



SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY



#We are Savencia



Rapport annuel 2020

Activité & responsabilité sociale d'entreprise

sommaire

- 02 Savencia en bref
- 04 Message de la Direction Générale

plus forts ensemble

- 08 Engagés avec pour priorité absolue la sécurité
- 10 Mobilisés pour assurer la continuité de la chaîne alimentaire
- 12 Sur le terrain ou en télétravail, nos équipes au service de nos clients
- 14 Solidaires au-delà des frontières
- 16 La performance malgré la crise

plus forts pour demain

- 20 Home cooking & Food service : place à la consommation maison
 - 22 Fromage et végétal, les nouveaux alliés
 - 24 Les produits plaisir et locaux, plus que jamais essentiels
 - 26 Digital : la révolution en marche
 - 28 Oxygen
 - 30 Favoriser le bien-être de nos collaborateurs
 - 32 Offrir un plaisir sain et responsable
 - 34 Codévelopper les filières agricoles durables
 - 36 Réduire notre empreinte environnementale
- 38 Résultats et Performance Extra-Financière

« La résilience, c'est l'art de naviguer dans les torrents. »

Boris Cyrulnik



Savencia Fromage & Dairy

est un groupe familial indépendant centré sur les spécialités fromagères et laitières à forte valeur ajoutée. 2^e groupe fromager et 5^e mondial, notre rayonnement à l'international s'appuie sur la qualité de nos produits et sur un portefeuille de marques innovantes, fières de leurs origines et en forte proximité avec leurs territoires. Plus que jamais, avec l'ensemble de nos équipes, nous sommes engagés pour répondre aux grands enjeux environnementaux et de la transition alimentaire, pour entreprendre durablement et inventer demain.

5,2
milliards d'euros
de chiffre d'affaires

5^e
groupe
fromager mondial

4,8
milliards
de litres de lait
collectés

Fortes de nos marques partout dans le monde

Savencia Fromage & Dairy, c'est d'abord une stratégie de différenciation et d'innovation, des produits de haute qualité, des marques fortes et uniques. C'est aussi un groupe international, avec des filiales dans 31 pays et une présence commerciale dans 120 pays. Avec un fort ancrage local, Savencia s'est construit autour d'entreprises à taille humaine, pour répondre chaque jour aux nouvelles attentes des consommateurs et des professionnels de la restauration.

Amérique du Nord



Amérique Latine



Europe Ouest



Europe Centre & Est



Afrique & Moyen-Orient



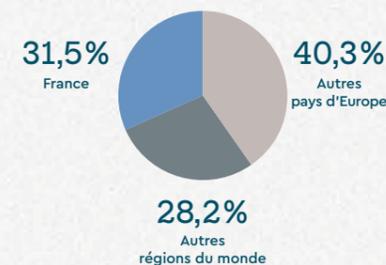
Asie-Pacifique



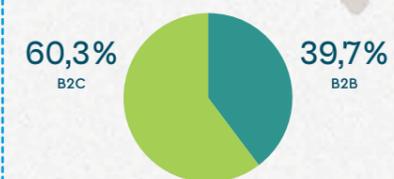
5 160
millions d'euros
de chiffre d'affaires

21 021
collaborateurs

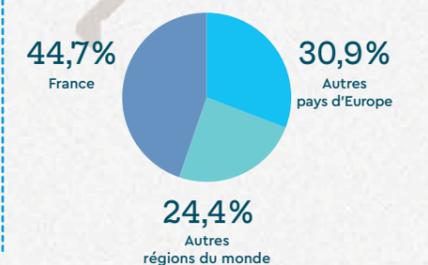
Chiffre d'affaires par régions



Chiffre d'affaires par secteurs



Effectifs par régions



Retail

Un portefeuille de marques uniques, leaders sur leurs marchés, et des marques d'origine en forte proximité avec leur territoire. Une stratégie de spécialité basée sur la différenciation.

Food service

Des produits et solutions de haute qualité, partout dans le monde, pour la restauration commerciale et rapide, ainsi que la boulangerie-pâtisserie.

Industrie

Des technologies de pointe et des savoir-faire au service du développement de spécialités et d'ingrédients laitiers à valeur ajoutée.

Laurent Marembaud,
Directeur Général
des Ressources
Humaines



Philippe Jaegy,
Directeur Délégué
Stratégie et
Transformation



Olivier de Sigalony,
Directeur Financier



Fabienne Boroni,
Directrice RSE
et Communication



Jean-Paul Torris,
Directeur Général



Robert Brzuscak,
Directeur Général Délégué



21 000 collaborateurs engagés et solidaires

Dans cette crise sans précédent, qui a bouleversé nos vies et nos entreprises, je tiens ici à remercier chaleureusement nos équipes pour leur engagement exceptionnel. Le Groupe s'est organisé pour assurer en priorité la sécurité de ses collaborateurs, notamment

sur les sites de production et de logistique. Partout dans le monde, la mobilisation de tous a permis d'assurer la continuité de la chaîne alimentaire. Nos filiales ont aussi fait preuve de solidarité avec leur environnement local en donnant près de 500 tonnes de produits.

Une activité essentielle, une résilience forte

Plus que jamais en 2020, notre vocation « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme » a été mise en lumière par l'actualité. Dès le début de la pandémie, nous avons garanti la continuité de la chaîne alimentaire en livrant tous nos clients distributeurs. Les consommateurs ont redécouvert le plaisir de cuisiner à la maison, porteur pour le beurre et la crème. Le fromage, valeur refuge par excellence, a été lui aussi plébiscité. Savencia a su tirer parti de cette hausse de la consommation à domicile, qui a compensé la chute des activités Food service, due

à la fermeture des restaurants. Cette dynamique, associée à une gestion rigoureuse, nous a permis de réaliser en 2020 un résultat opérationnel courant de 211,4 millions d'euros, en hausse de 10 % par rapport à 2019.

Santé, plaisir, local, digital : accélérateurs de croissance

Préserver sa santé par son alimentation, mais aussi s'accorder des moments de plaisir avec des produits gourmands. Choisir des marques responsables et locales. Commander en ligne et être livré chez soi. La crise a exacerbé ces tendances et Savencia a su apporter les réponses qu'attendaient ses clients. La preuve : nous avons enregistré l'an dernier la meilleure croissance de CA en GMS des dix premiers groupes de produits de grande consommation en France.

Un modèle diversifié et agile

Pour livrer nos clients dans les conditions exceptionnelles de 2020, nous avons pu compter sur une supply chain inventive et performante. La diversité géographique, mais aussi celle de nos circuits de distribution, ont permis d'amortir en partie les effets de la crise. Ainsi en Food service, nous nous sommes adaptés aux attentes de la restauration rapide et des chaînes de pâtisserie, moins impactées. En réallouant des moyens au drive et au e-commerce, nous avons enregistré de fortes croissances sur ces circuits. Le Groupe a ainsi démontré sa capacité d'adaptation, son agilité et l'atout de son modèle diversifié.

Plus que jamais engagés pour un monde durable

Notre engagement RSE répond d'abord à nos valeurs d'entreprise et nous renforçons le déploiement de notre plan Oxygen. Ainsi, notre stratégie #PositiveFood guide nos actions d'amélioration produits et d'incitation à une consommation responsable. Nous réduisons les emballages plastiques et atteignons 86 % d'emballages recyclables en 2020. La réduction de notre empreinte environnementale est aussi un enjeu essentiel pour notre collecte laitière et nos sites industriels. Enfin, en 2020, nous avons doublé le nombre d'apprentis recrutés, avec notre programme « 500 apprentis » destiné à soutenir l'emploi des jeunes, pour que ces derniers ne soient pas une génération sacrifiée.

Confiants pour relever les défis de demain

Le monde entier demeure dans l'incertitude quant à la fin de la pandémie et à ses conséquences, mais les défis à relever resteront importants. Cependant, 2020 nous a permis de prouver notre résilience, de gagner en agilité, tout en poursuivant nos transformations et notre développement durable. Nous continuerons à nous adapter en permanence à l'environnement et aux attentes des consommateurs, comme nous le faisons en ce début 2021 en lançant de nouvelles offres végétales. Notre stratégie de différenciation par la qualité et l'innovation, notre approche à la fois locale et globale, la solidité de notre portefeuille diversifié et l'engagement de nos équipes autour de nos valeurs : autant d'atouts qui nous permettent d'être confiants dans l'avenir de Savencia Fromage & Dairy.

Jean-Paul Torris, Directeur Général

« L'engagement exceptionnel de nos équipes et l'agilité dont nous avons fait preuve nous permettent d'envisager l'avenir avec confiance. #WeAreSavencia ».

plus forts ensemble



La pandémie mondiale de Covid-19 a bouleversé et profondément marqué 2020. Tout au long de cette année si particulière, grâce à l'importante mobilisation de ses équipes, Savencia Fromage & Dairy a démontré une exceptionnelle capacité de résistance à la crise. En 2020, c'est plus que jamais la force du collectif qui a fait la différence. La résilience qui a caractérisé le Groupe, tant au niveau de l'organisation que des femmes et des hommes, trouve son origine dans la culture humaniste de Savencia Fromage & Dairy, l'autonomie de ses filiales, une solidarité exceptionnelle et l'engagement de tous.



Engagés avec pour priorité absolue la sécurité

La sécurité des collaborateurs a toujours été une priorité pour Savencia Fromage & Dairy. Avec plus de 21 000 salariés à travers le monde, l'enjeu au moment de la crise sanitaire était de taille et la mobilisation de tous a permis de s'adapter avec agilité à cette période sans précédent. Approvisionnement en masques, réaménagement des postes de travail, sensibilisation aux gestes barrières : autant d'actions menées en un temps record qui ont permis d'assurer la sécurité de nos collaborateurs ainsi que celle de nos partenaires, afin de continuer à servir nos clients dans l'ensemble des pays où nous sommes présents.



La course aux masques
Dès les premières alertes de pandémie en Europe, les équipes Achats de Savencia se sont mobilisées et coordonnées pour s'approvisionner en masques, gels hydroalcooliques et matériels de protection. Le support des acheteurs en Chine a permis l'approvisionnement et l'expédition de masques jetables au sein du Groupe. En parallèle, l'équipe espagnole a su identifier une fabrication locale de masques en tissu pour équiper rapidement nos sites européens. La priorité absolue ? La sécurité de tous, en maintenant l'activité des sites de production. Piloté par la Direction Achats, ce travail collectif et sans relâche a permis la généralisation du port du masque sur nos sites français, dès le début du mois d'avril.

« Nous avons su relever un défi majeur grâce à la force du collectif. Dans un délai très court, les Achats en Espagne ont dû identifier les fournisseurs les plus fiables et s'approvisionner dans un marché en pénurie ! En un temps record, 15 000 masques en tissu ont été expédiés sur les sites de production en France. »

Ruth Anton Morales,
Responsable Achats Indirects,
Mantequeras Arias

« Après le soutien des équipes centrales en France et de nos collègues du Japon dès le début de la crise en Chine début 2020, les équipes transverses chinoises ont redoublé d'efforts pour maximiser l'approvisionnement et l'expédition des masques à nos collègues du monde entier. "We are ONE Savencia", voici ce que je retiens de cette expérience. »

Maggie Yao,
Purchasing Director, Asia Pacific –
Savencia Fromage & Dairy

La protection des chauffeurs, enjeu n°1 pour les Messageries Laitières

La filiale logistique du Groupe, Les Messageries Laitières, s'est mobilisée dès le début de la crise pour fournir à ses chauffeurs un kit comprenant des masques chirurgicaux, du gel hydroalcoolique et des lingettes. Entre deux vacations, la cabine est désinfectée pour éliminer toute trace de microgouttelettes en suspension dans l'habitacle. Les chauffeurs sont enfin tenus de respecter un protocole strict lors de leurs visites sur les sites de production, et ce, afin de limiter tout contact avec les équipes sur place.



Garantir la continuité de la production

Avec la crise sanitaire, les sites ont mis en place des installations permettant aux collaborateurs d'assurer la continuité de la production en toute sécurité, notamment grâce aux séparateurs de postes de travail. Chez Les Fromagers Associés (France), de nombreuses zones de désinfection ont également été matérialisées tandis que chez Polenghi (Brésil), une rotation des équipes sur les postes de travail a permis d'éviter toute concentration de personnes.



plus forts ensemble

MERCI
#TOUSENSEMBLE



mobilisés

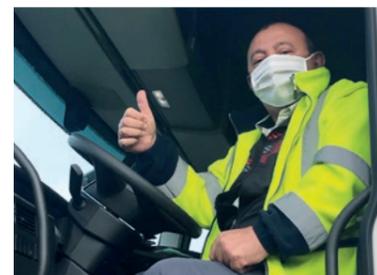
pour assurer la
continuité de la chaîne
alimentaire

Collecte du lait, production et maîtrise de la chaîne logistique : sur tous ces fronts, nous avons su répondre, durant cette période de forte demande, aux besoins des consommateurs qu'il s'agisse de nos références fromage, beurre et crème. Avec l'ensemble de nos parties prenantes (collaborateurs, producteurs, distributeurs et partenaires), l'engagement de Savencia Fromage & Dairy a été essentiel pour prévenir toute rupture dans la chaîne alimentaire.



La collecte, priorité des priorités

Savencia Ressources Laitières livre chaque jour aux sites de production français 8,5 millions de litres de lait, collectés auprès de 7 500 exploitations. Avec la crise sanitaire, la filiale a relevé deux défis. Tout d'abord, protéger ses chauffeurs. Puis, s'assurer que le lait soit collecté en permanence, pour garantir sa transformation dans toutes les fromageries et beurreries de Savencia, notamment lors du premier confinement, période haute de production laitière.



« Pour garantir la continuité d'activité, nous avons pu compter sur l'engagement sans faille des Responsables Collecte qui ont accompagné au quotidien les chauffeurs dans ce contexte exceptionnel. Procédures de sécurité renforcées, nouvelles habitudes de travail : tout n'a pas été facile à mettre en place mais, engagés ensemble, tout est possible ! »

Vincent Lebastard,
Directeur Logistique, Savencia
Ressources Laitières

Supply Chain : la crise redistribue les cartes

Dans le contexte de crise sanitaire, la fulgurante montée en puissance du drive et du commerce de proximité, combinée à des changements brutaux dans les habitudes de consommation, a rendu particulièrement ardue la tâche de l'ensemble des acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Pour faire face à ce nouveau contexte, Savencia Fromage & Dairy a profondément modifié ses process : revues quotidiennes des indicateurs clés, adaptation des opérations industrielles et logistiques, partage optimisé de l'information, resserrement des liens en interne, mais aussi avec les clients et fournisseurs.



« L'engagement collectif des équipes de Savencia, leur défi quotidien au cœur de la crise étaient plus que jamais au service d'une mission sociale essentielle : garantir la continuité de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, en collaboration étroite avec l'ensemble de nos partenaires. »

Norbert Marchand,
Directeur Supply Chain
Savencia Fromage & Dairy



Production : relever les défis de la crise sanitaire

La pandémie a bouleversé les habitudes de consommation : avec la fermeture des restaurants, la cuisine à domicile est redevenue essentielle. En Belgique, comme dans tous les pays confinés, les ventes des ingrédients culinaires de base ont explosé, à l'image du beurre barquette Balade. Le site de Corman s'est ainsi adapté pour répondre à cette demande. Les équipes traditionnellement dédiées au marché Food service ont ainsi été formées et mobilisées vers des productions destinées à la grande distribution. Flexibilité et agilité ont ainsi été les maîtres mots des collaborateurs afin de faire face aux demandes.

Sur le terrain
ou en télétravail, nos équipes
au service de
nos clients



Grâce à la montée en puissance des capacités numériques de Savencia Fromage & Dairy, le télétravail a été mis en place dès le premier confinement pour les équipes support et commerciales.



Quand l'IT anticipe le passage au télétravail

Sur le pont sans relâche dès le début du premier confinement, les équipes IT & Digital Services avaient anticipé le passage au télétravail grâce au programme Connect, lancé dès 2019. Les collaborateurs des fonctions support qui ont basculé 100 % en télétravail étaient déjà familiarisés avec ces outils collaboratifs. Ils ont pu rapidement retrouver un rythme d'activité et d'échanges, même à distance.

« L'engagement des équipes IT a été incroyable pour permettre la continuité d'activité : de la reconfiguration des postes de travail, à la mise à disposition des outils de travail à distance et l'assistance aux utilisateurs, où qu'ils soient. Tous ont pu tirer le meilleur profit des solutions mises à leur disposition. »

Bruno Neyret,
Directeur Digital Groupe



Bascule réussie vers les CSP de Condé-sur-Vire

Les collaborateurs des Centres de Services Partagés (CSP) de Savencia, structures au service des filiales sur les périmètres Paie et Finance/Comptabilité, ont réalisé un travail remarquable. Dès l'annonce du premier confinement, les équipes ont basculé en télétravail, en pleine période de clôture pour la comptabilité et de préparation des paies. Ces opérations ont été menées avec un niveau d'engagement hors norme et sans la moindre rupture malgré le contexte.



Force de Vente : à vos marques, prêts, terrain !

Le 4 mai 2020, la Force de Vente Savencia Produits Laitiers France a été la première de son secteur à revenir en magasin. À la clé, beaucoup d'émotion pour les équipes et les points de vente. Objectifs affichés : renouer les liens, assurer le retour des assortiments et opérer des recadrages massifs dans les rayons. Une reprise couronnée de succès, notamment grâce à la préparation des différents scénarios pendant la période d'activité partielle.



« Merci aux équipes Savencia. Elles n'ont pas ménagé leurs efforts pour nous livrer des commandes extraordinaires au sens littéral du terme. Sans l'engagement dont elles ont fait preuve, nous n'aurions pu répondre avec autant d'efficacité aux attentes des consommateurs sur vos références dans les catégories fromage, beurre et crème... si prisées pendant le confinement. »

Thierry Cotillard,
Président Intermarché et Netto 2015-2020

Deux distinctions aux Trophées LSA Force de vente 2020

Les équipes de Savencia Produits Laitiers France ont été à l'honneur lors de la 10^e édition des Trophées LSA des Forces de vente, se distinguant dans deux catégories. La filiale a d'abord reçu le Coup de cœur du jury pour l'ensemble de ses réalisations de l'année. Puis c'est son opération événementielle « Mes Petits Plats Fromages & Légumes », menée chez Intermarché avec un dispositif à 360°, qui a été récompensée. Deux beaux trophées qui viennent saluer l'engagement des équipes tout au long de cette année si particulière.



« Engagés Ensemble » le média interne pour fédérer les collaborateurs

Afin de renforcer le lien entre tous les collaborateurs dans le contexte de la crise sanitaire, Savencia Fromage & Dairy a créé pour ses salariés « Engagés Ensemble », un canal de communication interne accessible à tous depuis le réseau social du Groupe et un site intranet dédié. Sa vocation ? Partager des témoignages de collaborateurs, des bonnes pratiques terrain, des actions solidaires et même des idées de recettes pour cuisiner « made in Savencia » pendant les confinements ! « Engagés Ensemble » est alimenté quotidiennement et donne la parole à tous les métiers, à travers des formats vidéo courts et vivants.



plus forts ensemble



solidaires

au-delà des frontières



Les valeurs humanistes de Savencia, tout comme sa vocation « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme », ont pu s'exprimer concrètement pendant cette crise. Partout dans le monde, dès le premier confinement, un grand élan de solidarité a eu lieu : entre collaborateurs, avec les clients, les restaurateurs, les soignants et la population dans son ensemble, avec également à la clé, le don de 500 tonnes de produits alimentaires et de plus de 200 000 équipements de protection.



Coup de chapeau aux couturières bénévoles

Pour pallier la pénurie de masques lors du premier confinement en France, un formidable réseau de couturières solidaires s'est organisé dans les filiales. De très nombreuses salariées, retraitées et bénévoles, ont mis spontanément leur talent et leur temps au service de la sécurité des collaborateurs, à l'image des 186 couturières du pôle Alliance Fromagère qui ont réalisé 8 160 masques en tissu en seulement trois semaines.

Un grand MERCI aux couturières de CFVA !



CFVA : Compagnie Fromagère de la Vallée de l'Ance

Des filiales solidaires avec leur territoire

À Marsac, en Dordogne, la filiale Fro' a soutenu le projet d'un collectif de douze entreprises rassemblant une quarantaine d'artisans périgourdins. L'idée : fabriquer des masques barrières en tissu, via une filière proposant des produits cousus localement, tout en créant une économie circulaire sur ce territoire. Une initiative solidaire qui a depuis permis la création de près de 90 emplois et la sauvegarde de 165 autres.



Aux côtés des populations les plus impactées par la pandémie

Grâce à la mobilisation de toutes ses filiales en France, le Groupe Savencia a pu manifester sa solidarité avec les professionnels de santé et les personnes en situation de précarité. Entre mars et avril 2020, 31 450 kg de produits alimentaires ont ainsi été donnés aux associations livrant des repas dans les hôpitaux ou œuvrant pour les plus démunis. En parallèle, plus de 150 000 unités de matériel de protection étaient remises à des professionnels mobilisés chaque jour pour faire face à la crise sanitaire.



« Dans le contexte de la pandémie, où la solidarité est une valeur essentielle, Fro' s'est pleinement mobilisé pour soutenir l'emploi local. En tant que collaboratrice, je suis très fière de porter ce masque en tissu "made in Dordogne", mais aussi très reconnaissante de l'engagement de Fro' pour notre territoire. »

Anne Angelini, Directrice Qualité Catégorie Pâtes Fraîches et Fondus, Fro'.....



Maison de l'Excellence : des chefs au grand cœur

Au plus fort du confinement, La Maison de l'Excellence Savencia®, avec le support des Supply de Savencia Fromage & Dairy Foodservice et Elle & Vire, a accompagné plusieurs actions solidaires. Parmi celles-ci, une chaîne nationale avec l'association Collectif Solidaire, deux chaînes régionales avec Protège ton soignant et Les Chefs avec les soignants, enfin douze actions locales à l'initiative de ses chefs ambassadeurs et partenaires. Au total, près de 17 tonnes de produits ont permis de réaliser des repas complets et démontrer le soutien de tous au personnel soignant.

