



Construire ensemble

Activité & responsabilité sociétale d'entreprise
RAPPORT ANNUEL 2021



SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY



- 02 Savencia en bref
- 03 Des marques innovantes, partout dans le monde
- 04 Positive Food. Committed People.
- 06 **DES MARQUES FORTES, UNE DYNAMIQUE DURABLE**
- 08 Le fromage au cœur de nos assiettes
- 12 Beurre et crème : les incontournables du culinaire
- 15 Le végétal avec le goût !
- 16 **CONSTRUIRE ENSEMBLE UN MONDE PLUS DURABLE**
- 18 Favoriser le bien-être de nos collaborateurs
- 20 Offrir un plaisir sain et responsable
- 22 Codévelopper des filières agricoles durables
- 24 Réduire notre empreinte environnementale
- 26 **RÉSULTATS ET PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE**



« Les temps de grandes épreuves sont aussi des temps de grandes opportunités. Et d'avancer ensemble, pleins d'espoir, dans ce que notre famille humaine peut accomplir. »

António Guterres,
Secrétaire général de l'ONU

Message de la Direction Générale

La force du collectif au service de la performance



Jean-Paul Torris, Directeur Général

L'année 2021 a été marquée par une très bonne dynamique et une croissance remarquable, malgré un contexte toujours perturbé par la crise sanitaire liée au Covid-19.

En outre, en juillet, à la suite de pluies diluviennes en Belgique, un « tsunami » a ravagé la vallée de la Vesdre, entraînant la destruction de l'usine Corman de Goé. Cette catastrophe n'a fait, fort heureusement, aucune victime parmi nos 450 collaborateurs, mais elle a entraîné une perte sérieuse de chiffre d'affaires et causé un important dommage financier. En dépit de ces conditions difficiles, Savencia Fromage & Dairy affiche en 2021 un chiffre d'affaires de 5,6 milliards d'euros, soit une croissance organique de 7,3 %, la meilleure de son marché, et un résultat opérationnel courant de 246 millions d'euros, le plus haut de son histoire, en progression de 16,4 %. Une performance réalisée grâce à la mobilisation sans faille de nos 22 000 collaborateurs.

Cette croissance résulte de la conjonction de trois dynamismes complémentaires. En retail, partout dans le monde et poursuivant la dynamique de 2020, nos équipes ont de nouveau réussi des performances de vente remarquables en capitalisant sur les tendances de consommation porteuses. En Food service, elles ont réussi à revenir au niveau de 2019, affichant notamment de belles conquêtes sur les marchés de la pâtisserie et de la restauration rapide. Enfin, pour les ingrédients, la croissance s'est appuyée sur nos solutions nutritionnelles à valeur ajoutée, répondant ainsi à la demande mondiale pour les protéines de haute qualité. Au global, la croissance a été au rendez-vous sur toutes nos catégories de produits et sur toutes les zones géographiques, particulièrement à l'international.

Plus que jamais, nous avons intensifié les plans de progrès de notre démarche RSE Oxygen envers toutes nos parties prenantes. Tout d'abord, nos partenaires producteurs de lait ont pu bénéficier du prix d'achat du lait le plus élevé du marché français, dans l'esprit EGalim. En collaboration avec le CIWF (Compassion in World Farming), nous avons également entamé une démarche exemplaire avec notre charte pour le bien-être animal. Et pour les consommateurs, nous avons intensifié notre démarche #PositiveFood qui nous inscrit dans la transition alimentaire et le flexitarisme. En 2021, nous avons ainsi lancé nos gammes végétales, lesquelles se positionnent déjà dans les meilleures rotations de leur marché. Enfin, nous avons renforcé nos efforts en faveur de l'environnement, avec des investissements importants pour la décarbonation de nos sites de production, de nos transports et la réduction importante de l'usage du plastique. Ces actions reconnues nous permettent d'atteindre la deuxième place de l'indice GAÏA, qui évalue notre performance extra-financière.

L'année 2022 s'ouvre avec un conflit en Ukraine, pays où nous employons 500 personnes. Je tiens à saluer le courage et l'engagement extraordinaires de nos équipes sur place, qui continuent à nourrir la population tant qu'elles le peuvent encore. Notre total soutien leur est acquis dans l'épreuve qu'elles traversent. La solidarité de toutes nos filiales d'Europe, en particulier en Pologne, leur est assurée.

L'impact économique de cette crise sera important, en tout premier lieu en matière d'inflation liée aux coûts des matières premières agricoles et de tous les intrants liés à l'énergie. Cette tendance entraînera de facto une répercussion sur les hausses des prix de vente, tout en veillant à limiter l'impact sur la consommation autant que possible.

Quels que soient les enjeux auxquels nous faisons ou ferons face dans l'avenir, nous savons que nous pouvons compter sur la qualité reconnue de nos produits, la force de nos marques et l'engagement exceptionnel de toutes nos équipes. Car c'est ensemble que nous construirons demain. #WeAreSavencia #StrongerTogether

Réussir ces performances dans un tel contexte n'a été possible que grâce à l'engagement remarquable de nos 22 000 collaborateurs.

Savencia en bref

Savencia est un groupe alimentaire international familial et indépendant. Deuxième groupe fromager français et cinquième mondial, s'appuyant sur ses valeurs fortes et sa mission « *Entreprendre pour bien nourrir l'Homme* », Savencia déploie une stratégie de création de marques et produits innovants et de haute qualité.

Le groupe fabrique et commercialise des fromages, beurres – crèmes, ingrédients laitiers et solutions nutritionnelles en grande distribution, en Food service et pour l'industrie, répondant aux nouvelles attentes des consommateurs et des professionnels.

Il s'appuie sur des filiales en forte proximité avec leurs marchés locaux, et sur des expertises globales partagées, au service d'un développement durable de ses activités.

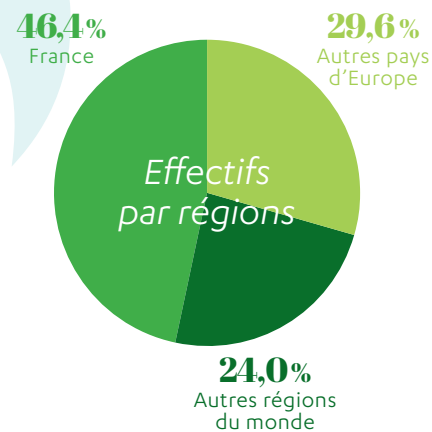
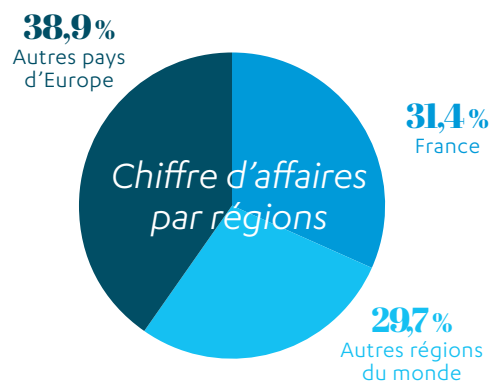


5,6 MILLIARDS D'EUROS de chiffre d'affaires

4,7 MILLIARDS de litres de lait transformés

21927 COLLABORATEURS

120 PAYS commercialisant nos produits



Des marques innovantes partout dans le monde

Fromage retail en Europe



Fromage retail et spread à l'international



Fromage de terroir



Beurre, crème et dessert retail



Food service



B to B & Nutrition



Positive Food. Committed People.

Savencia, c'est avant tout l'engagement de ses collaborateurs pour contribuer chaque jour positivement à un monde plus durable et à une transition alimentaire respectant notre vision #PositiveFood, qui associe plaisir, santé et responsabilité avec des produits de haute qualité. L'autonomie, inhérente à la culture de notre groupe, permet à chacun, à son échelle, d'adresser les objectifs ambitieux de notre plan RSE Oxygen et de répondre à notre vocation : Entreprendre pour bien nourrir l'Homme.

Nos performances

RSE en 2021

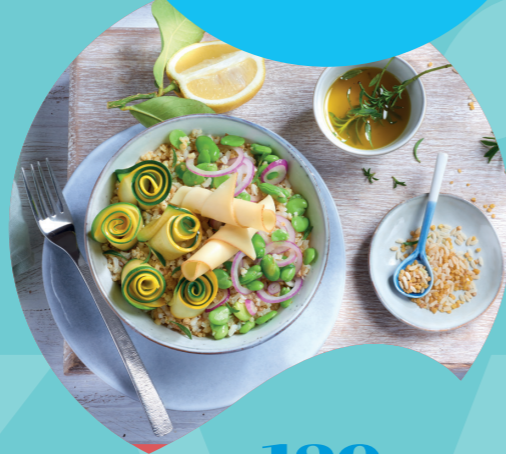
Favoriser le bien-être de nos collaborateurs, la solidarité



48,4%
de nos filiales sans accident de travail avec arrêt

491
contrats d'alternance (pour un objectif de 458)

Offrir un plaisir sain et responsable



129
nouveaux produits vendus sous nos marques ont engagé une démarche Clean Label

47%
des produits à marques GMS affichent un étiquetage nutritionnel à la portion

Codévelopper des filières agricoles durables



450
journées de formation dispensées auprès des éleveurs laitiers en France

1
Charte pour le bien-être animal signée avec l'appui de CIWF

Réduire notre empreinte environnementale



85%
d'emballages recyclables

- 282000
réduction de l'empreinte carbone de la collecte laitière en tonnes éq. CO₂ versus 2010





Des marques fortes, une dynamique durable

La belle dynamique d'activité de Savencia Fromage & Dairy s'est confirmée en 2021. La force des marques du groupe et notre capacité à innover nous ont permis de consolider notre croissance et de convaincre toujours plus de clients. Savencia progresse de trois places en trois ans dans le classement CA Top 20 laitiers mondiaux*, passant de la 17^e place en 2019 à la 14^e place en 2021.

* Global Dairy Top 20 – Source Rabobank.

Le fromage au cœur de nos assiettes

Consommation plaisir, recherche d'authenticité et appétence pour les fabrications locales, en mode snacking ou en tant qu'aide culinaire incontournable, le fromage a plus que jamais la cote.



Les nouvelles habitudes de consommation donnent décidément au fromage une part toujours plus belle qui confirme sa position de produit tendance. Saisissant pleinement cette opportunité, Savencia réalise malgré le contexte sanitaire une remarquable année 2021, avec une croissance organique de son chiffre d'affaires de 7,3 %. En France, Savencia confirme sa place de numéro 1 de la croissance sur l'activité fromage pour les deux dernières années, sur un marché des produits de grande consommation frais libre-service qui reste très dynamique malgré un léger recul fin 2021. Et ce, tout en poursuivant sa croissance sur le Drive, avec le gain de parts de marché significatives. En Europe, les marques du groupe ont renforcé leur leadership comme Gèramont en Allemagne, Pribináček ou Lučina en République tchèque et en Slovaquie. À l'international, bonnes performances également de nos filiales aux États-Unis, en Argentine ainsi qu'en Asie avec les marques Alouette, Milkaut et Milkana.



Caprice à la conquête du Royaume-Uni.

Nicolas de Saint-Pierre, Directeur Marketing Europe de l'Ouest

« Lancée en 2021 outre-Manche, notre divine gourmandise Caprice des Dieux séduit les consommateurs britanniques avec une promesse publicitaire forte : « Love at first bite* ». En France, la marque a poursuivi en 2021 une croissance ininterrompue depuis quinze ans. »

* Coup de foudre à la première bouchée.



Le yaourt healthy selon Pribináček

Un yaourt à boire clean label, enrichi en bifidobactéries et source de protéines : c'est la promesse de Sportik Bifido, la nouvelle solution snack lancée par Pribináček en République tchèque. Cette boisson lactée, unique sur son marché, permet à la marque d'étendre son positionnement autour du « plaisir sain et responsable » et de renforcer ses positions sur le snacking.



Le mini en fait un max

Les portions snacking ont plus que jamais la cote. La marque ILE DE FRANCE, synonyme d'art de vivre à la française, affiche une croissance à deux chiffres pour ses Mini-Bries, avec une belle dynamique au Japon et en Corée. Tandis qu'aux États-Unis, Supreme Brie Bites s'est hissé en cinquième position de la catégorie fromages à pâte molle, pour la rapidité de ses rotations en magasin.

Plaisir et snacking, la recette du succès !

Offrant une large palette de goûts et de saveurs, nos marques de fromage sont plébiscitées partout. En Allemagne, c'est le cas de Gèramont, marque de fromages à pâte molle principalement produits au cœur de la forêt vosgienne, qui est, pour la septième année consécutive, n° 1 outre-Rhin en valeur sur le marché fromager libre-service. Avec son refrain français « C'est bon, c'est bon », Gèramont se positionne comme l'atout plaisir des consommateurs allemands. La marque a renforcé en 2021 son leadership avec une campagne de communication qui met en scène un jeune couple franco-allemand. Avec son nouveau label « C'est bon garantie », Gèramont affiche dorénavant fièrement sur ses packs la qualité de son affinage et ses engagements durables.



Pause plaisir avec Saint Agur !

Allier la force du Saint Agur et la fraîcheur d'une texture légère et aérée, facile à tartiner et à déguster sur le pouce : c'est la promesse du nouveau Saint Agur Frais Plaisir, avec une recette réduite en matières grasses et un emballage plus responsable.



Les tranches dans l'air du temps

La tendance du snacking dynamise le marché des tranches. En 2021, la marque Fol Epi a bousculé les codes, dans l'Hexagone, avec sa communication sur le made in France, en phase avec son époque et l'envie de consommer local. La marque, très appréciée outre-Rhin, compte parmi les leaders du marché compétitif des fromages en tranches. En République tchèque et Hongrie, ce sont deux marques locales connues pour leurs portions de fromage fondu, Apetito et Medve, qui ont lancé avec succès des tranches pour sandwiches à chaud et à froid.



Trophées LSA

Savencia Produits Laitiers France : première force de vente de l'univers frais crèmerie



Savencia renforce son pôle chèvre

Savencia poursuit le développement de son portefeuille de fromages de terroirs avec l'acquisition de la Fromagerie Poitou Chèvre. Implantée dans les Deux-Sèvres, l'entreprise produit notamment des chabichous du Poitou AOP, des crottins de chèvre et des Mothais sur feuille. Elle s'intègre au pôle chèvre de Savencia via Fromageries Lescure, sa co-entreprise avec la coopérative Terra Lacta, et bénéficie du réseau commercial du groupe pour accélérer son développement en France et à l'international.



Savencia régale les Chefs des Chefs

Christophe Prouvost,
Directeur Général
Haute Fromagerie

« Le Club des Chefs des Chefs réunit les cuisiniers des chefs d'État d'une vingtaine de pays. À l'occasion de la réunion annuelle organisée en France, dont Savencia était partenaire, les fromages du groupe, de l'Esquirrou au Rogue River Blue, ont reçu un bel accueil, tout comme la crème et le beurre Elle & Vire. Une grande fierté pour les équipes, qui voient ainsi leur savoir-faire salué par les plus grands ! »

Haute Fromagerie: quand la tradition s'exporte

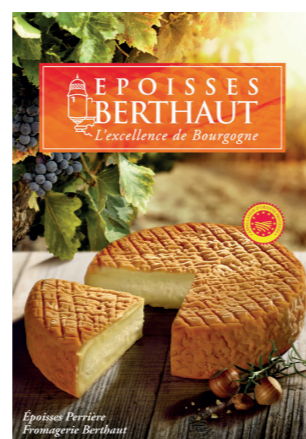
La Haute Fromagerie est « trendy » ! En témoigne sa belle progression de près de 10 % réalisée en France sur l'année 2021, malgré la fermeture de nombreux restaurants pour raisons sanitaires. À l'export, la vente des fromages traditionnels enregistre une croissance similaire sur la même période, avec de belles performances au Royaume-Uni et un lancement réussi en Espagne, à l'occasion des World Cheese Awards. Parmi les fromages stars de la gamme, l'Époisses AOP Berthaut multimédaille et le Roquefort Papillon AOP tiennent toujours le haut de l'affiche.



Bienvenue au cheddar British Heritage

Savencia s'allie avec la société Barber's, dans le cadre d'une joint-venture, pour distribuer dans plusieurs pays européens une gamme de cheddars d'exception. Basée dans le Somerset, l'entreprise familiale Barber's est le plus ancien fabricant de cheddars du monde et le plus important à bénéficier de l'AOP West Country Farmhouse cheddar avec des produits handmade, fruits d'un savoir-faire remontant à 1833. Savencia distribuera la marque British Heritage principalement en libre-service, avec une gamme de cheddars uniques (tranches et blocs) affinés 6, 9 ou 12 mois.

38 fromages médaillés au World Cheese Awards 2021



Savencia en vedette aux WCA 2021

Les World Cheese Awards 2021, organisés à Oviedo en Espagne, ont décerné pas moins de cinq médailles « super gold » à Savencia. Parmi les lauréats figurent l'Époisses Perrière Berthaut, couronné vice-champion du monde, mais aussi Postel Reserve, le fromage d'Abbaye belge, et le Saint-André. En complément, le groupe repart avec cinq médailles d'or dont une pour Roquefort Papillon Noir, neuf d'argent dont une pour Le Coq, et dix-neuf de bronze dont une pour Islos.

Démarrage prometteur pour le Cream Cheese Elle & Vire

Lydie Charvet,
Chef de Groupe Fromages
Catégorie Foodservice
Catalogue

« Pour le Cream Cheese français d'Elle & Vire Professionnel, l'année 2021 a été celle du lancement dans 53 pays, soutenu par une activation sur Instagram et des démonstrations digitales délivrées par les Chefs de la Maison de l'Excellence Savencia®. Avec en prime un référencement stratégique chez Starbucks en Chine, à travers le lancement du « Super Soft Basque Style Cake », un cheesecake caramélisé dont il est l'ingrédient clé. »

Fromages: chaud devant !

Panés, saisis à la poêle ou même grillés au barbecue, les fromages à consommer à chaud ont la cote ! En France, le succès de la raclette ne se dément pas et RichesMonts renforce sa position de leader avec deux points supplémentaires de foyers acheteurs. En République tchèque et Slovaquie, le camembert Sedčanský s'inscrit dans cette tendance : au-delà de sa consommation traditionnelle, à froid, la marque a axé sa dernière campagne sur ses usages à chaud. Enfin, en Allemagne, le Rustique Ofen-Camembert, lancé en 2021, rencontre déjà un franc succès auprès des consommateurs qui le dégustent tout droit sorti du four !



