plein air et en France.



VIANDE (HORS VOLAILLE)

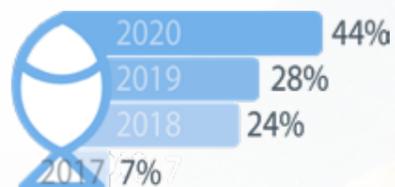


La part de la viande française a augmentée de 20% en 3 ans.



POISSONS

POISSONS SURGELÉS MSC POUR LE PERSONNEL

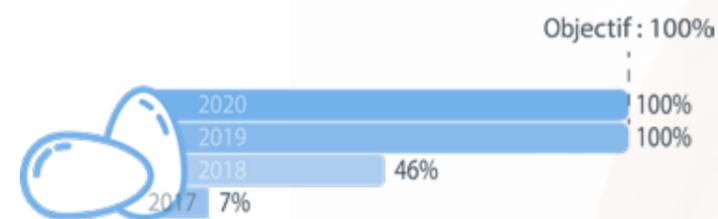


Les réserves mondiales halieutiques étant un enjeu central en terme d'écologie, nous suivons les achats de poissons avec attention. Pour les poissons servis au restaurant du personnel, nous pouvons observer une évolution de 37% depuis 2017 de commandes MSC.



OEUFS

OEUFS COQUILLES



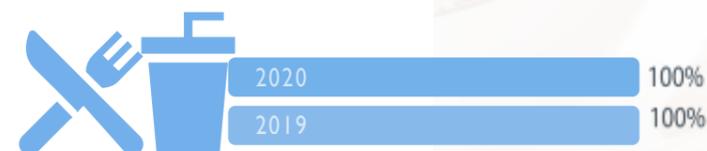
100% de nos oeufs coquilles sont biologiques ou issus de poules élevées en plein air. Notre objectif de maintien à 100% est donc atteint.

OBJECTIF ATTEINT

Maintenir 100% des œufs d'origine biologique/plein air



MINIBAR



Nous proposons à nos clients en chambre, en complément de mignardises et spiritueux, une offre de boissons, jus et en-cas 100% biologiques ou produits localement. On peut y trouver la bière B06 brassée à Antibes, des chips «Socca» produites à Nice ainsi que des chocolats fabriqués par notre chocolatier dans son atelier au sein de l'hôtel.

OBJECTIF 2021

- Optimiser les installations d'équipements de réduction de consommation d'eau et d'énergie et suivi des indicateurs de consommations
- Installer 4 ruches dans le parc
- Commander 100% de Take Away et pailles en 0 plastique ni PLA
- Maintenir à 95% les fruits rouges (fraises, framboises, groseilles, mûres, myrtilles) en provenance de France
- Atteindre 80% les légumes en provenance de France ou d'Italie



III. ENVIRONNEMENTAL

CONSOMMATION RESPONSABLE

ACTIONS MENÉES

- Suivi mensuel de nos consommations en fonction d'indicateurs précis
- PME réalisé
- Maintien des produits sans plastique
- Installation de distributeurs de savons écolabellisés pour le personnel dans tout l'hôtel
- Livraison de tous nos poissons en bacs réutilisables
- Remplacement des pailles en plastique par des pailles en canne à sucre

ACTIONS PRÉVUES

- Installation de 4 ruches dans le parc
- Recensement des filières de recyclage et rachats de déchets en vue d'être valorisés
- Harmonisation des produits ménagers
- Envoi du questionnaire RSE à nos 10 plus gros fournisseurs de biens matériels et food (hors audit achats)



SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE

OBJECTIFS

99%

Obtenir 99% de taux de satisfaction à la question 1 de l'Engagement Survey RSE

10

Participer à 10 évènements RSE

I. ENGAGER NOS SALARIÉS

ENGAGEMENT SURVEY

Lors de l'Engagement Survey, 10 questions concernant la démarche RSE de l'hôtel sont posées aux employés dont les deux questions suivantes :

- Comment évalueriez-vous les efforts de l'équipe RSE de vos hôtels et leurs activités?
- Comment évalueriez-vous la communication de sujets liés à la RSE sur PearlNet ou d'autres canaux de communication interne?

