

# CAVIAR DE NEUVIC



RAPPORT DE MISSION - 2026

# PRODUCTEUR FRANCAIS ENGAGÉ DE CAVIAR

L'année 2025 s'est imposée pour Caviar de Neuvic comme un temps d'introspection et de réflexion profonde. Depuis notre engagement en tant que société à mission en 2021, nous avons parcouru un chemin exigeant, guidé par la volonté de conjuguer excellence gastronomique et responsabilité environnementale.

Lorsque l'on évoque le caviar, on pense naturellement à un produit rare et précieux, mais notre ambition a toujours été d'aller au-delà. Au fil des années, nous avons fait de la durabilité un pilier essentiel de notre démarche, dans un contexte où les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux n'ont jamais été aussi pressants.

Caviar de Neuvic se doit d'être un modèle d'engagement, de cohérence et de transparence. Ce temps de bilan nous a permis d'évaluer l'état d'avancement de nos 12 mesures, d'évaluer leur impact et d'identifier les leviers d'amélioration nécessaires pour réduire durablement notre empreinte et préserver les écosystèmes nos esturgeons, nos équipes et nos partenaires évoluent.

Au-delà de nos actions concrètes, nous avons poursuivi notre volonté de sensibiliser nos clients et partenaires à l'importance d'une démarche responsable. En partageant des informations claires sur la provenance (Alliance de producteurs) et les méthodes de production de nos produits, nous souhaitons encourager chacun à devenir acteur d'un changement positif et durable.

Nous avons également renforcé notre engagement, en soutenant des initiatives sociales et environnementales, convaincus que notre rôle dépasse largement le cadre de notre activité et que nous pouvons être un moteur de développement durable sur notre territoire.

Ce rapport marque une étape clé : celle d'un bilan sincère et d'une projection vers l'avenir. Il pose les bases du nouveau chemin que nous avons choisi de tracer pour notre mission à l'horizon 2035, que nous avons le plaisir de vous présenter ici.

En partageant ce rapport, nous espérons qu'il pourra inspirer d'autres entreprises et les encourager à s'engager à leur tour.

Car plus que jamais, il est essentiel d'agir ensemble, avec lucidité et détermination, pour préserver notre planète et préparer l'avenir des générations futures.



**Laurent DEVERLANGES**  
PDG Caviar de Neuvic

« **Respect, Excellence & Innovation** sont les valeurs qui nous guident »

## 2025 EN CHIFFRES

**7,2 M€** CA pour FY25

**50** collaborateurs

**897t** CO2 eq  
bilan carbone (2023)

**95%**, esturgeon valorisé

**6500** visiteurs par an

**Label PAF**  
Poisson d'Aquaculture Français

**Alliance**  
4 producteurs Européens<sup>(1)</sup>

**95,1** score BCorp (2023)

**35%** de nos fournisseurs basés en Nouvelle-Aquitaine

(1) - Communiqué de presse disponible dans l'espace presse Caviar de Neuvic

# DE L'AMBITION À L'ACTION

Quatre années pour faire vivre notre raison d'être (2021 - 2025)

Notre engagement en tant que Société à mission s'inscrit dans une trajectoire structurante initiée en 2021 mais qui résulte d'un engagement pris dès la création de la société HUSO. Cette année marque un tournant majeur dans l'histoire de l'entreprise, avec l'inscription de notre raison d'être au cœur de nos statuts.

Cette raison d'être constitue le socle de notre stratégie et guide l'ensemble de nos décisions. Elle se décline en deux objectifs statutaires clairs et complémentaires :

- Réduire notre impact sur l'environnement
- Contribuer au développement économique et social de notre territoire.

Afin de traduire cette ambition en actions concrètes, une analyse de matérialité a été conduite dès le lancement de notre démarche. Ce travail structurant nous a permis d'identifier, de hiérarchiser et de prioriser nos enjeux les plus significatifs. Il en a résulté la définition de 12 engagements, présentés sur la page ci-jointe, qui ont constitué notre feuille de route durant ces quatre premières années.

