

ENGAGÉS

pour un futur durable



SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY





SOMMAIRE

**Nous sommes
Savencia, un collectif
d'Entrepreneurs
Responsables qui voit
grand pour ses produits
et ses marques,
tout en restant proche
des Hommes
et des territoires.**

Nous cultivons chaque jour l'art de faire autrement, de concilier rentabilité et durabilité, héritage et innovation, stabilité et transformation. Avec notre portefeuille de marques locales fortes, nos savoir-faire uniques, nos produits alliant à la fois plaisir, santé et naturalité, la diversité de nos activités, nous sommes guidés par notre Vocation : Entreprendre pour bien nourrir l'Homme.

Savencia, c'est aussi des femmes et des hommes engagés pour un futur durable, qui, partout où nous sommes implantés, portent notre vision et nos engagements en matière de Responsabilité Sociétale d'Entreprise. Avec depuis toujours, chevillée au cœur, la volonté de servir le bien commun, et avec une vision long terme.

02. Présence mondiale

04. Regards croisés
de la Direction Générale

08. Faits marquants

10. Performance globale 2025

12. RSE

NOS ENGAGEMENTS *renouvelés*

24. ACTIVITÉS

NOS ACTIVITÉS *dans le monde*

36. Résultats et gouvernance

**« Nous n'héritons pas de la terre de nos ancêtres,
nous l'empruntons à nos enfants. »**

Antoine de Saint-Exupéry





Savencia Fromage & Dairy déploie son modèle unique de spécialités avec des produits commercialisés dans plus de 120 pays, proposant un portefeuille de marques iconiques à dimension locale, régionale et internationale. Durablement et profondément engagés dans les territoires où nous sommes implantés, notre développement s'appuie sur des filiales à taille humaine, des savoir-faire fromagers reconnus, une parfaite maîtrise des technologies de transformation du lait et sur la complémentarité de nos activités : Retail, Food Service et Ingrédients.

5^E

groupe fromager
mondial

4,9

milliards de litres
de lait achetés

7

milliards d'euros
de chiffre d'affaires

22 680

collaborateurs

Amérique du Nord

alouette



Saint
André



Amérique du Sud



Quatá



Polenguinho



Europe de l'Ouest



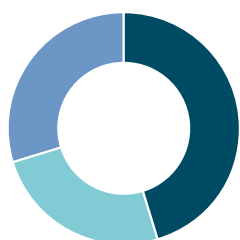
Europe Centrale & de l'Est



Afrique & Moyen-Orient

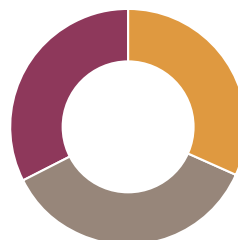


Asie & Pacifique



RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR RÉGION

- 45 % France
- 25 % Autres pays d'Europe
- 30 % Autres régions du monde

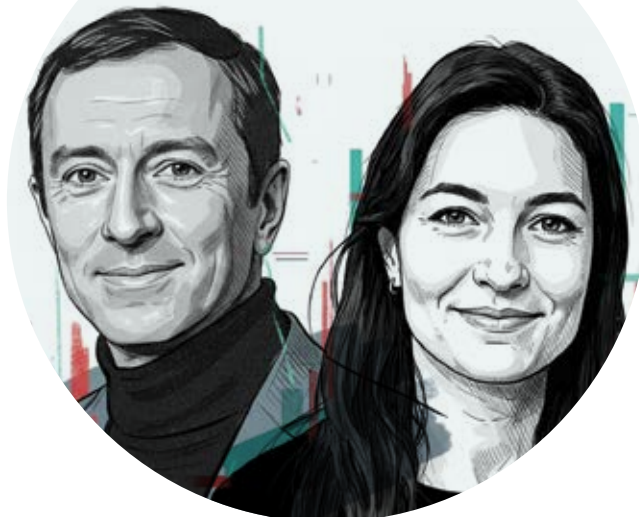


RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR RÉGION

- 32 % France
- 36 % Autres pays d'Europe
- 32 % Autres régions du monde

ENGAGÉS

pour un futur durable



Olivier Delaméa
Directeur Général
Savencia Fromage & Dairy

Laure Sartout-Siblini
Directrice RSE
Groupe Savencia

En 2025, Savencia Fromage & Dairy a su maintenir le cap malgré un contexte complexe, démontrant la résilience de son modèle de spécialités, la force de ses marques et la complémentarité de ses métiers. L'année a aussi été marquée par l'annonce interne de nouveaux engagements RSE dont l'ambition est portée par un formidable élan collectif.

Détis et résilience

Que reprenez-vous de 2025 ?

