Api
LES SUPER SUPÉRETTES
DES VILLAGES
Api, une entreprise à impact
Retrouvez nos 9 enjeux pour contribuer
au développement du monde rural

Préface

DÉFENSEUR DU POUVOIR D'ACHAT ET DE LA VITALITÉ DES CAMPAGNES

Défenseur du pouvoir d'achat et de la vitalité des campagnes, Api est avant tout un acteur de proximité qui a réussi, en un an seulement, à ouvrir 35 super supérettes et servir 40 000 clients. Issus de la ruralité, nous avions la conviction qu'un commerce alimentaire reste LE service essentiel dans les villages qui en sont dépourvus. Au-delà de sa fonction première, c'est un lieu de rencontres et d'interactions, et son ouverture ou sa réouverture est un signal d'optimisme et de développement pour toute la communauté. Déterminés à être un acteur de long terme dans les territoires, nous pilotons notre développement sur les bases d'une politique RSE ambitieuse, dont nous sommes heureux de partager les premiers résultats.

Julien Nau Co-Fondateur & Président

CONTRIBUER AVEC AUDACE AU DÉVELOPPEMENT DU MONDE RURAL

Contribuer avec audace au développement du monde rural... Un sacré programme ! Depuis le premier jour d'Api nous nous efforçons d'intégrer les enjeux environnementaux et sociaux dans nos réflexions et nos décisions pour l'entreprise, nous nous demandons au quotidien si nous faisons «assez bien» et si nous pouvons faire encore mieux. Toujours dans l'optique de devenir cette entreprise solidement appuyée sur ses deux jambes : la rentabilité économique ET l'impact. 14 mois après l'ouverture de notre première supérette, nous sommes prêts à vous présenter notre feuille de route RSE qui s'articule autour de 3 grands engagements : la supérette, le monde rural, et les humains, eux-mêmes déclinés en 9 enjeux et 39 indicateurs. Cette feuille de route a pour objectif de nous guider dans notre trajectoire au quotidien, de mesurer nos succès, nos progrès mais aussi nos échecs. Elle doit nous pousser à innover dans la recherche de solutions et à nous entourer des bons partenaires pour dessiner un monde rural plus juste et plus durable. J'ai à coeur que cette feuille de route, qui sera connue et prise en main par tous les salariés, soit un terreau fertile d'inspiration pour tous, et que chacun puisse s'en emparer à son niveau dans les années qui viennent pour faire d'Api une entreprise toujours plus vertueuse.

Lucie Chaplain Directrice Marketing & RSE

Sommaire

LE CONCEPT 6
Api, l'enseigne rurale qui remet les supérettes au centre des villages.

NOTRE MISSION 8
Défenseur du pouvoir d'achat et de la vitalité des campagnes...

ENGAGEMENT #1 12
Proposer un modèle de distribution de proximité, qui permet de réduire les inégalités territoriales et l'impact sur l'environnement

Enjeu #1 Défendre le pouvoir d'achat des clients tout en proposant une offre de qualité 13
Enjeu #2 Agir pour plus de sobriété 14
Enjeu #3 Contribuer à protéger l'environnement 15

ENGAGEMENT #2 18
Devenir un partenaire incontournable des habitants du monde rural

Enjeu #4 Proposer des services essentiels & innovants aux habitants des villages 19
Enjeu #5 Prendre parole de façon engagée sur le monde rural 20
Enjeu #6 Redynamiser le coeur des villages pour offrir un espace de création de lien social 20

ENGAGEMENT #3 24
Valoriser et développer le capital humain au sein de l'entreprise et sur nos territoires.

Enjeu #7 Déployer une politique RH bienveillante et inclusive 25
Enjeu #8 Co-construire notre offre et nos projets avec nos partenaires sur les territoires 26
Enjeu #6 Mener des initiatives solidaires qui soutiennent le développement des territoires 27

Le concept

Api, l'enseigne rurale qui remet les supérettes au centre des villages.

« ON DEVRAIT TOUS pouvoir FAIRE SES COURSES au bon prix, À CÔTÉ DE CHEZ SOI ».

DES CAMPAGNES DÉSERTÉES PAR LES SERVICES...