Ces questions ont respectivement obtenu la note de 8,4 et 8,3 sur 10.

Les questions ayant été modifiées au cours de la saison 2020, notre objectif d'«Obtenir 99% de taux de satisfaction à la question 1 de l'Engagement Survey RSE» ne peut donc plus être mesuré. Un nouvel objectif sera redéfini pour 2021.

SCORE ENGAGEMENT SURVEY



OBJECTIF NON RÉALISABLE

Obtenir 95% de taux de satisfaction à la question 1 de l'Engagement Survey RSE



ANIMATIONS

Pour faire vivre la politique RSE de notre hôtel et récompenser nos salariés investis, nous avons créé des Team RSE et des animations sont organisées tout au long de la saison. Les règles sanitaires imposées par la pandémie du Covid-19 nous ont obligé à annuler de nombreuses animations comme les ateliers ruches, les journées de ramassages de déchets, les visites des jardins ou encore les menus à thèmes au restaurant du personnel.

Notre objectif de participer à 10 évènements RSE locaux n'a pu être réalisé cette année.

OBJECTIF NON ATTEINT

Participer à 10 évènements RSE

Nous avons donc utilisé notre réseau social interne pour échanger avec les salariés sur la RSE.

Des défis RSE ont été organisés chaque jour sur le réseau interne PearlNet à l'occasion de la Semaine du développement Durable qui a débuté le 18 septembre 2020. Les employés ont pu ainsi participer à des journées thématiques comme la journée spéciale «dons aux associations» ou encore, la journée «mobilité durable». Enfin, à la fin de la semaine, les employés ont testé leur connaissance en RSE via un Quizz en ligne.

COMMUNICATION ECRITE

Nos employés ont chaque jour accès aux informations concernant la démarche RSE à l'hôtel via la télévision au restaurant du personnel et dans la salle de repos. Un encart RSE est présent dans le Daily Commitment, document lu chaque jour par tous les services.

Nous mettons régulièrement à l'honneur les actions, nouveautés RSE de nos employés et/ou des différents services sur le PearlNet. Les jardiniers ont par exemple présenté leurs tondeuses à gazons électriques.

Enfin, une newsletter vidéo incluant une partie RSE, est envoyée chaque mois aux salariés par email.

2. INCITER NOTRE CLIENTÈLE

SENSIBILISATION DES CLIENTS EN CHAMBRE

Un chevalet est disposé sur la table de chevet afin de prévenir le client du changement de linge uniquement tous les deux jours.

Le Giving Bag, installé dans le dressing, permet à nos clients de faire des dons matériels qui seront par la suite remis à des associations (vêtements, jouets, livres,...).

La dématérialisation des informations se fait grâce à la télévision.



PRODUITS COSMÉTIQUES

Le Spa Eden-Roc by La Prairie et la boutique de l'hôtel propose aux clients une gamme de cosmétiques éco responsables.

Le spa propose la gamme de produits biologiques Bamford pour des soins. Les produits Kevin Murphy sont des soins de beauté pour les cheveux élaborés à partir d'ingrédients issus de sources renouvelables et durables.

La boutique Eden Being propose à la vente, de nombreux produits répondant à des critères de durabilité.

Les clients peuvent acheter une paire de lunettes Pascal Mathieu 100% fabriquée dans le Jura en France édition spéciale Hôtel du Cap-Eden-Roc. Chaque paire achetée permet de collecter et distribuer 10 paires au Népal.

La marque June Jacobs a développé une ligne de produits cosmétiques durables.

Les maillots de bain de la marque française True Tribes fabriqués à partir de bouteilles plastiques et filets de pêches sont également à la vente en boutique.



MOBILITÉ DOUCE

Notre service de voituriers utilise des voiturettes électriques pour le déplacement des clients dans l'enceinte de l'hôtel et au proche alentour. De plus, deux de ces voiturettes sont mises à disposition de nos clients des villas.

BIODIVERSITÉ

Des informations sur la flore et des anecdotes sur l'histoire de l'hôtel sont présentées sur des panneaux implantés dans notre parc.