Islos, le culinaire version AOP

Pour la préparation de salades estivales ou petits plats mitonnés maison, les fromages méditerranéens ne cessent de nous régaler ! Sur un marché de la feta extrêmement dynamique, Savencia a lancé en 2021, en France et en Allemagne, sa gamme Islos fabriquée en Grèce par son partenaire Epiros. Trois références ont fait leur apparition dans les linéaires : une feta AOP, un fromage de chèvre et un fromage à griller. Dans l'Hexagone, Islos affiche déjà des résultats remarquables : lauréat du Trophée LSA de l'Innovation 2021 et premier contributeur à la croissance du segment Cuisine et Ingrédients dans le classement Top 3* des lancements Food 2021. Une première pour une marque de fromage !

* Classement CA après trois périodes de lancement, Nielsen.

Des solutions sur mesure en Food service

Que ce soit aux États-Unis avec AFP (Advanced Food Products), leader des cheese sauces aseptiques, ou en Europe, avec des offres fromagères répondant aux usages majeurs du circuit de la restauration rapide, nos équipes ont su s'adapter pour répondre à une large palette de demandes en proposant des offres ciblées et adaptées aux goûts locaux et aux usages majeurs de ce circuit (burger, pizza, salade, wraps).



Il gusto e basta !

En France, Giovanni Ferrari a lancé une nouvelle gamme de pâtes fraîches méditerranéennes, dont une authentique Mozzarella di Bufala Campana AOP, fabriquée dans le respect du cahier des charges AOP, dans une fromagerie située au sud de l'Italie. La Mozzarella di Bufala Campana AOP offre un goût typé de lait de bufflonne associé à une texture ultra-moelleuse et fondante. Elle se déguste en salade avec des tomates traditionnelles multicolores ou avec quelques antipasti. Pour plus de praticité, elle se décline aussi en format mini ! Une troisième référence vient compléter la gamme : la burrata au lait de bufflonne.



Beurre et crème : les incontournables du culinaire

À la recherche de « plus de vrai », les consommateurs n'ont jamais autant cuisiné à la maison. Pas étonnant que les beurres et crèmes aient la cote ! En Food service, ils ont le vent en poupe. Chez Savencia, ces produits font partie depuis toujours des essentiels et sont reconnus pour leur excellence.



Avec deux années de pandémie ponctuées par des confinements successifs, les consommateurs ont redécouvert le plaisir d'une alimentation faite maison, à la fois saine et gourmande. Un retour en grâce qui profite aux beurres et crèmes de Savencia et qui s'est accompagné d'un programme d'activation de la marque Elle & Vire, particulièrement dynamique, mais également du lancement de nombreuses innovations comme la Crème entière UHT sans additif de Condé-sur-Vire ou encore le beurre AOP Maison Lescure. Côté Food service, 2021 a été marquée par une forte croissance à l'international, dont 80 % s'est opérée en Asie, sur les deux marchés moteurs que sont d'un côté la Chine et ses beverage chains, de l'autre la Corée du Sud, à travers la filiale Bake Plus. La belle campagne Elle & Vire Professionnel, baptisée Nos Valeurs Partagées, construite autour de quatre valeurs clés et portée par ses chefs ambassadeurs Pierre Gagnaire et Yann Brys, a été déclinée avec succès dans près de quarante pays. Les performances de l'année sont dues notamment au dynamisme de la référence du marché la Crème Excellence d'Elle & Vire Professionnel et Corman Sculpture.



Deux temps forts de Lyon à Shanghai

À édition historique, animations d'exception : pour le 20^e Sirah à Lyon en octobre 2021, la marque Elle & Vire Professionnel était implantée au cœur du Village des Chefs avec un stand de 60 m² décoré à l'image d'une maison de famille normande. Son restaurant éphémère a accueilli 3 000 dégustations et servi 200 couverts VIP, avec des animations quotidiennes et des créations des chefs de la Maison de l'Excellence Savencia®. Autre continent, autre moment fort : les équipes de Savencia étaient présentes sur la 4^e China International Import Expo (CIIE) à Shanghai en novembre 2021, avec, au programme, la présentation de produits premium et solutions tendance du Groupe, mais aussi des démonstrations de chefs étoilés.



La Maison de l'Excellence forme les chefs

Crise sanitaire oblige, la Maison de l'Excellence Savencia® a revu son dispositif événementiel sans freiner pour autant sa dynamique de communication auprès des chefs. En 2021, elle a ainsi organisé plus de 70 opérations, très majoritairement en format digital. Espace de partage et de transmission ouvert aux professionnels du monde entier, pilotée par deux chefs exécutifs, elle propose formations et ateliers à travers sa brigade d'experts.

Le Food service performe en Corée du Sud

Le dynamisme de l'activité Food service en Corée du Sud ne s'est pas démenti en 2021, avec un marché de la boulangerie-pâtisserie qui a poursuivi sa croissance. Même si les Coréens n'ont pas subi de confinement, ils ont restreint leurs déplacements à l'international et fréquenté les hôtels, boulangeries et salons de thé locaux : une situation favorable tant à Elle & Vire Professionnel qu'aux beurres Lescure. Pour accompagner cette tendance, à l'occasion des fêtes de Noël, la filiale Bake Plus a notamment décliné, avec le soutien du chef Nicolas Boussin, une recette d'entremet Stollen à destination des professionnels.

SHOOTING STAR STOLLEN

슈틀렌 몰드 이벤트



Lescure, le beurre AOP des chefs coréens

Byeongwook Choi, Directeur Commercial Bake Plus

« Les référencements de produits Lescure dans des boulangeries sud-coréennes ont participé à la performance 2021 de Bake Plus. Une tendance soutenue par nos publications sur les réseaux sociaux et l'organisation de séminaires en ligne à destination des professionnels. Nous avons fait rayonner les techniques, recettes et tours de main pour enrichir les savoir-faire ! »



Corman Sculpture, place à la créativité

Une tenue et un pouvoir sculptant exceptionnels : pour réaliser un décor, rien ne vaut Corman Sculpture, la nouvelle spécialité prête à foisonner, spécialement développée pour les chefs pâtisseries. En 2021, ses volumes de vente ont augmenté de 36 % par rapport à 2020, avec notamment une forte croissance en Asie où les chefs de la Maison de l'Excellence Savencia® ont organisé plusieurs démonstrations.

60 %

des chefs étoilés utilisent la Crème Excellence d'Elle & Vire Professionnel

Savencia s'invite au dessert

Gourmands et onctueux, les desserts lactés UHT Elle & Vire exportent dans le monde entier nos recettes au bon lait français, héritières d'un savoir-faire rare en matière de longue conservation. Des produits qui se déclinent en 22 références, dont l'historique gamme Fruits. Du côté de l'Argentine, Milkaut fait également rayonner son expertise avec, en 2021, le lancement de deux nouvelles recettes venant compléter la gamme yaourts de la marque : le Yogur Granola et le 0 % lactose.



Corman : une mobilisation exceptionnelle

Vincent Mazy,
Directeur Général Corman

« Cet été, des intempéries dévastatrices ont entraîné des dégâts matériels majeurs sur le site de Corman à Goé, où sont notamment produits les beurres pour le marché belge et les beurres techniques pour les professionnels. Un travail considérable a été effectué parmi les équipes pour que nous soyons bientôt de retour ! Aujourd'hui, nous sommes très fiers et plus que jamais motivés à vous servir ! »

Du digital au local, des partenariats gagnants

En 2021, Elle & Vire a soutenu la tendance de fond autour de la cuisine et la pâtisserie maison en positionnant les produits de la marque tant sur des préparations salées que sucrées. Le premier jalon majeur de l'année a mis à contribution huit influenceurs qui ont accepté de défendre la cuisine de leurs régions en préparant des recettes choisies par les internautes et en publiant leurs réalisations. Un concours qui a généré un fort engagement sur Instagram et Facebook. Le second temps fort, le partenariat avec l'émission à succès Le Meilleur Pâtissier sur M6, a donné lieu à de nombreuses publications sur les réseaux sociaux.



Maison Lescure s'installe dans le paysage

Un an après son lancement en avril 2021, le beurre AOP Maison Lescure a déjà trouvé sa place sur les tables françaises. Soutenu au démarrage par une campagne télé qui a vu les ventes de beurre doux bondir au début de l'été, le produit a poursuivi sa conquête au second semestre avec des opérations en magasins et des campagnes sur Instagram et Pinterest... avant de terminer 2021 en beauté grâce à l'arrivée des mini-portions en édition limitée pour les fêtes de fin d'année.

Elle & Vire, la marque de crème préférée des Français



Montfleuri rend la qualité plus accessible

À travers sa gamme Montfleuri, Savencia propose des beurres, doux ou demi-sel, avec une teneur réduite en matières grasses et à prix accessible. Le rapport qualité-prix optimal de Montfleuri lui a permis de réaliser de bonnes performances en 2021. Côté innovation, avec le lancement de sa déclinaison bio, la marque propose aux consommateurs un beurre sain et responsable à prix compétitif.

Des marques fortes, une dynamique durable



Le végétal avec le goût !

Avec ses nouvelles offres végétales, Savencia répond aux aspirations flexitariennes des consommateurs.

Dans les pays occidentaux, l'évolution des régimes alimentaires vers le flexitarisme ouvre le champ des possibles aux substituts végétaux. Sur ce nouveau marché où les États-Unis se positionnent déjà comme leaders, l'Allemagne et l'Angleterre font office de précurseurs et la croissance est partout au rendez-vous.



Vivre Vert : une nouvelle offre inédite

Depuis octobre 2021, Savencia a lancé Vivre Vert, première marque végétale française transversale, sur quatre rayons majeurs de la crèmerie. Tranches, râpé, brassés, aides culinaires et boissons : au total, treize références ont été développées pour le goût des consommateurs français. Parmi elles, les Tranches Ultra-Fondantes se sont classées n°1 en termes de rotations en chiffre d'affaires. La sortie de la gamme a été soutenue par la mise en ligne d'un site internet sur lequel la communauté Vivre Vert présente son engagement pour une transition alimentaire et écologique.

Le végétal gourmand et accessible

Pauline Girel-Prioton,
Directrice Stratégie &
Développement
Catégorie Végétale

« Nous sommes fiers de voir Tartare Végétal déjà n°1 des alternatives végétales au rayon fromages en grande distribution en France. Lancer de tels produits ne s'improvise pas, c'est le fruit d'un travail long et absolument formidable de la part des équipes R&D et de production. Nous continuerons sur cette lancée en privilégiant le goût, la fonctionnalité et les recettes les plus naturelles possible, pour répondre aux attentes des consommateurs. »

Débuts prometteurs pour les versions végétales de Tartare et Bresso

En France, Tartare 100 % Végétal a su convaincre les consommateurs à la recherche d'alternatives végétales gourmandes : en effet, auparavant, deux consommateurs sur trois n'étaient pas acheteurs de la marque Tartare ! Outre-Rhin, même succès pour Bresso 100 % Pflanzlich qui enregistre les meilleures rotations dans la catégorie des tartinables végétaux à base d'herbes.



Savencia renforce son offre végétale avec Hope

Avec l'acquisition de Hope aux États-Unis, Savencia consolide son positionnement sur le segment en forte croissance des produits « bien-être ». La société est en effet l'une des marques leaders aux États-Unis en matière d'houmous et autres dips d'origine végétale. Une manière pour le groupe de compléter son portefeuille de marques premium, et une excellente opportunité d'offrir aux consommateurs de savoureuses alternatives d'origine végétale.



“
Construire
ensemble
un monde
plus durable

Engagé pour un monde durable, éthique et solidaire, Savencia Fromage & Dairy se mobilise avec ses parties prenantes pour un développement durable autour de sa vocation « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme ».

Favoriser le bien-être de nos collaborateurs

Qualité de vie au travail, sécurité, inclusion, apprentissage et solidarité : Savencia a, cette année encore, placé les femmes et les hommes au cœur de ses actions. Objectif : assurer le bien-être de ses collaborateurs, mais aussi favoriser leur développement et encourager leur engagement.



Savencia, un employeur de référence

Il fait décidément bon travailler chez Savencia. Le groupe est certifié Top Employer Europe et Top Employer 2022 dans onze pays : Allemagne, Belgique, Chine, Espagne, France, Pologne, République tchèque et Slovaquie, mais aussi pour la première fois en Inde, en Corée du Sud et au Brésil. Ce label distingue les entreprises modèles en matière de ressources humaines. Il récompense la politique collaborateurs de Savencia, tout particulièrement sur la gestion des talents, le recrutement, l'intégration, la formation et le développement des compétences. Dans l'Hexagone, la filiale Savencia Produits

Laitiers France a non seulement été certifiée Great Place To Work®, mais elle a également reçu une double labellisation de ChooseMyCompany avec les certifications Happy Trainees alternants et Happy Trainees. Ces deux dernières distinctions prennent toute leur mesure quand on sait qu'elles résultent d'évaluations effectuées par les stagiaires et apprentis eux-mêmes. Enfin, en Chine, la filiale Sinodis a elle aussi obtenu en 2021 la certification Great Place To Work®.



Sécurité : toujours mobilisés !

En septembre 2021, à l'occasion du Mois de la Santé et de la Sécurité au Travail organisé dans le groupe, les collaborateurs ont pris part à des ateliers de sensibilisation et de prévention, afin de renforcer leur culture sécurité et partager les bonnes pratiques. En parallèle, le Challenge Sécurité Savencia, avec des quiz en e-learning autour des Essentiels Sécurité, a rassemblé 3 000 participants répartis en 674 équipes, soit plus du double par rapport à 2019, preuve de l'engagement des salariés sur cette thématique. Des efforts qui paient : le site de La Ronda (Arias) en Espagne a fêté en 2021 ses six années sans accident, tandis qu'au Brésil, Sao Vincente de Minas (Polenghi) célébrait ses quatre ans.



Soutenir des projets pour une alimentation durable

Jusqu'ici ouvert aux collaborateurs de Savencia, le Fonds de dotation « Bien Nourrir l'Homme » a lancé en 2021 un appel à projets externes « Pour une alimentation saine et durable pour tous ». Objectif ? Soutenir la mise en œuvre et le développement d'actions concrètes permettant l'accès à une alimentation saine et équilibrée. Le jury a retenu huit projets qui bénéficieront chacun d'une dotation et d'un accompagnement de la part du Fonds.



Tous engagés dans le #DuoDay2021

À l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées, de nombreuses filiales se sont mobilisées. Et, pour le DuoDay, des collaborateurs volontaires ont fait découvrir, le temps d'une journée, leur métier à des personnes en situation de handicap. De beaux moments de partage et de transmission.



Savencia, entreprise solidaire

En tant qu'Entreprise Solidaire des Banques Alimentaires, Savencia a accompagné leur collecte nationale annuelle, organisée en novembre, à laquelle de nombreux collaborateurs ont également apporté leur contribution à titre bénévole. En parallèle, en 2021, pour chaque don réalisé via la plateforme monpanniersolidaire.org, le groupe s'est associé à la générosité des internautes en remettant aux Banques Alimentaires des produits variés pour des repas équilibrés.



L'apprentissage est une voie royale pour les métiers de l'industrie laitière

Agnès Deschênes, Directrice Adjointe ENIL de Saint-Lô Thère

Pouvez-vous nous présenter en quelques mots le CFA de votre établissement ?

Le Centre de Formation d'Apprentis (CFA) Saint-Lô Thère est l'un des six établissements du réseau des Écoles Nationales d'Industrie Laitière (ENIL). Les ENIL sont des références en matière de formation dans l'industrie laitière, allant de la seconde jusqu'à la licence professionnelle.

différents dispositifs, comme les contrats d'apprentissage ou les certificats de qualification professionnelle (CQP).

Comment ce partenariat se traduit-il concrètement sur la partie apprentissage ?

Cette année, sept de nos apprenants sont en alternance dans des filiales de Savencia. Pour ce faire, nous avons travaillé conjointement en recueillant les offres d'apprentissage et en sélectionnant les candidats. L'apprentissage est une voie d'excellence pour ces jeunes et constitue un vrai plus pour leur employabilité. Aux côtés de leurs formateurs et de leur maître d'apprentissage, les métiers de la fabrication et de la production industrielle n'ont plus de secrets pour eux !

Quel est l'historique du partenariat avec Savencia ?

Saint-Lô Thère travaille depuis plus de trente ans avec le site Elle & Vire de Condé-sur-Vire, situé à quelques kilomètres. Nous sommes aussi en lien étroit avec Compagnie des Fromages & Riches Monts ou Armor Protéines. Nous accompagnons les équipes RH dans le développement des compétences de leurs collaborateurs grâce à

Offrir un plaisir sain et responsable

En 2021, Savencia a intensifié sa démarche #PositiveFood, tant auprès de ses clients que des consommateurs. En magasin comme sur les réseaux sociaux, le groupe agit pour convaincre de la nécessité d'associer naturalité, responsabilité et bonheur de bien manger.

Savencia insuffle la #PositiveFood

Véritable posture d'entreprise, la #PositiveFood selon Savencia est née d'une conviction : celle que l'on peut opter pour une alimentation saine et durable sans pour autant renoncer au plaisir. Le groupe s'est ainsi engagé en faveur d'une alimentation positive alliant bien-être, convivialité et responsabilité. Il a défini six leviers d'action, parmi lesquels la mise en avant des ingrédients positifs du fromage, la promotion d'une consommation raisonnée et des aliments peu transformés ou encore, la lutte contre le gaspillage alimentaire. Pour ancrer la démarche dans son ADN, Savencia a également fait de la #PositiveFood un enjeu majeur de formation et de sensibilisation de ses collaborateurs.



La science au service de l'alimentation durable

Proposer une vision positive de l'alimentation qui allie santé, plaisir, convivialité et responsabilité : telle est l'ambition de l'Institut For A Positive Food, association d'intérêt général s'appuyant sur un conseil scientifique pluridisciplinaire indépendant présidé par Daniel Tomé, Professeur honoraire en nutrition humaine. Tout au long de l'année, entre regards d'experts, dossiers d'actualité, infographies et webinars, l'Institut produit et diffuse des contenus riches et pédagogiques visant à promouvoir une alimentation saine et durable. Une démarche en ligne avec la vision positive et holistique prônée par l'Organisation Mondiale de la Santé.



La #PositiveFood s'invite en magasin

Convaincu qu'un nombre croissant de Français souhaite allier plaisir et naturalité dans son alimentation, Savencia intègre la #PositiveFood dans sa démarche marketing et commerciale. Ainsi, des actions terrain ou magasins, en partenariat avec des distributeurs, permettent de mettre en avant, sur le site quiveutdufromage.com, des recettes «nutriscorées» A et B mariant fromage et légumes, accompagnées de bons de réduction. Des initiatives déployées tout au long de l'année, avec près de 600 mises en avant orchestrées en point de vente.

Savencia s'engage aux côtés de Carrefour pour la transition alimentaire

En 2021, Savencia s'est associé à Carrefour, avec d'autres industriels de l'agroalimentaire, dans le cadre de la campagne « Ensemble pour demain ! » destinée à proposer des recettes équilibrées, gourmandes et accessibles, au Nutri-Score A ou B. Une opération récompensée par l'obtention du Prix Sirius Transition Alimentaire, décerné sous l'égide de l'Institut du Commerce. Toujours chez Carrefour, en Espagne, le queso fresco Burgo de Arias a reçu un prix lors de la première édition des European Food Transition Awards.