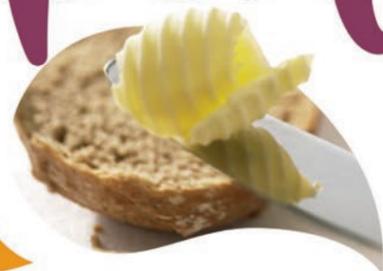
Colis de Noël : Savencia remercie ses collaborateurs

En remerciement pour leur mobilisation exceptionnelle en 2020, dans toutes les filiales, les collaborateurs Savencia ont reçu un colis de Noël avec des produits du Groupe, mais également des denrées de fête. En France, une opération d'envergure a été préparée par les équipes des Messageries Laitières, à Vire, avec le soutien des collaborateurs d'autres filiales qui se sont portés volontaires pendant plusieurs jours, pour réaliser en un temps record les 13 000 colis destinés à l'ensemble des salariés de l'Hexagone.





La performance malgré la crise



En 2020, Savencia Fromage & Dairy a réussi à traverser la crise grâce à la mobilisation exceptionnelle de ses équipes, mais aussi grâce à l'adaptation rapide de ses activités et de son organisation. Malgré le contexte et grâce à l'agilité de tous, les filiales ont pu assurer une croissance soutenue en retail tout en limitant l'impact de la fermeture des restaurants dans le Food service.



n°1

Savencia, n°1 de la croissance parmi les dix premiers groupes PGC (Produits de Grande Consommation) en retail en France.

(source Nielsen fin décembre 2020)

Volumes record pour Les Messageries Laitières

2020 aura été l'année de tous les records pour les Messageries Laitières, avec deux pics historiques enregistrés au mois de décembre. En cette période traditionnellement haute, la filiale logistique s'est mobilisée pour gérer l'afflux de commandes supplémentaires sur des produits phares du confinement, comme la raclette, le camembert, le beurre ou la crème.



« Pour accompagner ce niveau d'activité historique, nous nous sommes réorganisés en adaptant notamment nos horaires de travail. L'esprit d'équipe nous a permis de répondre aux importantes commandes passées par les clients dans un climat convivial, et nous sommes fiers d'avoir réalisé ces volumes dans ce contexte si particulier. »

Florian Raulic,
Responsable Logistique/QHSE,
Messageries Laitières

La consommation à domicile dope le retail

En 2020, les confinements successifs ont bouleversé les habitudes des consommateurs et dynamisé la cuisine à domicile. Ainsi, partout en Europe, nos grandes marques ont su répondre à cette forte demande ; à l'instar d'Elle & Vire, RichesMonts et St Môret en France, Géramont en Allemagne, Caprice des Dieux en Suisse ou Lucina en Tchéquie.



Dynamisme commercial en Asie

Organisation de demo tours pour des lancements de produits, participation à des salons : en Asie, une fois la situation sanitaire stabilisée, nos équipes commerciales, accompagnées par nos chefs ambassadeurs locaux, ont su faire preuve d'une grande réactivité en repartant à la rencontre des clients et professionnels de la gastronomie. L'occasion pour eux de découvrir les dernières marques et innovations des filiales !



AFP : s'adapter pour rebondir avec agilité

Leader des cheese sauces aseptiques aux États-Unis, Advanced Food Products (AFP) met son savoir-faire en R&D à la disposition de ses clients Food service. Pour compenser la chute de ce secteur, la filiale a adapté son activité et redoublé d'ingéniosité en proposant à ses clients des emballages à portions individuelles, plus faciles à livrer. AFP a également copacké une nouvelle boisson végétale pour un grand distributeur. Un bel exemple de résilience.

« Les équipes ont joué un rôle clé pendant la pandémie grâce à leur engagement et leur mobilisation. Ensemble, nous avons réussi à nous adapter à cette situation inédite et réorienter notre stratégie vers des activités plus porteuses. Nos leitmotivs : flexibilité et créativité ! »

Miroslav Hosek,
President & CEO, AFP

plus

forts

pour demain



Malgré les nombreux défis de l'année 2020, Savencia Fromage & Dairy a su faire face et rebondir avec agilité. Le Groupe a pu en cela s'appuyer sur ses solides fondamentaux économiques et sa vocation Entreprendre pour bien nourrir l'Homme. Cette capacité de résilience dynamise la confiance des équipes dans l'avenir. Pour accompagner les nouvelles tendances de consommation, les collaborateurs mobilisent toute leur audace et leur imagination pour continuer à inventer demain, durablement, en phase avec les nouvelles tendances de consommation.

plus forts pour demain



Home cooking & Food service : place à la consommation maison



Les différents confinements ont confirmé l'engouement pour la cuisine à domicile : l'occasion pour les consommateurs de (re)prendre le temps de mitonner des petits plats en famille ou juste pour se faire plaisir. Un contexte inédit auquel le Food service a dû s'adapter via la livraison de repas ou la restauration en click & collect.

80%

des Européens* et 55% des Américains** déclarent vouloir continuer à cuisiner régulièrement à la maison.

(* source McKinsey nov. 20 - ** source IRI)



St Môret « Idéal Dessert » twiste les pâtisseries maison

Pour sublimer les préparations sucrées faites maison, l'emblématique recette de St Môret a été revisitée en une version baptisée St Môret Idéal Dessert. Une formule qui s'incorpore facilement aux préparations et ouvre le champ des possibles aux pâtisseries amateurs, toujours sans texturants ni conservateurs. Un exemple de recette? Le cheesecake façon tarte tatin et St Môret Idéal Dessert.

Le « QSR » tire son épingle du jeu

Sur le marché du Food service, un créneau a su résister à la crise : celui du Quick Service Restauration (QSR), notamment grâce à la livraison à domicile. Savencia a su accompagner ces clients spécifiques et leur fournir des produits qualitatifs et locaux, à l'image du McMuffin développé par Lučina® avec Mc Donald's en République tchèque et en Slovaquie.



La Maison de l'Excellence digitalise ses formations

Avec le confinement, la Maison de l'Excellence Savencia® a imaginé de nouveaux formats en visioconférence à destination des professionnels du Food service, en France et à l'international, pour maintenir la relation chefs/clients. Rendez-vous en live autour d'une problématique culinaire, présentation de recettes, échanges avec des chefs, formations... Une offre de services digitaux novateurs pour continuer à inspirer, accompagner, partager et transmettre.



Le beurre AOP Maison Lescure pour tous les amateurs

Le savoir-faire Maison Lescure s'invite chez le consommateur, avec le lancement d'un beurre de dégustation AOP Charentes-Poitou, idéal pour accompagner petits déjeuners et plateaux de fruits de mer. Le secret de son goût unique? Une maturation de la crème prolongée pour laisser le temps aux précieux arômes de se développer.



Dans la restauration rapide, la vente à emporter est devenue incontournable. En Europe,

80%

des 18-39 ans commandent des plats à livrer au moins une fois par semaine (source : Deloitte)



La raclette, la star des tables françaises

La raclette, un plat qui rassure et qui rassemble? Les Français confinés ont été nombreux à la convier à leur table en 2020, avec une progression du marché de près de 15% en volume. Une tendance dont a pleinement bénéficié RichesMonts. Dès le premier confinement, le leader de la raclette a enregistré des ventes record prolongées jusqu'à l'été et renforcées avec l'arrivée de la saison hivernale, puis du second confinement.

« Le boom de la raclette vient confirmer une tendance existante, accélérée par les confinements, mais qui devrait être pérenne à en juger par l'explosion des ventes d'appareils à raclette en 2020 ! »

Amel Ben Meriem, Directrice Marketing, CF&R



La feta préférée des Grecs s'invite en France

La feta grecque AOP Islos, la plus récompensée au monde avec 23 médailles, arrive en France. Un produit clean label, hautement qualitatif, fabriqué en Grèce continentale dans la région de l'Épire. Toute la richesse aromatique d'une authentique feta AOP à déguster tout l'été !

plus forts pour demain



Fromage et végétal, les nouveaux alliés



Le flexitarisme est devenu une tendance majeure concernant plus d'un tiers des consommateurs des pays occidentaux. En quête d'une alimentation saine, avec un meilleur équilibre entre protéines végétales et animales, les consommateurs adoptant des régimes flexitariens ont continué de progresser en 2020.

Tartare et Bresso passent au végétal gourmand

Ils sont 40 % en France et 50 % en Allemagne : les flexitariens, consommateurs attentifs à leur santé et à l'écologie, affichent leur volonté de réduire les protéines animales dans leur alimentation. Pour eux, Savencia innove et propose désormais deux spécialités fromagères végétales : sur le marché allemand, le Groupe a lancé Bresso Végétal à base de lait d'amande, garanti sans OGM et avec une recette 100 % naturelle ; quant au marché français, il compte maintenant une nouvelle déclinaison de Tartare, baptisée Tartare Végétal au lait d'amande, première offre 100 % végétale à marque sur le segment des pâtes fraîches aromatisées.



« Notre but est de proposer une offre alternative à la fois large et très qualitative, à base de protéines et de matières grasses végétales, ce que nous faisons déjà avec des produits comme Bresso Végétal et Tartare Végétal, qui répondent aux attentes des consommateurs flexitariens. Dans cette optique, d'autres innovations gourmandes sont en cours de développement pour plusieurs de nos marques. »

Jérôme Madoc,
Directeur Général Business Bio & Végétal,
Savencia Fromage & Dairy

45%

des Américains déclarent qu'acheter des aliments sains et peu transformés est aujourd'hui plus important qu'avant la crise Covid-19

(source : Bain et Company)

Milkana lance une boisson nutritionnelle naturelle

C'est en Afrique de l'Ouest que Milkana a lancé sa première boisson nutritionnelle, véritable snack laitier au cocktail équilibré : protéines, calcium, vitamines A & D et zinc. Le tout avec 0 % de matière grasse et sans colorants ni arômes artificiels. Une boisson laitière longue conservation (neuf mois à température ambiante) déclinée en trois mélanges gourmands de fruits et de saveurs locales, à consommer à tout moment de la journée.



Tartare végétalise l'apéritif

Tartare revisite le traditionnel houmous avec trois recettes inédites à base de légumes, légumineuses et épices : des formules 100 % végétales sans colorants, arômes ni conservateurs. Un lancement qui fait de Tartare la première marque fromagère française à proposer ce type de produits au rayon traiteur.



50%

des Européens disent rechercher plus de produits alimentaires non transformés qu'avant la pandémie

(source : Bain et Company)

Skyr, le yaourt protéiné qui monte

Skyr : quatre lettres pour un laitage dont tout le monde parle. En moyenne deux à trois fois plus riche en protéines qu'un yaourt ordinaire, cette recette traditionnelle islandaise constitue le complément idéal d'un repas léger. En Espagne, Burgo de Arias l'a réinterprétée dans une version 100 % d'origine naturelle et 0 % de matières grasses. À peine lancée et déjà élue produit de l'année. Même succès pour Lučina Skyr en République tchèque et en Slovaquie, une nouveauté qui combine le goût frais et unique de Lučina et les valeurs nutritionnelles du skyr.



plus forts pour demain

Les produits plaisir et locaux, plus que jamais essentiels



Avec la crise sanitaire, plus que jamais, les consommateurs manifestent la volonté de bien manger et plébiscitent les produits plaisir et de réconfort. Parallèlement, le confinement a permis de redécouvrir les circuits courts, les produits d'origine et de renforcer le désir de chacun de contribuer à l'économie locale.



Le plus beau plateau de bleus au monde

De l'Europe à l'Amérique du Sud, la farandole des bleus est chaque année plus gourmande chez Savencia. Un plateau qui s'est enrichi en 2020 avec l'arrivée de nouveaux produits. Dans l'Hexagone, Le Coq, pâte persillée à la texture ultra-crémeuse, revendique le plaisir, l'authenticité et le bien-vivre à la française. En Pologne, Naturek propose désormais Grand Blue, un bleu aux arômes fruités, élaboré à partir de lait provenant de fermes familiales locales, situées à moins de 50 km de la Fromagerie de Turek. Enfin, en Argentine, la filiale a repositionné Bavaria, son historique marque de bleu éponyme, vers l'usage culinaire, tout en proposant également GrandBlu, un bleu unique sur son marché en raison de sa maturation longue lui conférant une plus grande onctuosité.



Récompensé par les plus grands jurys internationaux

Pas moins de treize médailles pour Savencia au Concours général agricole du Salon de l'agriculture 2020, dont trois en Or : Époisses Berthaut AOP, Esquiroir AOP Ossau Iraty et Maroilles Fauquet AOP. Le Groupe a également brillé au World Championship Cheese Contest aux États-Unis, avec huit médailles dont une en Or pour Alouette Crème de Brie.



Pour

1/4

des Européens, choisir des aliments qu'on a plaisir à manger est plus important après la pandémie (source : EIT)

35%

des Européens disent qu'acheter localement est plus important pour eux depuis la pandémie Covid-19 (source : EIT)

Le renouveau du réseau crémier-fromager

Restés majoritairement ouverts pendant les confinements, les commerces crémiers-fromagers ont non seulement pu bénéficier d'un retour des consommateurs vers les achats de proximité, mais également d'une envie de bien manger, face à la fermeture des restaurants. Pour s'adapter avec agilité aux nouvelles tendances de consommation, certains ont aussi innové en développant des services de livraison à domicile ou de vente à emporter. L'occasion d'apprécier chez soi ces fromages de tradition comme le Roquefort Papillon Noir et le Montbriac.



« L'activité de l'enseigne "Au Fromager de Rungis" s'est bien tenue en 2020. Le coup d'arrêt côté restauration a été compensé par le dynamisme des points de vente au détail, les consommateurs ayant reporté leur consommation vers leur domicile. »

Christophe Prouvost, Directeur Général Haute Fromagerie

Royaume-Uni : les fromages français toujours plébiscités

Les fromages de tradition en provenance de l'Hexagone restent très appréciés au Royaume-Uni, tout particulièrement le Roquefort Papillon et l'Époisses Berthaut AOP. Et même avec le Brexit, les amateurs en Angleterre pourront continuer d'apprécier les fromages de nos terroirs, comme le Saint Agur, la marque de bleu préférée au Royaume-Uni, ou le camembert Le Rustique.



Mont Cayol célèbre la richesse du terroir pyrénéen

En 2020, le rayon crèmerie a vu la naissance d'une nouvelle pâte pressée à la coupe : le Mont Cayol. Fabriqué à la Fromagerie de Mauléon, dans les Pyrénées-Atlantiques, à partir de lait de vache collecté à proximité, Mont Cayol est une spécialité unique, fruit du savoir-faire de nos maîtres fromagers.



Digital

la révolution en marche



Drive, click & collect : la crise sanitaire et les confinements ont fait exploser les ventes en ligne, bouleversant durablement les habitudes d'achat. Afin de garantir une visibilité optimale de ses produits sur les plateformes de vente en ligne, Savencia a su rapidement adapter sa stratégie commerciale à ce nouveau contexte.

50%

des consommateurs dans le monde déclarent acheter plus souvent en ligne depuis la pandémie, dont 78% en Chine, 55% au Brésil, 41% en Russie, 32% en Allemagne (source : ONU)



France : surfer sur la vague du drive

En 2020, le drive en France représente près de 7% du commerce de détail et 34% de sa croissance. 10% des foyers ont acheté en ligne pendant le premier confinement. Le défi pour Savencia : s'assurer que ses produits soient référencés et visibles. Cela veut dire multiplier les points de contact avec les consommateurs, en repensant les plans d'activation. Un exemple ? La mise en avant, sur les sites de drive, de références adaptées à la demande, comme les produits à usage culinaire ou les formats familiaux.



« Notre objectif : accroître la présence de nos marques auprès de nos consommateurs tout au long de la journée. La clé du succès ? L'agilité des équipes Savencia pour adapter les plans d'activation au nouveau contexte, afin de rendre nos marques présentes dans tous les circuits, qu'ils soient physiques ou digitaux. »

Marie-Hélène Istin, Directrice de l'Activation Marketing et Commerciale France



Réseaux sociaux : terrain de jeu de nos marques

Facebook, Instagram ou Pinterest : en France, nombreuses sont nos marques présentes sur ces médias pour créer de la proximité autour de publications relayant des actualités, recettes ou jeux concours... La solidarité est également de mise, à l'image de St Môret : pour chaque like ou astuce anti-gaspi de fruits et légumes partagée en commentaire, une barquette était reversée aux Banques Alimentaires.

Boom des produits de grande consommation (PGC) vendus en ligne en 2020 :

+43%

en France, + 53% aux USA (sources : LSA et E-Marketer)

n°1

de l'engagement

Elle & Vire au top en digital

Parmi les marques agroalimentaires les plus influentes sur les réseaux sociaux, Elle & Vire est en pointe. L'agence Ultramédia l'a classée en tête du Top 3 des marques les plus engageantes du marché, soulignant ainsi sa capacité à produire des contenus de qualité qui font réagir et suscitent commentaires et partages.

Quand le fromage vient au consommateur

Se faire livrer directement chez soi des fromages de spécialité ? C'est désormais possible pour les gourmets américains grâce à CheeseLoverShop.com, la plateforme de commerce électronique lancée par Savencia Cheese USA à l'été 2020. À la carte, des produits issus du catalogue Savencia Fromage & Dairy et de marques partenaires, mais aussi des vidéos animées par le chef Greg Gable, ambassadeur de Savencia Cheese USA, pour apprendre comment associer, déguster, servir et conserver ses fromages.



Savencia, une marque engagée

Pour développer sa marque corporate, Savencia a choisi de capitaliser sur deux réseaux sociaux majeurs. Sur LinkedIn, les membres peuvent suivre l'actualité de Savencia grâce à des publications quotidiennes. Depuis octobre 2020, Savencia est également présent sur Twitter où des live-tweets permettent d'informer en temps réel la communauté, notamment lors d'événements.



Favoriser le bien-être de nos collaborateurs, la solidarité

- Garantir la sécurité de nos collaborateurs
- Améliorer la qualité de vie au travail
- Développer les compétences
- S'engager pour la diversité et l'inclusion
- Favoriser l'engagement solidaire



Codévelopper des filières agricoles durables

- Codévelopper avec nos fournisseurs de matières premières agricoles un approvisionnement plus durable
- Promouvoir des achats responsables



Entreprendre pour bien nourrir l'Homme



La crise a accéléré la prise de conscience autour des enjeux climatiques et sociétaux : plus que jamais, la croissance durable est impérative. En 2020, Savencia Fromage & Dairy a renforcé son plan RSE Oxygen.

Offrir un plaisir sain et responsable

- Améliorer la qualité nutritionnelle et la conception de nos produits
- Promouvoir une consommation responsable



Réduire notre empreinte environnementale

- Réduire les émissions de gaz à effet de serre de nos activités
- Maîtriser nos ressources en eau
- Optimiser la gestion des déchets
- Développer l'écoconception de nos emballages



plus forts pour demain

Favoriser le bien-être de nos collaborateurs

Savencia s'attache à assurer le bien-être, le développement et l'engagement solidaire de ses collaborateurs. Sécurité, qualité de vie au travail, diversité, inclusion, apprentissage : en 2020, plus que jamais, les femmes et les hommes étaient au cœur des actions du Groupe.



Savencia double son nombre d'apprentis en France

Conscient de sa responsabilité sociétale, Savencia a décidé en 2020 de doubler le nombre d'apprentis en France. Notre ambition : recruter 500 étudiants, de niveau bac à master 2, en apprentissage dans tous les métiers et sur tous nos sites. La promesse faite à ces jeunes ? Apprendre leur métier chez un acteur dynamique de l'agroalimentaire français, qui agit concrètement pour promouvoir une agriculture durable et une alimentation naturelle, mais aussi pour réduire son impact environnemental... Car se former chez Savencia, c'est devenir un acteur de la démarche #PositiveFood et contribuer à façonner le monde de demain.



P « Pour moi, l'apprentissage a été un véritable accélérateur de carrière !

Préparant un diplôme d'ingénieur des industries alimentaires à l'École nationale supérieure d'agronomie & des industries alimentaires (ENSAIA), j'ai intégré, en août 2018, le site de Condé-sur-Vire comme Assistante Amélioration Continue au sein du service Performance industrielle. Aujourd'hui, embauchée en CDI chez Elle & Vire, je suis manager de pôle à l'atelier UHT. Une quarantaine de personnes travaillent sous ma responsabilité. »

Ombeline Lengronne,
Manager de Pôle au sein de l'atelier UHT Elle & Vire

42,4% 6

de femmes occupent des postes de managers

postes sur 10 pourvus grâce à la mobilité interne

60,4%

des filiales ont réalisé des dons alimentaires auprès d'associations



Savencia, un employeur au top !

Une nouvelle fois, Savencia a été certifié Top Employer Europe 2021. Les pays qui ont contribué à l'obtention de cette certification sont la France, l'Allemagne, l'Espagne, la Belgique, la Pologne, la République tchèque et la Slovaquie. Outre cette reconnaissance européenne, deux filiales en Chine ont également été certifiées. Enfin, Savencia en Suisse et Polenghi au Brésil ont reçu la certification Great Place To Work.



Quand les collaborateurs sont les meilleurs ambassadeurs

Ils sont 200 collaborateurs de tous horizons, repérés pour leur audience et leur activité sur LinkedIn, qui forment depuis 2020 une communauté d'ambassadeurs baptisée #WeAreSavencia. Leur rôle : faire rayonner les actualités du Groupe en les partageant auprès de leurs réseaux.



Graduate Program : l'accélérateur de carrière

Fin 2020, Savencia a lancé deux nouvelles promotions du Graduate Program : Sales & Marketing et Opérations. Dédié aux recrutements de jeunes diplômés à haut potentiel, ce cursus se veut être un véritable accélérateur de carrière pour de futurs dirigeants. En quatre à cinq ans, les participants découvrent le Groupe dans sa dimension internationale, à travers trois postes complémentaires au sein de différentes filiales : une mission opérationnelle, la prise en charge d'un projet transversal et le management d'une équipe.



Renforcer la culture Sécurité

Enjeu majeur, la sécurité est une priorité chez Savencia. L'édition 2020 de la Semaine Mondiale de la Sécurité et de la Santé au Travail, organisée dans toutes les filiales, s'est tenue sous la forme de Rendez-Vous d'Automne avec un fil conducteur autour de dix Essentiels Sécurité. Objectif : renforcer la culture sécurité en sensibilisant les collaborateurs et les managers tout en partageant les bonnes pratiques.