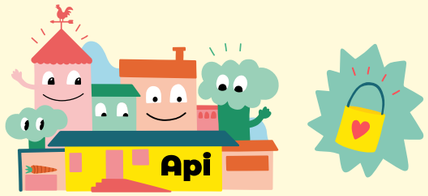
En France, ce sont plus de 12 000 communes qui ne possèdent pas ou plus de commerces de proximité. Depuis les années 80, près de 40% des communes françaises ont vu leur commerce de proximité fermer (source AFP/Insee), obligeant plus de 11 millions d'habitants de petits villages à faire parfois plus de 20 minutes A/R en voiture pour accéder à leurs produits du quotidien.

...ACCENTUANT LEUR ISOLEMENT SOCIAL & ÉCONOMIQUE

Au-delà d'un isolement géographique et d'une perte flagrante d'autonomie, les habitants du monde rural perdent peu à peu ce qui fait l'âme de leur village : proximité, solidarité, lieux de rencontres.

...ALORS QUE L'OPPORTUNITÉ ET LES BESOINS SONT RÉELS.

Nos études quantitatives et qualitatives montrent un réel besoin d'accès aux produits du quotidien au prix juste dans les territoires ruraux. Plus que des magasins alimentaires, les commerces de proximité garantissent l'équilibre social et économique de leur village.



12.000 COMMUNES SANS SERVICES

5.8 MILLIONS SE TROUVENT À PLUS DE 30 MIN. A / R DE LEUR SUPERMARCHÉ.

74% DES HABITANTS RURAUX PENSENT QUE LA PRÉSENCE DE COMMERCES DE PROXIMITÉ STAGNE OU SE DÉGRADE*.

DANS LE MONDE RURAL, LA PART DU TRANSPORT EST LE 1ER POSTE DE DÉPENSE DES MÉNAGES. MOINS DÉPENSER EN TRANSPORT C'EST DONC PLUS DE BUDGET POUR UNE MEILLEURE ALIMENTATION ET DES ÉCONOMIES DE TEMPS, D'ARGENT, ET D'ÉNERGIE.

11 MDS €

C'EST LE MONTANT DES DÉPENSES ALIMENTAIRES DES ZONES RURALES CIBLÉES.

85 %

DES RURAUX AIMERAIENT AVOIR UNE ÉPICERIE DANS LEUR VILLAGE.

86 %

DES FRANÇAIS CONSIDÈRENT QUE LES COMMERCES DE PROXIMITÉ SONT GARANTS DE L'ÉQUILIBRE SOCIAL ET ÉCONOMIQUE DE LEUR TERRITOIRE.

LES COMMERCES DE VILLAGE NE DEMANDENT QU'À RENAÎTRE

DE CE CONSTAT SONT NÉES LES SUPER SUPÉRETTES Api :

Des supérettes nouvelles au service des habitants du monde rural. Des supérettes en libre-service, toujours ouvertes, installées au cœur des petits villages.

* Magasins éco-conçus, fabriqués en France.

* Ouvertes tous les jours de l'année, à toute heure.

* Présence humaine quotidienne

* 700 références du quotidien à prix supermarché

* Programme super local (produits locaux situés à moins de 50km).

* Accessibles à tous.tes, en libre service.

Notre mission

Défenseur du pouvoir d'achat et de la vitalité des campagnes, nous implantons des super-supérettes au cœur des villages, pour apporter aux habitants des services de proximité, essentiels et innovants. Avec les équipes d'**Api**, nous mobilisons les acteurs de nos territoires afin de contribuer avec audace au développement du monde rural.