Médias digitaux et réseaux sociaux, alliés de la transition alimentaire

Sophie Lopez,
Directrice Atelier
Digital & Média France

Pourquoi un partenariat avec Marmiton et Doctissimo?

Dans le cadre de la démarche #PositiveFood, nous veillons à ne pas opposer plaisir et santé, préférant jouer la carte de la complémentarité. Et pour sensibiliser un maximum de consommateurs, une opération mutualisant le potentiel de deux sites leaders de leur catégorie, Marmiton pour la cuisine et Doctissimo pour la santé (respectivement 19,4 et 14,9 millions de lecteurs par mois), a été déployée.

En quoi a consisté l'opération?

Notre ambition était de faire de la pédagogie autour du « bien manger » sans être didactique ni ennuyeux. Dans cette optique, des contenus grand public (articles d'information, recettes nutriscorées, vidéos, stories...) ont été développés, en lien avec la Direction Nutrition du Groupe, et diffusés sur

les sites et leurs réseaux sociaux. L'opération nous a en prime permis d'animer 21 marques du groupe, à travers des recettes faisant la part belle au fromage.

Quelles retombées?

Elles ont été au-delà de nos espérances : au total, ces contenus ont enregistré près de 400 000 visites avec une portée (reach) de 16 millions de contacts. Le temps passé sur les articles par les internautes est supérieur à la moyenne, preuve de l'intérêt grandissant des consommateurs pour les sujets en lien avec une alimentation plus saine. Sur les recettes par exemple, l'objectif que nous nous étions fixé en termes de visites a été doublé ! Cette campagne, menée en 2021, a rencontré un tel succès que nous la reconduirons en 2022.

Codévelopper des filières agricoles durables

Confiance et proximité : deux maîtres-mots pour Savencia, qui s'attache à construire des relations durables avec ses éleveurs partenaires au travers de sa démarche Approvisionnements Laitiers Responsables et la poursuite de l'accompagnement personnalisé des producteurs de lait.

Savencia s'engage pour le bien-être animal

Mobilisé depuis plus de dix ans aux côtés de ses éleveurs laitiers partenaires, Savencia a formalisé début 2022 sa démarche dans une charte pour le bien-être animal en France et à l'international. Des engagements pris autour de quatre axes majeurs : garantir aux animaux une alimentation de qualité, durable et locale, promouvoir un accès à l'extérieur en favorisant la pratique du pâturage, sécuriser un logement confortable tant pour les chèvres que pour les vaches, enfin mieux prendre en compte la santé et la sensibilité des animaux.



Redynamiser le cheptel de vaches normandes

Véritable trésor national, l'emblématique vache de race normande « à lunettes » est une richesse pour la Normandie et pour la biodiversité française. Afin de lutter contre la diminution du cheptel, Elle & Vire s'investit dans un projet de « Normandisation des troupeaux ». Au programme : un suivi personnalisé des exploitations, le financement et l'adaptation des troupeaux, enfin l'engagement dans la démarche Production Laitière Durable. Objectif : accompagner 100 éleveurs pour la réintroduction de 1000 vaches de race normande dans les cinq prochaines années. Un plan mis en place en concertation avec la coopérative Agrial et l'appui de l'Organisme de Sélection en race Normande.



Un nouveau contrat avec Agrial

L'année 2021 a vu la signature d'un nouveau contrat de lait de dix ans avec Agrial, en présence notamment d'Arnaud Degoulet, Président d'Agrial, et de Robert Brzusczak, Président de la Compagnie Laitière Européenne. Un renouvellement qui témoigne de la relation sur le long terme que Savencia entretient avec l'entreprise coopérative normande, et qui s'inscrit dans une démarche plus globale du groupe, engagé auprès de ses éleveurs pour une production laitière durable et responsable.

L'ARL : au service d'une production laitière durable

Sur le terrain, les Animateurs Ressources Laitières (ARL) accompagnent les éleveurs partenaires de Savencia. Parmi eux, Amélie, 23 ans, elle-même fille d'exploitant et entrée dans le groupe tout juste diplômée, en octobre 2018. Au quotidien, Amélie observe les résultats qualité du lait et n'hésite jamais à chausser ses bottes pour se rendre sur les exploitations, afin d'apporter un appui technique aux éleveurs et de les aider dans le déploiement de leurs plans de progrès.



Le bien-être animal, un prérequis au quotidien

Dorian Lazzarin,
Éleveur Laitier
Varmonzey (88)

Quelle place donnez-vous au bien-être animal dans votre métier ?

Le bien-être animal est essentiel, car une vache en bonne santé vit bien, produit bien et se reproduit bien. Pour un maximum de confort, nos vaches sont en logettes paillées et sortent en pâture de début mars à fin octobre. Nous avons également fait le choix d'une traite robotisée qui leur permet d'être plus calmes. Elles font leur vie, à leur rythme.

Quel accompagnement recevez-vous de la part de Savencia ?

À mon installation au 1^{er} janvier 2019, j'ai bénéficié d'un plan d'aide qui m'a donné un bon coup de pouce. Tout au long de l'année, nous sommes suivis par Lucile, notre ARL, avec qui nous réalisons actuellement notre second diagnostic Production

Laitière Durable : un outil très intéressant pour avoir un avis extérieur, trouver des pistes d'amélioration et nous permettre d'aller vers des pratiques d'élevage toujours plus durables.

Qu'est-ce qui vous anime au quotidien ?

J'ai grandi à la campagne, mais je n'avais pas fait d'études me destinant à devenir éleveur laitier. Ce métier étant celui des parents de ma compagne, je m'y suis progressivement intéressé, jusqu'à me dire : pourquoi pas moi ? J'aime la part de surprise qui existe dans mon quotidien. On arrive le matin avec un planning, et puis c'est tout autre chose qui advient. Il faut être polyvalent, patient et passionné, à l'écoute des vaches et enfin prêt à s'adapter lorsque la météo change.

Réduire notre empreinte environnementale

En 2021, Savencia a poursuivi la décarbonation de ses activités et renforcé son recours aux énergies renouvelables, qu'il s'agisse de ses usines ou de ses flottes poids lourds. Le groupe continue également à faire évoluer ses emballages vers des formats plus respectueux de l'environnement, en réduisant notamment leur part de matière plastique.

Savencia décarbone ses sites

Soucieux de son empreinte environnementale, Savencia s'attache à réduire les émissions de gaz à effet de serre de ses sites à travers un plan de décarbonation industrielle renforcé dans les fromageries de France en 2021. Objectif de ce projet ambitieux : récupérer les énergies perdues, notamment la chaleur générée par les productions de froid, pour créer une production d'eau chaude et diminuer ainsi la consommation de gaz sur les chaudières. L'optimisation des installations en France a pris la forme de 14 projets majeurs réalisés sur 13 sites, mobilisant ingénieurs, techniciens et fournisseurs partenaires, avec à la clé une réduction de 25 % des émissions des gaz à effet de serre et de 15 % de consommation d'énergie sur les sites concernés.



Un nouveau site écoresponsable pour Polenghi

En décembre 2021, Polenghi a ouvert un nouveau site de production au Brésil. Une fromagerie dotée d'équipements sophistiqués qui va permettre, à terme, de réduire significativement l'empreinte environnementale de l'activité, notamment grâce à sa chaudière 100 % biomasse alimentée par du bois issu de forêts exploitées durablement. L'ensemble des process du site a été optimisé afin de réduire au maximum les consommations énergétiques : éclairage LED, production de froid avec des énergies perdues, etc. Enfin, la fromagerie s'est équipée pour réutiliser les eaux pluviales afin de préserver les nappes phréatiques.



Favoriser les énergies renouvelables

En France, 35 % de l'électricité des sites de Savencia est déjà certifiée garantie d'origine (GO), de source hydraulique et produite dans l'Hexagone. Après la Fromagerie d'Edelweiss en Allemagne et celles d'Arias en Espagne, trois sites au Brésil et un en Serbie sont désormais approvisionnés en électricité 100 % d'origine renouvelable et de source locale. Enfin, la plateforme logistique Normandie Export Logistics a fait l'acquisition d'un tracteur 100 % électrique servant à déplacer les conteneurs sur le site.



Toujours plus d'emballages écoconçus

Tartare, Aperivrais, Tolle Rolle : partout dans le groupe, un même combat pour des emballages plus respectueux de l'environnement. En 2021, Tartare a notamment supprimé le suremballage de ses pots, réduisant ainsi de 44 % ses emballages, avec à la clé une économie annuelle de 70 tonnes de carton. Les pics en plastique à usage unique des bouchées Aperivrais ont été supprimés. Quant à Tolle Rolle, il a opté pour un sachet de regroupement des portions en papier recyclable, permettant l'économie de 33 tonnes de plastique par an.



Grâce à l'énergie végétale Oleo100, les Messageries Laitières réduisent de 60 % leurs émissions de CO₂

Ludovic Baudoin, Responsable de Secteur Nord Normandie Est, Saipol (filiale du Groupe Avril)

Qu'est-ce que le biocarburant Oleo100?

Oleo100 est une énergie alternative que l'on peut substituer directement au gazole et qui est produite à partir de graines de colza, permettant la coproduction de tourteaux de colza riches en protéines pour l'alimentation animale. Grâce à cette solution renouvelable et végétale, Saipol approvisionne les flottes de poids lourds en Oleo100. Aujourd'hui, 25 véhicules des Messageries Laitières, soit l'ensemble de leur flotte en propre, roulent ainsi de manière écoresponsable.

Quel intérêt pour la plateforme logistique des Messageries Laitières?

Oleo100 garantit une réduction de minimum 60 % des émissions de CO₂, comparé au gazole fossile. Avec plus de 2,5 millions de kilomètres parcourus

chaque année par les camions des Messageries Laitières, l'impact environnemental est très significatif. Autre avantage pour la plateforme : la production d'Oleo100 est 100 % française et même locale, à partir de colza notamment cultivé en Normandie.

Quels investissements requiert la transition du diesel vers Oleo100?

Aucun ! Des réglages sont apportés en concession aux camions, afin que ces derniers puissent rouler avec Oleo100 et répondre aux normes d'homologation. Quant au confort de conduite, rien ne change. Afin d'accompagner au mieux les Messageries Laitières dans cette transition, nous avons pris en compte leurs contraintes logistiques et nous sommes assurés que l'énergie conviendrait bien à l'activité, tout en s'intégrant aux habitudes de travail des chauffeurs.

- 27 Chiffres clés 2021
- 28 Modèle d'affaires
- 30 Déclaration de Performance Extra-Financière
- 52 Tableau de bord Indicateurs clés Oxygen 2021
- 54 Le gouvernement d'entreprise
- 55 2021 en bourse
- 56 États financiers consolidés
- 57 Bilan consolidé
- 58 Tableau des flux de trésorerie consolidés
- 59 Organigramme juridique consolidé
- 60 Entreprendre et partager des valeurs fortes

Résultats et performance extra-financière

Chiffres clés 2021

Chiffre d'affaires 2021

Le chiffre d'affaires 2021 est en progression de 8,7 % par rapport à l'exercice précédent pour atteindre 5 610,4 millions d'euros. La croissance organique est favorable de +7,3 %. L'effet de structure de 2,3 % provient principalement de l'effet report de l'intégration de CF&R à compter du 1^{er} mai 2020 et dans une moindre mesure de l'intégration des activités d'Alternative Foods (Hope Foods) à compter du mois d'octobre 2021. L'effet de change est négatif de 1 % en particulier en lien avec la dévaluation vis-à-vis de l'euro des devises sud et nord-américaines, ainsi que le rouble. Le chiffre d'affaires réalisé hors de France représente 68,6 % contre 68,5 % au 31 décembre 2020.

Chiffre d'affaires net 2021

en millions d'euros



Chiffre d'affaires 2021 et variation 2021-2020

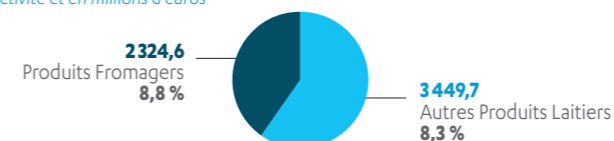
Par activité

Les Produits Fromagers représentent 61,5 % du chiffre d'affaires consolidé. Le chiffre d'affaires évolue de 8,3 %. À taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires des Produits Fromagers croît de 5,1 %. Ceci résulte d'une forte croissance des volumes à marques stratégiques tant en retail qu'en food service ainsi que d'un développement des activités sur l'Europe de l'Est et à l'international.

Les Autres Produits Laitiers représentent 41,4 % du chiffre d'affaires consolidé et évoluent de 8,8 %, dont une croissance organique de 10,3 % sous un double effet volume et prix positifs. L'effet volume bénéficie pleinement du redémarrage des marchés de restauration hors-domicile mais a été cependant limité par les conséquences des inondations du site de Coé en Belgique. L'effet prix résulte directement de la hausse continue tout au long de l'année des cotations mondiales des produits industriels.

Chiffre d'affaires 2021 et variation 2021-2020

par activité et en millions d'euros



Autres activités : - 163,90 M€

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant est en progression courante de 16,4 % intégrant un effet de périmètre légèrement négatif de -0,3 % et un effet de change négatif de -0,9 %.

Résultat opérationnel courant

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



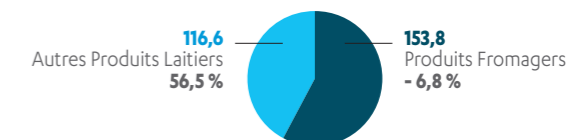
Résultat opérationnel courant 2021 et variation 2021-2020

Le résultat opérationnel courant des Produits Fromagers est en régression de 6,8 %. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 5,2 % à 4,5 %. L'inflation des coûts matières et de l'ensemble des coûts de production en général dans les différents pays affectant les résultats, malgré la progression des mix-volumes.

Le résultat opérationnel courant des Autres Produits Laitiers est en progression de 56,5 %. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 3,5 % en 2020 à 5 % en 2021. Ceci s'explique par la bonne performance des filiales internationales tant en retail qu'en food service ainsi que par la hausse des cotations de produits industriels.

Résultat opérationnel courant 2021 et variation 2021-2020

par activité et en millions d'euros



Autres activités : - 24,30 M€

Résultat part du Groupe

Le résultat net part du Groupe est en progression de 5,2 %. Les charges non récurrentes sont en hausse de 18,10 M€ en grande partie à cause des coûts engendrés par l'inondation chez Corman SA. Les charges financières sont en hausse de 2,90 M€ en lien avec un résultat de change défavorable. Le résultat sur situation monétaire baisse de 0,9 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 augmente de 1,60 M€. L'impôt sur les sociétés s'accroît de 7,70 M€. Le résultat de l'exercice revenant aux participations ne conférant pas le contrôle augmente de 2,7 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 229,40 M€ en progression de 15,1 %. Les acquisitions de sociétés et compléments de participation représentent 5 millions d'euros en 2021. Le montant n'était pas significatif en 2020.

La dette financière nette s'établit à 428,20 M€ en baisse de 18 M€. Les fonds propres augmentent de 141,90 M€ par rapport à 2020.

Endettement net sur fonds propres en pourcentage



Modèle d'affaires

Tendances et vision

La transition alimentaire est un enjeu de société essentiel. Avec des « consom'acteurs » en quête de Mieux Manger, de confiance et de sens, le secteur alimentaire évolue vers **un nouveau modèle, plus responsable et plus respectueux de l'environnement**. 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

21 927 collaborateurs*

...dans 31 pays

60,7 % d'hommes
+ 39,3 % de femmes

Des filiales en proximité
avec leur environnement local

Ressources Environnementales et Sociétales

Eau 18,7 millions m³

Énergie 2 428 cWh

4,7 milliards de litres de lait
transformés dans le monde

Ressources Financières

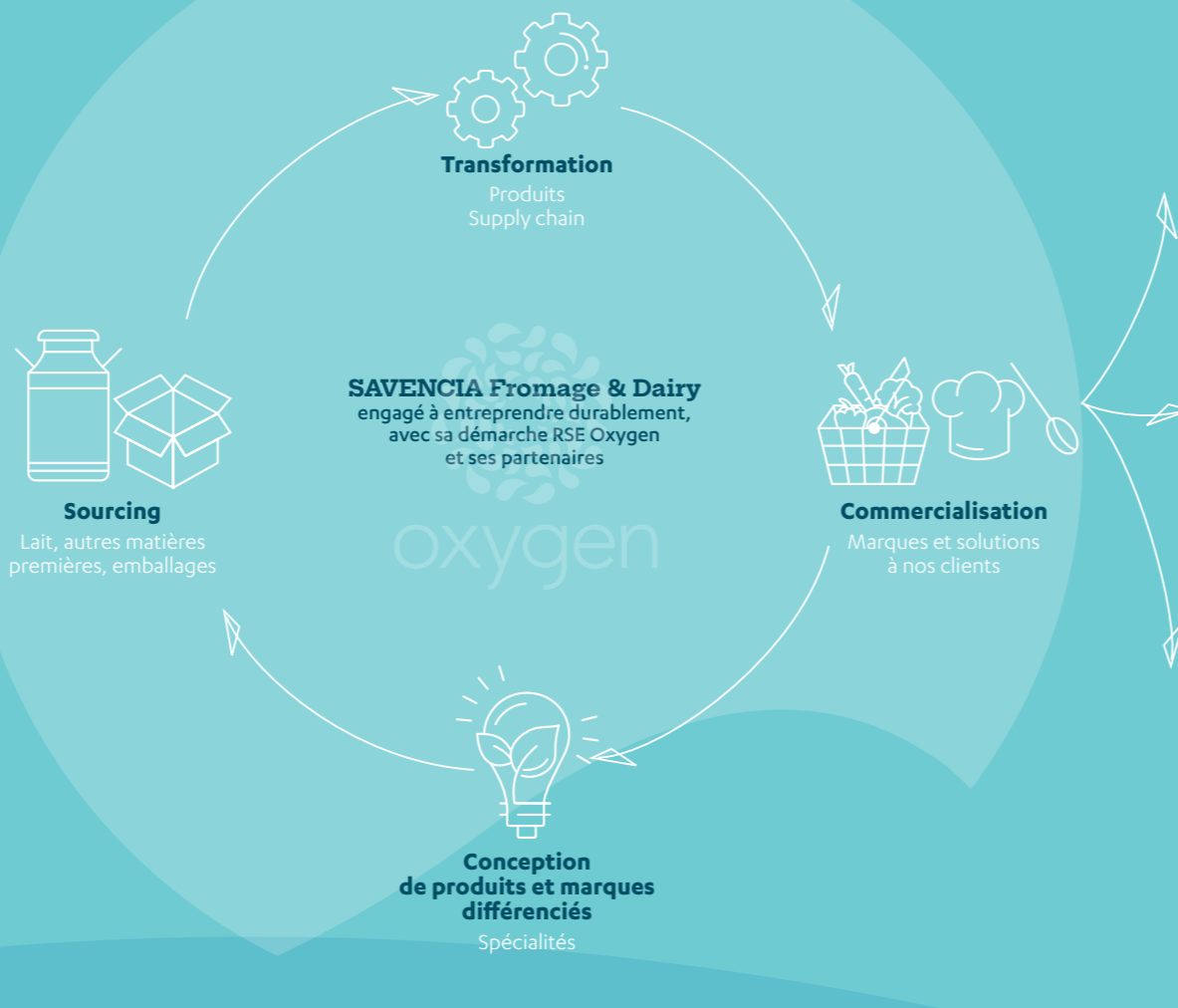
Stabilité d'un actionariat
familial majoritaire

Capitaux propres 1 703 M€

Investissements 229 M€

Création de valeur

Un Groupe alimentaire international, familial et indépendant, orienté long terme. Avec ses valeurs fortes et sa mission : **ENTREPRENDRE POUR BIEN NOURRIR L'HOMME**, SAVENCIA déploie une stratégie de création de **produits et marques de spécialités**, innovants et de haute qualité. **5° fromager mondial et 2° français**, SAVENCIA Fromage & Dairy fabrique et commercialise des fromages et produits laitiers différenciés, en grande distribution, en food service, des ingrédients laitiers et solutions nutritionnelles pour l'industrie. Il s'appuie sur des filiales en forte proximité avec leurs marchés locaux, ainsi que sur des expertises globales partagées, au service d'un développement durable.