« Trois ans sans accident ! Nous, collaborateurs de la filiale brésilienne Polenghi et équipes de Sao Vincente Minas, sommes fiers de cette performance qui est le résultat de l'engagement de chaque employé. Car c'est bien ensemble que nous mettons en œuvre des actions pour renforcer la culture de la sécurité dans notre environnement de travail. »

Claudionara Portela,
Health and Safety Technician, Polenghi

plus forts pour demain

Offrir un plaisir sain et responsable

#PositiveFood 

Acteur engagé de la transition alimentaire, Savencia Fromage & Dairy propose et défend une approche positive de l'alimentation, alliant santé, bien-être et convivialité. En 2020, Savencia a continué d'associer naturalité et responsabilité pour le bonheur de bien manger, tout simplement !



France et Allemagne en mode #PositiveFood

En France et en Allemagne, à travers ses deux sites quiveutdufromage.com et ich-liebe-kaese.de, Savencia fait rayonner la #PositiveFood. Outre-Rhin, où plus de 50 % de la population se déclare flexitarienne, ich-liebe-kaese.de propose une multitude de conseils pour aider les consommateurs à manger plus sainement : recettes saisonnières, astuces antigaspi, contenus dédiés autour d'une alimentation plus responsable... En France, quiveutdufromage.com a été à l'initiative, fin 2020, d'un partenariat avec deux médias online référents, Marmiton et Doctissimo. Une opération inédite et multimarque qui permet à Savencia de relayer la #PositiveFood grâce à la cocréation de contenus complets et engageants.

Un institut, conseil scientifique pour la #PositiveFood

Lancé à l'occasion de la Journée Mondiale de l'Alimentation 2020, l'Institut For A Positive Food est une association qui propose et défend une approche positive de l'alimentation alliant santé/bien-être, convivialité et responsabilité. Doté d'un conseil scientifique pluridisciplinaire, et en ligne avec les principes définis par la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) et l'OMS, (Organisation Mondiale de la Santé) l'Institut partagera des réponses s'appuyant sur les sciences aux questions essentielles autour de la transition alimentaire.



Elle & Vire plus vert que jamais

Elle & Vire continue d'innover en lançant la première crème UHT entière sans additif du marché, fabriquée en Normandie à la laiterie de Condé-sur-Vire : une production locale conditionnée dans un emballage vertueux en matière renouvelable, assorti d'un bouchon d'origine végétale. Autre première : le format « poche », décliné pour la gamme crème épaisse bio. Sa durée de conservation de 15 jours après ouverture et son emballage souple permettent d'utiliser la crème jusqu'à la dernière goutte !

Tous unis pour la lutte antigaspi !

En janvier dernier, Savencia Fromage & Dairy s'engageait dans la réduction du gaspillage alimentaire, en signant le Pacte sur les dates de consommation de Too Good To Go. Depuis le 1^{er} octobre, St Môret a concrétisé cet engagement en précisant sur son emballage que le produit a une date de durabilité minimale (DDM), grâce à la mention « à consommer de préférence avant ». Concrètement, cela signifie qu'une fois cette date dépassée, si le produit a été conservé au réfrigérateur et si son emballage n'a pas été altéré, il reste consommable sans risque.

Une démarche clean label engagée sur **2/3** des nouveaux produits

Alpenpur, une nouvelle génération de fromages fondus

En 2020, après plusieurs années de recherche, le Groupe a développé une innovation de rupture : une nouvelle génération de fromages fondus sans phosphates ajoutés, sans conservateurs ni arômes. Lancé en Allemagne sous la marque Alpenpur de Milkana, toujours avec du bon lait des Alpes d'Allgäu, le produit est disponible en tartifiable et en portions présentées dans un emballage écologique en papier et sans aluminium. Alpenpur se décline en différentes recettes, dont une avec des herbes alpines récoltées à la main en Suisse.



Du fabricant au consommateur, en toute transparence

Savencia contribue à l'initiative collective CodeOnline Food visant à fournir au consommateur une information fiable en provenance directe des fabricants. Composition des produits, origine, qualité nutritionnelle : sur la plateforme CodeOnline Food, les données sont directement renseignées par les marques elles-mêmes, en toute transparence.



« Grâce à CodeOnline Food, Savencia apporte la preuve de son engagement en faveur d'une alimentation saine et naturelle. Avec ce nouveau service, chacun pourra par exemple aisément se rendre compte que pour fabriquer Caprice des Dieux, nous n'utilisons que du lait, des ferments et du sel ! »

Zineb Lahrech, General Manager Foodservice Solutions Europe 

TOP BIO 50%
St Môret et Elle & Vire parmi les meilleurs lancements bio de l'année (source : Nielsen, août 2020)
des collaborateurs connectés ont suivi la formation nutrition

plus forts pour demain

Codévelopper les filières agricoles durables

Savencia Fromage & Dairy est engagé sur le long terme avec ses éleveurs pour une production laitière durable et responsable, dans le respect du bien-être animal.



Accompagner les producteurs de lait

Savencia, à travers sa filiale Savencia Ressources Laitières, se mobilise pour ses éleveurs. En France, un réseau de 90 Animateurs Ressources Laitières les accompagne dans l'évolution de leurs pratiques grâce au diagnostic Production Laitière Durable : ils se rendent régulièrement dans leurs exploitations, les aident à évaluer la qualité du lait et leur apportent un appui technique en fonction des besoins. En 2020, plus de 420 journées de formation ont été dispensées. Et pour préparer demain, Savencia a aidé cette année 114 jeunes agriculteurs à démarrer leur activité, grâce à un pack Accompagnement à l'Installation qui leur permet, entre autres, de bénéficier d'un prêt à taux réduit, mais également d'un accompagnement technique.



« Je me suis installée en 2017, juste après l'obtention de mon examen. J'ai toujours voulu entreprendre et travailler avec mes parents sur l'exploitation familiale. Le Pack à l'Installation m'a permis de développer ce projet. Sans ce dispositif, cela aurait été difficilement possible. L'enveloppe apportée par la prise en charge d'une partie des intérêts bancaires a été un bonus non négligeable. Ce pack a été un réel tremplin pour moi. »

Pauline Vasseur,
productrice GAEC
de la Mothe à Anrosey (52)

88%

des éleveurs dans le monde adhèrent à la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage

85%

des troupeaux ont accès au plein air 219 jours par an en France

La moitié

de la surface moyenne des exploitations de nos producteurs est dédiée aux prairies et surfaces d'intérêt écologique

Papillon s'engage pour le bien-être animal

La Fromagerie Papillon, en collaboration avec l'École nationale vétérinaire d'Alfort (ENVA) et l'Association des Vétérinaires Éleveurs du Millavois (AVEM), a mis en place sa charte de bien-être animal. Ses critères d'évaluation reposent sur des actions définies dans le cahier des charges AOP Roquefort, mais également sur des bonnes pratiques d'élevage autour des cinq libertés fondamentales de l'animal. Une démarche pour laquelle les 50 critères d'évaluation se font directement à partir de l'observation de l'animal, par des organismes professionnels et indépendants : un gage supplémentaire de transparence.



Elle & Vire défend la vache normande

L'emblématique vache « à lunettes », patrimoine régional et symbole de biodiversité, n'est plus majoritaire en Normandie. Pour y remédier, Elle & Vire vient de s'engager en proposant un plan d'aide aux éleveurs de la région afin de réintroduire mille vaches de race normande dans leurs troupeaux sur les cinq prochaines années.



Se mobiliser pour la biodiversité

En France, près de la moitié de la surface d'une exploitation moyenne est constituée de prairies. Conscient que la biodiversité est source de valeur ajoutée pour les écosystèmes et que l'agriculteur a un rôle majeur à jouer pour la préserver, Savencia a fait de la préservation de la biodiversité l'un des leviers d'amélioration identifiés dans le diagnostic Production Laitière Durable avec, à la clé, des solutions pour préserver la fertilité des sols, sauvegarder le milieu naturel et adopter des pratiques favorables sur les cultures.

République tchèque : vers une collecte plus responsable

Rationaliser la collecte de lait pour la rendre plus responsable : c'est la démarche qui a été menée en République tchèque à travers le projet Local zone. Objectif : optimiser les distances de la zone de collecte à la Fromagerie d'Hesov, principal site de production de la filiale. Dans ce cadre, les producteurs qui fournissent le site de Hesov se trouvent dans un rayon de 50 km de la fromagerie et 80 % du lait est collecté localement. Résultat : chaque jour, plus de 1 000 km sont économisés, permettant une réduction de 1 101 kg de CO₂. Autre atout majeur : le lait collecté par la fromagerie est issu d'une alimentation sans OGM des troupeaux.



plus forts pour demain

Réduire notre empreinte environnementale

Savencia Fromage & Dairy poursuit ses efforts pour limiter l'empreinte environnementale de ses activités, dans un contexte où les enjeux climatiques confirment la nécessité de maintenir ce cap. Le Groupe, qui a pris des engagements forts, s'attache notamment à réduire le recours aux matières plastiques et à augmenter la part des énergies renouvelables dans sa consommation énergétique.



Belebey innove avec la cogénération

En Russie, la filiale a mené un projet d'envergure, soutenu par le gouvernement fédéral et la République du Bachkortostan, pour la protection de l'environnement sur le site de Belebey. Comment ? En développant une station d'épuration cogénération. Ultramoderne, cette installation permet de traiter les eaux usées. Le biogaz libéré par l'opération est éliminé par cogénération, permettant la production simultanée d'électricité et de chaleur. Une démarche pionnière et vertueuse qui réduit considérablement la charge sur la station d'épuration de la ville voisine, élimine les odeurs désagréables et diminue la quantité de gaz à effet de serre générée.



« Notre station d'épuration de cogénération est unique en Russie. Elle réduit de 99 % la pollution des eaux usées et fournit jusqu'à 5 % d'électricité à la fromagerie. Ce projet, qui constitue une première dans notre pays, fait notre fierté. Il traduit l'engagement de Savencia Fromage & Dairy en faveur d'une production durable et respectueuse de l'environnement. »

Evguéni Linkevich,
Directeur Général
Fromagerie de Belebey

Empreinte carbone
collecte laitière :

-252000

tonnes éq. CO₂ vs 2010

25%

d'électricité verte
en France en 2020

Dans l'Hexagone, 25 % de l'électricité des sites de Savencia Fromage & Dairy (hors CF&R) est certifiée de source hydraulique avec garantie d'origine et produite en France, permettant de réaliser une économie de 6 475 tonnes équivalent CO₂. Outre-Rhin, l'usine d'Edelweiss est approvisionnée en électricité 100 % d'origine renouvelable et de source locale. Enfin, aux États-Unis, le toit de la fromagerie Rogue Creamery est équipé de panneaux solaires couvrant environ 20 % des besoins énergétiques annuels du site.

Mantequeras Arias rejoint la plateforme Lean & Green

La filiale espagnole Mantequeras Arias a rejoint en 2020 la plateforme européenne Lean & Green, groupement collaboratif d'entreprises engagées pour réduire l'impact de leurs activités : un dispositif qui accompagne les sociétés dans leurs engagements de neutralité carbone d'ici 2050. Arias affiche notamment l'objectif de réduire de 20 % les émissions de dioxyde de carbone issues de ses activités logistiques d'ici cinq ans, en lien avec le plan Oxygen.

Écoconception : mobilisation générale

Savencia Fromage & Dairy affiche l'objectif de tendre vers 100 % d'emballages recyclables ou biodégradables d'ici 2025, grâce à de nombreux projets d'écoconception engagés par toutes les filiales. Des exemples de réalisations pour 2020 ? Le nouveau plateau assortiments de RichesMonts est ainsi 50 % plus léger et permet d'économiser 111 tonnes de bois et de plastique par an. De son côté, Etorik a repensé l'emballage de ses portions et baissé de 70 % la proportion de plastique utilisé.

86%

des emballages recyclables
ou biodégradables



Le biogaz en test sur trois sites

Dans le cadre de ses actions visant à développer les énergies renouvelables, Savencia expérimente le biogaz à la fromagerie Perreault de Meslay du Maine, en Mayenne. Ce biogaz, fourni par un méthaniseur installé à proximité du site, assure l'alimentation de l'usine à hauteur de 50 % en moyenne de ses besoins en combustible. Parallèlement, des essais se sont poursuivis en 2020 avec des camions alimentés en bioGNV sur les zones de Azé, en Mayenne, et Illoud, en Haute-Marne, avec des partenaires locaux dans l'objectif de développer une économie circulaire et de réduire l'impact environnemental.



Double reconnaissance pour Armor Protéines

Armor Protéines, spécialisé dans les ingrédients laitiers fonctionnels et nutritionnels, s'est engagé dans une démarche de décarbonation avec un projet d'investissement permettant des progrès significatifs, notamment une nette diminution de sa consommation énergétique. La filiale devient ainsi la première entreprise du Grand-Ouest retenue dans le cadre du plan France Relance, destiné à soutenir et accompagner la réduction des émissions de gaz à effet de serre du secteur industriel. L'entreprise s'est également vu attribuer, par EcoVadis, la médaille d'argent pour sa performance RSE.

Savencia Fromage & Dairy dans le

Top 10

de l'index Gaïa 2020*

* des entreprises de plus de 500 millions d'euros de chiffre d'affaires

Résultats et Performance Extra-Financière

- 39 Chiffres clés 2020
- 40 Modèle d'affaires
- 42 Déclaration de Performance Extra-Financière
- 59 Le gouvernement d'entreprise
- 60 2020 en bourse
- 61 États financiers consolidés
- 62 Bilan consolidé
- 63 Tableau des flux de trésorerie consolidés
- 64 Organigramme juridique consolidé

Chiffres clés 2020

Chiffre d'affaires 2020

Le chiffre d'affaires 2020 est en progression de 3,1% par rapport à l'exercice précédent pour atteindre 5 160,4 millions d'euros. La croissance organique est favorable de + 0,6%. L'effet de structure de 6% provient principalement de l'intégration de CF&R à compter du 1^{er} mai 2020. L'effet de change est négatif de 3,3% en lien avec la dévaluation de la quasi-totalité des monnaies mondiales vis-à-vis de l'euro et en particulier des devises sud et nord-américaines, russe et chinoise. Le chiffre d'affaires réalisé hors de France représente 68,5% contre 71,5% au 31 décembre 2019.

Chiffre d'affaires net 2020 en millions d'euros



Chiffre d'affaires 2020 et variation 2020-2019

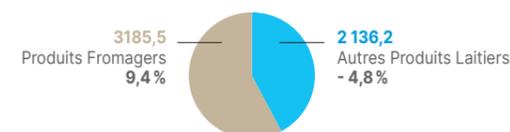
Par activité

Les Produits Fromagers représentent 61,7% du chiffre d'affaires consolidé. À taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires des Produits Fromagers croît de 1,7%. Il bénéficie d'un quatrième trimestre dynamique à + 3,9% tiré par des volumes forts sur la quasi-totalité des régions. La crise sanitaire avec en corollaire la fermeture des lieux de restauration, les couvre-feux et confinements multiples, ainsi que la redécouverte du plaisir de cuisiner, ont fortement favorisé la consommation à domicile et la croissance des ventes en magasins au détriment de celles en Food service. Le recul des volumes vendus en Food service n'a cependant pu être entièrement compensé par la progression des volumes vendus en magasins.

Les Autres Produits Laitiers représentent 41,4% du chiffre d'affaires consolidé avec une croissance organique qui se contracte de 0,7% sous un double effet volume et prix. L'effet volume négatif résulte directement de l'environnement sanitaire qui a limité les exportations et les ventes dans les réseaux de Food service. L'effet prix est quant à lui positif au global, impacté notamment par la situation économique en Argentine et l'évolution des cotations mondiales des produits industriels.

Chiffre d'affaires 2020 et variation 2020-2019

par activité et en millions d'euros



Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant est en progression courante de 10% intégrant un effet de périmètre positif de 5% et un effet de change négatif de - 1,1%.

Résultat opérationnel courant

en millions d'euros et marge opérationnelle en % des ventes nettes



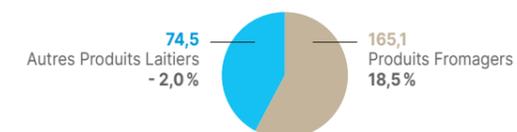
Résultat opérationnel courant 2020 et variation 2020-2019

Le résultat opérationnel courant des Produits Fromagers est en progression de 18,6%. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 4,8% à 5,2%. Ceci s'explique par la bonne dynamique volume au quatrième trimestre sur la quasi-totalité des régions et la réduction des dépenses publicitaires dans le cadre des mesures de contingence prises pour faire face à la crise Covid-19.

Le résultat opérationnel courant des Autres Produits Laitiers est en retrait de 2,1%. Le réseau Food service et les ventes export ont été fortement impactés par la crise Covid-19. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 3,4% en 2019 à 3,5% en 2020.

Résultat opérationnel courant 2020 et variation 2020-2019

par activité et en millions d'euros



Autres activités : - 28,2 M€

Résultat part du Groupe

Le résultat net part du Groupe est en progression de 7,1%. Les charges non récurrentes sont en légère hausse de 0,3 M€ et liées pour l'essentiel aux plans d'amélioration des performances engagés essentiellement en France ainsi qu'aux dépréciations d'actifs incorporels et corporels à l'étranger. Les charges financières sont en baisse de 3,6 M€ notamment grâce au résultat de change positif. Le résultat sur situation monétaire augmente de + 1 million d'euros et correspond à l'application de la norme IAS 29 relative aux pays en situation d'hyperinflation (Argentine). La contribution des sociétés en équivalence diminue de 1,9 M€ en lien notamment avec la prise de contrôle de CF&R à partir de mai 2020. L'impôt sur les sociétés s'accroît de 10,2 M€. Le résultat de l'exercice revenant aux participations ne conférant pas le contrôle augmente de 6 millions d'euros.

Résultat net part du Groupe en millions d'euros



Endettement net sur fonds propres

Les investissements corporels et incorporels se sont élevés à 199,3 M€ en retrait de 9%. Les acquisitions de sociétés et compléments de participation ne sont pas significatifs en 2020. Elles représentaient 34,1 M€ en 2019.

La dette financière nette s'établit à 446,3 M€ en baisse de 158,6 M€ en lien principalement avec les mesures de contingence prises dans le cadre de la pandémie. Les fonds propres augmentent de 87 M€ par rapport à 2019.

Endettement net sur fonds propres en pourcentage



Tendances et vision

La transition alimentaire est un enjeu de société essentiel. Avec des « consommateurs » en quête de Mieux Manger, de confiance et de sens, le secteur alimentaire évolue vers **un nouveau modèle, plus responsable et plus respectueux des environnements locaux**. Le développement durable et la révolution digitale transforment la chaîne agro-alimentaire et la distribution. Savencia Fromage & Dairy a l'ambition de **réinventer une alimentation durable de qualité**,

répondant aux attentes des consommateurs et à sa vision **#PositiveFood** : une alimentation diversifiée associant plaisir et santé, avec des produits naturels et peu transformés. En renforçant sa compétitivité et son innovation, son engagement RSE auprès de ses parties prenantes, le Groupe s'adapte en permanence aux risques de son environnement, à la volatilité laitière, aux mutations de ses marchés, de ses clients et de ses consommateurs.

Ressources

Ressources Humaines

21 021 collaborateurs*

...dans 31 pays

60,5% d'hommes + 39,5% de femmes

Des filiales en proximité avec leur environnement local

Ressources Environnementales et Sociétales

Eau 18,1 Millions m³

Energie 2 352 GWh

4,8 Milliards de litres de lait collectés dans le monde auprès d'exploitations laitières

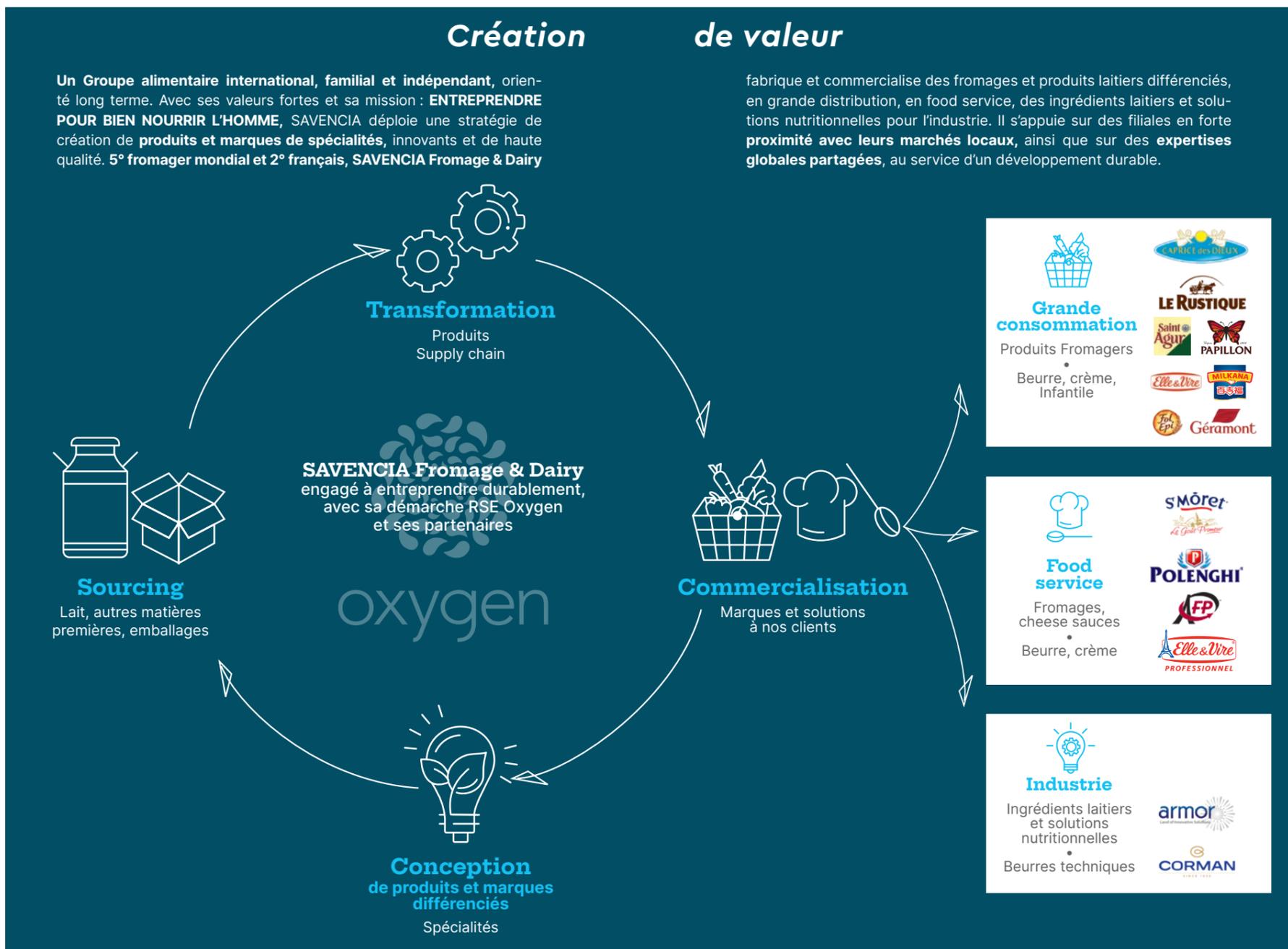
Ressources Financières

Stabilité d'un actionariat familial majoritaire

Capitaux propres 1 552 M€

Investissements 199 M€

* Effectifs inscrits et intérimaires (moyenne annuelle en ETP).