PROXIMITÉ

OPTIMISME

DÉTERMINATION

« Engagement #1 *La supérette*

Proposer un modèle de distribution de proximité, qui permet de réduire les inégalités territoriales et l'impact sur l'environnement »

« Engagement #2 *Le monde rural*

Devenir un partenaire incontournable des habitants du monde rural »

« Engagement #3 *Les humains*

Valoriser et développer le capital humain au sein de l'entreprise et sur nos territoires »

ensemble, FAISONS
de VOTRE village
un SUPER village

Engagement #1

Proposer un modèle de distribution de proximité, qui permet de réduire les inégalités territoriales et l'impact sur l'environnement

Enjeu #1

Défendre le pouvoir d'achat des clients tout en proposant une offre de qualité :

PERMETTRE À TOUS D'ACCÉDER À UNE ALIMENTATION À PRIX ABORDABLE À PROXIMITÉ DE CHEZ EUX

En 2023, près d'un français sur deux (IFOP 2023) avoue sauter régulièrement ou occasionnellement un repas par manque d'argent. Chez Api, nous souhaitons que les habitants des villages puissent faire leurs courses sans se priver, et souhaitons garantir des prix bas, grâce à des benchmarks réguliers.

70%** Part des produits à prix supermarché chaque année

8/10** Taux de satisfaction de nos clients vis-à-vis de nos prix

ENCOURAGER LA CONSOMMATION DE PRODUITS MEILLEURS POUR LA SANTÉ

47,3% (sondage ODOXA 2023) des français seraient obèses ou en surpoids et ce nombre ne fait qu'augmenter depuis 30 ans. En permettant aux clients de faire leurs courses alimentaires près de chez eux, nous avons aussi un rôle à jouer dans la sensibilisation à une alimentation plus saine pour la santé, au travers d'outils de communication et d'animations en supérettes.

50%* Part des produits avec nutriscore AB sur le total des références présentant un nutriscore

30%* Part des promotions et mises en avant portant sur des produits meilleurs pour la santé

ENCOURAGER LA CONSOMMATION DE PRODUITS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT.

Chez Api, nous souhaitons contribuer à limiter l'impact sur l'environnement, grâce à un modèle de distribution de proximité, plus sobre. Le travail sur l'assortiment est incontournable, afin de proposer et de promouvoir des produits ayant un impact réduit sur l'environnement, et en limitant les articles toxiques ou polluants.

8%* Part des produits BIO présents dans nos supérettes

40%* Part des produits d'origine animale issus d'élevages durables

30%* Part des promotions et mises en avant portant sur des produits meilleurs pour lenvironnement

*d'ici 2025 **évaluation annuelle

Enjeu #2

Agir pour plus de sobriété

DÉFINIR UNE POLITIQUE DE GESTION DES DÉCHETS VISANT À RÉDUIRE AUTANT QUE POSSIBLE LES VOLUMES, ET TRIER ET/OU RECYCLER ET/OU DONNER CE QUI NE PEUT PAS ÊTRE RÉDUIT.

Les déchets polluent deux fois dans une vie. Lorsqu'ils sont produits et lorsqu'ils sont jetés. Un français génère en moyenne 525 kgs (ADEME 2021) de déchets par an. Réduire les déchets permet de limiter l'usage de ressources épuisables, et de limiter l'impact négatif sur le climat. Chez Api, nous avons à coeur de réduire notre production de déchets et de nous assurer que les déchets soient recyclés ou retraités dans les bons canaux finaux, pour être au maximum valorisés.

1,2%*
Part ou volume d'invendus alimentaires non valorisés par boutique

90%*
Part des déchets valorisés dans les bureaux de Api

95%*
Part des déchets papier & carton valorisés à la sortie des supérettes

PROPOSER UN MODÈLE DE DISTRIBUTION DE PROXIMITÉ PLUS SOBRE

50% des ruraux trouvent que les supermarchés sont synonymes de perte de temps, d'argent, de longs trajets et de choix trop larges (Opinion Way 2023) Chez Api, nous proposons aux habitants de faire leurs courses d'une autre manière, à partir d'un assortiment qui répond à tous les besoins du quotidien, mais se limite à l'essentiel. Nous leur proposons de pouvoir venir en vélo ou à pied, à l'heure qu'ils souhaitent, et de gagner du temps dans les rayons et à la caisse. Plus de liberté, plus de flexibilité, les courses chez Api ne sont plus une contrainte.