Valeur partagée

Pour les Hommes

- Top Employer Europe 2021-2022
- Frais de personnel : 1 076 M€
- 74 % des collaborateurs ont bénéficié d'une formation en 2021
- 491 contrats d'apprentissage en 2021

Pour l'Environnement

- Gaz à effet de serre collecte laitière : - 282 000 T Eq CO₂, entre 2010 et 2021
- 85 % d'emballages recyclables ou biodégradables en 2021

Pour la Société et les Communautés

- Savencia Fromage & Dairy n° 2 du classement ESG Gaïa Research 2021 secteur biens de consommation
- Actions de solidarité : 74,6 % des sites ont réalisé des dons alimentaires
- Achats aux fournisseurs et prestataires : 3 992 M€
- Dividendes distribués en 2021 : 27 M€
- Impôts et taxes : 112 M€

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

Présentation des principaux enjeux

La démarche

Le processus de sélection des principaux enjeux du Groupe SAVENCIA est identique à celui mené en 2020. Il a cependant été revu en 2021 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 ;
- l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 du Parlement européen sur l'établissement d'un cadre visant à favoriser les investissements durables.

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 (RSE).

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.

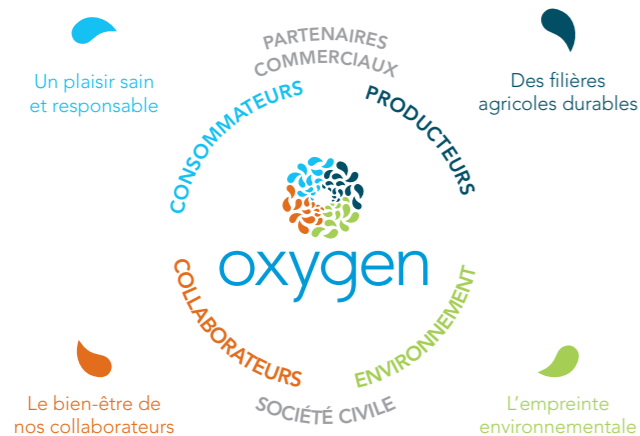
Un état des lieux et un diagnostic initial ont été réalisés, une liste d'enjeux RSE a été dressée.

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 travaux menés par le Comité de la Responsabilité sociale et Environnementale (CRSE), Comité RSE du Conseil d'Administration de SAVENCIA Fromage & Dairy, créé en 2021. Ce comité s'est réuni à 4 reprises au cours de l'année et a travaillé sur différentes thématiques telles que les évolutions réglementaires, la sensibilisation aux enjeux carbone ou bien encore l'écoconception des emballages.

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.

SAVENCIA, dans un contexte de crise sanitaire mondiale, a cette année encore fait preuve d'adaptation et d'agilité en poursuivant la mise en œuvre de mesures efficaces permettant d'assurer la continuité de la chaîne alimentaire en garantissant la sécurité de ses employés. 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

Nous avons procédé en 2021, en interne, à une mise à jour de notre analyse de matérialité à partir des tendances sociétales et des actualités de notre secteur d'activité. Ces travaux ont été réalisés dans le cadre du Comité Oxygen animé par la Direction RSE en concertation avec les Directions Ressources Humaines, Achats, Approvisionnements laitiers, Marketing, Nutrition, Qualité, Industriel.

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 humains, lutte contre la corruption, lutte contre l'évasion fiscale ;
- les autres sujets attendus : conséquences du changement climatique, économie circulaire et gaspillage alimentaire, précarité, alimentation saine et durable, bien-être animal, accords collectifs, actions diversité et handicap.

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

Compte tenu de l'intégration de nouvelles filiales dans le périmètre RSE et de leur impact, certains objectifs relatifs à la réduction de notre empreinte environnementale ont été revus :

la réduction de nos émissions de gaz à effet de serre de production et de transport de 20 % d'ici 2025 (versus 25 %). Les émissions des GES de production et de transport sont étroitement liées aux consommations d'énergie et de carburants, sur cette base, nous avons fait le choix de prioriser l'objectif sur les émissions de GES. À compter de cette année, les consommations d'énergie et de carburants ne seront plus publiées mais restent néanmoins objectivées et pilotées en interne.

la réduction de nos prélèvements d'eau de 10 % d'ici 2025 (versus 25 %).

En 2022, deux nouveaux objectifs relatifs au déploiement de notre Charte pour le bien-être animal seront déployés :

- 100 % des collaborateurs Approvisionnements Laitiers des sites de SAVENCIA au niveau mondial formés sur le bien-être animal d'ici 2025 ;
- 100 % des élevages laitiers audités d'ici 2025 par des techniciens formés, sur des référentiels reconnus, et définition de plans d'action conjointement avec les éleveurs.

Le périmètre de l'objectif relatif aux actions solidaires a été élargi afin de mieux refléter l'engagement de nos filiales dans le domaine de la solidarité.

Afin d'assurer une cohérence de l'ensemble de notre démarche RSE, ces enjeux ont été rapprochés des quatre 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 consultable 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 sur la santé des consommateurs Risque de surconsommation et de gaspillage alimentaire 	
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 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 des activités sur le changement climatique et d'adaptation aux conséquences du changement 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 faible ancrage territorial 	
LES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX <ul style="list-style-type: none"> Respect des droits humains 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 des 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 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 2021.

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 ;
- 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 régulièrement par la Direction Nutrition du Groupe. 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 (voir le 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 2021, 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 :
 - Lučina Smetanová : 0,8 % à 0,4 % ;
- réduire le sucre :
 - Elle & Vire Crème dessert chocolat 125 g : réduction de 23 % de sucre sur le parfum chocolat et de 3 % sur le caramel ;
- réduire la matière grasse :
 - Frais plaisir Saint Agur : réduction de 37 %.

Notre marque Modilac a créé Doucéa, le premier lait infantile en France à être enrichi en lactoferrine, deuxième protéine du lait maternel.

Des plans de progrès Clean Label ont également été mis en œuvre :

- Elle & Vire : lancement de la première crème UHT entière sans additif du marché : la crème entière de Condé-sur-Vire ;
- Polenguinho nature : suppression de plusieurs ingrédients dont des sels de fonte ou des texturants.

Des innovations végétales ont également été développées :

lancée en 2021, la marque Vivre Vert a pour objectif d'innover dans le plaisir végétal. Après la déclinaison végétale de Tartare en France au printemps puis de Bresso en Allemagne, une offre transversale inédite a vu le jour au rayon crème-rie sous la marque Vivre Vert : 13 références autour de 4 gammes de produits sont proposées aux consommateurs, du râpé et des tranches aux desserts, en passant par des boissons et aides culinaires ;

le Centre de Recherche Soredab (Yvelines) est la deuxième entité du Groupe SAVENCIA à être retenue dans le cadre du plan France Relance, appelé à projets lancé par le gouvernement. Parmi les lauréats du domaine agroalimentaire, Soredab s'est démarqué par un projet présenté conjointement avec le Centre de Développement végétal, pour le développement de produits végétaux et

avec l'ambition de produire des alternatives à partir de matières premières françaises.

Indicateurs clés de performance

58,6 % des nouveaux produits vendus sous nos marques en 2021 ont engagé une démarche Clean Label.

	2019	2020	2021	Objectif 2025
% de nouveaux produits vendus sous nos marques ayant engagé une démarche Clean Label	64,0 %	65,5 %	58,6 %	100 %

En 2021, en raison d'effets conjoncturels et de spécificités de certains marchés, le développement de nouveaux produits ayant engagé une démarche Clean Label a été ralenti.

2. Promouvoir une consommation responsable

Enjeu, risque et politique

L'accompagnement des consommateurs et de nos collaborateurs vers des comportements de consommation plus raisonnée, outre l'enjeu sociétal qu'il représente, 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 de 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.

Nous avons poursuivi le déploiement de notre démarche #PositiveFood lancée en 2019 qui porte notre engagement pour une alimentation responsable, alliant plaisir et santé, avec des 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. Fin 2021, nous disposons de plus de 500 recettes Positive Food autour des marques majeures du Groupe. En Espagne, le site *www.arias.es* propose « *Cooking with Arias* » : un large éventail de recettes avec toutes les marques (Burgo de Arias, Caprice des Dieux, Boffard, San Millán). Le Burgo de Arias 6 x 72 g intègre dans son emballage cinq recettes saines et équilibrées. Des recettes Nutri-Score A ou B, diffusées sur les réseaux sociaux, ont également été développées en collaboration avec la Direction Nutrition Groupe.

Le déploiement de notre nudge Fromage et Légumes sur le point de vente a continué sur 2021, 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 à l'échelle nationale en France en développant le concept Combo produits sains incitant à l'achat de plus de légumes en même temps que le fromage. Cette action, menée en collaboration avec d'autres industriels de l'agroalimentaire, a reçu le prix Sirius Transition alimentaire de l'Institut du commerce. L'impact positif sur le panier d'achat a été démontré par la mesure des ventes, notamment des légumes. Au-delà de cette action, nous avons renouvelé notre participation au 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. En Espagne, Burgo de Arias a reçu le prix European Food Transition Award décerné par Carrefour dans le cadre de son plan Act for Food.

En 2021, nous avons poursuivi le déploiement de notre politique nutritionnelle. L'équipe de la Direction 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.

Le Groupe 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. Autour 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 2021, le conseil scientifique pluridisciplinaire de l'Institut a rédigé et signé la Charte Positive Food. Elle a pour objectif d'analyser de grands axes de la transition alimentaire et de fournir des recommandations pour l'orientation des actions concrètes en faveur d'une alimentation plus saine et plus durable.

L'Institut a organisé plusieurs webinaires et supports vidéo abordant les sujets relatifs à la transition alimentaire, notamment la végétalisation de l'alimentation ; comment faciliter les changements de comportements et comment adapter l'offre alimentaire. Ces webinaires ont été l'occasion de débattre avec les experts référents du domaine.

L'Institut a également entamé une collaboration avec le Centre de recherche de l'Institut Paul Bocuse et le programme Vivons en Forme (VIF®) et les villes d'Écully (69) et de Meyzieu (69). En lien avec les collectivités locales, ces trois partenaires mutualisent leurs expériences et moyens pour initier le programme d'actions ALISA (ALimentation Saine, durable et Accessible) auprès des personnes de 55 ans et plus. Ce projet collaboratif a pour objectif d'apporter des solutions adaptées aux besoins de ces publics, grâce à une démarche impliquant directement les habitants dès la conception des contenus. Concrètement, grâce à la formation des encadrants et animateurs de ces villes, des outils et des expériences seront proposés, afin de favoriser une alimentation plaisir, saine et durable, accessible au plus grand nombre.

Notre filiale SAVENCIA Fromage & Dairy Suisse s'est engagée pour la promotion d'une alimentation saine par la création de vidéos en format court dans lesquelles une nutritionniste valorise l'intérêt et le rôle du fromage dans le cadre d'une alimentation équilibrée. Ces vidéos à caractère interactif sous forme d'interviews et destinées au plus grand nombre ont reçu un très bon accueil sur les réseaux sociaux.

Modilac, notre marque spécialisée en alimentation infantile, met en ligne sur son site un livret de recettes et menus spécialement concoctés pour les bébés allergiques aux protéines de lait de vache (APLV), élaborés à l'aide d'une diététicienne et d'une pédiatre. Des recettes pour aider au quotidien dans les différentes étapes de la diversification alimentaire sont également disponibles.

Notre filiale serbe, Mlekoproduct, a poursuivi le développement de son projet RSE « Biser Nutry Academy » portant la #PositiveFood, qui vise à sensibiliser à l'importance d'une alimentation saine et équilibrée dans le développement de l'enfant. La campagne diffusée sur les réseaux sociaux a été primée lors du Festival de la communication RSE organisé par l'association Yellow Pants organisatrice de l'événement. Ce prix récompense Mlekoproduct pour sa communication responsable, en ligne avec des objectifs sociaux, et ayant influé positivement sur les conditions de vie des enfants et des adultes en Serbie.

Le module de formation à la nutrition en e-learning a continué d'être déployé auprès des collaborateurs du Groupe. Il a pour objectif de leur fournir des notions fondamentales de nutrition. Ce parcours pédagogique, composé de cinq modules, a été élaboré par des experts, des nutritionnistes et avec la contribution d'Agro-Paris Tech. En 2020, le parcours a été traduit en cinq langues pour couvrir au mieux les filiales du Groupe 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, anglais et espagnol. 61 % (versus 49 % en 2020) des collaborateurs connectés à la plateforme Learning@Savencia ont suivi au moins un module de 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 :
 - Depuis 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 Môret a poursuivi son engagement en communiquant sur ses emballages les pictogrammes sur la date de durabilité minimale (DDM).
 - En 2021, la marque P'tit Louis a réalisé une campagne sur les dates de consommation sur les réseaux sociaux à l'occasion de la Semaine de réduction des déchets. Crème de Saint Agur s'associe également à cette démarche en faisant figurer sur ses opercules un message de sensibilisation à la DDM sur le marché français, mais également au Royaume-Uni.
 - La marque RichesMonts, sur sa gamme raclette, incite le consommateur, via une mention sur l'emballage, à utiliser le reste des produits afin d'éviter ainsi le gaspillage, et propose des recettes sur son site internet.

favoriser le don aux associations afin de lutter contre la précarité alimentaire :

- Le Groupe SAVENCIA qui fait partie des Entreprises solidaires des Banques Alimentaires, confirme son engagement à leurs côtés et sa volonté de lutter contre le gaspillage alimentaire tout en aidant les plus démunis à accéder à des produits de qualité. Les dons de produits se sont poursuivis en 2021 et de nouvelles formes d'actions ont été développées :

> Un partenariat a été mis en œuvre dans le cadre de l'opération Paniers solidaires. Une plateforme de collecte virtuelle, monpaniersolidaire.org, mise en place par les Banques Alimentaires au moment de la collecte nationale pour ceux qui souhaitent soutenir leur cause sans se rendre en magasin. Le principe est le suivant : le donateur sélectionne un type de panier (étudiant, bébé, famille, etc.) et sous forme d'un don financier l'offre aux bénéficiaires des Banques Alimentaires. SAVENCIA Fromage & Dairy s'est engagé lors de cette campagne à doubler les dons des consommateurs.

> La réalisation d'un atelier culinaire digital à destination des animatrices des Banques Alimentaires par un de nos chefs de la Maison de l'Excellence pour réaliser au cours une dizaine de recettes, simples et économiques, à partir de produits reçus régulièrement par les Banques Alimentaires. Au cours de cet atelier, des « trucs et astuces » sur les modes de cuisson ont été partagés afin de conserver les qualités nutritionnelles tout en économisant de l'énergie. Une mise en avant de légumes et fruits a également été réalisée afin de faire découvrir de nouveaux goûts et favoriser une alimentation diversifiée. Cet événement a été enregistré dans le but de le mettre à disposition des animatrices des Banques Alimentaires comme support de formation aux ateliers digitaux afin qu'elles puissent à leur tour dispenser ces ateliers à leurs bénéficiaires.

– D'autres associations bénéficient de dons réguliers de nos filiales, et en 2021, 74,6 % des dons réalisés par les sites de production étaient des dons de produits.

Indicateurs clés de performance

47,0 % de nos produits à marque vendus en grande distribution comportent en 2021 un étiquetage nutritionnel à la portion.

	2019	2020	2021	Objectif 2025
% de produits à marque vendus en grande distribution comportant un étiquetage nutritionnel à la portion	49,0 %	42,9 %*	47,0 %	100 %

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

Des filières agricoles durables

I. 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 laitière 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 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 attentes sociétales croissantes de nos consommateurs et conscients de leur responsabilité vis-à-vis de ces enjeux, les équipes en charge des approvisionnements laitiers s'attachent à développer des filières de qualité, respectueuses du bien-être animal, de l'environnement, et valorisant le travail des producteurs afin d'éviter le risque que de mauvaises pratiques d'élevage ou de culture n'augmentent les impacts de ces activités.

Nos engagements portent sur notre principale matière première stratégique à savoir le lait avec :

- l'extension de la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage (ou de ses équivalents par pays ou par filière) 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

En 2021, SAVENCIA Fromage & Dairy a acheté 4,7 milliards de litres de lait dans le monde auprès d'exploitations laitières bovines, ovines et caprines.

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

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

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 2021, SAVENCIA Fromage & Dairy a poursuivi sa politique de valorisation de la filière laitière dans le cadre de la loi EGalim en France.

Exemplaire lors de la mise en place de la loi EGalim 1, SAVENCIA poursuit ses actions dans la mise en place de la loi Besson-Moreau, dite EGalim2.

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

- de favoriser les investissements réalisés sur les exploitations : nous avons mis en place, en France, avec différentes structures partenaires, des programmes d'accompagnement à l'investissement. Ce système permet le soutien de projets menés sur les exploitations, qu'il s'agisse d'investissements en matériels (équipements et cheptels liés à l'atelier laitier) ou immatériels (formations) ;
- 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, et programme de formation de 10 jours (management d'exploitation, approche environnementale...). Deux cent quarante-quatre jeunes agriculteurs ont bénéficié d'un accompagnement à l'installation cette année.