Valeur partagée

Pour les Hommes

Top Employer Europe 2020-2021

Frais de personnel : 1 013 M€

63,2% des collaborateurs ont bénéficié d'une formation en 2020

439 contrats d'apprentissage en 2020

Pour l'Environnement

Gaz à effet de Serre collecte laitière : - 252 000 T Eq CO₂, entre 2010 et 2020

Consommation d'énergie : + 1% par tonne fabriquée entre 2015 et 2020

Pour la Société et les Communautés

SAVENCIA en tête de la croissance CA 2020 des 10 premiers groupes PGC France (source panel distributeur)

Actions de solidarité : 60,4% des filiales ont réalisé des dons alimentaires

Achats aux fournisseurs et prestataires : 3 656 M€

Dividendes distribués en 2020 : 1 M€

Impôts et taxes : 103 M€

Évaluation extra financière : SAVENCIA Fromage & Dairy au Gaia Index 2020

Présentation des principaux enjeux

La démarche

Le processus de sélection des principaux enjeux du Groupe SAVENCIA est identique à celui mené en 2019. Il a cependant été revu en 2020 en s'appuyant sur :

Les éléments liés à la réglementation :

- les thématiques présentées dans la directive européenne relative à la publication d'informations non financières du 22 octobre 2014, transposée en droit français et modifiant les articles L. 225-102-1 et R. 225-104 à R. 225-105-2 du code de commerce;
- le décret n° 2017-1265 du 9 août 2017 : liste des thématiques.

Les éléments complémentaires tels que :

- le modèle d'affaires, les relations d'affaires et les caractéristiques des produits;
- l'analyse de matérialité réalisée dans le cadre du groupe de travail Responsabilité Sociétale d'Entreprise.

Un groupe de travail pluridisciplinaire regroupant les fonctions clés de l'entreprise a été constitué. Les participants ont été accompagnés au cours de cette mission par un conseil externe spécialisé en RSE.

Un état des lieux et un diagnostic initial ont été réalisés, une liste d'enjeux RSE a été dressée.

185 parties prenantes à travers le monde ont ainsi été consultées (collaborateurs, producteurs, clients, consommateurs, fournisseurs, dirigeants, investisseurs, société civile).

- À partir de ces travaux, une analyse de matérialité a été élaborée, les enjeux identifiés comme prioritaires à la fois pour le Groupe et pour l'ensemble de ses parties prenantes ont été sélectionnés.

- La démarche de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) du Groupe SAVENCIA.

Le plan OXYGEN, nom de la démarche RSE du Groupe SAVENCIA, porte l'ambition RSE d'allier sens et performance, d'agir avec nos partenaires, d'innover pour un monde durable.

Quatre axes majeurs de progrès identifiés d'ici 2025 :



- Les réflexions menées dans le cadre du Comité Oxygen. Ce comité, créé en 2019 et animé par la Direction RSE, regroupe les expertises supports, dont les Directions Ressources Humaines, Achats, Approvisionnements laitiers, Marketing, Nutrition, Qualité, Industriel;

- Le contexte mondial : le monde est confronté à une crise sanitaire sans précédent. SAVENCIA a fait preuve d'adaptation et d'agilité avec des mesures efficaces qui ont permis d'assurer la continuité de la chaîne alimentaire en garantissant la sécurité de ses employés. Grâce à la mobilisation de ses collaborateurs, SAVENCIA Fromage & Dairy a poursuivi ses activités de collecte laitière, de production et de logistique. Les filiales orientées Food Service ont été durement touchées par la fermeture des restaurants dans de nombreux pays. Des solutions innovantes ont été développées pour répondre aux nouvelles habitudes des consommateurs tant en matière de produits que de solutions d'e-commerce, comme une présence renforcée sur le drive en France. Nous avons choisi de ne pas traiter ce risque de manière isolée dans notre déclaration de performance extra-financière mais de l'intégrer dans le management de nos activités.

La méthodologie

En 2020, l'analyse de ces différents travaux n'a pas fait ressortir d'enjeux supplémentaires au regard de l'exercice précédent.

Nous avons identifié 16 enjeux pour lesquels l'adéquation avec la réglementation a été vérifiée, en s'assurant de la couverture des points suivants :

- les domaines prévus par la réglementation : social – sociétal – environnement – droits de l'Homme – lutte contre la corruption – lutte contre l'évasion fiscale;
- les autres sujets attendus : conséquences sur le changement climatique – économie circulaire et gaspillage alimentaire – précarité – alimentation saine et durable – bien-être animal – accords collectifs et actions diversité – handicap.

Pour chaque axe majeur identifié, un engagement a été défini et des objectifs quantitatifs ou qualitatifs ont été fixés.

Afin d'assurer une cohérence de l'ensemble de notre démarche RSE, ces enjeux ont été rapprochés des 4 axes majeurs et des indicateurs de performance pertinents au regard de notre secteur d'activité y ont été associés.

SAVENCIA Fromage & Dairy publie de manière volontaire une déclaration de performance extra-financière dans le cadre de la mise en œuvre de la directive européenne. Les données au format de la précédente réglementation « Grenelle II » utiles pour les agences de notation sont disponibles dans un document spécifique disponible sur le site internet savencia-fromagedairy.com

Nos principaux enjeux

Enjeux	Risques	Contribution aux Objectifs de Développement Durable de l'ONU
UN PLAISIR SAIN ET RESPONSABLE <ul style="list-style-type: none"> Améliorer la qualité nutritionnelle et la conception de nos produits Promouvoir une consommation responsable 	<ul style="list-style-type: none"> Risque potentiel d'impact de certaines substances sur la santé des consommateurs Risque de surconsommation 	
DES FILIÈRES AGRICOLES DURABLES <ul style="list-style-type: none"> Codévelopper avec nos fournisseurs de matières premières agricoles un approvisionnement plus durable Promouvoir des achats responsables 	<ul style="list-style-type: none"> Risque de mauvaises pratiques d'élevage ou de culture Risque d'atteinte causé aux droits sociaux et environnementaux via la chaîne d'approvisionnement 	
L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE <ul style="list-style-type: none"> Réduire nos émissions de gaz à effet de serre Maîtriser nos ressources en eau Optimiser la gestion des déchets Développer l'écoconception de nos emballages 	<ul style="list-style-type: none"> Risque d'impact sur le dérèglement climatique Risque de stress hydrique Risque de pollution Risque de surproduction de déchets 	
LE BIEN-ÊTRE DE NOS COLLABORATEURS <ul style="list-style-type: none"> Garantir la sécurité de nos collaborateurs Améliorer la qualité de vie au travail Développer les compétences S'engager en faveur de la diversité et de l'inclusion Favoriser l'engagement solidaire 	<ul style="list-style-type: none"> Risque d'atteinte à l'intégrité physique et à la santé des collaborateurs Risque de détérioration des conditions de vie au travail et d'impact sur le bien-être des collaborateurs Risque d'inadéquation des compétences Risque de discrimination Risque de manque d'ancrage territorial 	
LES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX <ul style="list-style-type: none"> Respect des droits de l'Homme Lutte contre la corruption Lutte contre l'évasion fiscale 	<ul style="list-style-type: none"> Risque d'atteinte aux droits humains fondamentaux Risque de pratiques non-éthiques Risque d'atteinte à la réputation du Groupe 	

Un plaisir sain et responsable

1. Améliorer la qualité nutritionnelle et la conception de nos produits

Enjeu, risque et politique

En accord avec sa vocation « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme », le Groupe SAVENCIA a la volonté de contribuer aux objectifs de santé publique en proposant des produits naturels de qualité, alliant plaisir et santé, contribuant ainsi à une alimentation diversifiée, saine et durable.

En réponse aux attentes croissantes des consommateurs en matière d'alimentation et face au risque potentiel d'impact de certaines substances sur leur santé, nous nous engageons à élaborer des produits de qualité peu transformés et les plus naturels possible.

Les équipes proposent et construisent des plans de progrès concrets et ciblés pour améliorer en permanence la qualité nutritionnelle et la conception des produits.

Le déploiement de la Charte de Conception Responsable SAVENCIA élaborée en 2019 s'est poursuivi en 2020.

Les objectifs de cette Charte sont de :

- mettre à disposition de toutes les filiales, des guidelines et des orientations volontaristes pour la conception et la reconception plus durable et responsable de nos produits;
- fixer des objectifs transversaux;

Déclaration de Performance Extra-Financière

- faciliter la phase de diagnostic et structurer les propositions de plans de progrès produits et emballages;
- partager des méthodes et un vocabulaire communs dans les équipes.

Cette charte est composée de trois parties :

- **Élaboration responsable des produits :**
 - assurer la meilleure composition nutritionnelle possible au regard de la qualité organoleptique et de l'usage du produit;
 - aligner, au maximum possible, la composition nutritionnelle des produits ciblés enfants aux seuils du guide marketing de l'OMS pour les produits destinés aux enfants;
 - conserver les propriétés nutritionnelles naturelles des matières premières (protéines, calcium et vitamines dans le lait).

- **Écoconception des emballages**

L'ambition du Groupe SAVENCIA est de concevoir des emballages conciliant les fonctionnalités incontournables (contenir et conserver les qualités du produit, protéger le produit des chocs, de la lumière ou des contaminants, stocker, regrouper et transporter le produit) et de s'adapter aux nouveaux usages de consommation, avec un impact environnemental minimum.

- **Communication et marketing responsables**

La communication responsable repose sur plusieurs principes : la transparence dans les réponses apportées aux consommateurs, la sincérité des engagements, l'incitation à bien consommer et la vigilance sur l'impact sociétal et environnemental de la communication. Cette démarche s'applique à l'intégralité des communications de nos marques, vers tous les types de cibles (clients, consommateurs, utilisateurs...) et sur tous les supports (emballages, médias, supports imprimés, PLV...).

Notre engagement à l'horizon 2025 est de déployer une démarche Clean Label sur 100 % des nouveaux produits vendus sous nos marques. Il s'agit d'une démarche d'amélioration continue de la composition de nos produits basée sur l'amélioration de nos recettes via la suppression de certains additifs.

Actions mises en œuvre et résultats

- Des réunions avec le réseau « relais nutrition », les équipes R&D et marketing des filiales sont organisées par la Direction Nutrition du Groupe depuis début 2020. L'objectif est de les accompagner dans leurs démarches de proposition et de construction de plans de progrès concrets et ciblés pour améliorer en permanence la qualité nutritionnelle et la conception des produits.

- Des indicateurs complémentaires ont été développés dans l'outil de reporting Groupe afin d'assurer un suivi plus précis des plans de progrès.

- Le comité de pilotage Oxygen, destiné à l'écoconception des emballages (cf. chapitre développer l'écoconception de nos emballages) et chargé du suivi de la réalisation de l'objectif défini s'est réuni de manière régulière au cours de l'année.

- En 2020, des plans de progrès nutritionnels ont été réalisés par plusieurs marques afin d'optimiser le profil nutritionnel de leurs produits et notamment :

- Réduire le sel :
 - de près de 20 % sur plusieurs produits de la gamme Burgo de Arias;
 - de 6 % sur le roquefort Papillon.

- Réduire le sucre :
 - en Allemagne, par exemple, la marque Söbbeke a engagé des plans de réduction de sucre sur une partie de sa gamme de yaourts et desserts lactés, et a lancé un fromage biologique sans lactose.

- Des plans de progrès Clean Label ont également été mis en œuvre :
 - une nouvelle génération de fromages fondus sans phosphates ajoutés, sans conservateurs et sans arômes a été lancée sous la marque Milkana Alpenpur. Cette innovation est disponible en tartina et également en portions avec un emballage écologique en papier et sans aluminium.

Indicateurs clés de performance

- 65,5 % des nouveaux produits vendus sous nos marques en 2020 ont engagé une démarche Clean Label.

	2018	2019	2020	Objectif 2025
% de nouveaux produits vendus sous nos marques ayant engagé une démarche Clean Label	Information non disponible*	64,0 %	65,5 %	100 %

* Indicateur créé en 2019.

2. Promouvoir une consommation responsable

Enjeu, risque et politique

L'accompagnement des consommateurs et de nos collaborateurs vers des comportements de consommation plus raisonnée, en plus d'être un enjeu sociétal, est un objectif du Groupe.

En tant que leader dans le secteur alimentaire et conformément à notre engagement, nous apportons notre contribution aux objectifs des Nations Unies. Nous veillons à la sécurité alimentaire de nos produits ainsi qu'à leur valeur nutritive. Face aux risques de surconsommation pouvant entraîner surpoids, obésité et autres maladies chroniques, nous souhaitons faire évoluer positivement l'alimentation des populations en accompagnant les consommateurs et les collaborateurs vers des comportements de consommation plus responsables en phase avec les principes d'une alimentation saine et durable.

Un des leviers efficaces dans la construction d'une alimentation équilibrée et diversifiée repose sur la taille de la portion consommée. Le Groupe s'engage à ce que 100 % de ses produits à marque vendus en grande distribution comportent d'ici 2025 un étiquetage nutritionnel à la portion, allant ainsi au-delà des obligations réglementaires locales.

Les recommandations officielles dans différents pays sont basées sur les fréquences de consommation et les tailles de portion pour chaque catégorie d'aliments. Par l'ajout de l'étiquetage nutritionnel à la portion sur l'ensemble de ses marques vendues en grande distribution, le Groupe souhaite fournir une aide au consommateur pour une meilleure compréhension des apports nutritionnels de ses produits. Pour les produits préportionnés comme les tranches de fromage, ou comportant un repère visuel de portion, la taille réelle de l'unité (une ou plusieurs unités) figure sur l'étiquette afin que le consommateur puisse repérer la portion et adopter une consommation raisonnée et avertie.

Pour les produits non préportionnés, la taille de la portion s'approche de la portion recommandée (30 grammes de fromage) ou la portion habituellement consommée dans le cadre d'un régime alimentaire équilibré.

Au-delà de l'étiquetage nutritionnel à la portion, nous utilisons la méthodologie Nudge depuis 2016 pour inciter à une consommation plus saine et plus raisonnée de nos produits.

Afin de limiter le gaspillage alimentaire et de contribuer à la lutte contre la précarité alimentaire, le Groupe SAVENCIA met en œuvre des actions telles que les dons aux banques alimentaires ou l'élaboration de formats adaptés aux besoins des consommateurs (portions, barquettes refermables, etc.).

Actions mises en œuvre et résultats

Accompagner les consommateurs et les collaborateurs vers des comportements de consommation plus raisonnés

- Un guide d'étiquetage nutritionnel à la portion a été élaboré par la Direction Nutrition du Groupe et mis à disposition de l'ensemble des filiales afin de les accompagner sur la mise en œuvre de l'étiquetage nutritionnel à la portion des produits concernés.

- Après le Caprice des Dieux, d'autres marques ont intégré le « nudge portion », avec l'ajout de repères visuels en plus de l'affichage d'un étiquetage nutritionnel à la portion : la bûche de chèvre Saint Loup, les beurres et crèmes de la marque Elle & Vire ou bien encore certaines crèmes Balade de notre filiale belge.

- Nous avons poursuivi le déploiement de notre démarche #PositiveFood lancée en 2019 qui porte notre engagement pour une alimentation responsable, alliant plaisir et santé. La #PositiveFood rime avec un modèle alimentaire diversifié : des menus équilibrés qui font la part belle aux produits naturels ou le moins transformés possible. Notre plateforme digitale quiveutdufromage.com propose des recettes flexitariennes, qui associent fromages et légumes, affichant une note Nutri-Score A ou B, pour des repas équilibrés.

- Le déploiement de notre nudge « Fromage et Légumes » sur le point de vente a continué sur 2020, notamment en digital dans le cadre de la collaboration avec Consumer Goods Forum (CGF). Des recettes équilibrées, Nutri-Score A ou B, riches en légumes ont été proposées sur le Drive Carrefour de Lyon en développant le concept « combo produits sains » incitant à l'achat de plus de légumes en même temps que le fromage. Les actions menées dans le cadre de l'initiative « Collaboration for healthier lives » ont été présentées dans un rapport de CGF, montrant entre autres l'efficacité de la vague digitale sur l'augmentation des ventes de fruits et légumes associés aux recettes sur Drive carrefour. (<https://www.theconsumergoodsforum.com/wp-content/uploads/202007-CHL-France-Digital-Report.pdf>). Nous avons également été récompensés par un trophée LSA pour l'action « Mes Petits Plats Fromages & Légumes » menée chez Intermarché.

- SAVENCIA a lancé en octobre 2020 l'Institut for a positive Food : une association d'intérêt général qui défend une vision positive de l'alimentation saine et durable, alliant plaisir et santé, naturalité et responsabilité. Avec l'appui d'un conseil scientifique pluridisciplinaire de haut niveau, et en ligne avec les principes directeurs des régimes alimentaires sains et durables définis par la FAO (*Food and Agriculture Organization*) et l'OMS, la mission de l'Institut est de vulgariser des données scientifiques en faveur d'une alimentation positive alliant bien-être, convivialité et responsabilité.

- En 2020, nous avons renforcé le déploiement de notre politique nutritionnelle. L'équipe Nutrition assiste l'ensemble des marques du Groupe dans leurs démarches d'optimisation nutritionnelle et d'intégration de nos produits au sein d'une alimentation saine et équilibrée. Durant la période de confinement, elle a notamment proposé aux collaborateurs du Groupe des ateliers au format digital, sur les conseils pratiques pour une alimentation saine et l'activité physique.

- Nous sommes convaincus que la collaboration entre fabricants et distributeurs est un facteur de succès pour améliorer l'impact des actions en faveur d'une alimentation saine et durable. De ce fait, nous avons intégré en 2020 le Pacte de transition alimentaire de Carrefour afin de partager les bonnes pratiques et réfléchir de manière collective à des solutions efficaces au plus près des attentes des consommateurs.

- Mlekoпродукт, notre filiale en Serbie, a également porté #PositiveFood avec son projet RSE « Biser Nutry Academy », qui vise à sensibiliser les enfants, les parents et le personnel scolaire et périscolaire à l'importance d'une alimentation saine et équilibrée dans le développement de l'enfant. La première conférence en ligne était consacrée aux problèmes liés à l'obésité infantile avec la participation de pédiatres et nutritionnistes.

- En Allemagne, notre filiale spécialisée dans la fabrication de produits bio a participé à l'opération « Bio brot-box », afin de soutenir localement les actions en faveur d'une alimentation saine à destination des enfants. Cette initiative consiste à offrir aux enfants un petit-déjeuner composé de produits issus de l'agriculture biologique dont un yaourt naturel Söbbeke.

- Le module de formation à la nutrition en *e-learning* a continué d'être déployé auprès des collaborateurs, il a pour objectif de fournir aux collaborateurs du Groupe des notions fondamentales de nutrition. En 2020, le parcours a été traduit en cinq langues pour couvrir au mieux les filiales de SAVENCIA dans le monde. Un des modules est désormais disponible en anglais, français, russe, espagnol, portugais et chinois, et la totalité du parcours est disponible en français et espagnol. 49 % (versus 38 % en 2019) des collaborateurs connectés à la plateforme Learning@Savencia ont suivi la formation nutrition cette année.

Lutter contre le gaspillage alimentaire

- En tant qu'acteur responsable et conscient des enjeux mondiaux en matière d'accès à l'alimentation et de préservation des ressources, le Groupe SAVENCIA lutte contre le gaspillage alimentaire en mettant en œuvre plusieurs types d'actions afin de :

- sensibiliser les consommateurs :
 - en 2020, SAVENCIA Fromage & Dairy s'est engagé dans la réduction du gaspillage alimentaire, en devenant signataire du pacte sur les dates de consommation lancé en France par Too Good To Go et soutenu par les ministères de la Transition écologique et solidaire et de l'Agriculture et de l'Alimentation. La marque St Morét a concrétisé cet engagement, en communiquant sur ses emballages un message pédagogique sur la date de durabilité minimale (DDM);
 - en Roumanie, une campagne digitale contre le gaspillage alimentaire a été menée par Delaco.

- développer des formats adaptés :
 - en France, le packaging des deux crèmes Bio Elle & Vire a été conçu afin de limiter le gaspillage du produit : la poche peut être entièrement roulée afin d'utiliser la crème jusqu'à la dernière goutte. Grâce à son bouchon refermable, le versement devient également plus facile et la conservation est optimale (jusqu'à 15 jours après ouverture).

- favoriser le don aux associations afin de lutter contre la précarité alimentaire :
 - confirmant son engagement auprès des Banques Alimentaires, SAVENCIA a rejoint, en 2020, le Club des Entreprises solidaires des Banques Alimentaires. En lien avec notre vocation d'Entreprendre pour bien nourrir l'Homme, ce label reflète notre volonté de lutter contre le gaspillage alimentaire tout en aidant les plus démunis à accéder à des produits de qualité. De nombreuses actions ont été menées afin de soutenir les Banques Alimentaires face un à contexte sanitaire inédit :

Déclaration de Performance Extra-Financière

> grâce au soutien de nos filiales, 88 tonnes de produits ont été remises aux Banques Alimentaires pendant le premier confinement et 39,5 tonnes lors de la collecte nationale ;
> St Morêt a digitalisé son opération de collecte de fruits et de légumes invendus sur les marchés, en raison de la Covid-19 : 10 000 barquettes ont été remises aux Banques Alimentaires ;
> d'autres opérations ont également eu lieu dans l'ensemble de nos filiales pendant la première vague de l'épidémie : 320 tonnes de produits alimentaires ont été distribuées à différentes associations ;
> Polenghi au Brésil a donné 60 tonnes de produits, dont 10 tonnes de Polenguinho aux hôpitaux ;
> en 2020, 80,9% des dons réalisés par les sites de production étaient des dons de produits.