Un jardin aromatique est présent à l'hôtel. Les herbes sont utilisées par nos cuisiniers dans leurs plats au restaurant gastronomique.

Afin de célébrer la fidélité de nos plus anciens clients de l'hôtel et qu'ils participent au plan de gestion de replantation des arbres de l'hôtel, nous leur avons donné la possibilité de planter dans le parc des pins en leur honneur, en y apposant une plaque gravée avec leurs initiales et l'année à laquelle ils sont venus la première fois à l'hôtel.

GASTRONOMIE

Nos restaurants et nos bars proposent à nos clients une sélection de produits locaux, de saison.

Après des mois de réflexion culinaire, Eric Frechon, Chef conseil de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc et Chef triplement étoilé au Guide Michelin du Bristol Paris, et Arnaud Poette, Chef exécutif de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc, ont revisité les cartes des restaurants en s'appuyant sur une cuisine locale, méditerranéenne et de saison.

Tous les mets avec des produits locaux sont indiqués visuellement sur les cartes pour nos clients.



Légumes de la famille Pellegrin à Plan de Grasse



Asperges des Alpilles de Sylvain Erhardt



Tapenades et huiles d'olive de Mathilde Garnier de Saint-Jeannet



Micro pousses de Gourmet pousses à Mandelieu-La-Napoule



Fruits de Jean-Charles Orso à Cannes la Bocca



Loups de Jean Baptiste Dumont, pêcheur à Golfe-Juan



Oeufs de La Poule Blanche à Roquefort les Pins



Farines de la Maison Foricher et de Lou Pan d'ici



COMMUNICATION

- ÉCRITS

Des communiqués de presse annonçant les nouveautés en matière de RSE sont produits et envoyés à nos agences de presse et aux journalistes pour une large diffusion dans la presse. Une carte du patrimoine, répertoriant les lieux à visiter, est remise au client par nos concierges.

- WEB

Les comptes Facebook et Instagram de l'hôtel publient une fois par mois des news sur le développement durable. La brochure client RSE est téléchargeable sur le site internet de l'hôtel.

QUALITÉ

Le système «Glitch» est un outil Intranet permettant de traiter les plaintes de nos clients. Le but de cette application est de produire et de maintenir un système simple et efficace de traçabilité des plaintes à résoudre de la meilleure façon qu'il soit, le plus rapidement possible.

La qualité est le maître mot au sein des hôtels. Par conséquent un dispositif de contrôle est en place intitulé le : « Leading Quality Assurance » (LQA). LQA est spécialisé dans la fourniture des vérifications d'assurance de la qualité, l'analyse comparative et la formation des services à l'industrie de l'hôtellerie de luxe, permettant aux clients de surveiller et d'améliorer leur performance opérationnelle. Cela se traduit par deux audits d'un client mystère, des tests internes et des plans d'action avec chaque chef de service qui sont suivis tout au long de la saison afin d'être conformes.

De plus, dans un objectif de réduction du papier, nous avons intégré une question sur le développement durable sur un questionnaire dématérialisé envoyé au client après son séjour dans notre établissement.

Ces questions ont permis d'obtenir de nombreux retours de nos clients. Deux principales thématiques sont ressorties :

- les efforts de protection de la biodiversité dans le parc faits par l'hôtel,
- la suppression du plastique.

OBJECTIFS 2021

- Organiser 1 atelier de sensibilisation par mois des employés à la RSE
- Co animer 2 ateliers RSE par mois avec le Kids Club
- Faire participer nos clients dans un projet de reforestation locale

IV. SOCIÉTAL

SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE

ACTION MENÉE

- Organisation des challenge RSE lors de la Semaine du Développement Durable en septembre

ACTIONS PRÉVUES

- Organisation d'ateliers de découverte des ruches
- Création d'un partenariat avec l'Office national des forêts et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur dans le projet de reforestation dans le massif des Maures
- Création d'une pochette upcyclée avec les anciens tissus de l'hôtel



ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES

OBJECTIFS

65% Atteindre 65% de fournisseurs locaux sur les denrées alimentaires en volume d'achat