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 fournisseurs de lait de vache français. Cette exigence est progressivement étendue à l'ensemble de notre collecte laitière dans le monde. En 2021, 85,8 % (versus 83,1 % en 2020) de nos volumes mondiaux répondent déjà à cette charte ou à des standards reconnus comme équivalents par pays ou par filière.

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, la sécurité des personnes qui travaillent sur l'exploitation et participer à la protection de l'environnement.

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 des chartes de bonnes pratiques, le Groupe propose aux producteurs son diagnostic Production Laitière Durable, basé sur 10 indicateurs.

Mis en place dès 2011, ce diagnostic permet d'évaluer l'état des pratiques aussi bien sur les plans économique que social et environnemental, en examinant les indicateurs suivants : 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 et santé du troupeau.

Après avoir réalisé le diagnostic Production Laitière Durable, l'éleveur choisit un ou plusieurs axes de progrès, et le Groupe l'accompagne, notamment avec une proposition de formations répondant aux besoins, autour de thématiques telles que la santé, la nutrition des vaches, la fertilisation des sols ou encore l'autonomie protéique. En 2021, ce sont 450 journées de formation qui ont été dispensées dans ce cadre auprès de nos fournisseurs de lait en France.

Fin 2021, 21,6 % de nos volumes mondiaux proviennent d'exploitations ayant réalisé le diagnostic Production Laitière Durable (versus 19,2 % en 2020).

En ce qui concerne l'indicateur relatif au bien-être animal, celui-ci se base sur la méthode Welfare Quality®, et a été coconstruit 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.

En 2021, pour renforcer et communiquer plus largement nos engagements à l'échelle mondiale, SAVENCIA Fromage & Dairy a élaboré une Charte pour le Bien-être animal en s'appuyant sur l'expertise de l'ONG internationale Compassion In World Farming (CIWF), spécialiste du bien-être des animaux d'élevage. Quatre enjeux majeurs sont définis :

- une alimentation de qualité, durable et locale : s'assurer de la quantité et de la qualité de la nourriture des animaux via les chartes de bonnes pratiques et les audits, recourir à une alimentation de qualité spécifique via les filières différenciées (biologique, sans OGM ou en provenance de zone AOP) ;

- un accès à l'extérieur garanti : favoriser la pratique du pâturage pour les vaches laitières, partout où les conditions climatiques le permettent, objectif de 100 % pour les élevages de brebis dès 2025 ;

- un logement confortable : garantir pour 100 % des élevages de chèvres un couchage sur litière en 2025 et pour 100 % des vaches laitières une place en logette ou une surface minimale de 10 m² par vache en aire paillée intégrale d'ici 2030, éliminer la pratique des vaches à l'attache d'ici 2030, réduire la durée du logement des veaux en cases individuelles à huit semaines maximum ;

- une meilleure prise en compte de la santé : communiquer pour un usage raisonné des traitements antibiotiques, prendre en charge la douleur des jeunes bovins pendant l'ébourgeonnage, interdire l'écornage adulte d'ici 2030 sur l'ensemble de nos zones de collecte.

Pour la mise en œuvre de cette charte à partir de 2022, le Groupe s'est fixé deux nouveaux objectifs :

- 100 % des collaborateurs Approvisionnements Laitiers des sites de SAVENCIA au niveau mondial formés sur le bien-être animal d'ici 2025 ;

- 100 % des élevages laitiers audités d'ici 2025 par des techniciens formés, sur des référentiels reconnus, et définition de plans d'action conjointement avec les éleveurs.

Promouvoir un approvisionnement créateur de valeur

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

En France, SAVENCIA Fromage & Dairy est le groupe fromager national qui applique le prix du lait le plus élevé et cela depuis plusieurs années. En 2021, le prix du lait payé par le Groupe est supérieur de 2,2 % au prix moyen français*. Nos laiteries et nos points de collecte de lait sont implantés au cœur des territoires. Notre transformation privilégie la proximité : 89 % de notre collecte laitière est réalisée à moins de 70 km de nos laiteries, et 66 % à moins de 30 km.

Nous contribuons ainsi à la création de valeur et au dynamisme de nos lieux de collecte et de transformation en maintenant notamment des emplois dans des zones rurales en perte d'attractivité.

Pour encourager la création de valeur, 30,4 % des volumes collectés dans le monde en 2021 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

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, mécénat d'événements...

* Prix TPQC (toutes primes qualité comprises) 38/32, comparaison au prix moyen de l'enquête mensuelle laitière France AgriMer à fin décembre 2021.

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 assurée.

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 en France : la Fédération nationale des Industries laitières, 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 du lait de vache), de l'Association nationale interprofessionnelle caprine (ANICAP – interprofession du lait de chèvre), de France Brebis Laitière (FBL – interprofession du lait de brebis), et de leurs instances régionales.

À l'échelon international, SAVENCIA Fromage & Dairy est également membre actif de la Fédération internationale du lait (FIL - IDF), de la Sustainable Agriculture Initiative (SAI) et du Dairy Sustainability Framework (DSF).

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 les agriculteurs, nos fournisseurs de lait, jouent par leurs activités un rôle majeur pour la préserver. Il s'agit d'un des leviers d'amélioration identifiés dans notre diagnostic de Production Laitière Durable, proposé 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 est défini sur la base de la part des prairies permanentes sur l'exploitation, des surfaces d'intérêt écologique (arbres, haies, plans d'eau et fossés) et également de la 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 en faveur de la biodiversité ont par ailleurs été développées sur nos sites :

- Notre filiale Tessier, à Cornillé-les-Caves (49), a réalisé un abattage de l'ancienne peupleraie afin de préparer le reboisement en 2022 par des espèces endémiques spécifiques aux milieux humides et frais. Des mares et des espaces dédiés à la biodiversité ont été créés afin de favoriser le développement de la biodiversité. Deux ruches ont également été nouvellement installées sur le site. Accompagnés d'un apiculteur de la région et de bénévoles du Rucher École, 14 salariés ont été formés à l'entretien des colonies et à la sécurité autour des ruches. Ce projet participatif s'inscrit dans une démarche de sensibilisation des collaborateurs aux enjeux de la biodiversité. Ces « api salariés » pourront alors observer l'évolution des essaims et assurer l'entretien des ruches.

- Le site d'Elvir, à Condé-sur-Vire (50), est composé de zones herbacées et de bordures de rivières qui constituent un terrain favorable au développement de la bio-

diversité (oiseaux, petits mammifères et insectes). Afin de la préserver, Elvir s'est engagée auprès de l'Office français de la biodiversité (OFB), un établissement public dédié à la protection et la restauration de la biodiversité en France. Elle est ainsi devenue en 2021 Entreprise engagée pour la nature, un programme du plan Biodiversité du gouvernement porté par l'OFB qui a pour ambition d'engager les entreprises en faveur de la biodiversité. Il vise à faire émerger, reconnaître et valoriser des plans d'action. Un partenariat avec le Conservatoire d'espaces naturels de Normandie a été conclu afin d'identifier les espèces présentes sur le site, tout en menant des actions de pédagogie et de sensibilisation auprès des collaborateurs. Une première action née de la concertation avec ces différents organismes a été lancée. Elvir a décidé de faire de la parcelle de l'ancienne station d'épuration une zone en libre évolution, en la laissant se revégétaliser naturellement.

- CF&R avec sa marque Le Rustique est engagée auprès de l'association Pour une agriculture du vivant qui agit en faveur de l'agroécologie. Plusieurs collaborateurs occupant des fonctions de direction (usine, marketing, ressources humaines...) ont ainsi participé à une formation et une visite de ferme pour appréhender les enjeux de l'agroécologie en système laitier.

- Une opération de distribution de billes de graines a été lancée par notre équipe dédiée au végétal. La distribution a été réalisée en France auprès des collaborateurs du Groupe et des clients en magasin. L'objectif : planter 1 million de fleurs pour végétaliser l'environnement.

- En France et à l'étranger, des jachères fleuries et une gestion raisonnée des espaces verts sont mises en place sur certains sites. Des arbres ont également été plantés sur notre site en Slovaquie.

Indicateurs clés de performance

	2019	2020	2021	Objectif 2025
Étendre la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage dans le monde (% volume lait collecté)	80,0 %	83,1 %	85,8 %	100 %
Déployer le Diagnostic Production Laitière Durable (% volume lait collecté*)	19,0 %	19,2 %	21,6 %	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 % 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 trois campagnes d'évaluation EcoVadis en 2021.

Un rappel des objectifs de déploiement et un point à date sont réalisés et communiqués semestriellement aux acheteurs Groupe.

En 2021, plusieurs filiales ont été récompensées par EcoVadis pour leurs performances RSE ; Armor a reçu la médaille d'Or et Sodilac la médaille d'argent.

Indicateurs clés de performance

	2019	2020	2021	Objectif 2025
% des dépenses externes du Groupe pilotées par l'organisation Achats et réalisées avec les fournisseurs majeurs* par la Charte Achats Responsables	63,0 %	63,2 %	68,6 %	80 %
% des dépenses externes du Groupe pilotées par l'organisation Achats et réalisées avec les fournisseurs majeurs* par les évaluations EcoVadis	68,0 %	68,7 %	71,5 %	80 %

Au 31 décembre 2021, plus de 775 Chartes Achats Responsables ont été signées, couvrant 68,6 % 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 672 fournisseurs. Les évaluations EcoVadis couvrent 71,5 % 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 52,9/100 (versus 43,8/100 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.

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'action. Ce document est mis à disposition de l'ensemble des acteurs concernés par la Direction des Opérations.

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.

Afin de s'adapter aux conséquences du changement climatique sur ses activités, le Groupe a fait réaliser par un cabinet spécialisé une analyse des risques climatiques afin d'identifier ses principales zones de vulnérabilité.

Le Groupe SAVENCIA s'engage :

- à diminuer l'impact environnemental de ses activités avec une réduction, à la tonne produite, de 20 % d'ici 2025 (versus 2015) des émissions de gaz à effet de serre de production et de transport ;
- 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

Sur les deux dernières années, ce sont plus d'une dizaine de sites en France qui se sont engagés dans des programmes d'investissements particulièrement importants afin de rénover nos installations d'énergie et nous permettre ainsi de réduire notre impact carbone.

La plupart de ces chantiers de modernisation concernaient des installations de production de froid avec pour objectif de :

- réduire la consommation d'énergie par la récupération de chaleur ;
- optimiser les performances ;
- remplacer certains fluides frigorigènes par des fluides à plus faible pouvoir de réchauffement (PRG).

Au sein de la Direction des Opérations, une équipe spécifique a pour mission d'assurer la mise en œuvre et le suivi de ces projets.

En France, 14 projets ont été réalisés en 2021 sur le périmètre SAVENCIA Fromage & Dairy, par exemple sur les sites fromagers d'Azé (53), de Beauzac (43) et de Cornillé (49) avec des réductions de CO₂ significatives prévues.

Sur les sites de Surgères (17) et de Saint-Brice-en-Coglès (35), le changement en cours d'année des brûleurs de la chaudière a permis d'en améliorer les rendements tout en diminuant les consommations d'énergie. À terme, ce sont plus de 800 Teq CO₂ qui devraient être économisés par an.

En décembre 2021, un des sites CF&R a démarré son projet avec deux objectifs : mettre en place une pompe à chaleur, afin d'augmenter et d'améliorer les performances de la production de froid, de valoriser la chaleur fatale pour créer un réseau d'eau chaude haute température et remplacer les anciennes chaudières par des chaudières à gaz haute performance.

Au Japon, notre filiale a également entièrement rénové son installation de froid.

Le projet de notre filiale Armor Protéines sur le site de Saint-Brice-en-Coglès (35), lauréate du plan France Relance pour son action en faveur de la décarbonation, sera opérationnel en 2022. Il s'agit de 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.

Notre plateforme logistique des Messageries Laitières grâce aux différentes mesures mises en place (récupération de la chaleur des groupes froids, remplacement de l'éclairage par des LED...) a réduit sa consommation d'énergie de 15 % en trois ans.

En 2021, plusieurs rendez-vous mondiaux et transverses ont été organisés afin de partager les bonnes pratiques mises en place sur les sites et faciliter la mise en œuvre de plans efficaces pour atteindre les objectifs, et notamment :

- un Forum mondial et multidisciplinaire, réunissant plus de 180 participants de 25 pays, permettant de partager de nombreuses initiatives structurées sur la logique des 3 R : réduction, reengineering, et recyclage ;
- deux Forums ciblés avec le réseau Environnement du Groupe, sur des sujets plus spécifiques tels que l'énergie solaire, la méthanisation, ou la gestion des ressources en eau sur les sites.

Ces forums permettent de profiter des retours d'expériences dans les différents pays où le Groupe opère et de renforcer l'efficacité de nos actions dans ces domaines.

Le Groupe poursuivra ses efforts de réduction des émissions de gaz à effet de serre en 2022, avec de nouveaux programmes qui seront lancés sur plusieurs sites.

Développement des énergies renouvelables

En 2021, le Groupe a continué à accroître son utilisation d'énergies renouvelables en fonction des possibilités locales ou nationales, lui permettant d'augmenter la part des énergies renouvelables dans son mix énergétique.

Un état des lieux prospectif a été mené en France afin d'approfondir, plus spécifiquement dans nos métiers, le potentiel des filières solaires et de méthanisation, pour mieux orienter nos choix.

En France, 35 % de l'électricité des usines de SAVENCIA Fromage & Dairy, est certifiée avec garantie d'origine (GO), de source hydraulique et produite en France. Les usines CF&R intégrées en 2020 dans le Groupe sont également depuis 2021 couvertes par cette certification.

La fromagerie Perreault de Meslay-du-Maine, située en Mayenne (53), utilise du biogaz fourni par un méthaniseur installé à proximité du site. Ce biogaz assure l'alimentation en combustible de l'usine à hauteur de 50 % en moyenne.

En Allemagne, l'électricité consommée dans notre usine d'Edelweiss est 100 % d'origine renouvelable et de source locale, tout comme nos sites de Söbbecke.

En 2021, d'autres sites se sont engagés et sont approvisionnés en électricité 100 % d'origine renouvelable et de source locale. C'est le cas de nos trois usines au Brésil et de notre site en Serbie, depuis le mois d'octobre.

En Russie, le site de Belebey a démarré une nouvelle unité de méthanisation de ses effluents permettant d'alimenter des moteurs thermiques de cogénération afin de produire de l'eau chaude et de l'électricité.

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.

L'empreinte environnementale

I. 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 changement climatique et de s'adapter à ses conséquences.

Les différents programmes engagés se poursuivent dans le cadre de nos plans Oxygen.

Réduction des gaz à effet de serre dans les transports

Plusieurs actions ont été mises en œuvre :

- la flotte de camions détenue en propre par les Messageries Laitières roule désormais exclusivement à l'Oleo100, huile 100 % végétale, 100 % biodégradable et made in France. Depuis le 25 juin dernier, ce sont donc 23 camions qui sillonnent l'ouest et le nord de la France (2,5 millions de km par an) avec une énergie propre. L'impact est très significatif puisqu'une réduction de 60 % des émissions de CO₂ est attendue ;
- le choix de ce biocarburant vient compléter les actions d'amélioration continue déjà mises en place : formation à l'écoconduite avec l'informatique embarquée, utilisation d'un outil d'optimisation du transport, gestion des pneumatiques... ;
- les tournées sont également optimisées grâce à la mise en place d'un outil permettant de regrouper les volumes en fonction de la proximité géographique des clients, d'améliorer les chargements et de réduire ainsi les kilomètres parcourus. La consommation moyenne de la flotte détenue en propre a diminué pour passer de 32,8 l/100 km en 2021 versus 33,5 l/100 km en 2020 ;

sur la plateforme logistique de Normandie Export Logistics (NEL) à Honfleur, le tracteur de cour thermique, servant à déplacer les conteneurs sur le site, a été remplacé par un tracteur 100 % électrique ;

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 Objectif CO₂ les transporteurs s'engagent » ;

elle participe également à des groupes de travail sur les énergies alternatives et à la mutualisation des flux de transport. Au sein du Club Réseau Normand Hydrogène piloté par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) Normandie, les réflexions portent par exemple sur la place de l'hydrogène dans la transition énergétique normande, tout en structurant une véritable filière industrielle.

Des actions auprès de nos collaborateurs sont également réalisées sur nos sites :

pour la troisième année consécutive, la Semaine de la Mobilité a eu lieu dans le Groupe. L'objectif de cet événement est d'inciter le plus grand nombre de personnes à adopter une démarche écocitoyenne pérenne en privilégiant les déplacements doux et alternatifs à la voiture particulière. De nombreuses actions ont été proposées aux collaborateurs des sites engagés dans le challenge : prêts de VTT et de VTC électriques, formations à l'écoconduite, écorandonnées avec ramassage de déchets, atelier de révision de vélos, etc. Résultat de cette mobilisation : plus de 78 800 km économisés soit plus du double de l'année dernière.

Réduire l'empreinte carbone de notre collecte laitière

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.

De plus, notre flotte de transports inter-usines Normandie Bretagne Transports a obtenu la labellisation « Objectif CO₂ », reconnaissance d'un niveau de performance énergétique et environnementale élevé.

Nous sensibilisons et accompagnons l'ensemble de nos prestataires logistiques vers une réduction de l'empreinte environnementale du transport.

Des énergies alternatives sont déployées sur notre flotte, et des camions alimentés en BioGNV ont été mis en service en 2021. Pour un de nos véhicules, ce biogaz est issu d'un partenariat établi avec un agriculteur méthaniseur local dans l'objectif de construire une économie circulaire et de réduire l'impact environnemental.

De plus, caractéristique du secteur agro-alimentaire, les émissions de gaz à effet de serre liées à l'amont agricole représentent une part significative de notre empreinte carbone « scope 3 ». Au-delà des efforts menés conjointement avec les producteurs de lait depuis des années dans le cadre de la démarche de « Production Laitière Durable », l'année 2021 a représenté une nouvelle étape de cette démarche carbone, avec :

- une mesure exhaustive des émissions de chaque litre de lait produit sur nos zones de collecte en France et à l'international ;
- la signature de la déclaration Pathways to dairy net zero.

Indicateurs clés de performance

En % d'évolution versus 2015

	2019	2020	2021	Objectif 2025
Réduction des GES Scopes 1 & 2* (tonnes équiv. CO ₂ /tonne fabriquée)	-8,9 %*	-4,6 %*	-5,9 %	-20,0 %

* Cet indicateur a été recalculé depuis 2015 afin d'intégrer les nouveaux facteurs d'émissions (source facteurs d'émissions : Ademe 2020). Les valeurs 2019 et 2020 de certaines filiales ont été corrigées a posteriori et certains facteurs d'émissions mis à jour. La variation de cet indicateur en 2020 est liée la modification de périmètre réalisée avec l'intégration de nouvelles filiales.