Indicateurs clés de performance

42,9% de nos produits à marque vendus en grande distribution comportent en 2020 un étiquetage nutritionnel à la portion.

	2018	2019	2020	Objectif 2025
% de produits à marque vendus en grande distribution comportant un étiquetage nutritionnel à la portion	35,0%	49,0%	42,9%*	100%

* La variation de cet indicateur est liée à la modification de périmètre réalisée en 2020 avec l'intégration de nouvelles filiales. Les actions mises en œuvre afin de renforcer le déploiement de notre politique nutritionnelle vont être développées auprès de ces filiales.

Des filières agricoles durables

1. Codévelopper avec nos fournisseurs de matières premières agricoles un approvisionnement plus durable

Enjeu, risque et politique

SAVENCIA a choisi de codévelopper avec ses fournisseurs de matières premières agricoles un approvisionnement plus durable et créateur de valeur afin d'assurer la pérennité de la filière et de répondre aux enjeux climatiques et sociétaux de l'écosystème dans lequel il évolue.

Le Groupe est centré sur des marques fortes et reconnues qui nécessitent, de la part de ses fournisseurs, une matière première irréprochable. Il travaille sur le long terme en partenariat avec ses fournisseurs et veille à entretenir des relations commerciales justes et équilibrées.

Afin de satisfaire les nouvelles attentes sociétales de nos consommateurs, les filiales s'attachent à développer des filières de qualité, respectueuses du bien-être animal, de l'environnement et valorisant le travail des producteurs, évitant ainsi que le risque de mauvaises pratiques d'élevage ou de culture n'augmente les impacts de ces activités.

Nos engagements portent sur nos principales matières premières stratégiques à savoir le lait avec :

- l'extension de la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage à l'ensemble de notre collecte laitière dans le monde d'ici 2025 ;
- le déploiement du diagnostic « Production Laitière Durable » auprès de 50% de nos producteurs laitiers en 2025 ;
- le codéveloppement des productions de lait issues d'une alimentation sans organisme génétiquement modifié (OGM) des troupeaux et de l'agriculture biologique.

Actions mises en œuvre et résultats

SAVENCIA Fromage & Dairy achète 4,8 Milliards de litres de lait dans le monde auprès d'exploitations laitières bovines, ovines et caprines.

Dans le cadre du plan Oxygen, les approvisionnements laitiers se sont fixés quatre engagements pour des approvisionnements durables et responsables :

- codévelopper un approvisionnement laitier plus durable ;
- promouvoir un approvisionnement créateur de valeur ;
- construire et progresser avec nos parties prenantes ;
- réduire l'empreinte environnementale des exploitations.

Codévelopper un approvisionnement laitier plus durable

Le Groupe SAVENCIA soutient une politique d'achat responsable du lait. En France, 100% des producteurs adhèrent à une structure collective, soit une coopérative, soit une organisation de producteurs.

En 2020, SAVENCIA Fromage & Dairy a poursuivi sa politique de valorisation de la filière laitière dans le cadre de la loi EGalim en France.

Des mesures financières et des accompagnements spécifiques sont également mis en œuvre. Elles ont pour objectif :

- de favoriser les investissements réalisés sur les exploitations, le programme Éleveur Laitier Demain a été créé en accord avec une association d'organisation de producteurs. Ce programme permet de soutenir des projets menés sur les exploitations, qu'il s'agisse d'investissements en matériels (équipements et cheptels liés à l'atelier laitier) ou immatériels (formations, inscriptions au répertoire départ installation) ;
- de faciliter l'installation de jeunes producteurs en les aidant à démarrer leur activité. Pour assurer la maîtrise de leur projet, les jeunes agriculteurs bénéficient d'un pack « Accompagnement à l'installation » qui leur permet, entre autres, de bénéficier d'une aide financière et d'un engagement contractuel sur la durée. Ce pack comprend également un accompagnement technique : réalisation d'un diagnostic individuel, suivi trois ans plus tard et programme de formation de 10 jours (management d'exploitation, approche environnementale, ...). 114 jeunes agriculteurs ont bénéficié de ce programme en 2020.

Sur le plan de la qualité des conditions de production et d'élevage, le respect de la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage est exigé contractuellement de la part de tous nos éleveurs français. Cette exigence est progressivement étendue à l'ensemble de notre collecte laitière dans le monde.

Cette charte comporte six engagements à respecter : assurer la traçabilité des animaux sur l'exploitation – protéger la santé du troupeau – garantir aux animaux une alimentation saine, équilibrée et suivie – protéger la qualité du lait par une hygiène rigoureuse – assumer le bien-être des animaux et la sécurité des personnes qui travaillent sur l'exploitation – participer à la protection de l'environnement.

En France, 100% des producteurs de lait livrant le Groupe SAVENCIA adhèrent à la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage et, en 2020, 83,1% de nos volumes mondiaux répondent déjà à cette charte.

Afin de mieux répondre aux interrogations de ses clients quant aux conditions de production du lait et de mettre en place une démarche de progrès allant au-delà de la charte, le Groupe propose aux producteurs son diagnostic production laitière durable, basé sur 10 indicateurs.

Mis en place en 2011, ce diagnostic permet d'évaluer l'état des pratiques aussi bien sur les plans économique, social et environnemental : rentabilité de l'exploitation, gestion durable des ressources en eau, empreinte carbone, bien-être animal, autonomie alimentaire du troupeau, biodiversité, fertilité des sols, qualité de vie du producteur, accès au plein air, santé du troupeau.

En ce qui concerne l'indicateur relatif au bien-être animal, il se base sur la méthode Welfare Quality®, et a été co-construit avec l'INRAE (Institut national de recherche pour l'Agriculture, l'Alimentation et l'Environnement). Il se compose d'une vingtaine de questions qui permettent d'évaluer les cinq grandes libertés fondamentales de l'animal à savoir : ne pas souffrir de faim ou de soif, ne pas souffrir d'inconfort, ne pas souffrir de douleurs, de blessures et de maladies, pouvoir exprimer les comportements naturels à l'espèce et ne pas éprouver de peur ou de détresse.

Fin 2020, 19,2% de nos volumes mondiaux ont réalisé le diagnostic production laitière durable.

Promouvoir un approvisionnement créateur de valeur

Pour encourager la création de valeur, 31% des volumes collectés dans le monde en 2020 proviennent d'une filière dite différenciée :

- caprine et ovine ;
- issue de l'agriculture biologique ;
- issue d'une alimentation des troupeaux sans OGM (certification VLOG) ;
- sous Appellation d'Origine Protégée (AOP).

Des accompagnements techniques proposés par nos animateurs Ressources Laitières, ainsi que des mesures financières, permettent la conversion vers ces filières différenciées pour les producteurs qui le souhaitent.

Construire et progresser avec nos parties prenantes

Après avoir réalisé le diagnostic Production Laitière Durable, l'éleveur peut choisir un axe de progrès, et le Groupe l'accompagne, notamment avec une proposition de formations répondant aux besoins, autour de thématiques telles que la santé et la nutrition des vaches, la fertilisation des sols ou encore l'autonomie protéique. En 2020, ce sont plus de 420 journées de formation qui ont été dispensées auprès de nos fournisseurs de lait en France.

SAVENCIA Fromage & Dairy s'est également engagé dans la prévention des risques. En France, depuis 2012, le Groupe a déployé auprès de l'ensemble des exploitations laitières un protocole de sécurité transport qui permet d'analyser les risques liés aux manœuvres des citernes de collecte. Grâce à l'amélioration des flux de circulation et des accès au tank à lait, une collecte en toute sécurité est favorisée.

Les animateurs Ressources Laitières sont en contact quotidien avec les producteurs pour les accompagner dans l'évolution de leurs pratiques. Ils visitent au moins une fois par an les exploitations, évaluent la qualité du lait et apportent un appui technique en fonction des besoins. De nombreuses actions sont mises en place : réunions, groupes de travail, site internet dédié aux producteurs, journal trimestriel, vidéos, mécénats d'événements...

Afin de participer à l'avenir de la filière et de partager son expertise, SAVENCIA Fromage & Dairy travaille avec tous les acteurs de la chaîne de valeur : la Fédération nationale des Industriels laitiers, l'Association de la Transformation laitière, l'Association nationale des Industries alimentaires. SAVENCIA Fromage & Dairy siège au sein des conseils d'administration du Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (CNIEL-interprofession lait de vache), de l'Association nationale interprofessionnelle caprine (IANICAP- lait de chèvre), de France Brebis Lait et de leurs instances régionales. SAVENCIA Fromage & Dairy est également membre actif de la Fédération Internationale du lait.

Agir en faveur de la biodiversité

La préservation de la biodiversité est une nécessité pour le développement d'un modèle agricole durable et respectueux de la planète. Dans le cadre de notre démarche de responsabilité sociétale d'entreprise et du développement de filières agricoles durables, nous nous attachons à préserver la biodiversité et à favoriser son développement.

La biodiversité est source de valeur ajoutée pour nos écosystèmes et l'agriculteur joue par son activité un rôle majeur pour la préserver. Il s'agit d'un des leviers d'amélioration identifié dans notre diagnostic de Production Laitière Durable, démarche volontaire proposée à l'ensemble de nos fournisseurs de lait, mesuré à partir de l'indicateur développé par le Centre d'étude et de recherche sur l'économie et l'organisation des productions animales (Céréopa). Cet indicateur permet de définir la part des prairies permanentes sur l'exploitation, les surfaces d'intérêt écologique (arbres, haies, plans d'eau et fossés) et également d'observer s'il existe une diversité des espèces animales et végétales sur l'exploitation. Une fois ce diagnostic réalisé, des solutions sont proposées aux producteurs pour :

- préserver la fertilité des sols ;
- sauvegarder le milieu naturel ;
- adopter des pratiques favorables sur les cultures.

De nombreuses actions ont par ailleurs été développées sur nos sites :

- La fromagerie Tessier, située dans le Maine-et-Loire, a été à l'initiative de deux projets à travers la signature de deux conventions :
 - l'une avec le Syndicat Mixte du Bassin de l'Authion et de ses Affluents (SMBAA) afin de mener une étude d'impact sur le milieu et définir le dimensionnement d'une future roselière et la création de zones humides, zones tampons bénéfiques en sortie de station d'épuration des eaux usées (STEP). La roselière est une végétation principalement composée de roseaux, à fort pouvoir dépolluant, tandis que la zone humide favorise le maintien de la biodiversité du milieu. L'objectif est ainsi de garantir une meilleure gestion de l'eau, améliorer la biodiversité et de prévenir des éventuelles inondations ;
 - l'autre concerne un projet de renouvellement de la peupleraie du site en un boisement alluvial (arbres et arbustes favorables à la biodiversité).

Plusieurs ruches ont été installées sur nos sites :

- en Belgique, chez Corman à Goé ;
- en France :
 - 120 kilogrammes de « Miel de NEL » récoltés et mis en pots par les salariés de Normandie Export Logistics à Honfleur. Une quinzaine de ruches sont implantées sur le site et sont gérées bénévolement par deux collaborateurs qui assurent l'hivernage, la lutte anti-frelons, le démarrage des ruches pour le printemps ainsi que l'ensemble des opérations nécessaires à leur bon fonctionnement ;
 - à Condé-sur-Vire (50), chez Elvir : 700 pots de miel distribués aux collaborateurs ;
 - huit ruches sur notre plateforme logistique de Vire.

Déclaration de Performance Extra-Financière

- Un abri a été créé sur l'étang, situé à proximité de notre site d'Illoud en Haute-Marne afin de favoriser l'installation et la nidification d'oiseaux aquatiques sauvages.
- Des arbres ont été plantés, des jachères fleuries et une gestion raisonnée des espaces verts ont été mises en place sur des sites en France et à l'étranger.

Indicateurs clés de performance

	2018	2019	2020	Objectif 2025
Étendre la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage dans le monde (% volume lait collecté)	73,0%	80,0%	83,1%	100%
Déployer le Diagnostic Production Laitière Durable (% volume lait collecté*)	16,4%	19,0%	19,2%	50%

* Le volume de laits collectés avec déploiement du diagnostic est estimé sur la base d'un volume moyen de laits collectés par exploitation sur le périmètre concerné (Avec approvisionnement en lait contractuel de la Compagnie des Fromages & RichesMonts - CF&R - à hauteur de 37%).

2. Promouvoir des achats responsables

Enjeu, risque et politique

L'adoption par le législateur des lois Sapin II et Devoir de vigilance a conduit le Groupe à renforcer les dispositifs déjà mis en œuvre afin d'assurer le pilotage des achats dans le respect des obligations relatives à la lutte contre le travail dissimulé, à la transparence et à la prévention de la corruption, et à la prévention des atteintes aux droits humains et environnementaux.

Le Groupe SAVENCIA développe ainsi des collaborations de long terme avec ses principaux fournisseurs, inscrivant ses relations dans une dynamique de progrès partagée afin de promouvoir des achats responsables, répondre aux différents enjeux sociétaux, et prévenir le risque d'atteinte aux droits sociaux et environnementaux causés par la chaîne d'approvisionnement.

Les fournisseurs du Groupe sont sélectionnés sur des critères de qualité, de sécurité, de service, de compétitivité et sur leur capacité d'accompagnement durable.

Depuis 2010, une charte « Achats Durables et Solidaires » est soumise aux fournisseurs majeurs pour signature. Cette charte a été établie en cohérence avec la Charte Éthique du Groupe et selon la Charte des Bonnes Pratiques d'Achats établie sous la tutelle du ministère de l'Économie, des Finances, de l'Industrie, de la Concurrence et de la Médiation nationale, dont le Groupe est signataire depuis le 10 janvier 2012. Depuis le 1^{er} janvier 2018, la Charte des Achats Durables et Solidaires, complétée par la Charte Groupe contre la corruption et le trafic d'influence nouvellement publiée, a été renommée Charte Achats Responsables.

L'évaluation des risques RSE fournisseurs est établie via le processus d'évaluation EcoVadis, engagé depuis 2010. Les quatre domaines d'évaluation sont : environnement, social, éthique et corruption, relations fournisseurs et chaîne d'approvisionnement.

Le Groupe s'engage à développer des achats responsables auprès de ses fournisseurs, hors matières premières agricoles, via la Charte Groupe des Achats Responsables et les évaluations EcoVadis. Leur déploiement s'opère par vagues successives avec un suivi du taux de couverture.

À terme, 80,0% des dépenses externes du Groupe pilotées par l'organisation Achats et réalisées avec les fournisseurs majeurs (dont la dépense annuelle du Groupe est supérieure à 1 Million d'euros) seront couvertes (hors achats matières premières agricoles).

Actions mises en œuvre et résultats

- La Direction Achats Groupe a procédé à deux campagnes d'évaluation EcoVadis en 2020.
- Un rappel des objectifs de déploiement et un point à date sont réalisés et communiqués semestriellement aux acheteurs Groupe.

Indicateurs clés de performance

	2018	2019	2020	Objectif 2025
% des dépenses externes du Groupe pilotées par l'organisation Achats et réalisées avec les fournisseurs majeurs* par la charte Achats Responsables	61,0%	63,0%	63,2%	80,0%
% des dépenses externes du Groupe pilotées par l'organisation Achats et réalisées avec les fournisseurs majeurs* par les évaluations EcoVadis	68,0%	68,0%	68,7%	80,0%

Au 31 décembre 2020, plus de 700 chartes Achats Responsables ont été signées, couvrant 63,2% des dépenses du Groupe pilotées par l'organisation Achats et réalisées avec les fournisseurs majeurs (dont la dépense annuelle avec le Groupe est supérieure à 1 Million d'euros)* (hors matières premières agricoles).

L'évaluation des risques RSE, via EcoVadis, a été réalisée pour 610 fournisseurs. Les évaluations EcoVadis couvrent 68,7% des dépenses du Groupe pilotées par l'organisation Achats et réalisées avec les fournisseurs majeurs (dont la dépense annuelle avec le Groupe est supérieure à 1 Million d'euros)* (hors matières premières agricoles).

La note moyenne obtenue est de 51,3/100 versus 42,9/100 en moyenne sur le panel Food & Beverage EcoVadis.

* Hors Japon, Inde, Ukraine, Serbie, Roumanie, Pologne et Russie dont les dépenses d'achats ne peuvent être consolidées automatiquement à date.

L'empreinte environnementale

1. Réduire nos émissions de gaz à effet de serre (GES)

Enjeu, risque et politique

Conscient des enjeux mondiaux relatifs aux émissions de gaz à effet de serre, de la nécessité de lutter contre le changement climatique et ses conséquences pour la Société, le Groupe veille à réduire l'empreinte environnementale de ses activités afin de limiter le risque d'impact sur le dérèglement climatique.

Les différents programmes engagés se poursuivent notamment dans les domaines de l'énergie, de l'eau, des déchets et des rejets.

De nombreux référentiels internes thématiques, appelés « Guides des bonnes pratiques », viennent compléter le dispositif ; ils permettent aux sites de production d'optimiser les procédés et de rendre les installations de plus en plus performantes. Les expériences réussies sont partagées afin de les démultiplier au mieux sur l'ensemble des sites du Groupe.

Un référentiel interne spécifique, le « Guide RSE volet industriel » reprend l'ensemble des thématiques devant être traitées dans ce cadre et précise les domaines d'actions. Ce document est mis à disposition de l'ensemble des acteurs concernés par la Direction des Opérations et fait l'objet d'une mise à jour annuelle.

Au niveau central, des équipes dédiées suivent et accompagnent les sites conformément à la politique globale mise en œuvre au travers du plan Oxygen. Des référents environnement sont chargés de l'animation de la démarche et du pilotage des actions au niveau local.

Le Groupe SAVENCIA s'engage :

- à diminuer l'impact environnemental de ses activités avec une réduction, à la tonne produite, de 25 % d'ici 2025 (versus 2015) :
 - de la consommation énergétique ;
 - des émissions de gaz à effet de serre de production et de transport ;
 - de la consommation de carburants de nos activités de logistique ;
 - des prélèvements d'eau dans le milieu naturel.

- à augmenter la part des énergies renouvelables ;

- à réduire l'empreinte carbone du volume de lait collecté de 300 000 tonnes équivalent CO₂ d'ici 2025 (versus 2010).

Actions mises en œuvre et résultats

Réduction des consommations d'énergies

- En France, en 2020, plusieurs programmes d'investissements, éligibles aux certificats d'économie d'énergie, ont été validés afin de rénover certaines de nos installations d'énergie et nous permettre ainsi de réduire notre consommation et notre impact carbone. Au sein de la Direction des Opérations, une équipe spécifique a pour mission d'assurer la mise en œuvre et le suivi de ces programmes. Certains de ces projets ont démarré en 2020 et seront opérationnels dès 2021, parmi lesquels :
 - des travaux de modernisation de l'installation de production de froid ont débuté sur un de nos sites majeurs afin d'en améliorer le bilan énergétique et d'en optimiser les performances ;
 - la mise en place d'une pompe à chaleur avec distribution sur le réseau d'eau chaude et le remplacement complet de l'installation de froid.

- Notre filiale Armor Protéines, spécialisée dans le fractionnement du lait, est lauréate du plan France relance mis en œuvre par le gouvernement pour « soutenir et accompagner la réduction des émissions de gaz à effet de serre du secteur industrie ». Le projet présenté par le site de Saint-Brice-En-Coglès (35) a été sélectionné par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) pour son action en faveur de la décarbonation : procéder à une refonte des process de ses produits à haute valeur nutritionnelle en vue d'une augmentation de ses capacités de production, tout en diminuant ses consommations. Il s'agit de la seule entreprise du Grand Ouest retenue dans le cadre de ce plan.

- Notre plateforme logistique des Messageries Laitières a mis en place un système de récupération de chaleur sur son installation frigorifique afin de l'utiliser pour le chauffage des bureaux et de l'atelier de maintenance.

- Des réunions « RSE – Énergies et matières » et des rencontres avec les référents environnements des sites ont été maintenues en 2020, sous un format digital, afin de suivre les actions mises en œuvre. Le déploiement du parcours de formation l'Academy SAVENCIA s'est poursuivi.

- Une deuxième campagne d'audits énergétiques a été lancée. Les rapports établis permettent d'identifier les sources d'économie d'énergie réalisables et de mettre en place les plans d'actions nécessaires.

Développement des énergies renouvelables

- SAVENCIA Fromage & Dairy est membre du Club des entrepreneurs pour le climat, lancé par l'institut Orygeen qui regroupe des entreprises familiales françaises voulant s'engager dans la lutte contre le changement climatique.

- En France, 25 % de l'électricité des usines de SAVENCIA Fromage & Dairy (hors CF&R) est certifiée avec garantie d'origine (GO), de source hydraulique et produite en France, ce qui représente une économie de plus de 6 475 Teq CO₂.

- La fromagerie Perreault de Meslay-du-Maine, située en Mayenne, utilise du biogaz. Fourni par un méthaniseur installé à proximité du site, ce biogaz assure l'alimentation de l'usine à hauteur de 50 % en moyenne de ses besoins en combustible.

- En Allemagne, notre usine d'Edelweiss est approvisionnée en électricité 100 % d'origine renouvelable et de source locale.

- Aux États-Unis, dans l'Oregon, le toit de notre usine est équipé de panneaux solaires permettant ainsi de couvrir environ 20 % des besoins énergétiques annuels du site. Des bornes de recharge pour voitures électriques sont également mises à disposition du personnel et le véhicule de société fonctionne à l'électricité.

Réduction des gaz à effet de serre dans les transports

Plusieurs actions ont été mises en œuvre :

- des études sont menées sur l'utilisation éventuelle de carburants alternatifs afin de réduire les émissions de GES de la flotte de camions de livraison détenue en propre ;

Déclaration de Performance Extra-Financière

à partir des données collectées via le système de navigation mis en place, des formations sur l'écoconduite ont été réalisées;

en France, notre plateforme logistique est engagée dans une démarche volontaire de réduction des émissions de CO₂ de ses activités de transport routier et adhère à ce titre à la Charte « CO₂ les transporteurs s'engagent ».