Année après année, ces engagements ont été progressivement déployés au travers d'actions opérationnelles, de la construction d'indicateurs de suivi pertinents et de l'ajustement continu de nos objectifs. Cette dynamique d'amélioration continue a permis de mesurer les progrès réalisés, de renforcer notre pilotage RSE et d'ancrer la mission au plus près des pratiques quotidiennes de l'entreprise.

Conformément aux exigences des sociétés à mission, notre démarche a fait l'objet, dès 2023, d'un audit par un cabinet OTI (Organisme Tiers Indépendant). Cette évaluation avait pour objectif de vérifier, d'une part, que les moyens nécessaires étaient effectivement mis en œuvre pour atteindre les objectifs statutaires, et d'autre part, que le Comité de Mission jouait pleinement son rôle de suivi, d'évaluation et de questionnement critique de notre qualité de société à mission.

L'avis favorable rendu à l'issue de cet audit, puis renouvelé deux années plus tard, témoigne de la maturité du dispositif de gouvernance, de la robustesse du pilotage mis en place, ainsi que de l'implication conjointe du Comité de Mission et des collaborateurs dans la mise en œuvre de la mission.

Toutefois, cette étape marque également un moment clé de prise de recul. Après quatre années d'actions engagées et de résultats significatifs obtenus, l'entreprise a évolué, tout comme son environnement et les enjeux auxquels elle est confrontée, dans un contexte mondial de plus en plus incertain. Ce constat nous conduit aujourd'hui à considérer qu'un nouvel élan doit être insufflé à notre mission, afin de poursuivre notre engagement avec exigence, cohérence et ambition pour les années à venir.

*« Proposer les plus beaux caviars grâce à notre engagement de producteur, en les élaborant selon les pratiques les plus respectueuses et qualitatives des poissons, des hommes, et de l'environnement »*

*Raison d'être, HUSO (2021)*

## RENOUVELER NOTRE VISION RSE

**Impulser un nouvel élan d'engagement en redéfinissant la stratégie d'impacts et en fédérant les équipes**

Fort de cette trajectoire engagée et des fondations solides construites depuis 2021, ce chapitre marque une nouvelle étape dans l'évolution de la démarche RSE de HUSO.

Dans un contexte de transformation accélérée des enjeux environnementaux, sociaux et économiques, il apparaît nécessaire de faire évoluer notre approche afin de renforcer la robustesse, la portée et l'impact de notre mission.

Inspirée par les principes du modèle régénératif, cette nouvelle phase vise à dépasser une logique de réduction des impacts pour inscrire HUSO dans une dynamique contributive, créatrice de valeur durable pour les écosystèmes, les territoires et les femmes et les hommes qui les font vivre.

Ce travail s'inscrit dans la définition d'un cap clair et partagé à l'horizon 2035, structurant une stratégie d'impacts renouvelée, alignée avec nos ambitions de long terme et portée collectivement par les équipes, afin de faire de la mission un véritable levier de transformation pour les années à venir.

01 Garantir la qualité de nos produits

02 Garantir la sécurité alimentaire de nos produits

03 Respecter l'environnement de manière responsable

04 Réduction des déchets et valorisation de l'esturgeon

05 Respecter la santé et le bien-être du poisson

06 Innovation produit et satisfaction client

07 Réduire notre consommation d'eau potable

08 Défendre une bonne gouvernance

09 Réduire notre consommation d'énergie

10 Favoriser le développement professionnel et personnel

11 Travailler à l'amélioration de la santé et sécurité au travail

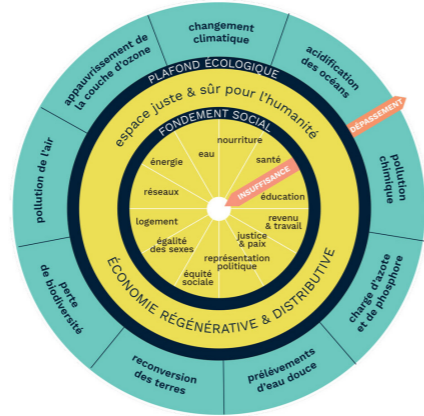
12 Offrir des produits sains et nutritifs