24/7

Enjeu #3

Contribuer à protéger l'environnement

RÉDUIRE AU MAXIMUM NOTRE EMPREINTE CARBONE, AU TRAVERS D'UN PLAN D'ACTIONS BAS CARBONE AMBITIEUX, INCLUANT NOS PARTENAIRES ET SALARIÉS

Dans le cadre de la stratégie nationale bas-carbone définie par l'Etat, nous devons nous intégrer dans une démarche qui vise à atteindre la neutralité carbone en 2050. Nous nous engageons à mesurer nos émissions, et proposer un plan d'actions afin de les réduire autant que possible, et de compenser les résiduelles qui ne pourront pas être réduites.

118 MILLIONS *
Km de trajet économisés par les clients grâce aux supérettes/an

11.800 tCO²*
économisés par les clients grâce aux supérettes/an

LIMITER L'UTILISATION DES RESSOURCES NATURELLES (EAU, GAZ, ÉLECTRICITÉ) ET L'IMPACT SUR LES MILIEUX ET LA BIODIVERSITÉ DANS LE MODÈLE D'EXPLOITATION API

Nous nous efforcerons de suivre et de réduire autant que possible l'utilisation de ressources naturelles, d'améliorer notre efficacité énergétique et de préférer les énergies renouvelables, quand cela est possible pour l'alimentation de nos supérettes. L'analyse du cycle de vie de nos supérettes permettra d'avoir une meilleure performance environnementale de la structure.

18.000 KWH/AN*
Consommation annuelle d'électricité par supérette

100%*
Part de conso électricité issue d'énergies renouvelables et/ou de fournisseur «vert»

*d'ici 2025 **évaluation annuelle ***d'ici 2026

Api
LES SUPER SUPÉRETTES

Engagement #2

Devenir un partenaire incontournable des habitants du monde rural

Enjeu #4

Proposer des services essentiels et innovants pour les habitants des villages

CONNECTER DES SERVICES DU QUOTIDIEN À NOS ÉPICERIES, LÀ OÙ IL N'Y EN AVAIT PLUS

Dans 13 000 (INSEE) communes aujourd'hui, les habitants doivent parcourir au moins 9 minutes en voiture pour accéder aux services de la vie courante (alimentation, éducation, soins de santé). Au-delà de permettre aux habitants de faire leurs courses près de chez eux, nous souhaitons leur donner accès aux services du quotidien, qui n'existent plus dans leur village, en les proposant dans la supérette ou en s'associant avec des partenaires. Aujourd'hui Api propose un dépôt de pain frais avec la boulangerie de proximité, la vente d'articles postaux, & un relais de la presse locale.

4

Services du quotidien disponibles dans nos supérettes d'ici 2025

Oui !

Enjeu #5

Prendre parole de façon engagée sur le monde rural

FAIRE D'Api LE SPÉCIALISTE DE L'ANALYSE DE LA CONSOMMATION DU MONDE RURAL

Nos supérettes sont un premier service de proximité essentiel au cœur des villages, mais ce n'est qu'une première brique de notre mission. Afin d'identifier les autres besoins des communautés rurales, nous avons initié l'Observatoire du Monde Rural, un programme de recherche (via un panel propriétaire «Amis d'Api» et une étude quantitative nationale réalisée par OpinionWay). Cet Observatoire nous permettra de sonder régulièrement l'évolution des habitudes, des besoins et de l'état d'esprit des habitants ruraux, afin d'en défendre les enjeux demain.

VALORISER DANS NOS MAGASINS LES SAVOIR-FAIRE LOCAUX DES PRODUCTEURS, ÉLEVEURS ET ARTISANS

Nous proposerons à nos clients des produits locaux, sourcés à moins de 50km de nos supérettes, produits dans une démarche respectueuse de l'environnement, et assurant une juste rémunération pour nos producteurs. C'est notre programme «super local».

5%*
Part des produits locaux dans l'assortiment

8%*
Volume de CA issu des produits locaux en supérette

200*
Nombre de producteurs locaux référencés

Enjeu #6

Redynamiser les coeurs de village pour offrir un espace de création de lien social

DONNER VIE À CE NOUVEAU LIEU CENTRAL DU VILLAGE, GRÂCE À DES ANIMATIONS ET ATELIERS

Près de 4 habitants sur 10 (IFOP 2023) dans le monde rural déclarent que les relations entre les gens se sont dégradées ces dernières années. Nous sommes convaincus qu'en installant un commerce de proximité au centre des villages, en proposant des services autour de ce commerce, les rencontres et les liens entre les habitants pourront se renforcer. Et pour encourager cela, nous animerons nos supérettes.