Soutenir un organisme de bienfaisance local

Inviter le cercle azuréen de Global Compact

Candidater pour un prix RSE

I. PRIVILÉGIER LES PRODUCTEURS LOCAUX

Privilégier les producteurs locaux met en valeur la culture identitaire de notre hôtel sur plusieurs aspects :

- Qualité
- Ancrage territorial
- Réduction des GES

En effet, la qualité offerte à nos clients dépend également des produits choisis. Respecter la saisonnalité et la localité des produits est un gage de qualité. Le fait de travailler en étroite collaboration avec des acteurs locaux permet de dynamiser l'économie locale en valorisant l'identité du territoire dans lequel l'hôtel est implanté. En forçant sur cet aspect identitaire nous proposons une expérience unique aux clients.

Enfin, en choisissant des partenaires proches, nous évitons les longs transports de livraison de marchandises et donc nous réduisons l'empreinte écologique avec moins d'émissions de gaz à effet de serre.

Nous avons choisi d'étudier en 2020 la part des dépenses de nos fournisseurs de produits alimentaires locaux.

71% de nos dépenses de produits alimentaires pour nos points de restaurations sont se font chez des fournisseurs situés à moins de 200km de l'hôtel. L'objectif fixé à 65% est donc dépassé.

Nous soutenons également les artisans et entrepreneurs locaux autant que possible.

Pour nos nouveaux concepts de restauration nous avons travaillé avec des artistes céramistes et ébénistes de la Côte d'Azur.

Nous travaillons également avec des entrepreneurs du bâtiment situés à Vallauris, Valbonne comme nos ébénistes et plombiers.

DÉPENSES FOURNISSEURS



OBJECTIF ATTEINT

71% de fournisseurs alimentaires locaux en volume d'achat

2. S'ENGAGER AU CÔTÉ DE PARTENAIRES

PRESERVATION DE LA BIODIVERSITE

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc est partenaire depuis 2016 avec l'Espace Mer et Littoral de la ville d'Antibes Juan-les-Pins, pour la préservation du littoral méditerranéen. L'Espace Mer et Littoral est situé à côté de l'hôtel, sur 2.2ha de pinède qui appartient au Conservatoire du Littoral.

Entre 2016 et 2019, des dons ont été reversés à l'Espace Mer et Littoral qui aide à financer le fonctionnement du centre de réhabilitation de la faune sauvage (CRFS) créée en juillet 2017. Il est spécialisé dans l'accueil des tortues marines échouées ou trouvées en difficulté sur les côtes des Alpes-Maritimes et du Var et tout particulièrement l'espèce Caouanne, emblématique de la Méditerranée. Entre Juillet 2017 et Octobre 2019, le CRFS a recueilli 9 tortues Caretta caretta blessées ou affaiblies, et certaines ont déjà pu regagner la mer après leur rétablissement.

L'accueil de ces animaux au CRFS a un objectif multiple: secourir un animal en détresse, soigner un individu d'une espèce menacée pour renforcer les chances de reproduction de la population, recueillir des données scientifiques, et sensibiliser le grand public à une à une situation écologique fragile.

Pour préserver la biodiversité marine en Méditerranée, l'hôtel a également participer au financement de projets de recherche du CSIL (Conseil Scientifique des Iles de Lérins). Le CSIL a pour vocation de promouvoir la connaissance scientifique et technique dans le domaine de la protection et de la sauvegarde des milieux littoraux méditerranéens. Un don de 2500€ a été remis à l'association pour financer le projet de Surveillance et sensibilisation aux résidus médicamenteux en zone littorale, qui est mené depuis 2018.

Les premiers résultats montrent que des résidus médicamenteux sont retrouvés dans l'eau à l'état de traces et dans la matière vivante à des teneurs légèrement supérieures au seuil de quantification pour le Diclofénac, le médicament qui est le moins bien métabolisé par les organismes vivants. De nouvelles analyses vont être poursuivies.

ASSOCIATIONS CARRITATIVES

LA CROIX ROUGE ET LE SECOURS POPULAIRE

Nous remettons chaque année vêtements, chaussons et gel douche pour les plus démunis.