# CYCLE TRANSFORMATIF HUSO

Un travail collectif pour écrire la feuille de route RSE de demain

## Le diagnostic de la chaîne de valeur

Les premiers ateliers ont constitué une étape fondatrice de ce travail. Ils ont permis de replacer notre modèle économique dans un cadre systémique élargi, en commençant par un rappel des limites planétaires, dont six voire sept sont aujourd'hui déjà dépassées, soulignant ainsi le niveau de pression exercé sur les écosystèmes et les interdépendances profondes entre les systèmes naturels, économiques et sociaux. Ce cadre de référence a naturellement conduit à l'introduction de la théorie du Donut développée par Kate Raworth, offrant une grille de lecture intégrée conciliant respect des plafonds écologiques et satisfaction des besoins sociaux essentiels.



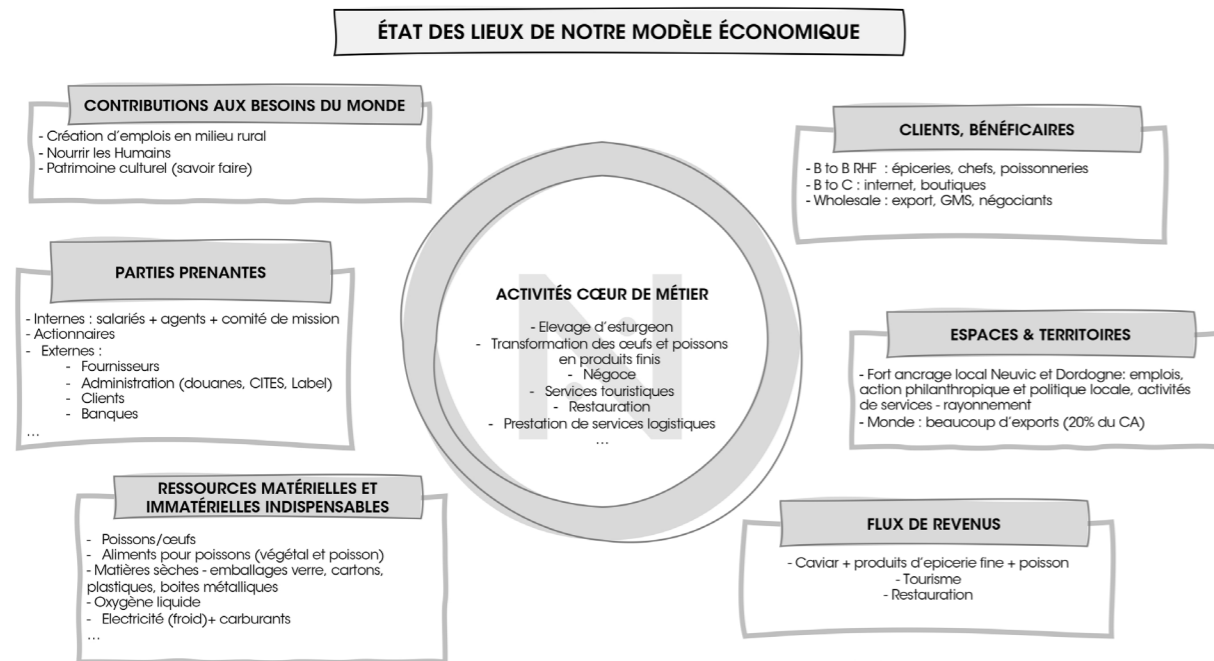
*« L'essence du Donut : un fondement social de bien-être en deçà duquel personne ne devrait tomber et un plafond écologique de pression planétaire au delà duquel nous ne devrions pas aller.*