Des actions auprès de nos collaborateurs sont également réalisées sur nos autres sites.

La Semaine de la Mobilité, lancée en septembre, a été étendue cette année à l'ensemble des filiales du Groupe sous la forme d'un challenge. Nos sites ont su faire preuve de créativité dans les activités proposées tout en respectant les gestes barrières : marche à pied, concours photo, sessions de découverte de véhicules hybrides, mise à disposition de vélos électriques, challenge selfie entre collègues ou en famille, formations à l'écoconduite, etc. Résultat : une vingtaine de filiales mobilisées à travers le monde malgré un contexte exceptionnel et plus de 35 000 Km en voiture individuelle économisés soit l'équivalent de cinq allers-retours Paris-New York.

Le programme Rogue « Green Pedal Power » mis en place chez Rogue Creamery permet aux salariés qui utilisent des modes de transport plus durables pour se rendre sur leur lieu de travail, de recevoir une prime mensuelle. Les salariés inscrits au programme s'engagent à effectuer un trajet domicile-travail durable pour un minimum de 45 allers-retours pendant une période d'un an. Ils peuvent également choisir de recevoir un vélo plutôt qu'un bonus mensuel, et s'ils remplissent leur engagement au bout d'un an le vélo leur appartient.

Réduire l'empreinte carbone de notre collecte laitière

La France représente la plus grande partie de nos approvisionnements laitiers mondiaux et tout le lait que nous transformons en France est d'origine française.

Notre transformation privilégie la proximité : 97% de notre collecte laitière est réalisée à moins de 70 km de nos laiteries et 72% à moins de 30 km.

Nos flottes de collecte de lait sont engagées dans la démarche « Objectif CO₂, les Transporteurs s'engagent » certifiée par l'Ademe, et nos conducteurs sont régulièrement formés à l'écoconduite.

Pour envisager des énergies alternatives, des essais se sont poursuivis en 2020 avec des camions alimentés en bioGNV. Ce biogaz est issu d'un partenariat établi avec des agriculteurs méthaniseurs locaux dans l'objectif de construire une économie circulaire et de réduire l'impact environnemental.

De plus, la réduction de l'empreinte carbone de la production laitière des fournisseurs du Groupe en France est calculée à partir de deux facteurs de diminution :

- une diminution dite « naturelle » qui concerne l'ensemble des exploitations laitières françaises;
- une diminution engendrée par les plans d'action engagés dans le cadre de la démarche Approvisionnement Laitiers Durables et Responsables du Groupe.

En 2020, ce sont 252 000 tonnes d'équivalent CO₂ qui ont été économisées par rapport à 2010.

Indicateurs clés de performance

En % d'évolution versus 2015

	2018	2019	2020	Objectif 2025
Réduction de la consommation d'énergie (GWh/tonne fabriquée)	- 4,4%	- 5,9%	1,0%*	- 25%
Réduction des GES Scopes 1 & 2** (tonnes équiv. CO ₂ /tonne fabriquée)	- 5,9%	- 3,3%	- 3,4%	- 25%

* La variation de cet indicateur est liée à la modification de périmètre réalisée en 2020 avec l'intégration de nouvelles filiales.

** Cet indicateur a été recalculé depuis 2015 afin d'intégrer les nouveaux facteurs d'émissions (Source facteurs d'émissions : Ademe 2020).

Les émissions directes (scope 1) comprennent les émissions liées à la combustion des énergies fossiles utilisées, aux procédés hors énergie (dues aux traitements des eaux usées) et aux fuites de fluides frigorigènes. Les émissions indirectes (scope 2) incluent les émissions liées à la production d'électricité, de vapeur, de chaleur, ou de froid achetée et consommée par les sites, ainsi que les pertes en ligne.

Nous avons lancé en 2020, sur le périmètre SAVENCIA Fromage & Dairy, une démarche de calcul de notre scope 3 (autres émissions indirectes) afin d'affiner la mesure de notre empreinte environnementale.

Résultats plateforme logistique Messageries Laitières	2018	2019	2020
Consommation moyenne de la flotte détenue en propre (l/100 km)	35,5	33,5	33,5
Émissions de CO ₂ de la flotte détenue en propre (en tonnes équiv. CO ₂)	2 923*	2 888*	2 712

* Cet indicateur a été recalculé depuis 2015 afin d'intégrer les nouveaux facteurs d'émissions (Source facteurs d'émissions : Ademe 2020).

	2018	2019	2020	Objectif 2025
Réduire l'empreinte carbone de notre collecte laitière (volume de lait collecté, en tonnes équiv. CO ₂ cumulées vs 2010 en France)	-191 000	-217 000	-252 000	-300 000

2. Maîtriser nos ressources en eau

Enjeu, risque et politique

La croissance démographique et l'utilisation excessive de l'eau contribue au stress hydrique qui progresse dans le monde. Dans ce contexte, et afin de contribuer positivement à la préservation des ressources en eau qui tendent à se raréfier, le Groupe met en œuvre des pratiques responsables afin de minimiser son impact sur la ressource en eau et réduire ainsi le risque de stress hydrique.

L'eau joue en effet un rôle important dans nos procédés, notamment pour assurer un haut niveau d'hygiène et de sécurité de nos produits, principalement lors des opérations de nettoyage. Mais elle peut aussi être utilisée comme auxiliaire technologique lors des fabrications, comme fluide caloporteur ou frigoporteur. Elle alimente également les installations de prévention et de lutte contre les incendies.

Face au changement climatique, il est probable que certaines situations de stress hydrique s'accroissent, notamment dans certains pays. Une attention particulière est portée sur ces phénomènes afin d'iden-

tifier et de prévenir tout risque, et de renforcer, si besoin, les moyens d'action pour limiter autant que possible les prélèvements dans le milieu naturel.

L'objectif est de réduire les prélèvements d'eau dans le milieu naturel, à la tonne produite, de 25% d'ici 2025 (versus 2015).

Actions mises en œuvre et résultats

Deux nouvelles stations d'épuration ont été construites sur deux sites majeurs.

À Saint Brice en-Coglès (35) la nouvelle station d'épuration répond à la fois aux enjeux de préservation de l'environnement et à ceux du développement de l'activité du site. La capacité de traitement de ce nouvel outil a été portée à 60 000 équivalents habitants (unité de comparaison universelle permettant de comparer la capacité de traitement des STEP entre elles). Le traitement biologique qui permet la dégradation et la suppression de la pollution organique des effluents fait appel à des bactéries et intègre un système d'apport en oxygène économe en énergie. Les boues produites en excès par la dégradation de la pollution seront concentrées afin d'en limiter le volume par une technologie économe en énergie et en eau. Les six premiers mois de fonctionnement de l'outil, partiellement en service, ont permis de mesurer une diminution de la consommation électrique d'environ 45% par rapport à l'ancien système. La mise en service finale de l'ensemble des équipements est prévue pour avril 2021.

À Condé-sur-Vire (50), la capacité utile de la nouvelle station a été multipliée par deux sur l'ensemble des ouvrages par rapport à l'ancienne installation. L'objectif est, là encore, d'améliorer la qualité des effluents tout en réduisant la consommation d'électricité. Des optimisations des filières de traitement des boues produites sont également en réflexion. Dès lors que les travaux seront finalisés et que l'ouvrage sera opérationnel, l'ancienne station sera totalement détruite et l'espace entièrement revégétalisé avec la plantation d'espèces endémiques de Normandie.

Un groupe de travail consacré à la maîtrise de nos consommations d'eau va être créé en 2021 dans le but de partager les bonnes pratiques et de définir des axes de progrès. Il sera composé à la fois d'experts internes en central mais également d'opérationnels afin d'être au plus près des problématiques locales rencontrées par nos sites.

Afin de réduire leur consommation d'eau, de nombreux sites récupèrent une partie de l'eau contenue dans le lait, dite « eau de vache », pour des nettoyages externes.

Les programmes de formation et de sensibilisation du personnel pour renforcer les bonnes pratiques d'utilisation de l'eau se poursuivent.

Indicateurs clés de performance

En % d'évolution versus 2015

	2018	2019	2020	Objectif 2025
Réduction de la consommation d'eau (en m ³ /tonne fabriquée)	2,8%	0,8%	2,3%	- 25%

La variation de cet indicateur est liée à la modification de périmètre réalisée en 2020 avec l'intégration de nouvelles filiales ainsi qu'à l'augmentation des nettoyages du fait du contexte sanitaire. Le développement des produits issus de laits différenciés exige des lavages plus fréquents ayant également pour conséquence une augmentation de nos consommations d'eau.

3. Optimiser la gestion des déchets

Enjeu, risque et politique

Les activités de transformation génèrent des déchets courants inhérents aux procédés de fabrication et de conditionnement. Il s'agit majoritairement de Déchets Industriels Non Dangereux (DIND), et la plupart d'entre eux, comme le carton, le papier, le verre, l'acier ou l'aluminium, sont retraités dans des filières de revalorisation ou de recyclage. Les Déchets Industriels Dangereux (DID) sont peu présents. Ils proviennent des activités de maintenance (huiles usagées, déchets d'équipements électriques et électroniques) et font l'objet d'un tri à la source en vue d'un recyclage par des prestataires spécialisés.

Afin de lutter contre le gaspillage des ressources naturelles et de réduire les coûts liés au traitement de ces déchets, l'engagement du Groupe est de renforcer le tri et la valorisation des déchets industriels en contribuant à des solutions circulaires, afin de limiter les risques de pollution.

Actions mises en œuvre et résultats

Un groupe de travail « anti-gaspi » composé de représentants de filiales et de collaborateurs des fonctions corporate a été créé afin, d'une part, de réduire à la source la quantité de déchets générés et, d'autre part, d'optimiser et d'identifier de nouvelles filières de valorisation locale. Un suivi plus détaillé des déchets organiques permettant de trouver de nouveaux leviers de valorisation au travers de filières locales a été mis en place.

Un programme vertueux de recyclage des déchets organiques est mis en œuvre sur le site de Rogue Creamery, fabricant de fromages artisanaux biologiques. Les résidus issus de l'activité de fabrication fromagère sont séparés et transformés en sous-produits. Ils sont réutilisés directement sur l'exploitation laitière sous forme de litière pour les vaches, ou alors en tant qu'engrais naturel sur les pâturages de la ferme. Le surplus est vendu aux agriculteurs locaux afin qu'ils l'utilisent comme amendement du sol, évitant ainsi d'avoir recours à des produits chimiques.

Elvir a développé, en collaboration avec son prestataire, la valorisation de la totalité de ses biodéchets auparavant orientés en centre d'enfouissement. La majorité est envoyée en méthanisation afin de produire de l'énergie. L'autre partie de ses déchets organiques est transformée en compost et réutilisée comme fertilisant agricole naturel.

La Compagnie Fromagère de la Vallée de l'Ance a installé dans son atelier d'emballage un compacteur à cartons. Les opérateurs jettent directement le carton dans la presse, ce qui a pour conséquence d'optimiser le tri et de réduire la fréquence de rotation des bennes, tout en sensibilisant les collaborateurs.

Un système de consigne de bidons et de containers de produits de nettoyage des installations a été mis en place sur certains de nos sites. Une fois vides, les contenants repartent chez le fournisseur pour être nettoyés et réutilisés.

Indicateurs clés de performance

En 2020, 67,4% des déchets courants de nos sites de production sont évacués en vue de valorisation*.

	2018	2019	2020
% de déchets courants évacués en vue de valorisation	71,6%	68,0%	67,4%

* Les déchets peuvent être valorisés sous plusieurs formes : valorisation matière, valorisation biologique ou valorisation énergétique.

Déclaration de Performance Extra-Financière

Les opérations d'optimisation du tri et du stockage sur les sites se poursuivent, en collaboration avec des prestataires nationaux, afin d'identifier de meilleurs débouchés dans les filières de revalorisation et de recyclage conformément à notre engagement.

4. Développer l'écoconception de nos emballages

Enjeu, risque et politique

Le Groupe précise son ambition sur les emballages en s'engageant sur le développement de l'écoconception des emballages afin de réduire le risque de surproduction de déchets.

La Charte de Conception Responsable, élaborée en 2019, précise ainsi les guidelines et les orientations à suivre en matière d'écoconception des emballages. Elle intègre notamment des éléments tels que des mesures de réduction à la source ou d'utilisation de matériaux recyclés favorisant ainsi la transition vers une économie circulaire des emballages.

L'objectif du Groupe est de tendre vers 100% d'emballages recyclables ou biodégradables pour ses produits à marque à l'horizon 2025.

Actions mises en œuvre et résultats

Le comité de pilotage Oxygen dédié à l'écoconception des emballages et en charge du suivi de la réalisation de l'objectif défini, s'est réuni à deux reprises en 2020. Le but est de maximiser les synergies au niveau du Groupe et de partager les sujets transversaux liés à l'écoconception des emballages. Les sujets prioritaires sont sélectionnés et des binômes achats/développeur packaging ont été mis en place.

L'indicateur clé de performance a été précisé. Il est inclus dans nos procédures internes d'agrément de nouveaux produits et en cours de déploiement dans les clauses contractuelles avec certains fournisseurs.

Des projets d'écoconception des emballages, reposant notamment sur l'utilisation de matériaux recyclables et la réduction du poids des emballages, ont été engagés par toutes les filiales, dont voici quelques réalisations en 2020 :

- Etorki : reconception de l'emballage de la portion, suppression de matériaux controversés et baisse de 70% de l'utilisation de plastique, soit -61 tonnes par an;
- RichesMonts : reconception du plateau assortiments avec une diminution de 50% du poids d'emballage, soit -111 tonnes de bois et de plastique par an ainsi qu'une optimisation de la logistique amont permettant d'éviter la circulation de 39 camions sur une année;
- Perreault : reconception des colis de regroupement des barquettes panachées : -24 tonnes de carton par an et réduction de 22% de l'épaisseur de barquettes MDD : -17 tonnes de plastique par an;
- Corman : réduction de 11% de l'épaisseur des opercules sur les barquettes beurre : -7,5 tonnes d'aluminium par an.

Indicateurs clés de performance

Le taux d'emballages recyclables ou biodégradables est de 86,0% en 2020.

	2018	2019	2020	Objectif 2025
Taux d'emballages recyclables ou biodégradables	Information non disponible*	Information non disponible*	86,0%	Tendre vers 100%

* Indicateur créé en 2020.

Le bien-être de nos collaborateurs

1. Garantir la sécurité de nos collaborateurs

Enjeu, risque et politique



Le Groupe SAVENCIA rassemble des entreprises à taille humaine unies par une culture forte qui guide ses comportements et ses actions. Le bien-être, la préservation de l'intégrité physique et la santé des femmes et des hommes qui travaillent dans et pour le Groupe sont des préoccupations de tous et à tous les niveaux de l'organisation.

Afin de prévenir tout risque d'atteinte à l'intégrité physique et la santé des personnes travaillant dans le Groupe, plusieurs actions sont mises en œuvre par le Groupe SAVENCIA.

Ainsi, il y a dix ans, le Groupe a mis en œuvre une démarche fédérée autour du programme « La SÉCURITÉ, c'est NOTRE affaire ». Elle s'appuie sur une Charte de la Sécurité et de la Santé au Travail co-signée par le Président et le Vice-Président du Groupe, et qui soutient notre objectif de tendre vers le zéro accident de travail.

Le comportement de chaque personne étant le facteur clé pour améliorer au quotidien la sécurité au sein de nos établissements, le Groupe vise l'exemplarité des comportements dans toutes les situations et dans tous les environnements de travail, industriel, logistique ou administratif.

Le Groupe s'attache à prévenir les risques sécurité aussi bien pour ses collaborateurs que pour le personnel intérimaire travaillant au sein de ses entreprises. Aussi, la santé et la sécurité des travailleurs intérimaires sont suivies et prévenues, au même titre que celles des collaborateurs du Groupe. Les accidents de travail avec arrêt des effectifs intérimaires sont comptabilisés dans le taux de fréquence (TFI) de l'entreprise, de même que ceux des effectifs inscrits.

Au niveau du Groupe, la démarche est co-animée par les Directions des Ressources Humaines et des Opérations. Au niveau des filiales, le programme est porté par une organisation locale représentée par la Direction Générale et le plus souvent accompagnée par un préventeur sécurité désigné sur chaque site.

L'engagement du Groupe est de tendre vers le « zéro » accident de travail tant pour nos collaborateurs que pour les intérimaires.

Actions mises en œuvre et résultats

Dans le contexte de crise sanitaire, la démarche Sécurité a été renforcée afin de protéger l'ensemble des collaborateurs et intérimaires œuvrant pour le Groupe. Les plans de continuité et les protocoles sanitaires réalisés ont ainsi permis aux collaborateurs de maintenir leur activité professionnelle en toute sécurité via la distribution d'équipements de protection individuelle, l'aménagement des horaires et des espaces de travail.

Un nouveau module de formation en e-learning « Accueil SST SAVENCIA » a été créé et ajouté au parcours d'intégration des nouveaux collaborateurs. Celui-ci sera mis en œuvre en 2021 en France, puis progressivement dans les autres pays du Groupe. À l'issue de cette formation un passeport Sécurité SAVENCIA est délivré dès lors que le salarié a obtenu 100% de bonnes réponses au quiz.

Des formations à la sécurité et à la santé au travail sont réalisées dans les filiales. En 2020, elles représentent 37,3% des actions de formation dans le Groupe.

Un ensemble de règles opérationnelles tournées vers la prévention des risques d'accidents potentiellement graves nommé « Les 10 Essentiels Sécurité SAVENCIA » est en cours de déploiement. Chaque Essentiel Sécurité porte sur un risque et comporte quatre règles applicables par tous et en toutes circonstances. Un kit de déploiement et d'animation a été spécialement conçu dans toutes les langues du Groupe afin d'accompagner leur mise en place dans l'ensemble des pays dans lequel le Groupe est implanté. L'ensemble du kit est désormais disponible sur une nouvelle plateforme digitale accessible à tous. Le déploiement se poursuivra en 2021.

Le programme « Les Rendez-vous d'Automne en toute Sécurité », qui consiste à réaliser des ateliers et des animations virtuelles permettant d'accompagner le déploiement des 10 Essentiels Sécurité SAVENCIA, a été lancé.

Des Visites de Sécurité Comportementale (VSC) sont également régulièrement effectuées sur site ou à distance. En 2020, leur nombre a été réduit, compte tenu des protocoles sanitaires mis en place, et s'élevait à 15 413.

Le taux de fréquence des effectifs inscrits et intérimaires (TFI)* en 2020 est de 10,7. Au cours de l'exercice, 395 accidents du travail avec arrêt ont été comptabilisés.

Indicateurs clés de performance

	2018	2019	2020
% de filiales sans accident de travail avec arrêt (effectifs inscrits & intérimaires) dans l'année	40,7%	34,9%	42,9%

Pour rappel, l'objectif du Groupe est de tendre vers le « zéro » accident de travail.

2. Améliorer la qualité de vie au travail

Enjeu, risque et politique

La qualité de vie au travail est un facteur clé d'attractivité et de rétention des collaborateurs. Cette dimension de la politique RH devient particulièrement importante dans le contexte de plein emploi.

Le Groupe attache une grande importance à la qualité de vie au travail et aux relations sociales, source d'épanouissement et de performance durable.

Pour cela et afin de prévenir les risques de détérioration des conditions de vie au travail et leurs impacts sur le bien-être des collaborateurs, il

* Nombre d'accidents du travail avec arrêt des effectifs inscrits et intérimaires x 1 000 000 / nombre d'heures travaillées des effectifs inscrits et intérimaires.

s'attache à promouvoir et maintenir le dialogue social, la communication interne et l'écoute des collaborateurs. Dans cette démarche, SAVENCIA Fromage & Dairy développe des solutions pour améliorer les conditions et la qualité de vie au travail, et mesure régulièrement leur efficacité dans une optique d'amélioration permanente.

Le dialogue social est placé au plus près du terrain pour s'adapter à chaque métier et aux spécificités des organisations selon le principe de subsidiarité prévalant dans le Groupe.

Dans ce cadre, il s'engage à réaliser des enquêtes d'opinion et à conduire des plans de progrès dans 100% des filiales pour améliorer la qualité de vie au travail.

Actions mises en œuvre et résultats

La prochaine enquête Great Place To Work sera déployée au niveau Groupe en 2022. La priorité porte aujourd'hui sur la réalisation des plans d'action préparés au sein de chaque filiale.

Le télétravail a été renforcé dans l'ensemble du Groupe pour les collaborateurs dont le poste est en adéquation avec ce mode de travail. En 2020, 21,8% des collaborateurs ont bénéficié du télétravail.

Le contrat de prévoyance périmètre France prévoit depuis 2020 une nouvelle garantie portant sur « les maladies redoutées ». Ce dispositif permet de renforcer le socle social déjà en place en accompagnant, via un soutien financier spécifique, les personnes atteintes d'affections graves dès l'annonce du diagnostic.

En 2020, les bilans sociaux individualisés ont été distribués à 5 917 collaborateurs en France.

En France, la signature d'une convention avec le cabinet d'accompagnement psychologique PSYA, permet la mise en œuvre d'une cellule d'écoute anonyme pour les salariés en ressentant le besoin. Une convention similaire a été signée avec la société Morneau Shepell couvrant un périmètre de 13 pays et 5 580 collaborateurs* en plus dans le monde.

En 2020, l'opération « MERCI » a été déployée. Cette opération mondiale a permis de distribuer pour les fêtes de fin d'année un colis de produits festifs à chacun des collaborateurs et intérimaires ayant œuvré pour SAVENCIA en 2020 afin de les remercier pour leur engagement ainsi que leurs efforts malgré le contexte sanitaire. En France, 13 000 colis ont été réalisés et distribués. Au niveau du Groupe, cela représente plus de 25 000 colis.

L'ancienneté moyenne du Groupe en 2020 est de 13,4 ans.

Indicateurs clés de performance

	2016-2018	2017-2019	2018-2020	Objectif 2025
% de filiales ayant réalisé une enquête d'opinion interne dans les trois dernières années**	51%	98%	99%	100%

** Les taux calculés s'apprécient au regard des trois années écoulées et sont calculés à périmètre comparable (filiales présentes au sein du périmètre Groupe du 01/01/2015 au 31/12/2018 et disposant d'au moins 20 personnes en effectifs inscrits).