Olivier Delaméa : L'année 2025 a été caractérisée par des tensions géopolitiques exacerbées, une guerre commerciale entre grandes puissances qui impacte tant les droits de douane que les taux de change, et enfin une volatilité toujours plus forte du prix de nos matières premières. Dans ce contexte, nous avons la chance d'opérer sur des marchés qui conservent toute leur attractivité aux yeux des consommateurs, ce qui nous a permis de rester dans une dynamique positive, avec une croissance organique globale de +1,6 %. L'année a également été riche sur notre agenda extra-financier, avec l'atterrissage de notre plan Oxygen et des résultats globalement très positifs. Par ailleurs, nous avons reçu la certification Great Place To Work pour 43 filiales de Savencia Fromage & Dairy dans 14 pays, une médaille d'argent

EcoVadis, une médaille d'or Ethifinance et la validation de notre nouvelle trajectoire d'engagements SBTi (Science-Based Targets Initiative). Pour tout cela, je veux saluer l'implication et l'agilité des équipes. Avec une pensée toute particulière pour nos collaborateurs ukrainiens dont le courage a encore une fois forcé le respect.

Laure Sartout-Siblini : La réussite d'Oxygen revient à chacun de ceux qui y ont contribué, et ils sont nombreux : partout dans le monde et dans tous les métiers. Ce plan a été un souffle puissant, qui nous a portés avec force. La RSE est pour nous une évidence, une conviction profonde. Elle nous invite à une lecture long terme de notre performance, nous rappelle l'importance de penser tous les jours à demain et de construire en puisant dans nos racines, notre Culture, nos savoir-faire et notre goût de l'audace. C'est dans cet état d'esprit que nous avons renouvelé en 2025 nos engagements RSE et que nous avons élaboré un plan ambitieux pour la prochaine décennie.



Futur durable

Comment avez-vous déterminé vos nouveaux engagements RSE ?

O. D. : Nous ne voulions pas un programme à part mais intégré à la stratégie du Groupe. La RSE est constitutive de l'ADN de Savencia et de l'utilité sociale de notre entreprise. Soutenir les filières agricoles, respecter la planète et ses ressources, permettre aux femmes et aux hommes du Groupe de s'épanouir dans leur travail sont autant de défis que nous nous devons de relever : il en va de notre pérennité. Nous sommes convaincus que la RSE et la croissance de notre activité ne sont pas antinomiques, mais bien au contraire totalement liées. Cependant, pour s'assurer que nous adressions les bons sujets, nous avons pris le temps de consulter nos parties prenantes afin de savoir ce qu'elles attendaient de nous.

L. S.-S. : Le regard que les parties prenantes ont porté sur nous nous a vraiment éclairés : elles ont mis en évidence l'étendue de notre savoir-faire, la valeur de notre héritage et le défi que représente sa transmission, ainsi que la force de notre Culture et l'ancrage territorial de notre Groupe, perçus comme un point de différenciation. C'est d'ailleurs pour cette raison-là que nous avons mis au cœur de nos engagements RSE les territoires, considérant que c'est là où nos équipes et nos partenaires vivent, là où nos filiales sont implantées, là où nous agissons concrètement, là où nous avons de l'impact qui se voit et qui se vit. Chez Savencia, les territoires sont constitutifs de notre histoire, celle d'hier, d'aujourd'hui et de demain.

« La mobilisation des équipes a été déterminante dans le contexte volatil et incertain de 2025. Les filiales du Groupe ont montré leur résilience et ont su faire preuve d'adaptabilité et d'agilité pour développer notre modèle de performance globale. »

Olivier Delamée

« Nos nouveaux engagements RSE sont pleinement alignés avec la mission que notre fondateur, Jean-Noël Bongrain, nous a confiée : participer au développement économique, environnemental et social des pays qui accueillent le Groupe et servir le bien commun. »

Laure Sartout-Siblini

Performance globale

Quelle structure avez-vous donnée à vos nouveaux engagements RSE ?

L. S.-S. : Nous les avons organisés autour de quatre domaines d'impact qui définissent là où nous voulons agir de façon visible et tangible. C'est aussi sur ces quatre axes que nous allons concentrer nos efforts dans les dix prochaines années : nous nous engageons ainsi à contribuer à préserver la nature, à participer à la pérennisation des filières agricoles, à agir pour une alimentation positive et durable, et également à entretenir une culture d'Entrepreneur Responsable.

O. D. : Ces engagements ont été conçus comme une composante essentielle de la performance globale car ils apportent de la valeur à notre offre et sont clés pour la réussite de nos activités. Chaque métier en porte la responsabilité et chacun aborde dorénavant sa mission à travers ce double prisme financier et extra-financier.



Des cadres dirigeants de Savencia témoignant sur la Culture du Groupe lors d'un séminaire interne en octobre 2025.

Collectif

Quelles perspectives pour 2026 ?

O. D. : Dans un environnement toujours aussi volatil et incertain, j'ai plus que jamais confiance dans la force de notre modèle unique de spécialités et de ses marques iconiques, dans la complémentarité des activités du Groupe et dans la richesse de son maillage géographique. Nous allons en 2026 poursuivre nos efforts en matière d'amélioration permanente de la qualité et de la compétitivité de nos opérations, tout en accélérant la cadence de notre transformation digitale afin de tirer le meilleur parti de l'Intelligence Artificielle. Enfin, l'intégration de Quatá Alimentos au Brésil va venir enrichir notre portefeuille sur le marché sud-américain.