2/AN**
Nombre d'animations par an dans chaque boutique

« Api m'apporte **une régularité dans les commandes** donc de la sécurité dans mes ventes. Ce partenariat de proximité permet à mes clients de trouver mes produits **7/7** et **24/24**. Enfin, j'ai le sentiment qu'on partage les mêmes valeurs avec Api, c'est une **entreprise à taille humaine**, qui valorise le local. »

Michael Villan, Œufs Bio Plein Air - Le Bosquet des Cocottes **(16)**

*d'ici 2025 **évaluation annuelle

Engagement #3

Valoriser et développer le capital humain
au sein de l'entreprise et sur nos territoires.

Enjeu #7

Déployer une politique RH bienveillante et inclusive

CRÉER DE L'EMPLOI LOCAL, PÉRENNE ET NON DÉLOCALISABLE

Nos apiciers sont recrutés au plus proche de nos supérettes, en CDI. Ils sont des vrais ambassadeurs de leurs supérettes sur leur territoire. A ce jour, ils ont en moyenne 19 minutes de trajet pour rejoindre leur supérette la plus proche.

85*
Nb emplois à moins de 50 km de nos épiceries en milieu rural

FAVORISER LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL, LE SENTIMENT D'APPARTENANCE À L'ENTREPRISE, ET RENFORCER LE COLLECTIF

Chez Api, nous plaçons l'humain au cœur de nos préoccupations. C'est pourquoi nous sommes attentifs au bien-être de nos salariés, et à leur épanouissement dans leur quotidien professionnel. Pour cela, nous mesurerons chaque année leur niveau de satisfaction, et nous attacherons à mettre en place des actions pour maintenir un niveau élevé d'épanouissement (journée QVT, moments conviviaux, formations, respect des bonnes conditions de travail, flexibilité…).

70%*
Part des salariés qui restent plus de 3 ans chez **Api**

⩽13%*
Taux de départ des salariés

9,4/10*
Niveau de satisfaction exprimé par les salariés

CONDUIRE UNE POLITIQUE AMBITIEUSE EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ ET D'INCLUSION DES SALARIÉS POUR LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ.

Nous souhaitons développer un management respectueux des différences et fondé sur la confiance. Nous rédigerons une charte de la diversité, définissant nos grands engagements et notre démarche concrète pour lutter contre la discrimination. Ceci contribuera à améliorer la cohésion des équipes, source d'un meilleur vivre ensemble et donc de performances.

50%*
Taux de parité hommes/femmes

50%*
Taux de parité hommes/femmes dans l'encadrement

DONNER ACCÈS À LA FORMATION POUR TOUS, TOUT LE LONG DU PARCOURS DU SALARIÉ CHEZ API, POUR DÉVELOPPER LE POTENTIEL DE CHACUN

En tant qu'employeur, nous avons envie d'accompagner nos salariés dans leur évolution de carrière et dans le développement de leurs compétences, tout comme nous souhaitons identifier des talents et les faire grandir pour exprimer leur plein potentiel chez Api. Pour ces raisons, nous construirons un plan de formation que nous inclurons dans notre stratégie RH, pour constituer un capital humain à la hauteur de nos ambitions.

100%*
Part des salariés ayant suivi une formation dans l'année

20%*
Part du temps de formation de chaque salarié lié à l'IMPACT

*d'ici 2025

Enjeu #8

Co-construire notre offre et nos projets avec nos partenaires sur les territoires

AGIR DE FAÇON ASCENDANTE, EN ÉTANT À L'ÉCOUTE DES BESOINS EXPRIMÉS DU TERRAIN, DE NOS CLIENTS ET DE NOS PARTENAIRES

"Celui qui sait écouter deviendra celui qu'on écoute". Nous nous efforcerons d'écouter, d'interroger, de prendre en compte les retours et les suggestions de nos clients et de nos partenaires. Grâce à un suivi quotidien des remontées, et à des études régulières sur des thématiques choisies, nous nous appuierons sur les données terrain pour améliorer sans cesse la qualité de notre offre de services et l'expérience client.