* Calcul réalisé sur les effectifs inscrits au 31/12/2019 (derniers effectifs consolidés lors du déploiement du dispositif).

3. Développer les compétences

Enjeu, risque et politique

Le Groupe s'applique depuis toujours à déployer une stratégie responsable et durable basée, entre autres, sur le développement et la promotion de ses collaborateurs, et sur une culture humaniste et entrepreneuriale favorisant l'évolution des compétences, la fidélisation des collaborateurs et le maintien de la compétitivité du Groupe.

Elle promeut l'épanouissement professionnel et social des femmes et des hommes qui travaillent dans le Groupe. Fort de sa culture, le Groupe accompagne ses collaborateurs pour leur permettre de se réaliser dans un environnement professionnel favorisant leur développement.

Leur formation et la gestion de leurs carrières jouent, à cet effet, un rôle primordial : elles permettent à chacun d'enrichir ses compétences pour se développer, contribuer à la réussite commune et maintenir son employabilité ; ces éléments permettent de réduire le risque d'inadéquation entre le niveau de compétence des collaborateurs et les ambitions du Groupe.

La politique de formation des collaborateurs du Groupe s'appuie sur le soutien du pilotage de la performance, l'accompagnement des changements, la pérennisation des savoir-faire, pour donner à chacun la possibilité de progresser dans sa vie professionnelle et d'adopter des comportements en cohérence avec les valeurs du Groupe.

Pour encourager le développement de ses collaborateurs, le Groupe mène une politique de gestion des carrières qui privilégie la mobilité interne et la promeut systématiquement à tous les niveaux de responsabilité. Pour les collaborateurs cadres dirigeants, cadres et agents de maîtrise évolutifs, il s'agit de disposer d'une visibilité sur leur parcours de carrière, d'identifier des opportunités attractives qui répondent à leurs attentes, et d'avoir la possibilité de développer leurs compétences.

Depuis de nombreuses années, une politique d'intégration par l'alternance est également menée avec l'intégration de stagiaires ou d'apprentis. Ces modalités sont les plus adaptées pour accompagner les premiers pas des jeunes futurs diplômés dans l'entreprise et pour ensuite leur proposer de poursuivre leur parcours chez SAVENCIA.

Dans ce cadre, le Groupe s'est engagé à développer les compétences et à doubler le nombre d'apprentis en 2015 à horizon 2025.

Actions mises en œuvre et résultats

- Développement de la marque employeur par la certification Top Employer : en 2020, la certification Top Employer de pays européens a permis d'obtenir le label Top Employer Europe pour la septième année consécutive. Il s'agit de : l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, la France, la Pologne, la République tchèque et la Slovaquie. La Chine a été labellisée Top Employer pour la deuxième année consécutive.
- Création et déploiement du nouveau référentiel de compétences Talent + permettant la diffusion et l'appropriation de compétences métiers, propres à chaque filière métier, ainsi que de six compétences de leadership communes liées aux valeurs et à la culture du Groupe.
- Mise en œuvre d'une ligne et d'un calendrier éditorial sur la marque employeur, suivi du lancement du programme « Ambassadeurs » #WeAreSavencia. Ce programme vise à accroître la communication sur les réseaux sociaux via 200 ambassadeurs sélectionnés au sein du Groupe. Une boîte à outils, comprenant un guide de bonne conduite et une plateforme de gestion de contenus, a également été créée.

- Déploiement de la campagne Groupe « 500 Apprentis » visant à recruter 500 apprentis pour la rentrée de septembre 2020.
- Mise en œuvre en Asie du « SAVENCIA Management Trainee », programme complet de recrutement, de développement et de rétention de jeunes talents. Il comprend des périodes d'apprentissage terrain, un mentorat au quotidien, ainsi que des séquences de formation et de travail en coopération.
- Une grande partie des formations en présentiel n'ont pu se tenir compte tenu du contexte sanitaire, l'utilisation du digital dans l'apprentissage s'est donc renforcée et de nouvelles formations sur la plateforme e-learning, *Learning@Savencia* ont été lancées :
 - formation sur le harcèlement avec un taux de complétion de 90,3 % ;
 - formation « Accueil SST SAVENCIA » et création d'un passeport SST ;
 - parcours CPF lancé en juin 2020 ;
 - formation à la nutrition élargie à l'ensemble du Groupe.
- Des offres de formation en format hybride de nouvelle génération ont été développées avec, par exemple, le parcours Talent + mixant des sessions de formation en *e-learning* et en salle de classe virtuelle.

Indicateurs clés de performance

	2018	2019	2020
% de collaborateurs formés dans l'année	69,5 %	73,8 %	63,2 %

Pour rappel, l'objectif du Groupe est de s'engager à développer les compétences des collaborateurs.

En 2020, le Groupe a dû s'adapter au contexte de crise sanitaire et une grande partie des formations en présentiel n'ont pu se tenir ce qui explique la dégradation de l'indicateur clé de performance pour cette année.

	2018	2019	2020	Objectif 2025
Nombre de contrats d'alternance	295	321	439	458

4. S'engager en faveur de la diversité et de l'inclusion

Enjeu, risque et politique

En accord avec ses valeurs et conformément aux exigences réglementaires, le Groupe SAVENCIA promeut l'égalité des chances pour tous ses collaborateurs afin d'éviter tout risque de discrimination. La Charte Éthique du Groupe rappelle que « le respect des personnes » et « l'égalité des chances » sont des piliers de notre culture. Dans cet esprit, des accords sont signés et des démarches mises en œuvre afin de favoriser l'insertion des jeunes, l'emploi et le maintien de personnes en situation de handicap et l'égalité femmes-hommes.

Le Groupe s'attache à promouvoir l'égalité femmes-hommes notamment en matière de qualification, de formation, de rémunération et d'évolution de carrières. Dans le cadre de son plan Oxygen, le Groupe SAVENCIA s'engage à atteindre la parité femmes-hommes managers en 2025.

Afin de changer le regard des collaborateurs sur le handicap, de maintenir dans l'emploi des personnes en situation de handicap et de promouvoir leur recrutement, le Groupe mène une politique Action Handicap.

L'engagement s'articule autour de quatre axes d'action en faveur de l'emploi et du maintien des personnes en situation de handicap :

- sensibiliser pour lutter contre les stéréotypes ;
- maintenir dans l'emploi ;
- recruter des personnes handicapées ;
- développer des partenariats avec le secteur protégé et adapté.

Actions mises en œuvre et résultats

- En moyenne, 61% des femmes, tous statuts socioprofessionnels confondus, ont bénéficié d'au moins une formation en 2020.
- Communication de l'index égalité femmes/hommes 2020 en France : 86/100* et identification des points de progrès. Pour CF&R, l'index égalité femmes/hommes se situe à 83/100 en 2020.
- Arias, en Espagne, a pris les mesures adaptées à l'égalité professionnelle en constituant la Commission d'Égalité paritaire. Elle est également détentrice de la certification nationale Égalité dans l'Entreprise.
- La Semaine du handicap a été renouvelée dans les filiales avec la mise en avant du concept « activateur de progrès ». Des animations virtuelles ont permis de sensibiliser et d'informer l'ensemble des collaborateurs sur cette thématique.
- Concernant l'insertion des personnes en situation de handicap, le Groupe met en œuvre des processus de recrutement, d'accompagnement et de formation adaptés, un accueil et une intégration individualisés, l'aménagement des lieux, des postes et du temps de travail. Certaines filiales ont conclu des conventions afin d'accompagner leurs collaborateurs dans les démarches de Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH).
- En 2020, la filiale Messageries Laitières a été partenaire de la traversée du Dauphin Corse. Au cours de cet événement, Thierry Corbalan, amputé des deux bras, a réussi l'exploit de traverser la Méditerranée en monopalmes (180 km, de Calvi en Corse jusqu'à la plage de Mandelieu, en six jours).
- En France, des mesures adaptées et des actions de renforcement en faveur de la non-discrimination en matière d'âge sont menées : tutorat, formation tout au long de la vie, amélioration des conditions de travail et prévention des situations de pénibilité, notamment pour le personnel en fin de carrière.
- Le pourcentage de salariés déclarés en situation de handicap est de 3,1% en 2020.

Indicateurs clés de performance

	2018	2019	2020	Objectif 2025
% de femmes parmi les managers	40,8 %	42,0 %	42,4 %	50,0 %

5. Favoriser l'engagement solidaire des collaborateurs

Enjeu, risque et politique

Conscient de son impact économique et social sur les territoires dans lesquels il est implanté, et afin d'agir en tant qu'acteur responsable et solidaire, le Groupe SAVENCIA encourage les filiales et leurs collabora-

* Moyenne pondérée sur la base des sociétés de plus de 50 personnes ayant pu calculer l'index, hors CF&R.

teurs à soutenir les initiatives locales. Les filiales, souvent implantées en milieu rural, jouent un rôle actif pour l'emploi et le développement économique et social de leur territoire, limitant ainsi le risque de manque d'ancrage territorial.

De nombreuses actions sont conduites en collaboration avec les instances locales et régionales, notamment dans les domaines de :

- l'emploi : partenariat avec les agences nationales pour l'emploi, accueil de stagiaires et apprentis, diffusion des postes à pourvoir dans les écoles ;
- la formation : coopération avec les écoles et universités, versement de la taxe professionnelle, parrainages, interventions de collaborateurs dans le milieu scolaire.

Le Groupe s'engage à ce que chaque filiale réalise au moins une action de solidarité en lien avec sa mission Entreprendre pour bien nourrir l'Homme.

Actions mises en œuvre et résultats

- En 2020, en tant qu'entreprise solidaire des Banques Alimentaires, SAVENCIA a contribué à la collecte nationale qui s'est déroulée dans les magasins de France. Grâce au soutien des filiales, 39,5 tonnes de produits ont été remises aux Banques Alimentaires (des produits laitiers par Elvir, du fromage par Berthaut et Fro').
- En 2020, le Groupe a renouvelé sa convention de mécénat avec Planète Urgence : elle offre aux collaborateurs volontaires l'opportunité de partir 15 jours en mission humanitaire dans le cadre d'un congé solidaire afin d'apporter leurs compétences à une ONG locale (en Afrique, en Asie ou en Amérique du Sud). Cette année le contexte sanitaire n'a pas permis aux collaborateurs de se déplacer. Une newsletter a donc été publiée sur le dernier départ en congé solidaire qui a eu lieu en 2019 afin de partager cette expérience humanitaire avec l'ensemble des collaborateurs du Groupe.
- Depuis 2011, le programme de L'Arrondi sur salaire permet aux salariés volontaires de faire don des centimes de leur salaire net chaque mois. Le Groupe SAVENCIA abonde leur don du même montant. Les sommes collectées sont reversées à quatre associations partenaires.

À l'échelle du Groupe, le Fonds de dotation « Bien Nourrir l'Homme » accompagne des collaborateurs engagés auprès d'associations, et finance des projets afin de permettre à tous, et en particulier aux enfants, d'avoir accès tout au long de l'année à une alimentation saine, équilibrée et durable (cantine scolaire, épicerie solidaire, culture maraîchère, élevage, éducation alimentaire...). À titre d'exemple, cette année, le Fonds de dotation « Bien Nourrir l'Homme » s'est mobilisé pour soutenir Antenna France dans le but d'offrir la distribution de kits alimentaires de survie pour aider des familles en état de très grande précarité et de sous-alimentation dans trois communautés isolées à Madagascar.

Localement les filiales travaillent en collaboration avec des associations culturelles ou solidaires comme les Restos du Cœur ou les Banques Alimentaires. Elles effectuent des dons d'argent ou des dons en nature de produits de leur filiale ou collectés par le biais des collaborateurs. Des opérations ponctuelles sont réalisées pour venir en aide aux victimes de catastrophes naturelles.

La filiale SAVENCIA Fromage & Dairy Argentine a lancé en 2020 une campagne de dons de lait en soutien à la Banque Alimentaire de Santa Fe. Pour chaque litre de lait offert par les collaborateurs, la filiale s'est engagée à donner un montant égal. À l'issue des deux mois de campagne, 14 000 litres de lait ont fait l'objet d'un don.

Déclaration de Performance Extra-Financière

- Au Brésil, Polenghi a financé l'achat de respirateurs pour les hôpitaux des villes où ses sites sont implantés.
- Grâce à la solidarité de nos filiales, ce sont près de 200 000 unités de matériels de protection qui ont été remises pour le personnel médical et soignant.
- En 2020, 17,6% des filiales ont accompagné des collaborateurs dans la réalisation d'actions de solidarité.
- En 2020, 35,2% des filiales ont été partenaires ou organisatrices d'actions ou d'événements solidaires.

- En 2020, 60,4% des filiales réalisent des dons auprès d'associations.

Indicateurs clés de performance

	2018	2019	2020	Objectif 2025
% de filiales réalisant au moins une action de solidarité en lien avec notre mission « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme »	Information non disponible*	15,1%	13,2%	100%

* Cet indicateur clé de performance a été créé en 2019.

Les engagements sociétaux

Les enjeux, risques et politiques ainsi que les résultats associés aux thématiques sociétales relatives au respect des droits de l'Homme, à la lutte contre la corruption et à la lutte contre l'évasion fiscale sont présentés ci-dessous. Compte tenu de leur caractère réglementaire, des objectifs et indicateurs clés de performance spécifiques ont été définis, néanmoins ceux-ci ne sont pas directement intégrés au plan Oxygen.

1. Respect des droits de l'Homme

Enjeu, risque et politique

Le Groupe veille à s'assurer du bon respect des engagements en faveur des droits humains et libertés fondamentales, par le respect des conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), notamment sur les deux thèmes suivants :

- le développement individuel des salariés et la cohésion collective :
 - l'extension progressive du principe de l'entretien individuel annuel dans tous les pays du monde ;
 - la promotion du dialogue social au travers de la représentation des salariés.
- le respect des législations et cultures locales en matière d'âge :
 - le respect du non-travail des enfants ;
 - la non-discrimination liée à l'âge.

Depuis son adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies en 2003, SAVENCIA Fromage & Dairy réaffirme ses engagements en matière d'exigences sociales et de droits humains fondamentaux dans tous les pays où il opère.

La Charte Éthique du Groupe, le Groupe et sa culture, rappelle les 10 principes fondamentaux relatifs aux droits de l'Homme, aux normes du travail et à l'environnement.

La Charte Groupe des Achats Responsables intègre également les thématiques liées à la promotion et au respect des droits de l'Homme et au droit du travail. À travers le déploiement de cette charte auprès de ses fournisseurs, le Groupe s'engage à promouvoir ses engagements en matière de droits de l'Homme pour éviter tout risque d'atteinte aux droits humains fondamentaux.

Actions mises en œuvre et résultats

• Le Comité Éthique et Culture Groupe (CECG) créé afin de définir les politiques et de mettre en place des systèmes de traitement des alertes s'est réuni deux fois en 2020. Ce comité réunit le Président du Groupe, le Secrétaire Général, le Directeur de la Conformité, le Directeur des Ressources Humaines, le Directeur Juridique et le Directeur Financier. Au cours de ces réunions bi-annuelles, les questions relatives à la conformité et à la culture sont traitées ainsi que les alertes le cas échéant. Des réunions *ad hoc* peuvent également se tenir dans le cas où des questions spécifiques doivent être traitées.

• Le devoir de vigilance fait l'objet d'une fonction dédiée au sein de la Direction de la Conformité. Le Groupe confirme ainsi sa volonté d'agir en faveur des droits humains et des libertés fondamentales auprès de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur.

• Les éléments relatifs à la mise en œuvre du devoir de vigilance sont mis à disposition des collaborateurs du Groupe disposant d'une adresse e-mail, à travers une plateforme digitale interne. L'ensemble des procédures, les documents clés et les supports de formation réalisés y sont disponibles.

Indicateurs clés de performance

Les résultats liés au déploiement de la Charte Achats Responsables sont disponibles dans la rubrique « Promouvoir des achats responsables ».

Plus de 700 chartes Achats Responsables ont été signées à fin décembre 2020, couvrant 63,2% des dépenses du Groupe pilotées par l'organisation Achats et réalisées avec les fournisseurs majeurs.

2. Lutte contre la corruption

Enjeu, risque et politique

La lutte contre toutes les formes de fraudes et de corruption, n'est pas uniquement une exigence réglementaire, elle est une priorité de notre culture d'entreprise, afin d'éviter les risques de pratiques non-éthiques.

Nos principes d'action et de règles de conduite sont inscrits dans la Charte Éthique « Le Groupe et sa culture », remise à chaque collaborateur entrant dans le Groupe.

Cette charte et le dispositif de contrôle interne aident à la prévention et à la détection de toutes les formes de corruption. Les pays les plus vulnérables font l'objet d'une attention toute particulière sur ces points essentiels.

L'honnêteté et la loyauté comptent parmi les quatre valeurs affichées du Groupe, et la confiance et l'intérêt mutuel font partie des fondements même des relations que le Groupe souhaite construire avec ses partenaires. Pour cela, les fournisseurs sont sélectionnés notamment sur ces principes à travers des appels d'offres ouverts et concurrentiels.

Les filiales du Groupe s'engagent à :

- se conformer aux législations internationales contre le terrorisme et le blanchiment ;
- combattre la fraude et la corruption ;
- agir en se conformant aux principes d'une concurrence loyale, dans le respect des lois applicables ;
- promouvoir de façon honnête et loyale leurs produits et leurs services.

Dans le cadre de la loi Sapin II, le Groupe a établi une cartographie détaillant les risques de sollicitations externes encourus par l'entreprise à des fins de corruptions.

L'objectif est d'identifier, d'évaluer, de hiérarchiser les risques de corruption pour garantir un programme de conformité efficace et adapté. Cette cartographie a également pour mission d'informer la Direction et de lui apporter la visibilité nécessaire à la mise en œuvre de mesures de prévention et de détection adaptées.

La Direction Gestion des Risques & Conformité assure le suivi des mesures, l'évaluation de leur efficacité et veille à ce que tous les collaborateurs exposés, au sens de la loi Sapin II, soient formés sur les notions d'éthique et de fraude.

Actions mises en œuvre et résultats

• Le déploiement de formations sur les enjeux liés à la corruption s'est poursuivi. Elle se sont tenues en présentiel et en distanciel. Une formation obligatoire sur l'éthique et la corruption a également été mise en œuvre en 2020.

• Une procédure de lanceur d'alerte ainsi qu'un code de conduite anti-corruption traduit en 19 langues sont déployés, et des référents conformité sont identifiés dans l'ensemble des filiales.

• Un Code de Conduite Achats permet d'afficher les règles que les acheteurs appliquent avec les fournisseurs dans les quatre grands domaines : éthique et intégrité, communication et collaboration, performance et progrès et enfin achats durables et responsabilité.

• Le dispositif d'alerte conformité interne est opérationnel et comporte un numéro d'appel et une adresse e-mail spécifiques. Afin de garantir la confidentialité et la sécurisation des informations transmises, seul trois membres de la Direction Conformité, dont son Directeur, sont habilités à recevoir les appels et consulter les e-mails émanant de ces systèmes. Les alertes sont ensuite traitées si besoin en cellule de crise afin d'apporter une réponse rapide et mesurée. En 2020, l'affiche du dispositif d'alerte interne Groupe, rappelant la procédure à suivre, a été traduite en 19 langues et diffusée sur l'ensemble de nos sites.

• Le Délégué à la Protection des Données est chargé de la mise en œuvre du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et veille à son application dans le Groupe. Des formations au format digital ont été déployées auprès des Directeurs Généraux et des correspondants RGPD en filiales. En 2020, 89,5% des collaborateurs concernés ont suivi la formation RGPD.

- L'ensemble des documents relatifs à la conformité est à disposition en libre accès sur une plateforme digitale interne.

Indicateurs clés de performance

	2018	2019	2020	Objectif 2025
% des collaborateurs concernés, au sens de la loi Sapin II, formés sur la notion d'éthique et de fraude	93,4%	92,5%	84,9%	100%

3. Lutte contre l'évasion fiscale

Enjeu, risque et politique

Le Groupe, au regard de la diversité de ses implantations géographiques, pourrait être concerné par des risques liés à l'évasion fiscale ; cependant, son exposition est limitée compte tenu de la nature même de son activité.

L'évasion fiscale consiste à soustraire artificiellement à l'impôt des sommes ou des actifs en les localisant dans des pays non fiscalisés ou très faiblement fiscalisés (tels que les pays et territoires non coopératifs listés par le Conseil de l'Union européenne ou des pays très faiblement fiscalisés qui n'auraient pas signé la convention de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) d'assistance administrative mutuelle en matière fiscale).

En accord avec ses valeurs d'honnêteté et de loyauté, le Groupe SAVENCIA, groupe familial, met en œuvre des politiques fiscales et financières responsables, mesurées et maîtrisées.

Le Groupe s'assure du respect des législations locales par ses filiales et entretient des relations de long terme, basées sur la transparence, avec tous ses partenaires.

Le Groupe SAVENCIA veille, par son process interne, à ne pas investir dans un pays dit « non coopératif »*. L'ensemble des départements fiscaux, juridiques et trésorerie s'assurent du respect de toutes les réglementations applicables.

Actions mises en œuvre et résultats

• La Direction Financière, via son département fiscal, assure par ailleurs le suivi et la mise à jour de la liste des pays non coopératifs éditée par le Conseil de l'Union européenne afin de veiller à la conformité des engagements du Groupe dans ce domaine.

• Les équipes d'audit interne s'assurent également, lors de leurs revues menées en filiales, de l'application effective des procédures définies par le Groupe.

• Le Groupe n'a pas de base fiscale taxable, ni d'actifs dans des pays faiblement fiscalisés n'ayant pas signé la convention OCDE d'assistance administrative mutuelle en matière fiscale.

• Le taux effectif d'impôt du Groupe est supérieur à la moyenne pondérée des taux d'imposition locaux dans lequel le Groupe est installé. En 2020, il ressort à 39,3%.

* Liste publiée au Journal officiel de l'Union européenne (2020/C 331/03).

Indicateurs clés de performance

	2018	2019	2020
Nombre de pays et territoires non coopératifs* dans lequel le Groupe est implanté.	0	0	0

* Liste publiée au Journal officiel de l'Union européenne (2020/C 331/03).