ABI06

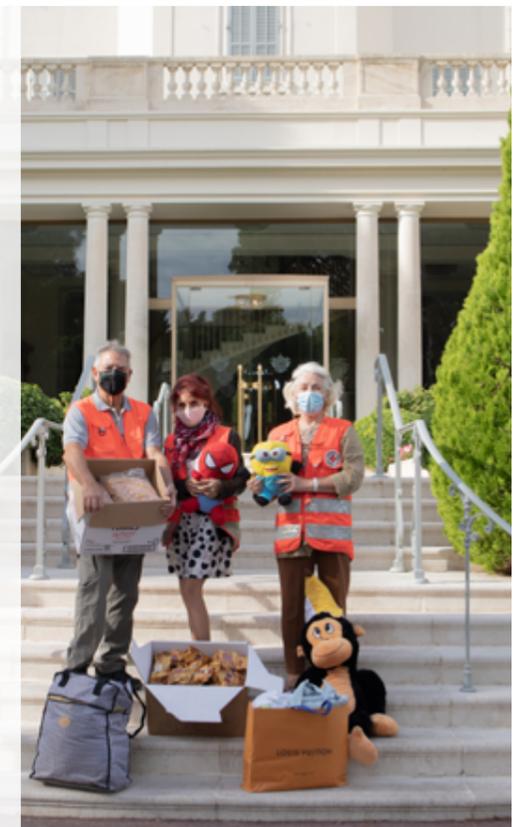
Nous remettons à l'association du linge de lit et de bain abimé pour leur donner une seconde vie.

FRANCE CANCER

10kg de bouchons de lièges collectés en 2020 pour aider au financement de la recherche contre le Cancer.

UNISOAP

Grâce aux nombreux savons collectés dans les hôtels Unisoap a réalisé sa première distribution des savons recyclés au sein d'un centre des Restos du Coeur.



OBJECTIF ATTEINT

Soutenir un organisme de bienfaisance local

L'ASSOCIATION ALISON ET L'ASSOCIATION WILLIAMS MUSIC

Nous soutenons la recherche pour de nouveaux traitements et apportons une aide pour améliorer le quotidien des enfants malades.

L'Hôtel du Cap-Eden-Roc apporte également un soutien financier aux partenaires territoriaux et organismes culturels de la commune d'Antibes comme le Syndicat des pêcheurs d'Antibes, les Sapeurs Pompiers ou encore le théâtre d'Antibes.

DONS

DONS TEMPETE ALEX

Le 2 octobre 2020, la tempête Alex a traversé les Alpes Maritimes entraînant sur son passage de nombreux dégâts dans l'arrière pays. L'hôtel a apporté une aide financière pour aider les populations à se reconstruire.



DONS COVID-19

En cette période de crise sanitaire, l'hôtel a souhaité apporter son soutien aux hôpitaux de la Ville d'Antibes et le Centre communal d'action sociale.

L'hôpital a reçu en avril 2020 de nombreux cartons de sur chaussures et charlottes pour le personnel médical, ainsi que des cartons de tissus pour la fabrication de masques.

A l'occasion des fêtes de Pâques, notre chef Pâtissier a spécialement conçu des chocolats pour le personnel de l'hôpital.

De nombreuses couvertures et oreillers ont été remis au centre communal d'action sociale d'Antibes pour les habitants victimes de la crise économique entraînée par la Covid-19.



3. DÉVELOPPER NOTRE RÉSEAU RSE LOCAL



L'Hôtel du Cap-Eden-Roc est membre de la filière RSE de l'Association France Qualité Performance du 06 (AFQP 06).

L'AFQP06 est un groupe de bénévoles experts de la Qualité et de la Performance accompagnant les entreprises vers une performance globale. Des réunions sont organisées trimestriellement entre les différents membres du tissu économique local afin de partager leurs bonnes pratiques autour de la RSE.

L'Hôtel est également partenaire de l'UPE06 (l'Union Pour l'Entreprise). L'UPE06 est un réseau d'entreprise offrant de nombreux services comme des ateliers d'informations, des événements qui permettent aux dirigeants d'échanger entre eux leurs expertises, leurs préoccupations, leurs solutions.