>8/10* Taux de satisfaction des mairies

80* NPS des clients

60%* Part des habitants qui ont changé leurs habitudes grâce à API

6* Nb de focus clients (réunions publiques, études SMS, ...) avec les habitants des villages par an

CO-CONSTRUIRE ET DÉPLOYER UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES AU SEIN D'API ET AVEC NOS PARTENAIRES, FOURNISSEURS ET SOUS-TRAITANTS

Le poids des achats représente en moyenne 50% (ADEME 2022) du chiffre d'affaires d'une entreprise. Outre l'aspect purement business, faire des achats responsables permet de répondre aux enjeux environnementaux, sociétaux et socio-économiques de notre époque. Pour inscrire Api dans cette démarche, nous devons faire preuve d'une transparence totale quant aux conditions d'achats des produits, et travailler main dans la main avec nos fournisseurs pour définir des critères à respecter dans le cadre d'une collaboration durable.

100%* Evaluation RSE annuelle des fournisseurs (portant + de 10% des achats API)

MOBILISER LES ACTEURS DE NOS TERRITOIRES POUR DÉMULTIPLIER NOTRE IMPACT À TOUTES LES ÉCHELLES (LOCAL, RÉGIONAL, NATIONAL)

Pour faire d'Api une entreprise complètement ancrée dans les territoires, nous entretiendrons des relations de proximité avec nos partenaires publics, en incluant les mairies, les EPCI, les départements, les régions et l'Etat.

12** Nb de rdv avec partenaires publics sur le territoire

Enjeu #9

Mener des initiatives solidaires qui soutiennent le développement des territoires

FAIRE DE NOS SUPER SUPÉRETTES DES LIEUX INCLUSIFS, POUR QUE CHAQUE INDIVIDU AIT ACCÈS AUX SERVICES D'Api

En faisant le choix d'installer Api dans des villages ruraux dépourvus de commerce alimentaire, nous sommes dans une démarche "d'aller vers". Et pour aller encore plus loin, nous souhaitons que nos supérettes soient accessibles au plus grand nombre de personnes possible, en termes de prix, de technologies, et d'offres. En 2022, c'est en effet 35% des français qui suivent un régime alimentaire spécifique. (Statista 2022)

15%* Part de l'assortiment accessible aux régimes spéciaux

DÉGAGER DU TEMPS AUX SALARIÉS POUR MENER DES INITIATIVES SOLIDAIRES SUR LE TERRAIN

Dans la continuité de nos valeurs "Optimisme, Proximité, Détermination", nous souhaitons nous engager dans les villages Api en faveur de l'intérêt général. Nous avons un rôle à jouer pour soutenir les défis que les associations des villages souhaitent relever. Nos salariés auront donc la possibilité, sur leur temps de travail, de s'investir dans des missions associatives locales pour lutter contre l'isolement, la fracture numérique et favoriser le bien-manger.

2/AN* Nombre de jours dédiés au bénévolat des salariés

100* Associations et mairies clientes de nos supérettes

5* Nombre d'associations sponsorisées dans les villages

AGIR MAIN DANS LA MAIN AVEC LES ACTEURS DU TERRITOIRE POUR LUTTER CONTRE LA FRACTURE NUMÉRIQUE, L'ISOLEMENT ET FAVORISER LE BIEN-MANGER

Nous avons ciblé 3 enjeux incontournables dans les villages et souhaitons pouvoir contribuer à notre échelle à apporter des services au quotidien pour y répondre. Nous nous associerons avec des acteurs spécialistes de ces questions pour agir concrètement auprès de nos clients. En espérant que ces initiatives soient un point de départ pour d'autres et permettent à leur échelle de faciliter le quotidien des habitants.

6* Nb d'actions sociales mises en place auprès des habitants des villages Api

1500* Nb habitants ayant bénéficié d'actions sociales dans les villages API

*d'ici 2025 **évaluation annuelle

ENTRÉE API
Api
LES SUPE
SUPÉRETT

pour 2024,
CONSTRUISONS des villages
OÙ TOUT EST POSSIBLE.

Api LES SUPER SUPÉRETTES
DES VILLAGES