En 2020, et comme depuis de nombreuses années, le Groupe n'est implanté dans aucun pays ou territoire non coopératif*.

Bilan et perspectives

Malgré les impacts multiples de la crise sanitaire mondiale en 2020, le Groupe a réaffirmé son engagement RSE et poursuivi le déploiement de son plan Oxygen avec l'ensemble de ses filiales.

SAVENCIA Fromage & Dairy se classe dans le Top 10 des entreprises de plus de 500 Millions d'euros de chiffre d'affaires sélectionnées dans le Gaia Index 2020 (index de notation extra-financière). Le Groupe est ainsi récompensé pour sa performance en matière sociale, environnementale et éthique des affaires. Il a par ailleurs fait l'objet d'une évaluation EcoVadis et obtenu, en 2020, une médaille d'argent pour sa performance RSE.

En 2021, les filiales du Groupe SAVENCIA poursuivront notamment le déploiement des plans de progrès en matière de sécurité et de qualité de vie au travail pour les collaborateurs. Nos actions #PositiveFood, en faveur d'une alimentation naturelle, saine et durable, seront étendues.

En application de la Charte de Conception Responsable SAVENCIA, nos produits font l'objet de plans d'amélioration continue, en matière de Clean Label, nutrition, recyclabilité des emballages et réduction des emballages plastiques.

Engagé à réduire son empreinte environnementale, le Groupe a lancé un programme d'investissements visant à la décarbonation de ses sites industriels, qui sera mis en œuvre en 2021, ainsi qu'une démarche vers la neutralité carbone.

Dans un monde bouleversé par l'impact de la pandémie de Covid-19, les équipes SAVENCIA font preuve d'une remarquable capacité d'adaptation pour la poursuite de nos activités et de nos actions de progrès en faveur d'un monde durable, éthique et solidaire.

Modalités de reporting

Organisation du reporting

La collecte des indicateurs Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) est pilotée par les Directions métiers, dans leurs domaines respectifs. Elles s'appuient sur leur réseau d'experts locaux qui sont les contributeurs des données.

La Direction RSE est l'interlocuteur privilégiée des vérificateurs externes.

Périmètre

Afin d'assurer une homogénéité avec le périmètre financier, la Compagnie des Fromages & RichesMonts a été intégrée pour 8/12^e des valeurs dans les volets « Bien-être de nos collaborateurs » et « Empreinte environnementale ».

En ce qui concerne le volet « Bien-être de nos collaborateurs », les valeurs communiquées portent sur 100 % des effectifs inscrits fin de période. Les données publiées antérieurement ont été revues du fait de l'évolution du périmètre de consolidation et de l'identification d'anomalies portant sur certains indicateurs clés de performance.

Sur les autres volets :

- les résultats 2020 portent sur 100 % des sites de production ;
- les valeurs communiquées sur le volet « Empreinte environnementale » portent sur 100 % des sites de production. En 2020, l'ensemble des sites opérationnels du Groupe a été intégré dans le reporting.

Procédures et guides de reporting

Deux guides de reporting environnemental et social définissent les indicateurs de performance environnementaux et sociaux du Groupe. Une note méthodologique présente le processus de sélection des enjeux retenus par le Groupe.

Ces documents servent de référentiels pour la vérification externe des données, conformément au décret d'application de l'article L. 225-102-1 du code de commerce.

Outils de reporting

Les données sont remontées et consolidées au moyen d'un outil de consolidation du Groupe pour l'ensemble des filiales.

Un questionnaire annuel est adressé et renseigné par toutes les filiales du périmètre RSE, tous types de sites confondus : production, logistique et commercial. Il permet de collecter l'ensemble des informations requises.

Consolidation et contrôle interne

Au niveau Groupe, les responsables du reporting RSE consolident les données collectées afin de générer les indicateurs Groupe présentés dans ce chapitre.

Ils assurent également le contrôle interne des données, en validant leur cohérence et leur vraisemblance. Pour ce faire, des tests de cohérence sont réalisés sur les indicateurs, les variations sont mises en évidence et justifiées.

Les écarts significatifs identifiés sont analysés avec le contributeur de la donnée.

Vérification externe

La nature des travaux réalisés par l'organisme tiers indépendant et ses conclusions sont présentés en annexe.

Le gouvernement d'entreprise

Le Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé de quinze membres et un censeur. Leur mandat est d'un an renouvelable. À la date du 31 décembre 2020, dix administrateurs sont indépendants au regard des critères du rapport AFEP-MEDEF. Le Conseil arrête le calendrier de ses réunions dont la périodicité, sauf réunion urgente ou nécessaire dans l'intérêt de la société, est bimestrielle.

Les comités spécialisés

Le Conseil d'Administration est assisté de deux comités spécialisés. SAVENCIA Fromage & Dairy met à leur disposition les moyens nécessaires à leur mission, leur assure le concours des différents services concernés et leur donne la faculté de prendre des avis extérieurs. Chacun de ces comités se réunit plusieurs fois par an et chaque fois que leur avis est jugé nécessaire par le Conseil d'Administration.

Le comité d'audit et des risques

Il comprend au moins trois membres du Conseil d'Administration. Il examine les comptes et s'assure du respect des règles appropriées en relation avec les commissaires aux comptes. Il s'assure de la mise en place et du respect des règles de contrôle interne et examine les risques et engagements significatifs du Groupe. Dans chacun de ces domaines, il apprécie les besoins du Groupe, les moyens techniques et humains mis en œuvre et leur adéquation. Il fait part au Conseil d'Administration de toute observation ou recommandation qui lui semble utile.

Membres

Christian Mouillon, Président,
Xavier Govare, Martine Liautaud, François Wolfovski.

Composition du Conseil d'Administration

Alex Bongrain

Président

Armand Bongrain

Administrateur
Membre du Comité de Management et des Rémunérations et de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Anne-Marie Cambourieu

Administrateur indépendant

Clare Chatfield

Administrateur indépendant
Membre du Comité de Management et des Rémunérations et de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Dominique Damon

Administrateur
Présidente du Comité de Management et des Rémunérations et de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Annette Messemer

Administrateur Indépendant

Xavier Govare

Administrateur indépendant
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Maliqa Haimeur

Administrateur indépendant
Membre du Comité de Management et des Rémunérations et de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Martine Liautaud

Administrateur indépendant
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Christian Mouillon

Administrateur indépendant
Président du Comité d'Audit et des Risques

Le comité de management et des rémunérations et de la responsabilité sociale et environnementale

Il comprend au moins trois membres du Conseil d'Administration à l'exclusion du Président. Il assiste le Conseil sur l'organisation et les structures du Groupe, la composition et l'évolution des membres du Conseil d'Administration et de la Direction Générale, la politique de rémunération. Pour les différents volets de la politique « Responsabilité Sociale et Environnementale et développement durable » définie par le Groupe, le Comité apporte ses conseils sur les questions d'ordre éthique qui pourraient se poser aux dirigeants.

Membres

Dominique Damon, Présidente,
Armand Bongrain, Ignacio Osborne, Clare Chatfield et Maliqa Haimeur.

François Wolfovski

Administrateur
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Ignacio Osborne

Administrateur indépendant
Membre du Comité de Management et des Rémunérations et de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Vincenzo Picone

Administrateur indépendant

Robert Roeder

Administrateur indépendant

Société Savencia Holding

Représentée par Xavier Cruse
Administrateur

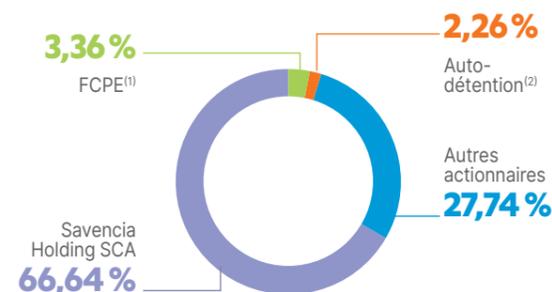
Pascal Breton

Censeur

2020 en bourse

- Euronext Paris – Eurolist Compartiment B
- Code ISIN FR0000120107
- Valeur nominale : 1 €
- Nombre d'actions : 14 032 930
- Capitalisation boursière au 31.12.2019 : 861,62 M€
- Cours clôture Euronext 31.12.2020 : 60,4 €
- Capitalisation boursière 31.12.2020 : 847,59 M€

Répartition du capital 2020



(1) Personnels de SAVENCIA Fromage et Dairy et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 3344-1 et suivants du Code du Travail, détenant des actions SAVENCIA Fromage et Dairy, dans le cadre de Fonds Commun de Placement d'Entreprise.
(2) Y compris contrat de liquidité.

Données par actions

En euros	2020	2019	2018	2017	2016
Situation nette	110,57	104,35	99,50	98,23	97,04
Résultat net	5,74	5,33	3,94	6,69	7,48
Dividende net(1)	1,5	-	1	1,4	1,6
Rendement global(2)	2,48 %	-	1,79 %	1,73 %	2,39 %

(1) Proposition à l'Assemblée Générale du 22 avril 2021.
(2) Sur la base du cours au 31/12.

Données boursières

En euros	2020	2019	2018	2017	2016
Plus haut ajusté	64,4	69,4	90,8	88,88	68,8
Plus bas ajusté	47,9	55,4	55,4	67,43	54,35
Cours au 31/12	60,4	61,4	55,8	80,72	66,9
Capitalisation boursière au 31/12 (en millions d'euros)	847,59	861,62	783,04	1 132,74	938,80

Évolution du cours de l'action en 2020



Calendrier de l'actionnaire

Assemblée Générale 22 avril 2021

Information financière

Chiffre d'affaires annuel 2020	5 février 2021
Comptes annuels 2020	4 mars 2021
Chiffre d'affaires du 1 ^{er} trimestre	22 avril 2021
Résultats semestriels	9 septembre 2021
Chiffre d'affaires du 3 ^e trimestre	21 octobre 2021
Comptes annuels	mars 2022

États financiers consolidés

Au 31 décembre 2020

Compte de résultat consolidé

En milliers d'euros	12 mois	
	2020	2019
CHIFFRE D'AFFAIRES	5 160 377	5 007 294
Consommations externes	-3 245 995	-3 238 024
Frais de personnel	-1 013 213	- 918 127
Dotations et reprises d'exploitation	- 184 150	- 166 438
Autres charges et produits d'exploitation	- 505 592	- 492 579
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	211 427	192 126
Autres charges et produits opérationnels	- 55 017	- 54 675
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	156 410	137 451
Charges financières	- 33 629	- 31 778
Produits financiers	15 593	10 466
Résultat sur situation monétaire	3 634	2 458
Quote-part de résultat net des entreprises associées	127	2 032
RÉSULTAT AVANT IMPÔTS	142 135	120 629
Impôts sur les résultats	- 55 859	- 45 617
Résultat net des activités poursuivies	86 276	75 012
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	86 276	75 012
Part revenant aux actionnaires de la Société-mère	78 812	73 602
Participations ne conférant pas le contrôle	7 464	1 410
RÉSULTAT PAR ACTION (en euros)		
Part du Groupe		
• de base	5,72	5,33
• dilué	5,68	5,27
Des activités poursuivies		
• de base	5,72	5,33
• dilué	5,68	5,27

État résumé des autres éléments du résultat global

En milliers d'euros	12 mois	
	2020	2019
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	86 276	75 012
Autres éléments du résultat global :		
Écarts de conversion ⁽¹⁾	- 105 985	11 837
Variation de juste valeur des actifs financiers	133	-
Variation de juste valeur des couvertures de flux de trésorerie ⁽²⁾	4 109	- 1 456
Coût de couverture	352	432
Hyperinflation ⁽³⁾	7 832	11 983
Autres mouvements	- 23	87
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments recyclables	- 100	306
Total des éléments recyclables en résultat net	- 93 682	23 189
Gains et pertes actuariels liés aux régimes de retraite	- 5 177	- 10 766
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments non recyclables	- 5	- 296
Total des éléments non recyclables en résultat net	- 5 182	- 11 062
Total des autres éléments du résultat global nets d'impôts	- 98 864	12 127
TOTAL DU RÉSULTAT GLOBAL NET D'IMPÔTS	- 12 588	87 139
Part du Groupe	- 19 432	86 321
Participations ne conférant pas le contrôle	6 844	818

(1) Essentiellement sur les devises suivantes : RUB, BRL, ARS, USD.
(2) Concerne pour l'essentiel les couvertures de taux d'intérêts et de matières premières.
(3) Impact du retraitement de l'hyperinflation concernant l'Argentine.

Bilan consolidé

Actif

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2020	Au 31 décembre 2019
Immobilisations incorporelles	575 176	560 100
Immobilisations corporelles	1 189 995	1 084 050
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	65 908	63 598
Autres actifs financiers non courants	25 698	30 136
Participations dans les entreprises associées	25 342	134 761
Instruments financiers dérivés non courants	23 154	22 479
Actifs d'impôts différés	44 588	49 916
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	1 949 861	1 945 040
Stocks et en-cours	612 656	565 746
Clients et autres créances	965 199	886 052
Créances d'impôts	47 674	44 521
Instruments financiers dérivés courants	6 404	4 819
Autres actifs financiers courants	17 096	11 449
Trésorerie et équivalents de trésorerie	583 543	465 896
Actifs des activités abandonnées ou en cours de cession	-	1 550
TOTAL ACTIFS COURANTS	2 232 572	1 980 033
ACTIFS	4 182 433	3 925 073

Passif et capitaux propres

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2020	Au 31 décembre 2019
Capital apporté	77 051	80 563
Autres réserves	- 199 505	- 93 449
Résultats non distribués	1 462 110	1 376 305
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	1 339 656	1 363 419
Participations ne conférant pas le contrôle	211 897	100 918
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	1 551 553	1 464 337
Provisions	156 880	138 587
Emprunts et dettes financières non courants	301 776	323 292
Obligations locatives non courantes	44 345	42 985
Autres passifs non courants	29 108	15 865
Instruments financiers dérivés passif non courants	25 667	20 230
Passifs d'impôts différés	64 734	55 846
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	622 510	596 805
Fournisseurs et autres créanciers	1 196 619	1 053 649
Impôts sur les résultats à payer	22 543	11 096
Instruments financiers dérivés courants	3 343	3 997
Emprunts et concours bancaires	763 638	773 960
Obligations locatives courantes	22 227	21 229
TOTAL PASSIFS COURANTS	2 008 370	1 863 931
PASSIFS	2 630 880	2 460 736
PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES	4 182 433	3 925 073

Tableau des flux de trésorerie consolidés

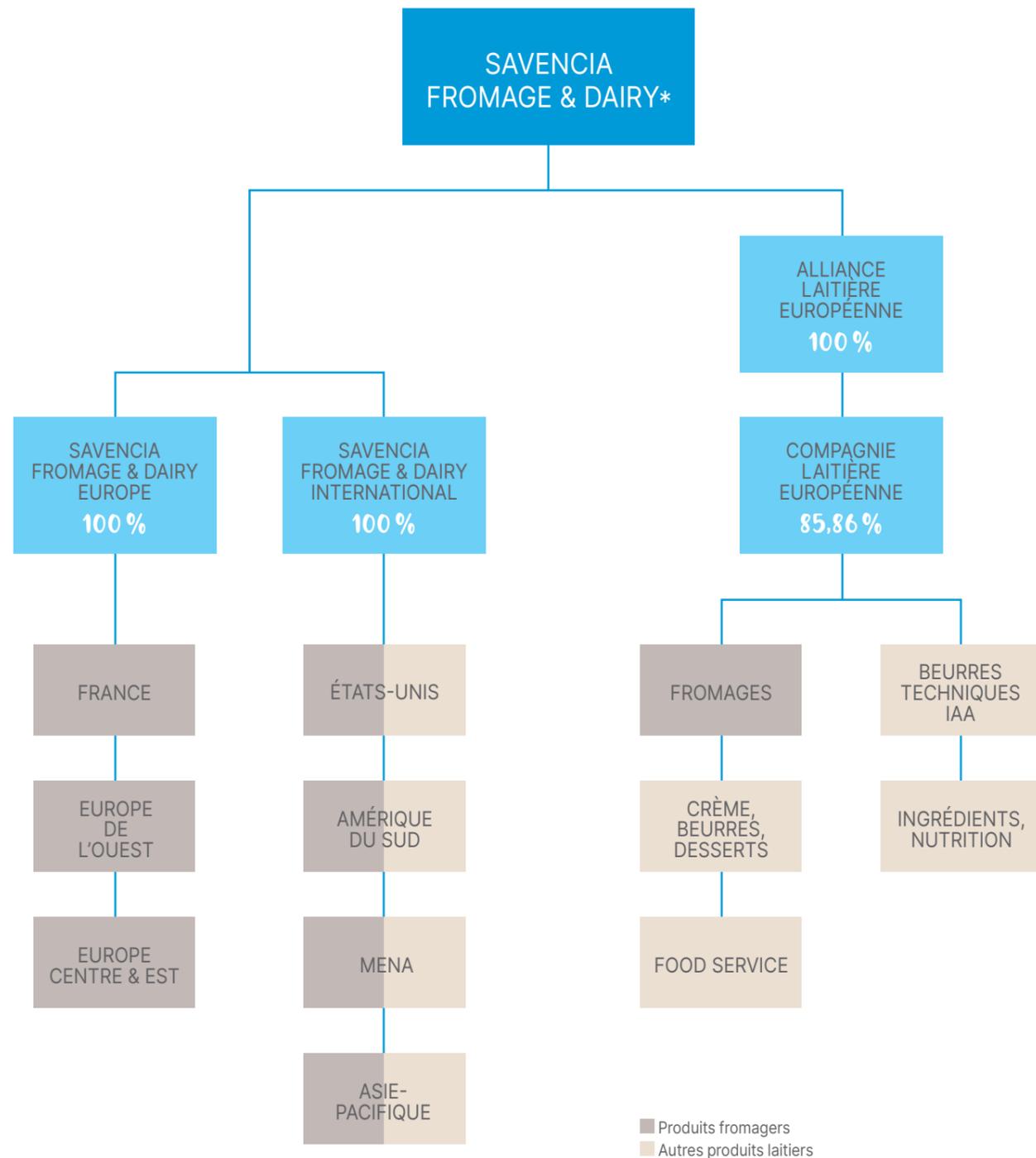
En milliers d'euros	12 mois	
	2020	2019
Résultat net des activités poursuivies	86 276	75 012
Impôts sur les bénéfices	55 859	45 617
Amortissements et provisions	184 150	166 438
Plus ou moins-values de cession	4 866	1 014
Quote-part dans le résultat net des entreprises associées	- 127	-2 032
Charges financières nettes	11 585	13 715
Autres charges et produits sans incidence sur la trésorerie ⁽¹⁾	35 073	21 187
Marge brute opérationnelle	377 682	320 951
Intérêts financiers payés ⁽²⁾	-21 358	-22 095
Intérêts financiers reçus	10 220	8 526
Impôts sur les résultats payés	-42 026	-50 545
Variation du BFR	60 691	-6 908
FLUX NETS DE TRÉSorerIE GÉNÉRÉS PAR L'EXPLOITATION	385 209	249 929
Acquisitions de filiales, d'unités opérationnelles et de participations ne conférant pas le contrôle ⁽³⁾	5 850	-34 123
Cessions d'activités nettes de la trésorerie cédée	124	-
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-199 303	-218 942
Produits résultant de cessions	4 534	5 225
Acquisition/cession d'actifs financiers et variations des autres actifs financiers courants	-12 120	-3 050
Dividendes reçus (incluant les dividendes reçus des sociétés mises en équivalence)	216	11
FLUX NETS DE TRÉSorerIE UTILISÉS POUR LES INVESTISSEMENTS	-200 699	-250 879
Rachat et cession nets d'actions propres	-3 512	-8 727
Augmentation de capital reçue des minoritaires	- 828	-
Émission d'emprunts	79 935	108 332
Remboursement d'emprunts	-23 147	-46 832
Remboursement d'obligations locatives	-26 229	-25 782
Dividendes versés	-1 290	-16 225
FLUX NETS DE TRÉSorerIE GÉNÉRÉS DANS LES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	24 929	10 766
Incidences des variations de change	-14 831	1 420
Augmentation/diminution de la trésorerie	194 608	11 236
TRÉSorerIE À L'OUVERTURE	329 997	318 762
TRÉSorerIE À LA CLÔTURE	524 605	329 997

(1) Dont impact des provisions pour risques et charges et dépréciations d'actifs (34,1 millions d'euros en 2020 dont 23,7 millions d'euros sur l'UGT Russie contre 12,2 millions d'euros en 2019) et du retraitement de l'hyperinflation concernant l'Argentine (0,3 million d'euros en 2020 contre 4,5 millions d'euros en 2019).

(2) Dont en 2020 2,2 millions d'euros au titre des intérêts payés sur les obligations locatives contre 3,1 millions d'euros en 2019.

(3) Exclusivement la trésorerie d'ouverture de CF&R.

Organigramme juridique consolidé



* SAVENCIA Fromage & Dairy est le nom commercial de SAVENCIA SA.



Engagé pour un monde durable, éthique et solidaire, Savencia Fromage & Dairy contribue chaque jour au bien manger et au bien commun et se mobilise pour un développement durable autour de sa vocation « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme ».



Savencia Fromage & Dairy figure dans le Top10 de l'index Gaïa 2020 de l'agence de notation extra-financière Eth Finance, parmi les 81 entreprises sélectionnées dans sa catégorie.



Pacte mondial des Nations Unies

Signataire du Pacte Mondial de l'ONU, Savencia Fromage & Dairy s'engage à respecter les principes universels relatifs aux droits de l'Homme, au travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption et contribue aux Objectifs de Développement Durable des Nations Unies :



Document conçu et réalisé par la Direction de la Communication Groupe – Savencia SA, Société anonyme au capital de 14 032 930 euros – 847 120 185 RCS Versailles.

Conception et création : **WAT** - wearetogether.fr – 2011_01636.

Rédaction : Corinne Martin-Rozès, Savencia SA.

Crédits photo : Savencia SA, Alice Bertrand, Elle & Vire, Michel Labelle, Antoine Pesch, Jérôme Mündler, Savencia Ressources Laitières, GettyImages.

Ce document est imprimé avec des encres végétales sur du papier issu de forêts gérées durablement.





Savencia SA

42 RUE RIEUSSEC - 78220 VIROFLAY
TÉL. : + 33 (0)1 34 58 63 00



www.savencia-fromagedairy.com