OBJECTIF NON ATTEINT

Inviter le cercle azuréen de Global Compact

PALME DU TOURISME DURABLE

Le mercredi 26 février 2020, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc a remporté le prix de la « Palme du Tourisme Durable » dans la catégorie « Hébergement Grande Entreprise », niveau national.

L'établissement est récompensé pour son partenariat avec l'Espace Mer et Littoral d'Antibes pour la préservation du littoral méditerranéen et notamment de la tortue Caouanne.

Cette Palme de l'hébergement responsable reconnaît et récompense la démarche d'hôteliers engagés. Cette récompense est fondée sur l'échange et le soutien avec l'ensemble des parties prenantes.



OBJECTIF ATTEINT

Obtention de la Palme du Tourisme Durable

OBJECTIFS 2021

- Maintenir à 70% nos dépenses chez des fournisseurs locaux sur les denrées alimentaires
- Co organiser 1 événement par mois avec nos partenaires associatifs et institutionnels
- Co organiser un événement avec le réseau AFQP
- Intégrer le cercle azuréen du Global Compact

IV. SOCIÉTAL

ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES

ACTIONS MENÉES

- Dons aux sinistrés de la tempête Alex
- Dons à la Croix Rouge et au Secours Populaire
- Dons à l'Hôpital d'Antibes et Centre d'Action Sociale
- Obtention de la Palme du Tourisme Durable

ACTIONS PRÉVUES

- Invitation du cercle azuréen de Global Compact
- Installation des plaques tortues de sensibilisation contre la pollution marine, en partenariat avec l'Espace Mer & Littoral
- Sollicitation des écoles locales pour du mécénat de compétence (en lien avec le service RH)
- Devenir un laboratoire d'expérimentation pour la réintroduction d'espèces méditerranéennes locales



VI. OKRS RSE - TAUX D'ACHÈVEMENT

OBJECTIF STRATÉGIQUE 2019-23

Être le 1er hôtel de luxe de France reconnu pour sa démarche RSE

DÉPARTEMENT	SERVICE	OBJECTIF CHEF DE SERVICE	KEY RESULTS CHEF DE SERVICE	TAUX D'ACHÈVEMENT
ADMINISTRATIF	Ressources Humaines	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Co-crée X sessions de formations RSE	100%
			Organiser et convoquer 100% des nouveaux salariés aux formations RSE	100%
COMMERCIAL	Ventes	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	70% de nos actions avec des partenaires locaux sont mis en avant (réseaux sociaux, blogs, web, presse)	86%
MARKETING	Ventes	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Négocier 5 accords avec partenaires locaux (goodies)	100%
	Achats	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	100% de nos nouveaux sourcing fournisseurs sont sollicités pour nous suivre dans notre démarche	50%
FINANCES	«Finances Comptabilité»	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Analyser 100% de nos 30 top fournisseurs pour déterminer la provenance des achats	75%
			Faire un appel d'offre des 20 plus gros volume produits accueil : comparer achats Chine et France	50%
			Créer un questionnaire sur le bien être en entreprise (équipements, ambiance, motivation etc.),	100%
	Informatique	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Créer un support interactif avec visuels et réponses instantanées avec Kahoot! Quiz (à envoyer à tous les CDS pour réunion hebdomadaire ou mensuelle)	67%
			Organiser 2 IT'eliers	100%
Paie	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Organiser 5 réunions ou actions RSE	100%	
HÉBERGEMENT	Housekeeping	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	100% des nouveaux salariés formés sur la procédure de SDTC par voie dématérialisée	100%
			100% des salariés sensibilisés à la RSE	67%
	Ikon	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Au 15 juillet, les 6 nouveaux salariés ont suivi une formation à la RSE globale	100%
			Au 1er aout, les 6 nouveaux salariés ont suivi une formation RSE spécifique HSK opérationnelle (recyclage, tri, produits...)	100%
	Jardins	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Former tous les nouveaux salariés aux démarches RSE au sein HDCER.	100%
			Faire participer tous les employés Ikon à au moins une action RSE durant la saison (Ramassage de déchets, nettoyage des plages, etc.)	0%
	Spa & Boutique	0% plastique : supprimer ou remplacer le plastique jetable en accord avec le protocole d'hygiène	Choisir 70% de producteurs français pour les plantes annuelles	0%
			Instaurer 10% dans le parc d'espèces endémiques (soit 9000m2)	0%
			Atteindre 100% de sacs poubelles en papier craft dans les cabines / cabanes	0%
	Technique	100% des nouveaux salariés sont formés à la RSE	Avoir 3 fournisseurs répertoriés pour l'utilisation des consommables soins	100%
Trouver au moins 2 partenaires cosmétiques et boutique chaque année qui recyclent le plastique des mers et proposent des emballages recyclés des mers			100%	
RESTAURATION	Cuisine Restaurant Grill	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	100% de l'équipe technique est formée à la RSE	100%
			Définir le SOP en lien avec le RSE au sein du service technique	50%
	Cuisine Restaurant Lou Roc	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Sensibiliser 100% des prestataires externes aux critères RSE sur leur matériel	50%
			Atteindre 15 Produits en achat local	100%
	Pâtisserie	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Atteindre 80% d'achats de légumes France et Italie	67%
			Atteindre 80% d'achats de légumes Français (en volume)	100%
			Augmenter de 50% les Fournisseurs à moins de 200km (en nombre)	50%
Sommellerie	50% de l'ensemble de nos achats sont d'origine française	Intégrer 4 nouveaux fournisseurs locaux pour les matières premières	50%	
		Utiliser 100% de nos agrumes de notre parc et dans nos villas	100%	
		Acheter 100% du matériel sommellerie en France	100%	
		Acheter 80% de spiritueux en France	100%	