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.

La démarche de calcul de notre scope 3 (autres émissions indirectes), initiée en 2020 sur le périmètre SAVENCIA Fromage & Dairy, s'est poursuivie en 2021. Nous avons été accompagnés pour cette mission par un cabinet spécialisé dans ce domaine et avons réalisé une première estimation qui est en cours d'analyse. Comme pour la plupart des entreprises de notre secteur, l'impact des matières premières est le premier poste d'émissions de CO₂ du Groupe. L'objectif de ces travaux est d'affiner la mesure de notre empreinte environnementale afin de contribuer à la réduction des émissions de CO₂.

Résultats plateforme logistique Messageries Laitières	2019	2020	2021
Émissions de CO ₂ de la flotte détenue en propre (en tonnes équiv. CO ₂)	2 888*	2 712*	2 010

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

Cette forte réduction des émissions de CO₂ est liée au passage de la flotte de camions détenue en propre par les Messageries Laitières à l'Oleo 100, huile 100 % végétale, 100 % biodégradable et made in France.

	2019	2020	2021	Objectif 2025
Réduire l'empreinte carbone de notre collecte laitière (volume de laits collectés, en tonnes équiv. CO ₂ cumulées versus 2010 en France)	-217 000	-252 000	-282 000	-300 000

2. Maîtriser nos ressources en eau

Enjeu, risque et politique

Le changement climatique, la croissance démographique et l'utilisation excessive de l'eau contribuent 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 dans le but 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'identifier 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 10 % d'ici 2025 (versus 2015).

Actions mises en œuvre et résultats

- Un groupe de travail consacré à la maîtrise de nos consommations d'eau a été créé en 2021 dans le but de partager les bonnes pratiques et de définir des axes de progrès. Il est 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.
- Notre site de Surgères (17) a ainsi mis en place fin 2021 un équipement permettant la récupération d'eau qui sera ensuite utilisée dans le process et permettra à terme d'économiser plus de 200 000 m³ d'eau.
- Des actions de renouvellement d'équipements moins consommateurs d'eau, d'optimisation des process de nettoyage, ont eu lieu en 2021 comme en Espagne, où notre site de Valladolid a réalisé une étude en partenariat avec son fournisseur de produits lessiviels afin d'améliorer l'efficacité du laveur de moules. Ces travaux ont permis d'optimiser l'ensemble du process, en particulier la phase de désinfection, et de réduire ainsi la consommation d'eau.
- 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.

- Les deux nouvelles stations d'épuration construites sur deux sites majeurs ont été mises en service au cours de l'année :
 - à Saint-Brice-en-Coglès (35), la nouvelle station d'épuration est maintenant totalement opérationnelle. Elle répond à la fois aux enjeux de préservation de l'environnement et à ceux du développement de l'activité. Ce chantier de construction a été réalisé sans interruption de la continuité de service. Une amélioration de la qualité d'épuration des eaux usées ainsi qu'une réduction des nuisances sonores et olfactives grâce aux technologies mise en œuvre ont été constatées. À terme, la consommation électrique devrait diminuer d'environ 45 % par rapport à l'ancien système,
 - 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, et là encore, une amélioration de la qualité des eaux usées a été observée. Afin de poursuivre l'optimisation du pilotage de la station, un groupe de travail a été constitué et plusieurs études portant sur l'utilisation de souches de bactéries sont en cours.

Indicateurs clés de performance

En % d'évolution versus 2015

	2019	2020	2021	Objectif 2025
Réduction des prélèvements d'eau (en m ³ /tonne fabriquée)	0,8 %	2,3 %*	2,2 %	-10 %

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

Nous poursuivons nos efforts afin de réduire les prélèvements d'eau. Toutefois, le développement des produits issus de laits différenciés exige des lavages plus fréquents, ce qui a 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, dans le but de limiter les risques de pollution.

Actions mises en œuvre et résultats

- Le 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 les filières

de valorisation locales. Il s'est réuni régulièrement en 2021. Des feuilles de route sont en cours d'élaboration pour notamment réduire et mieux valoriser les biodéchets. Des ajustements ont également été réalisés afin de répondre aux exigences réglementaires liées à la mise en œuvre de la loi Anti-Gaspillage et Économie Circulaire (AGEC). L'axe relatif à la communication auprès des collaborateurs et des consommateurs est également traité à travers, par exemple, des actions de sensibilisation sur la différence entre la date limite de consommation et la date de durabilité minimale, pour limiter le gaspillage au moment de la consommation.

Notre filiale Tessier a procédé au recyclage d'anciens moules à fromage. Cette opération a été réalisée en partenariat avec une entreprise adaptée (atelier protégé) dont les salariés ont procédé au retrait des pièces métalliques afin de rendre ces moules recyclables. Ce sont ainsi 18 tonnes de moules en plastique qui ont été recyclées à 100 % en mélange avec du polypropylène vierge via la réinjection par des plasturgistes.

Notre filiale Armor Protéines a mis en place sur un de ses sites une nouvelle installation permettant d'éviter l'utilisation de cartons pour suremballer les produits à destination des clients, ce sont ainsi par an plus de 100 tonnes de cartons qui seront économisés.

Afin de réduire l'impact environnemental de ses emballages sur le marché africain, Milkana a noué un partenariat avec la société Recyplast et entrepris un projet ambitieux : collecter et recycler 300 tonnes de déchets plastique par an (et pendant cinq ans), générant ainsi la création de 60 emplois directs et indirects (gestionnaires de Box + recycleurs) à Abidjan Yopougon, en Côte d'Ivoire. Des campagnes de sensibilisation aux gestes écologiques sont également lancées localement, en partenariat avec des ONG. Dix conteneurs de tri, prévus pour collecter les déchets à valoriser, ont ainsi été installés. Le projet, lancé en juin dernier, a déjà permis la collecte de 85 tonnes de déchets. La quasi-totalité de ces déchets ont été triés, puis réduits en paillettes ou granules pour être ensuite valorisés dans l'industrie plasturgique locale.

Le site de Servas, dans l'Ain (01), a mis en œuvre le recyclage des masques à usage unique en soutenant une filière 100 % locale. Des acteurs locaux prennent en charge le tri, la séparation des matières et la transformation des masques. Une partie est valorisée sous forme de pièces plastique injectées afin d'être transformées en pots de fleurs ou en boîtes aux lettres, par exemple. Des tests sont également en cours afin de récupérer le fil pour en faire des tee-shirts techniques.

RichesMonts, spécialiste de la raclette et des fromages de montagne à consommer chaud, s'est engagé dans l'opération Montagne zéro déchet, en partenariat avec l'association Mountain Riders et la commune du Mont-Dore (63). La marque a organisé une journée de sensibilisation à la protection de l'environnement dédiée à ses collaborateurs, invités à venir en famille participer à une opération de ramassage de déchets en montagne. Cette randonnée zéro déchet, en plus de faire découvrir la vallée, a permis de ramasser, trier et caractériser 85 kg de déchets. Un partenariat riche de sens.

Plusieurs actions ont également été menées sur nos sites pendant la Semaine européenne du développement durable : sensibilisation aux écogestes, distribution d'écobags pour les achats en vrac, etc.

Le système de consigne de bidons et de containers de produits de nettoyage des installations s'est poursuivi en 2021.

Indicateurs clés de performance

En 2021, 68,3 % des déchets courants de nos sites de production sont évacués en vue de valorisation*.

	2019	2020	2021
% de déchets courants évacués en vue de valorisation	68,0 %	67,4 %	68,3 %

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

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 leur écoconception 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 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 trois reprises en 2021. Il a défini 5 axes prioritaires d'actions :

- réduire à la source l'usage de matériaux ;
- bannir les matériaux controversés ;
- tendre vers 100 % de recyclabilité ou biodégradabilité ;
- intégrer un maximum de matériaux recyclés ;
- privilégier l'utilisation de matériaux renouvelables.

Cette année, 10 sujets prioritaires ont été sélectionnés et les binômes acheteur/développeur packaging, mis en place en 2020 ont présenté une restitution d'une heure pour chaque sujet, ouverte à l'ensemble des équipes concernées du Groupe.

Un forum dédié à l'écoconception des emballages a réuni en mars plus de 200 collaborateurs du Groupe. Les objectifs de cet événement étaient de permettre aux collaborateurs de s'approprier les axes prioritaires, illustrés par des exemples concrets et d'inspirer en partageant des expériences réussies au sein du Groupe.

L'indicateur clé de performance a été précisé. Il est inclus dans nos procédures internes d'agrément de nouveaux produits.

Des projets d'écoconception des emballages, reposant sur l'ensemble des objectifs de la Charte d'Écoconception, ont été engagés par toutes les filiales. L'année 2021 a été marquée par une crise sur la plupart des matières pour

emballages, avec des pénuries d'approvisionnement. La réalisation des projets d'optimisation prévus en a été largement affectée. Voici cependant quelques exemples :

- Milkana Tolle Rolle et P'tit-Louis Escargolo : passage du sachet de regroupement plastique à un sachet en papier recyclable permettant la suppression de 33 tonnes de plastique par an ;
- Elle & Vire : intégration de plastique recyclé dans les bouchons des briques d'un litre et des bandeaux des briquettes : 11 tonnes de plastique vierge ont ainsi été remplacées par du plastique recyclé ;
- Tartare : suppression de l'étui sur le format pot soit - 44 % d'emballage et 70 tonnes de cartons économisés par an ;
- Apérivrais et St Môret Billes : suppressions des pics : 21 tonnes de plastique en moins.

Indicateurs clés de performance

Le taux d'emballages recyclables ou biodégradables est de 85 % en 2021.

	2019	2020	2021	Objectif 2025
Taux d'emballages recyclables ou biodégradables	Information non disponible*	86,0 %	85,0 %	Tendre vers 100 %

* Indicateur créé en 2020.

5. Application de la Taxonomie européenne aux activités de SAVENCIA Fromage & Dairy

La Taxonomie européenne des activités économiques durables vise à établir une classification des activités économiques considérées comme durables sur le plan environnemental sur la base de critères techniques ambitieux et transparents. La mise en place de ce référentiel destiné à distinguer les activités économiques contribuant à l'objectif européen de neutralité carbone – le Green Deal – souligne l'ampleur des transformations économiques et industrielles à accomplir ainsi que l'ambition des autorités européennes en matière de finance durable et de transparence. Fort de ses engagements environnementaux, sociaux et sociétaux, SAVENCIA adhère à la démarche de la Commission européenne dans son travail d'analyse des activités et de définition de critères d'examen technique destiné à orienter les investissements des acteurs publics et privés vers les projets contribuant à la transition vers une économie durable et bas carbone*.

Conformément au Règlement européen 2020/852 du 18 juin 2020 sur l'établissement d'un cadre visant à favoriser les investissements durables au sein de l'Union européenne (UE)**, SAVENCIA Fromage & Dairy, de par son statut d'entité d'intérêt public, est tenu de publier, au titre de l'exercice 2021, la part de son chiffre d'affaires, de ses investissements et dépenses d'exploitation éligibles résultant de produits et/ou services associés à des activités économiques considérées comme durables au sens de la classification et des critères définis dans la Taxonomie pour les deux premiers objectifs climatiques. SAVENCIA Holding n'est pas, à date, dans le champ d'application de ce Règlement. L'analyse et les éléments chiffrés présentés ci-après concernent par conséquent les activités du périmètre SAVENCIA Fromage & Dairy (ci-après le Groupe).

Cette première évaluation de l'éligibilité a été effectuée sur la base d'une analyse détaillée de l'ensemble des activités du Groupe, menée conjointement par la Direction RSE, la Direction Financière et la Direction des Opérations, au regard :

- du Règlement délégué Climat du 4 juin 2021 et de ses annexes*** complétant le règlement (UE) 2020/852 en précisant les critères techniques permettant de déterminer à quelles conditions une activité économique peut être considérée comme contribuant substantiellement à l'atténuation du changement climatique ou à l'adaptation à celui-ci ;
- du Règlement délégué 2021/2178 de la Commission européenne du 6 juillet 2021 et de ses annexes complétant le règlement (UE) 2020/852 précisant la manière de calculer les KPIs ainsi que les informations narratives à publier****.

Les éléments méthodologiques à partir desquels le Groupe a conduit son analyse sont décrits ci-dessous.

Le Groupe révisera sa méthodologie, son analyse et ses calculs au fur et à mesure de la mise en place de la Taxonomie, la clarification de certaines activités par le régulateur, notamment les activités « Manufacture of food products and beverages » citées dans la consultation d'août 2021 des futurs objectifs environnementaux relatifs à la biodiversité et à l'économie circulaire.

Niveaux de qualification retenus par le Groupe

Les premiers objectifs environnementaux de la Taxonomie relatifs à l'atténuation et à l'adaptation au changement climatique ont priorisé les secteurs d'activités ayant une contribution majeure aux émissions de gaz à effet de serre au niveau de l'Union européenne. De par un modèle d'affaires basé principalement sur la production et la distribution de fromages et de produits laitiers, les activités de SAVENCIA Fromage & Dairy ne sont pas éligibles au regard de ces objectifs. Les CAPEX valorisés sont issus des investissements associés aux mesures individuelles, incluant les locations longue durée ainsi que des initiatives diverses, comme des installations favorisant l'efficacité énergétique. Le montant des OPEX au sens du Règlement Taxonomie représente moins de 3 % du total des dépenses d'exploitation de SAVENCIA Fromage & Dairy sur l'exercice 2021 et n'est pas considéré comme significatif.

Calculs et explications des indicateurs

Le Groupe a procédé au calcul des indicateurs en conformité avec les dispositions du Règlement délégué 2021/2178 de la Commission européenne du 6 juillet 2021 et de ses annexes complétant le règlement (UE) 2020/852 à partir de ses processus et des systèmes de reporting existants et d'hypothèses formulées par le management.

Les résultats couvrent le périmètre de consolidation financière de SAVENCIA Fromage & Dairy au 31 décembre 2021.

Les informations financières utilisées ont été sourcées dans les systèmes d'information du Groupe (suivi des investissements par la Direction des Opérations, et consolidation comptable) à l'issue de la clôture annuelle des comptes. Elles ont fait l'objet d'une analyse et d'un contrôle conjoints avec la Direction RSE, la Direction Financière, la Direction des Opérations et le Comité d'Audit.

* https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance/eu-taxonomy-sustainable-activities_fr

** <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020R0852&from=FR>

*** [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=PL.COM:C\(2021\)2800&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=PL.COM:C(2021)2800&from=EN)

**** <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R2178&from=EN>

	KPI CA éligible	KPI CAPEX éligible
Éligibilité	Aucun Chiffre d'Affaires éligible au titre des objectifs 1 & 2 de la Taxonomie	CAPEX liés aux mesures individuelles et aux locations longue durée
KPI Taxonomie éligibilité exprimé en %	0 %	7,6 % Proportion de CAPEX éligibles liés à IFRS 16 : 5 %

Aucun chiffre d'affaires éligible n'a été identifié au regard des objectifs d'atténuation et d'adaptation au changement climatique. En raison de l'absence de chiffre d'affaires éligible, les investissements et dépenses d'exploitation rattachés aux activités concourant au chiffre d'affaires n'ont pu être qualifiés d'éligibles.

L'analyse de l'éligibilité des CAPEX a principalement porté sur l'identification de celles définies par la Taxonomie de mesures individuelles – c'est-à-dire qui ne sont pas directement liés à des activités éligibles mais qui consistent néanmoins en l'achat de la production d'activités éligibles. Il s'agit notamment pour SAVENCIA Fromage & Dairy d'acquisitions ou de locations longue durée de bâtiments, de véhicules et de rénovation de bâtiments existants ainsi que des travaux ad hoc liés à l'efficacité énergétique des bâtiments.

L'analyse des OPEX a conduit à considérer le montant analysé comme non-significatif au regard des seuils de matérialité du Groupe. En effet, le ratio « Dénominateur OPEX Taxonomie » sur « OPEX totaux Groupe » est inférieur à 3 %, majoritairement constitués de coûts liés à la fabrication et la vente des produits (approvisionnement, logistique, transport, marketing, promotion, et coûts de personnel). De ce fait, la faible représentativité des OPEX Taxonomie, combinée au fait que les activités du Groupe ne sont pas éligibles à date, amène le Groupe à se voir exempté du calcul détaillé du KPI OPEX Taxonomie.

Ratio de matérialité des OPEX	
Matérialité des OPEX visés par la Taxonomie*	2,3 %

* Les coûts directs non capitalisés liés à (i) la recherche et au développement, (ii) aux mesures de rénovation des bâtiments, à l'entretien et aux réparations, ainsi que toutes les autres dépenses directes liées à l'entretien quotidien des actifs corporels par l'entreprise ou par un tiers sous-traitant, qui sont nécessaires pour assurer le fonctionnement continu et efficace de ces actifs, (iii) aux locations à court terme.

Au-delà des données publiées par le Groupe en application de la réglementation Taxonomie, il est rappelé que le Groupe démontre depuis de nombreuses années un très fort engagement en matière de lutte contre le changement climatique. Les objectifs de la stratégie, ainsi que les résultats 2021, sont plus amplement détaillés au chapitre 1 Réduire nos émissions de gaz à effet de serre.

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 leurs comportements et leurs 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 à la santé des personnes travaillant dans le Groupe, plusieurs actions sont mises en œuvre par le Groupe SAVENCIA.

Ainsi, il y a plus de 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 cosignée 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 coanimée 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

Un ensemble de règles opérationnelles destinées à prévenir les risques d'accident à haut potentiel de gravité nommé « Les 10 Essentiels Sécurité SAVENCIA » a été déployé progressivement en 2021. Chaque Essentiel Sécurité porte sur un risque et comporte quatre règles applicables par tous, en toute circonstance. La conception d'un kit de déploiement dans toutes les langues du Groupe a permis d'assurer le déploiement des Essentiels dans l'ensemble des filiales de SAVENCIA.

La formation en e-learning Accueil Sécurité et Santé au Travail (SST) SAVENCIA a été ajoutée au parcours d'intégration des nouveaux collaborateurs en 2021. Ce dispositif spécifique sur les risques d'accident chez SAVENCIA est disponible en plusieurs langues. Il est constitué d'un module commun à tous les collaborateurs du Groupe intitulé Objectif zéro accident ainsi que d'un second module dédié aux managers. 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.

En septembre 2021, le Groupe a organisé pour la première fois le Mois de la Sécurité durant lequel un Challenge Sécurité a réuni 573 équipes inscrites, soit plus de 2500 participants. Ce moment de partage autour des règles et bonnes pratiques de sécurité dans l'entreprise pour l'ensemble de nos sites et filiales à travers le monde a été clôturé par une réunion comprenant un discours de la Direction Générale et la remise des prix aux quatre équipes gagnantes.