*Entre les deux se situe un espace juste et sûr pour nous »*

Kate Raworth

## État des lieux de notre modèle économique

À partir de ces éléments structurants, un état des lieux approfondi de notre modèle économique et de notre chaîne de valeur a été réalisé, tel que présenté ci-dessous. L'analyse a reposé sur un double regard complémentaire : d'une part, celui de la transition environnementale en tant que facteur externe, interrogeant la manière dont les évolutions du monde impactent l'entreprise et conditionnent sa résilience à long terme (vecteurs de résilience) ; d'autre part, celui de la responsabilité de l'entreprise, évaluant la façon dont nos activités, nos choix et nos pratiques impactent le monde (vecteurs de responsabilité). Cette approche croisée a permis de faire émerger des constats partagés, d'identifier les principaux points de vulnérabilité et de contribution, et de poser les bases d'une réflexion stratégique plus ambitieuse, alignée avec les enjeux systémiques de long terme.



Réalisé en intelligence collective avec le CODIR et COMI (juin., 2025)

# HORIZON 2035

Une démarche collaborative pour donner un nouvel élan à l'horizon 2035

## Perspectives

À partir de cet état des lieux partagé de notre modèle économique, une nouvelle phase de travail a été engagée afin de questionner en profondeur notre manière de créer de la valeur. Le diagnostic a mis en évidence un modèle aujourd'hui encore largement linéaire, structuré autour d'une chaîne classique allant de l'amont à l'aval, des ressources à la commercialisation, avec des interactions principalement orientées vers la production et la vente de produits. Si ce modèle a démontré sa solidité et sa performance, il révèle également certaines limites face aux enjeux systémiques de long terme, notamment en matière de résilience, de coopération et de capacité contributive.

L'ambition des ateliers suivants a été de dépasser cette lecture linéaire pour faire émerger une vision plus interconnectée et évolutive de l'entreprise. Les travaux ont ainsi exploré la notion de modèle d'entreprise régénérative, reposant sur un écosystème de parties prenantes élargi et renforcé. Cette approche intègre notamment le développement de nouvelles formes de coopération territoriale et économique, le partage et la mutualisation de certains fournisseurs ou ressources, l'enrichissement de l'offre par des services complémentaires aux produits, ainsi qu'un partage accru des connaissances et des savoir-faire, tourné résolument vers l'extérieur.

Pas à pas, au travers de différents ateliers collaboratifs, cette vision prospective s'est construite collectivement, en se projetant à l'horizon 2035. Elle a ensuite été challengée par les salariés, invités à questionner sa crédibilité, sa désirabilité et sa faisabilité. Ce travail d'intelligence collective a permis d'identifier les leviers les plus structurants, de prioriser les axes de transformation et de converger vers une feuille de route pragmatique. Il a ainsi abouti à la définition de trois chantiers structurants, conçus comme les piliers de la transformation de notre modèle économique pour les années à venir.

Ce travail de projection collective et de mise en perspective à l'horizon 2035 a permis de transformer une vision ambitieuse en axes d'action concrets. De cette réflexion sont ainsi ressortis trois chantiers structurants, conçus comme les leviers prioritaires de transformation de notre modèle économique, appelés à guider nos choix stratégiques et opérationnels pour les années à venir.

*« C'est l'occasion pour nous de prendre conscience de nos impacts qu'ils soient positifs comme négatifs et que les salariés puissent être acteurs la vision de l'entreprise »*

Vincent Colleti, Responsable Export



# Feuille de route 2035



## 1 DÉVELOPPER UNE NOUVELLE OFFRE

■ Proposer de nouveaux produits et services moins carbonnés et au service du territoire

Dans le cadre de notre mission RSE, nous nous engageons à développer une nouvelle offre de produits et services durables, alignée avec les besoins de nos clients et les enjeux environnementaux. Nous visons d'abord la création de produits innovants, conçus pour répondre à des besoins concrets tout en lissant notre activité sur l'année.