VII. LA STRATÉGIE RSE 2021

ENGAGEMENT 1 : RESPECT DES DROITS HUMAINS

Principe 1.1. Garantir l'équité entre nos collaborateurs tout en luttant contre les discriminations.

Principe 1.2. Favoriser une qualité de vie optimale au travail et soutenir le dialogue social.

Principe 1.3. Encourager le développement et l'employabilité de nos collaborateurs.

Objectifs :

- Programmer 2 rendez-vous d'expression/mois
- Créer 2 catalogues de formation pour les employés et les superviseurs
- Organiser 1 atelier RSE bien être/mois

ENGAGEMENT 2: CONSOMMATION RESPONSABLE

Principe 2.1. Réduire par l'innovation nos consommations de ressources.

Principe 2.2. Connaître, protéger et restaurer la biodiversité qui nous entoure.

Principe 2.3. Appliquer la réglementation liée aux déchets et s'efforcer de limiter tout type de pollution.

Principe 2.4. Acheter de façon responsable en favorisant les fournisseurs qui respectent nos principes.

Objectifs :

- Optimiser les installations d'équipements de réduction de consommation d'eau et d'énergie et suivi des indicateurs de consommations
 - Installer 4 ruches dans le parc
 - Commander 100% de Take Away et pailles en 0 plastique ni PLA
- Maintenir à 95% les fruits rouges (fraises, framboises, groseilles, mûres, myrtilles) en provenance de France
 - Atteindre 80% les légumes en provenance de France ou d'Italie

ENGAGEMENT 3 : SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE

Principe 3.1. Engager nos salariés dans la responsabilité sociétale.

Principe 3.2. Inciter notre clientèle à contribuer à notre vision d'avenir durable.

Objectifs :

- Organiser 1 atelier de sensibilisation par mois des employés à la RSE
 - Co animer 2 ateliers RSE par mois avec le Kids Club
- Faire participer nos clients dans un projet de reforestation locale

ENGAGEMENT 4 : ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES

Principe 4.1. Privilégier les producteurs locaux, gage de richesse patrimoniale de notre territoire.

Principe 4.2. S'engager au côté de partenaires dans des projets environnementaux et sociaux.

Principe 4.3. Développer notre réseau RSE local

Objectif :

- Maintenir à 70% nos dépenses chez des fournisseurs locaux sur les denrées alimentaires
 - Co organiser 1 événement par mois avec nos partenaires associatifs et institutionnels
 - Co organiser un événement avec le réseau AFQP
 - Intégrer le cercle azuréen du Global Compact