Des forums mensuels réunissant l'ensemble du réseau mondial des préventeurs sécurité du Groupe ont été organisés à distance. Chaque forum avait pour thème un des 10 Essentiels Sécurité SAVENCIA et a permis le partage de bonnes pratiques en matière de prévention sécurité via les retours d'expérience et témoignages des participants.

Une nouvelle plateforme digitale sécurité contenant des documents de référence, des bonnes pratiques, ainsi que du contenu digital sur la sécurité a été lancée en 2021 et est accessible à tous les collaborateurs du Groupe.

Un plan visant à réduire le risque d'accidents de travail avec arrêt des intérimaires a été lancé en France. Ce plan consiste à mettre en œuvre un ensemble d'actions avant, pendant et après l'intervention des intérimaires sur les sites industriels. Chaque trimestre, une revue du dispositif est réalisée avec les trois agences d'intérim partenaires permettant d'améliorer continuellement ce dernier.

Les formations à la sécurité et à la santé au travail réalisées dans les filiales au cours de l'exercice représentent 39 % des actions de formation dans le Groupe versus 37 % l'an dernier.

Des Visites de Sécurité Comportementale (VSC) sont également régulièrement effectuées sur site ou à distance. En 2021, leur nombre s'élève à 20228. Leur nombre est en hausse de 31 % versus 2020.

Le taux de fréquence des effectifs inscrits et intérimaires (TFi)* demeure stable en 2021 et est de 10,7. Au cours de l'exercice, 348 accidents du travail avec arrêt ont été comptabilisés contre 395 en 2020.

Indicateurs clés de performance

	2019	2020	2021
% de filiales sans accident de travail avec arrêt (effectifs inscrits et intérimaires) dans l'année	34,9 %	42,9 %	48,4 %

La hausse de cet indicateur s'explique par la diminution du nombre d'accidents de travail avec arrêt mais également par une répartition plus hétérogène de ceux-ci parmi les filiales de SAVENCIA. Pour rappel, l'objectif du Groupe est de tendre vers le « zéro » accident de travail.

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

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, le Groupe s'attache à promouvoir et maintenir le dialogue social, la communication interne et l'écoute des collaborateurs. Dans cette démarche, SAVENCIA développe des solutions pour parfaire 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 du Groupe en 2022. La priorité porte aujourd'hui sur la réalisation des plans d'action préparés au sein de chaque filiale depuis la dernière enquête Groupe réalisée en 2019.

Une charte encadrant les modalités du télétravail au sein du Groupe a été signée. Elle donne aux collaborateurs, dont le poste est compatible, la faculté de recourir au télétravail régulier jusqu'à deux jours par semaine sans pour autant les y contraindre.

Différentes aides ont été proposées aux salariés pour adapter leur environnement personnel au télétravail comme le « Kit IT » comportant un double écran, le « Kit Confort » permettant la prise en charge des dépenses pour des équipements adaptés, ainsi que le « Kit Ergonomique » pour les salariés dont l'état de santé nécessite un aménagement spécifique de leur poste de travail.

Des modules de formation en e-learning ont été spécifiquement lancés cette année afin d'accompagner les managers et les collaborateurs dans leur adaptation au télétravail.

Des Entretiens de Conditions de Travail (ECT) ont été planifiés afin de valider avec le collaborateur et son manager les conditions du télétravail dans toutes ses dimensions.

En France, une cellule d'écoute anonyme est mise à disposition des salariés.

Les bilans sociaux individualisés ont été distribués à 5940 collaborateurs en France dont 19 % déposés en format dématérialisé dans les coffres-forts personnels.

La filiale SAVENCIA Produits Laitiers France (SPLF) a réalisé à nouveau l'enquête Great Place To Work en 2021 et a obtenu un score de 75 % au trust index lui permettant, après réalisation et soumission d'un dossier, d'être certifiée Great Place to Work.

➤ L'ancienneté moyenne du Groupe demeure stable en 2021 et est de 13,3 ans.

Indicateurs clés de performance

	2017-2019	2018-2020	2019-2021	Objectif 2025
% de filiales ayant réalisé une enquête d'opinion interne dans les trois dernières années*	98 %	99 %	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).

3. Développer les compétences

Enjeu, risque et politique

Le maintien et le développement du savoir-faire sont au cœur des priorités du Groupe SAVENCIA.

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.

Cette stratégie 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 contribuent à 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 ensuite leur proposer de poursuivre leur parcours au sein du Groupe SAVENCIA.

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

Actions mises en œuvre et résultats

➤ La certification Top Employer de pays européens a permis d'obtenir le label Top Employer Europe pour la huitième 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 troisième année consécutive. Le Brésil, la Corée du Sud et l'Inde ont obtenu la certification Top Employer pour la première fois.

➤ L'offre de formation du Groupe s'est adaptée au contexte sanitaire et s'est davantage digitalisée cette année comme l'illustre le lancement des Master Class SAVENCIA. Ces émissions présentées par les experts internes du Groupe et diffusées en direct ont permis de soutenir la politique de développement des compétences du Groupe. Plusieurs formations ont ainsi été adaptées à ce format, à l'instar de la Formation Nouveaux Cadres ayant permis l'intégration de plus de 268 collaborateurs à travers le monde.

➤ La campagne Groupe « 500 Apprentis » visant à recruter 500 apprentis pour la rentrée de septembre a été renouvelée en 2021. Des réunions bimensuelles ont été organisées avec des référents apprentis nommés au sein des filiales françaises pour suivre le déroulement de la campagne.

➤ En février 2021, l'ensemble des apprentis a été convié à une réunion distancielle organisée et présentée par la Direction du Groupe et d'anciens apprentis afin de témoigner de leur expérience chez SAVENCIA.

➤ Cette année, deux Graduate Programs ont été lancés en France pour les filières métiers Sales & Marketing et Opération. Ces programmes, d'une durée de quatre à cinq ans, incluent trois rotations de poste dont un à l'international afin d'accompagner les nouveaux collaborateurs SAVENCIA dans leur développement professionnel.

➤ Trois filiales internationales ont également développé et lancé leur propre Graduate Program. Il s'agit de Delaco en Roumanie, Mlekoprodukt en Serbie et BMK en Russie.

Indicateurs clés de performance

	2019	2020	2021
% de collaborateurs formés dans l'année	73,8 %	63,2 %	74,0 %

Le Groupe a su s'adapter au contexte de crise sanitaire et une grande partie des formations ont été digitalisées permettant l'amélioration de l'indicateur clé de performance en 2021. Pour rappel, l'objectif du Groupe est de s'engager à développer les compétences des collaborateurs.

	2019	2020	2021	Objectif 2025
Nombre de contrats d'alternance	321	439	491	458

L'objectif de doubler le nombre d'alternants à horizon 2025 versus 2015 est dépassé. Une réflexion sera lancée en 2022 afin de redéfinir l'indicateur clé de performance ou l'objectif associé.

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 (voir chapitre Développer les compétences), 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 carrière. 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 :

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

Actions mises en œuvre et résultats

➤ En moyenne, 86 % des femmes, tous statuts socioprofessionnels confondus, ont bénéficié d'au moins une formation en 2021 contre 61 % en 2020.

➤ Une enveloppe budgétaire spécifique est prévue afin de rattraper les éventuels écarts de rémunération constatés entre les femmes et les hommes à poste équivalent.

➤ Un groupe de travail composé de volontaires a été constitué au siège pour identifier des actions concrètes à mettre en œuvre afin de promouvoir l'équité entre les femmes et les hommes.

➤ Communication de l'index égalité femmes/hommes 2021 en France : 86/100 et identification des points de progrès.

➤ La filiale SAVENCIA Cheese USA a rejoint le mouvement mondial de solidarité des Nations unies « #HeforShe ». Cette campagne de solidarité a pour objectif d'impliquer les hommes au combat pour l'égalité des sexes, en les encourageant à prendre des mesures contre les inégalités rencontrées par les femmes et les hommes.

➤ Dans le cadre des Rencontres de l'Organisation des femmes d'affaires serbes, la filiale Mlekoprodukt a reçu de la part de la vice-Première ministre de la République de Serbie et ministre de l'Énergie le prix « Fleur de succès pour la femme dragon » qui récompense les sociétés les plus attentives et impliquées dans la lutte pour l'égalité femmes/hommes.

➤ La filiale Arias a été auditée et la certification nationale Égalité dans l'Entreprise lui a à nouveau été décernée pour les 3 prochaines années. Des audits de suivi seront réalisés tous les ans afin de garantir le maintien de la certification.

➤ Tout au long de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH), le Groupe s'est engagé à sensibiliser ses collaborateurs et lutter contre les stéréotypes sur le handicap via des jeux digitaux, des réunions d'information ou encore des ateliers de sensibilisation.

➤ Le dispositif des DUO-DAY a été déployé en 2021. Trente-quatre personnes en situation de handicap ont ainsi pu être accueillies afin de découvrir en binôme avec un collaborateur les métiers et activités industrielles ou administratives des filiales du Groupe.

➤ Un réseau de référents Handicap a été mis en place en France afin de coordonner l'ensemble des actions et encourager le partage des bonnes pratiques sur l'ensemble du territoire.

➤ La filiale Sodilac a développé avec le prestataire Conseil & Handicap une application accessible à tous ses collaborateurs délivrant des articles de sensibilisation sur la thématique du handicap, la déclaration de la Reconnaissance en Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH) et disposant d'une cellule d'écoute spécialisée sur le handicap.

➤ Le pourcentage de salariés déclarés en situation de handicap est de 3,3 % en 2021 contre 3,1 % 2020.

Indicateurs clés de performance

	2019	2020	2021	Objectif 2025
% de femmes parmi les managers	42,0 %	42,4 %	42,6 %	50,0 %

Les résultats de l'indicateur clé de performance sont quasi stables depuis 2019. Des réflexions sont en cours au sein du Groupe afin d'atteindre l'objectif de parité femmes-hommes managers d'ici 2025.

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 collaborateurs 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 faible 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 soutienne au moins une action de solidarité.

Actions mises en œuvre et résultats

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 les départs en congé solidaire qui ont eu lieu en 2019 afin de partager ces expériences humanitaires 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. Cette année, 1061 collaborateurs ayant adhéré au dispositif ont permis de récolter et de reverser plus de 21 000 euros aux 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 a soutenu l'association l'École du Bayon dans l'ouverture d'une école d'agroécologie à Siem Reap. Celle-ci propose une formation diplômante sur 12 mois axée sur les principes de l'agriculture durable et a pour vocation de former des jeunes issus des régions défavorisées du nord du Cambodge.

Le Fonds de dotation « Bien Nourrir l'Homme » a lancé son premier appel à projets à l'externe destiné aux organisations d'intérêt général en France et a recueilli une centaine de dossiers. Huit projets lauréats ont ainsi pu être sélectionnés, trois en France et cinq à l'international.

Un atelier de cuisine digital pour les Banques Alimentaires a été animé par le chef Sébastien Fare depuis La Maison de l'Excellence SAVENCIA afin de former à distance leurs animateurs à la réalisation de recettes simples.

Les équipes de l'activité Asie Pacifique se sont mobilisées afin de réaliser des activités dédiées à l'Homme et à la planète. Par exemple, les équipes de Hong-Kong se sont respectivement associées à Food Angel by Bo Charity Foundation et Hope Delivery pour participer à la préparation de repas à destination des communautés défavorisées.

En partenariat avec l'EM Lyon Business School, les filiales du pôle Alliance Fromagère, CF&R, Elvir, Fromarsac, Fromageries des Chaumes, Fromageries Perreault, et SPLI ont soutenu les coureurs du Raid Hannibal via le don de fromages et de produits laitiers, participant ainsi aux ravitaillements, collations et repas des 400 étudiants de grandes écoles réalisant ce raid itinérant de quatre jours dans les Alpes.

En 2021, 25 % des filiales ont accompagné des collaborateurs dans la réalisation d'actions de solidarité en lien avec notre mission « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme » versus 13,2 % en 2020.

En 2021, 31 % des filiales ont mis à disposition des collaborateurs afin de réaliser des actions ou événements solidaires versus 17,6 % en 2020.

Indicateurs clés de performance

	2019	2020	2021	Objectif 2025
% de filiales soutenant au moins une action de solidarité*	30,2 %	35,2 %	52,7 %	100 %

* L'indicateur clé de performance % de filiales réalisant au moins une action de solidarité en lien avec notre mission « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme » a été élargi cette année afin de mieux refléter l'engagement de nos filiales dans le domaine de la solidarité. Il correspond maintenant au % de filiales soutenant au moins une action de solidarité et inclut l'ensemble des initiatives individuelles ou collectives entreprises par les filiales ou leurs collaborateurs afin de promouvoir la solidarité tant au niveau local qu'international.

De nombreuses actions de solidarité ont été réalisées par les filiales en 2021 engendrant une forte hausse de l'indicateur clé de performance.

Les engagements sociétaux

Les enjeux, risques et politiques, ainsi que les résultats associés aux thématiques sociétales relatives au respect des droits humains, à la lutte contre la corruption et à la lutte contre l'évasion fiscale sont présentés ci-après. 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 à notre démarche volontaire Oxygen.

1. Respect des droits humains

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).

L'ensemble des politiques mises en œuvre par la Direction des Ressources Humaines, conformément à la culture et aux valeurs du Groupe, s'attache à promouvoir le respect des droits humains fondamentaux tout comme la santé et la sécurité au travail, le dialogue social et la libre expression de ses collaborateurs, et ceci grâce aux actions suivantes :

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 non-travail des enfants ;
 – la non-discrimination liée à l'âge.

SAVENCIA Fromage & Dairy est membre depuis 2003 du Pacte mondial des Nations unies qui propose un cadre d'engagement volontaire s'articulant autour de 10 principes relatifs au respect des droits humains, aux normes internationales du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Depuis 19 ans, SAVENCIA Fromage & Dairy renouvelle son adhésion et réaffirme ainsi ses engagements, notamment 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 » qui exprime ses valeurs et son identité, rappelle également les principes du pacte des Nations unies.

La Charte Groupe des Achats Responsables intègre aussi les thématiques liées à la promotion et au respect des droits humains et au droit du travail. À travers le déploiement de cette charte auprès de ses fournisseurs, le Groupe s'astreint à promouvoir ses engagements en matière de droits de l'homme pour éviter tout risque d'atteinte aux droits humains fondamentaux (voir chapitre « Promouvoir des achats responsables »).

Actions mises en œuvre et résultats

Le Comité Éthique et Culture Groupe (CECG) a pour mission de veiller au respect et à la pérennité de la culture du Groupe et s'assure notamment du respect d'un comportement éthique dans l'ensemble des activités au sein des filiales. Ce comité réunissant le Président du Groupe, le Secrétaire Général, le Directeur de la Conformité, le Directeur des Ressources Humaines, le Directeur Juridique et le Directeur Financier a tenu quatre réunions en 2021. Au cours de ces réunions, au minimum 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.

Un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements relatif au devoir de vigilance est mis à disposition des collaborateurs comme des parties prenantes externes au Groupe par un système technique unique d'alertes « Conformité », commun avec le dispositif d'alerte Corruption (voir chapitre Lutte contre la corruption).

Conformément à la loi relative au devoir de vigilance des sociétés-mères et des entreprises donneuses d'ordres, un plan de vigilance est établi annuellement pour évaluer et ainsi prévenir les atteintes graves liées aux activités de l'entreprise et celles de ses sous-traitants et fournisseurs, que ce soit envers les droits humains, les libertés fondamentales, la santé, la sécurité des personnes ou encore l'environnement. Ce plan est disponible en ligne sur le site internet du Groupe.

Les éléments relatifs à la mise en œuvre des mesures de vigilance sont également 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.

Des informations complémentaires sont données dans le chapitre « Devoir de vigilance ».

Indicateurs clés de performance

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

2. Lutte contre la corruption

Enjeu, risque et politique

Afin d'éviter les risques de pratiques non éthiques, la lutte contre toutes les formes de fraudes et de corruption n'est pas uniquement une exigence réglementaire mais une priorité, ancrée dans notre culture d'entreprise.

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. Certains pays 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 mêmes 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 corruption et de trafic d'influence encourus par l'entreprise.

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 et à l'éthique s'est poursuivi en 2021.

Bilan et perspectives

Une procédure de lanceur d'alerte, ainsi qu'un Code de Conduite Anti-corruption traduit en 19 langues sont appliqués, et des référents conformité assurent le suivi de la mise en œuvre des dispositifs de conformité dans l'ensemble des filiales au plus près des collaborateurs.

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, seuls 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. Depuis 2020, l'affiche du dispositif d'alerte interne Groupe, rappelant la procédure à suivre, est traduite en 19 langues et diffusée sur l'ensemble de nos sites.

Dans le cadre de la Conformité aux lois et réglementations en vigueur, le Délégué à la protection des données (DPO) est chargé de la mise en œuvre du Règlement général sur la protection des données (RGPD) et veille à son application dans le Groupe. Chacune des filiales de l'Union européenne a désigné un correspondant RGPD qui a été formé en ces deux dernières années par le DPO, tout comme les directeurs généraux. Par ailleurs, les collaborateurs susceptibles d'intervenir dans les traitements de données suivent une formation au format digital. En 2021, 88,4 % de ces collaborateurs concernés ont été formés.

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

Indicateurs clés de performance

	2019	2020	2021	Objectif 2025
% des collaborateurs concernés*, formés sur la notion d'éthique et de fraude	92,5 %	84,9 %	96,7 %	100 %

* Dans le cadre de la loi Sapin II.

La progression de cet indicateur est liée à deux facteurs : d'une part la volonté du Groupe d'intégrer ce type de formation dans le parcours d'intégration obligatoire des nouveaux collaborateurs, et de l'autre la pratique du télétravail qui a favorisé le développement des formations en e-learning.

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 »⁽¹⁾. 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 volontairement pas de base fiscale taxable 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 2021, il ressort à 40,6 %.

Indicateurs clés de performance

	2019	2020	2021
Nombre de pays et territoires non coopératifs ⁽¹⁾ dans lequel le Groupe est implanté	0	0	0

En 2021, et comme depuis de nombreuses années, le Groupe n'est implanté dans aucun pays ou territoire non coopératif⁽¹⁾.

(1) Liste publiée au Journal officiel de l'Union européenne (C 413 I/3 du 12/10/2021). https://www.oecd.org/ctp/exchange-of-tax-information/Status_of_convention.pdf

* <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/eu-list-of-non-cooperative-jurisdictions/> Liste publiée au Journal officiel de l'Union européenne (C 413 I/3 du 12/10/2021).

** <https://www.oecd.org/fr/ctp/echange-de-renseignements-fiscaux/convention-concernant-l-assistance-administrative-mutuelle-en-matiere-fiscale.htm>

Dans un contexte économique incertain et toujours perturbé par la crise sanitaire, en 2021, le Groupe a maintenu le cap d'une croissance durable et poursuivi le déploiement de son plan RSE Oxygen avec l'ensemble de ses filiales. Pour favoriser le partage des bonnes pratiques, 870 participants de 25 pays différents ont été réunis lors de forums RSE Savencia.