Parallèlement, nous développons de nouveaux services qui valorisent notre savoir-faire et renforcent notre modèle économique, incluant formations métiers, solutions logistiques et prestations sur mesure, afin de créer une réelle valeur ajoutée pour nos parties prenantes

Enfin, nous réinterrogeons notre offre existante pour réduire son empreinte environnementale et soutenir le tissu économique local, en privilégiant les fournisseurs responsables et les pratiques d'éco-conception. Ces trois axes combinent innovation, performance et engagement ter-

ritorial, traduisant concrètement notre volonté de concilier croissance durable et responsabilité sociétale.



**NOUVELLE OFFRE  
PRODUITS & SERVICE**

- Créer de nouveaux produits durables qui répondent à des besoins tout en lissant notre activité sur l'année
- Développer de nouveaux services pour valoriser notre savoir-faire et développer notre chiffre d'affaire
- Retravailler notre offre actuelle pour réduire notre impact sur l'environnement et promouvoir les fournisseurs de nos territoires

## TRANSFORMER NOS MODES DE PRODUCTION .2

Afin de contribuer à régénérer les écosystèmes locaux

Nous visons à transformer nos modes de production et de fabrication afin de contribuer à la régénération des écosystèmes locaux. Notre démarche s'articule autour de trois axes principaux.

Le premier consiste à devenir un acteur agricole multi-produits, diversifiant nos activités pour valoriser les ressources locales, optimiser les cycles de production et réduire la pression sur les écosystèmes. Puis, nous nous engageons à améliorer l'élevage de l'esturgeon et à réduire notre empreinte carbone, en adoptant des pratiques plus respectueuses du bien-être animal et de l'environnement, et en optimisant nos processus pour limiter les émissions de CO2

Ces actions combinent innovation, performance et responsabilité, traduisant notre ambition de concilier production durable, biodiversité et développement territorial. En transformant nos méthodes, nous contribuons

concrètement à protéger et régénérer les écosystèmes locaux, tout en renforçant la résilience et la durabilité de notre chaîne de production.



**MODES DE PRODUCTION  
& DE FABRICATION**

- Devenir un acteur agricole multiproduits
- Améliorer l'élevage de l'esturgeon
- Réduire notre impact CO2 sur l'environnement

## 3 AMÉLIORER LA SANTÉ DE NOS SALARIÉS

■ Faire rayonner le vivant sur notre territoire

Notre engagement RSE s'étend également à la santé de nos salariés et du vivant qui nous entoure. Nous plaçons le bien-être de nos équipes au cœur de nos pratiques, en favorisant un environnement de travail sain, sécurisant et stimulant.

Nous cherchons à faire rayonner le territoire et l'attractivité de nos métiers, valorisant nos savoir-faire et créant des liens durables avec les acteurs locaux. Enfin, nous nous engageons à sensibiliser nos clients et visiteurs aux enjeux du vivant, en partageant nos bonnes pratiques et en promouvant une consommation responsable.

Ces actions traduisent notre volonté d'allier performance, bien-être et impact positif sur l'écosystème.



**VIVANT**

- Prioriser le bien-être des salariés
- Faire rayonner le territoire et l'attractivité de nos métiers
- Sensibiliser nos clients et visiteurs aux enjeux du vivant



N

[www.caviar-de-neuvic.com](http://www.caviar-de-neuvic.com)

Crédits photos : Adrien Viller - Adélia Deverlanges  
Conception : Caviar de Neuvic - Tous droits réservés (2026)  
Contact RSE : [rse@caviardeneuvic.com](mailto:rse@caviardeneuvic.com)