SAVENCIA Fromage & Dairy se classe 2^e du secteur biens de consommation dans le classement ESG Gaïa Research 2021; ainsi récompensé pour sa performance en matière sociale, environnementale et éthique des affaires. Deux de nos filiales ont par ailleurs été lauréates du Plan France Relance, pour des projets de décarbonation et de développement de produits végétaux à base de matières premières françaises. Un plan important d'investissements a été réalisé en France en faveur de la décarbonation des sites industriels. Acteur engagé de la transition alimentaire, SAVENCIA a créé en 2020 « l'Institut for a positive food », regroupant des experts reconnus et indépendants, mettant à disposition du grand public des données scientifiques en faveur d'une alimentation saine et durable.

En 2022, SAVENCIA continuera d'accompagner les consommateurs vers une alimentation associant plaisir, naturalité et santé, avec les recettes équilibrées et les actions #PositiveFood. Conscient des évolutions sociétales, SAVENCIA lance en 2022 sa Charte pour le bien-être animal, qui sera déployée progressivement avec les éleveurs en France et à l'international. Des actions visant à réduire l'empreinte environnementale se poursuivront sur l'ensemble des sites industriels, ainsi que les plans d'actions d'écoconception des emballages. Après avoir mesuré son bilan carbone full scope, le Groupe engagera une démarche de contribution à la neutralité carbone. Le Groupe a reçu le label Top Employer Europe 2022, ainsi que dans 4 pays hors Europe. Particulièrement engagé en matière de sécurité et de qualité de vie au travail, SAVENCIA continuera à déployer ses plans de progrès dans ce domaine.

Dans un monde toujours incertain et imprévisible, les équipes SAVENCIA font preuve d'un engagement remarquable, autour de valeurs fortes et de la feuille de route Oxygen. Cet engagement permet d'envisager l'avenir avec confiance pour relever le défi de la transition alimentaire et environnementale.

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 privilégié des vérificateurs externes.

Périmètre

Volet « Plaisir sain et responsable » : 100 % des filiales.

Volet « Bien-être de nos collaborateurs » : 100 % des effectifs inscrits fin de période.

Volet « Empreinte environnementale » : 100 % des sites de production.

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 spécifique 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 présentées en annexe.

Tableau de bord Indicateurs clés Oxygen 2021

Offrir un plaisir sain et responsable

	INDICATEUR	2020	2021	Objectif 2025	Avancement
Améliorer la qualité nutritionnelle et la conception de nos produits	Déployer une démarche Clean Label sur 100 % des nouveaux produits à marque	65,5 %	58,6 %	100 %	☹️
	Proposer des plans de progrès respectant la Charte de Conception Responsable Savencia	<ul style="list-style-type: none"> Plans de rénovation clean label Plans d'optimisation nutritionnelle de nos produits Innovations à base végétale 			
Promouvoir une consommation responsable	Mettre en place une information nutritionnelle pour 100 % de nos produits à marque	42,9 %	47,0 %	100 %	😊
	Accompagner les consommateurs vers une consommation saine et responsable	<ul style="list-style-type: none"> Démarche #PositiveFood Lutte contre le gaspillage alimentaire 			
	Mettre un plan de formation nutrition et consommation responsable à disposition de 100 % de nos filiales	100 %	100 %	100 %	😊

Codévelopper une filière agricole durable

	INDICATEUR	2020	2021	Objectif 2025	Avancement
Codévelopper avec nos fournisseurs de matières premières agricoles un approvisionnement plus durable	Étendre la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage dans le monde (% volume lait collecté)	83,1%	85,8 %	100 %	😊
	Déployer le Diagnostic Production Laitière Durable (% volume lait collecté)	19,2%	21,6 %	50 %	😊
	Codévelopper des productions de lait issues d'une alimentation sans OGM des troupeaux et de l'agriculture biologique	30,4 % des volumes collectés dans le monde en 2021 proviennent d'une filière différenciée : caprine et ovine ; sous AOP ; agriculture biologique ; issue d'une alimentation des troupeaux sans OGM			
	Auditer 100 % des exploitations laitières livrant Savencia sur des critères de bien-être animal	Indicateur créé en 2022	Indicateur créé en 2022	100 %	
Promouvoir des achats responsables	Développer des achats responsables auprès de l'ensemble de nos fournisseurs via la Charte Groupe des Achats Responsables	En 2021, plus de 775 chartes Achats Responsables signées, couvrant 68,6 % des dépenses du Groupe			

Réduire notre empreinte environnementale

	INDICATEUR	2020	2021	Objectif 2025	Avancement
Réduire les émissions de GES de nos activités	Réduction de l'empreinte carbone de notre collecte laitière (en tonnes d'équivalent CO ₂ par rapport à 2010)	- 252 000	- 282 000	- 300 000	😊
	Réduction de nos émissions GES de production et de transport*	- 4,6 %	- 5,9 %	- 20 %	☹️
	Hausse des énergies renouvelables	Garantie d'origine pour 35 % de l'électricité en France en moyenne en 2021			
Maîtriser nos ressources en eau	Réduction des prélèvements d'eau (eau consommée en m ³)	2,3 %	2,2 %	- 10 %	☹️
Optimiser la gestion des déchets	Tri et valorisation des déchets industriels en contribuant à des solutions circulaires	68,3 % des déchets courants évacués en vue de valorisation en 2021			😊
Développer l'écoconception de nos emballages	100 % de recyclabilité ou biodégradabilité des emballages de nos produits à marque	86 %	85 %	Tendre vers 100 %	☹️
	Actions de réduction à la source, matériaux recyclés, renouvelables, suppression des matériaux controversés				

* Par tonne produite vs 2015.

Favoriser le Bien-Être des collaborateurs

	INDICATEUR	2020	2021	Objectif 2025	Avancement
Garantir la sécurité de nos collaborateurs	Une démarche « Sécurité et Santé au travail ». % de filiales sans accident de travail avec arrêt (effectifs inscrits et intérimaires) dans l'année	42,9 %	48,4 %	Tendre vers le 0 accident	☹️
Améliorer la qualité de vie au travail	Réaliser une enquête d'opinion interne et déployer des plans de progrès dans toutes les filiales	99 %	99 %	100 %	😊
Développer les compétences	Développer le % de collaborateurs formés	63,2 %	74 %		😊
	Doubler le nombre d'apprentis	439	491	458	
S'engager en faveur de la diversité et de l'inclusion	Atteindre la parité femmes-hommes managers	42,4 %	42,6 %	50 %	☹️
Favoriser l'engagement solidaire	Chaque filiale soutient au moins une action de solidarité	35,2 %	52,7 %	100 %	😊

Le gouvernement d'entreprise

Le Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé de 15 membres. Leur mandat est d'un an renouvelable. À la date du 31 décembre 2021, 9 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 trois 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
Martine Liautaud, Annette Messemer, Xavier Govare, François Wolfovski

Composition du Conseil d'Administration

Alex Bongrain

Président

Armand Bongrain

Administrateur
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Anne-Marie Cambourieu

Administratrice indépendante
Membre du Comité de Management et des Rémunérations

Clare Chatfield

Administratrice indépendante
Présidente du Comité de Management et des Rémunérations

Sophie de Roux

Administratrice indépendante

Annette Messemer

Administratrice indépendante
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Xavier Govare

Administrateur indépendant
Membre du Comité d'Audit et de Risques
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Maliqua Haimeur

Administratrice indépendante
Présidente du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Martine Liautaud

Administratrice indépendante
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Christian Mouillon

Administrateur indépendant
Président du Comité d'Audit et des Risques
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

François Wolfovski

Administrateur
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Le Comité de Management et des Rémunérations

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 Ressources Humaines du Groupe et la politique de rémunération.

Membres

Clare Chatfield, Présidente
Anne-Marie Cambourieu, Xavier Cruse, Ignacio Osborne

Le Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Il comprend au moins trois membres du Conseil d'Administration. Il a pour mission d'assister le Conseil d'Administration dans l'appréciation des enjeux de la responsabilité sociale et environnementale. Il apprécie les politiques menées pour le groupe ainsi que l'avancement des principaux plans d'actions correspondant pour les différents volets de la responsabilité sociale et environnementale.

Membres

Maliqua Haimeur, Présidente
Armand Bongrain, Xavier Govare, Christian Mouillon, Robert Roeder

Ignacio Osborne

Administrateur
Membre du Comité de Management et des Rémunérations

Vicenzo Picone

Administrateur indépendant

Robert Roeder

Administrateur indépendant
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Société Savencia Holding

Représentée par Xavier Cruse
Administrateur
Vice-Président du Conseil d'Administration Savencia S.A.
Membre du Comité de Management et des Rémunérations

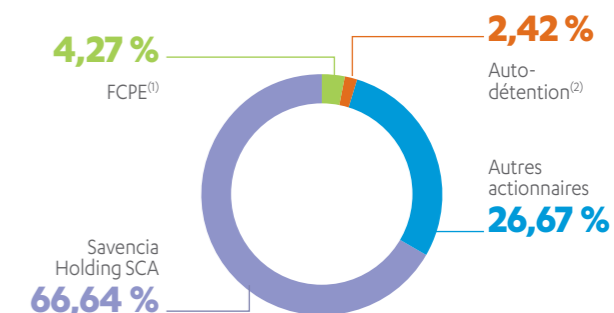
Pascal Breton

Censeur

2021 en bourse

Répartition du capital 2021

- Euronext Paris – Eurolist Compartiment B
- Code ISIN FR0000120107
- Valeur nominale : 1 €
- Nombre d'actions : 14 032 930
- Capitalisation boursière au 31.12.2020 : 847,59 M€
- Cours clôture Euronext 31.12.2021 : 61,2 €
- Capitalisation boursière 31.12.2021 : 858,82 M€



(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 & Dairy, dans le cadre de Fonds Commun de Placement d'Entreprise.
(2) Y compris contrat de liquidité.

Données par actions

En euros	2021	2020	2019	2018	2017
Situation nette	121,36	110,57	104,35	99,50	98,23
Résultat net	6,05	5,72	5,33	3,94	6,69
Dividende net ⁽¹⁾	1,5	1,5	-	1	1,4
Rendement global ⁽²⁾	2,45 %	2,48 %	-	1,79 %	1,73 %

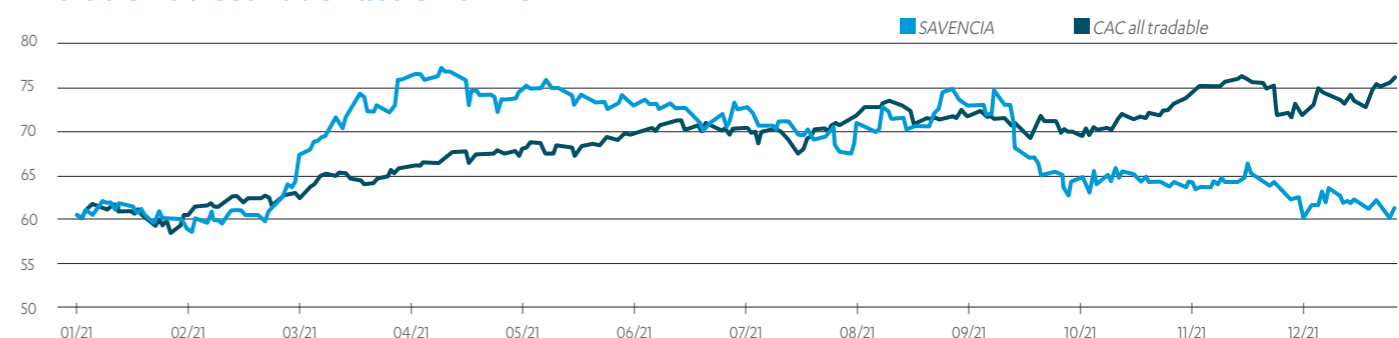
(1) Proposition à l'Assemblée Générale du 21 avril 2022.

(2) Sur la base du cours au 31/12.

Données boursières

En euros	2021	2020	2019	2018	2017
Plus haut ajusté	77,0	64,4	69,4	90,8	88,88
Plus bas ajusté	58,6	47,9	55,4	55,4	67,43
Cours au 31/12	61,2	60,4	61,4	55,8	80,72
Capitalisation boursière au 31/12 (en millions d'euros)	858,82	847,59	861,62	783,04	1 132,47

Évolution du cours de l'action en 2021



Calendrier de l'actionnaire

Assemblée Générale 21 avril 2022

Information financière

Chiffre d'affaires annuel 2021	10 février 2022
Comptes annuels 2021	10 mars 2022
Chiffre d'affaires du 1 ^{er} trimestre	21 avril 2022
Résultats semestriels	8 septembre 2022
Chiffre d'affaires du 3 ^e trimestre	20 octobre 2022
Comptes annuels	mars 2023

États financiers consolidés

Au 31 décembre 2021

Compte de résultat consolidé

En milliers d'euros	12 mois	
	2021	2020
CHIFFRE D'AFFAIRES	5 610 418	5 160 377
Consommations externes	-3 534 494	-3 245 995
Frais de personnel	-1 075 664	-1 013 213
Dotations et reprises d'exploitation	- 195 414	- 184 150
Autres charges et produits d'exploitation	- 558 704	- 505 592
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	246 142	211 427
Autres charges et produits opérationnels	- 73 104	- 55 017
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	173 038	156 410
Charges financières	- 27 513	- 33 629
Produits financiers	6 607	15 593
Résultat sur situation monétaire	2 745	3 634
Quote-part de résultat net des entreprises associées	1 712	127
RÉSULTAT AVANT IMPÔTS	156 589	142 135
Impôts sur les résultats	- 63 565	- 55 859
Résultat net des activités poursuivies	93 024	86 276
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	93 024	86 276
Part revenant aux actionnaires de la Société-mère	82 939	78 812
Participations ne conférant pas le contrôle	10 085	7 464
RÉSULTAT PAR ACTION (en euros)		
Part du Groupe		
• de base	6,05	5,72
• dilué	6,03	5,68
Des activités poursuivies		
• de base	6,05	5,72
• dilué	6,03	5,68

État résumé des autres éléments du résultat global

En milliers d'euros	12 mois	
	2021	2020
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	93 024	86 276
Autres éléments du résultat global :		
Écarts de conversion ⁽¹⁾	47 742	- 105 985
Variation de juste valeur des actifs financiers	-	133
Variation de juste valeur des couvertures de flux de trésorerie ⁽²⁾	2 461	4 109
Coût de couverture ⁽³⁾	215	352
Hyperinflation ⁽⁴⁾	14 362	7 832
Autres mouvements	1 931	- 23
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments recyclables	148	- 100
Total des éléments recyclables en résultat net	66 859	- 93 682
Gains et pertes actuariels liés aux régimes de retraite	13 612	- 5 177
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments non recyclables	-	- 5
Total des éléments non recyclables en résultat net	13 612	- 5 182
Total des autres éléments du résultat global nets d'impôts	80 471	- 98 864
TOTAL DU RÉSULTAT GLOBAL NET D'IMPÔTS	173 495	- 12 588
Part du Groupe	161 322	- 19 432
Participations ne conférant pas le contrôle	12 173	6 844

(1) Essentiellement sur les devises suivantes : RUB, BRL, CNY, USD.

(2) Concerne pour l'essentiel les couvertures de taux d'intérêts et de matières premières.

(3) IFRS 9 exclut le currency basis spread de la relation de couverture.

(4) Impact du retraitement de l'hyperinflation concernant l'Argentine.

Bilan consolidé

Au 31 décembre 2021

Actif

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2021	Au 31 décembre 2020 retraité (*)
Immobilisations incorporelles	543 868	575 176
Immobilisations corporelles	1 277 077	1 189 995
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	65 809	65 908
Autres actifs financiers non courants	26 472	25 698
Participations dans les entreprises associées	27 694	25 342
Instruments financiers dérivés non courants	19 199	23 154
Actifs d'impôts différés*	42 450	40 813
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	2 002 569	1 946 086
Stocks et en-cours	676 403	612 656
Clients et autres créances	1 034 375	965 199
Créances d'impôts	32 087	47 674
Instruments financiers dérivés courants	6 242	6 404
Autres actifs financiers courants	12 380	17 096
Trésorerie et équivalents de trésorerie	560 240	583 543
TOTAL ACTIFS COURANTS	2 321 727	2 232 572
ACTIFS	4 324 296	4 178 658

Passif et capitaux propres

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2021	Au 31 décembre 2020 retraité (*)
Capital apporté	75 306	77 051
Autres réserves	- 136 103	- 199 505
Résultats non distribués*	1 544 339	1 469 955
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	1 483 542	1 347 501
Participations ne conférant pas le contrôle*	219 493	213 567
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	1 703 035	1 561 068
Provisions pour retraite*	98 922	111 819
Autres provisions	23 003	31 771
Emprunts et dettes financières non courants	298 633	301 776
Obligations locatives non courantes	43 467	44 345
Autres passifs non courants	31 167	29 108
Instruments financiers dérivés passifs non courants	14 681	25 667
Passifs d'impôts différés	65 251	64 734
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	575 124	609 220
Fournisseurs et autres créditeurs	1 272 443	1 196 619
Impôts sur les résultats à payer	21 955	22 543
Instruments financiers dérivés courants	5 906	3 343
Emprunts et concours bancaires	722 454	763 638
Obligations locatives courantes	23 379	22 227
TOTAL PASSIFS COURANTS	2 046 137	2 008 370
PASSIFS	2 621 261	2 617 590
PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES	4 324 296	4 178 658

(*) Application de la précision de l'IFRIC d'avril 2021 concernant les avantages du personnel.

Entreprendre et partager des valeurs fortes

Socle fédérateur, la Culture Groupe inspire, guide et unit dans leurs actions tous les collaborateurs de Savencia. En son cœur, la vocation « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme » est plus que jamais actuelle et pose les fondamentaux de la stratégie responsable et durable que le groupe met en œuvre depuis sa création.



Savencia 2^e au classement ESG Gaïa Research 2021 secteur « Biens de consommation » !

Gaïa Research est l'agence spécialisée dans la notation des performances ESG des entreprises cotées sur les marchés européens.

Pacte mondial des Nations unies

Signataire du Pacte mondial de l'ONU, Savencia Fromage & Dairy s'engage à respecter les 10 principes universels relatifs aux droits de l'Homme, au travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

NOUS SOUTENONS
LE PACTE MONDIAL



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 – 2112_02639.

Rédaction : Corinne Martin-Rozès, Savencia SA.

Crédits photo : Savencia SA, Elle & Vire, René Limbourg, Colombe production, SVA, Michel Labelle, OMEDIA, Hélène Bouroullec, Antoine Pesch, Alice Bertrand, Publicis Activ, Guillaume Czerw, 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