L. S.-S. : Nous savons pouvoir compter sur les collaborateurs de Savencia et sur notre culture d'Entrepreneur Responsable. Notre collectif est puissant et résilient, sachant agir en conciliant une approche à la fois court terme et plus long terme.

« Nous sommes plus de 22 000 collaborateurs mobilisés partout sur les territoires, animés par cette volonté d'Entreprendre pour bien nourrir l'Homme, et ce, de façon durable. Je suis vraiment fière de faire partie de ce collectif d'Entrepreneurs Responsables. »

Laure Sartout-Siblini



Les équipes réunies
du Food Service lors
de leur première
Convention en juin 2025.



Une nouvelle étape

2026 sera aussi une année un peu particulière, pouvez-vous nous dire pourquoi ?

O. D. : En 2025, nous avons rassemblé, au sein d'une même équipe One Food Service Premium, les expertises complémentaires de deux marques de référence mondiale : Elle & Vire Professionnel® et Valrhona. En 2026, nous allons au bout de cette dynamique. Savencia Fromage & Dairy va acquérir les activités Food Service Premium et Chocolat de Savencia Gourmet, avec l'ambition de construire l'une des références mondiales du Food Service Premium au service des professionnels de la gastronomie.

L. S.-S. : Au-delà des perspectives économiques, cette évolution majeure de notre organisation va nous permettre de faire jouer de façon encore plus approfondie les synergies qui préexistaient en matière de RSE entre les deux activités. Les défis des filières cacao et lait sont communs et s'envisagent dans des logiques de préservation et de valorisation de l'ensemble des chaînes de valeurs. C'est ce que nous sommes déterminés à faire collectivement.

« En 2026, dans la continuité de la dynamique engagée en 2025 avec la réunion de nos activités du Food Service Premium, nous unissons nos forces au sein d'un même groupe autour de deux univers d'excellence, portés par deux des plus belles marques du marché : Elle & Vire Professionnel® et Valrhona. »

Olivier Delaméa

LES FAITS MARQUANTS

de l'année 2025

Des médailles pour nos fromages

L'année 2025 a vu les fromages du Groupe Savencia à l'honneur dans les plus prestigieux concours internationaux, avec plus de 90 médailles remportées, dont de nombreuses en or.

Un bilan qui témoigne de l'excellence et de la passion de ses équipes à travers le monde.

Le Trou du Cru de la Fromagerie Berthaut s'est tout particulièrement distingué. Il est entré cette année dans le cercle très fermé du Top 12 des meilleurs fromages lors du Mondial du Fromage 2025 à Tours, une compétition durant laquelle le Groupe a remporté pas moins de 33 médailles.

Même résultat exceptionnel aux World Cheese Awards 2025, avec également 33 médailles décrochées dont 4 en or. Sans oublier les 12 médailles (dont 2 en or) du Concours Général Agricole 2025 et les 14 médailles (dont 12 en or) du Concours International de Lyon.





L'acquisition de Quatá Alimentos au Brésil

Savencia Fromage & Dairy a annoncé fin décembre 2025 la signature d'un accord en vue de l'acquisition de Quatá Alimentos. Entreprise familiale, ce fabricant de fromages et de produits laitiers brésilien s'est historiquement distingué par son exigence en matière de qualité et de tradition. Un développement qui va renforcer le portefeuille local de Savencia grâce à l'intégration de marques telles que Glória et Quatá.

Des valeurs humanistes plébiscitées

Avec 43 filiales dans le monde certifiées Great Place To Work®, dans 14 pays, Savencia Fromage & Dairy a été, cette année encore, reconnu pour sa qualité de vie au travail. Une certification qui témoigne de l'engagement quotidien des équipes pour faire de Savencia un environnement où il fait bon travailler, partout dans le monde. Great Place To Work® valorise non seulement notre culture d'entreprise, mais également la confiance, l'écoute, l'esprit d'équipe et l'innovation qui prévalent dans notre Groupe. Elle reflète enfin la mobilisation de chacun pour créer un cadre de travail épanouissant, inclusif et stimulant.



Le trophée EVE pour la décarbonation de nos flux logistiques

Entre 2019 et 2025, Savencia et ses partenaires transporteurs ont réduit de 33 % l'empreinte carbone des flux logistiques liés à la collecte du lait et du transport des co-produits entre les fromageries du Groupe. Un résultat salué par l'ADEME, qui a décerné en 2025 à Savencia Ressources Laitières un trophée EVE (Engagements Volontaires pour l'Environnement). Ce prix récompense les efforts collectifs et les actions concrètes menées, notamment l'optimisation des tournées de camions, la formation des chauffeurs à l'éco-conduite et l'utilisation des biocarburants et des énergies alternatives.

Des anniversaires marquants

Cette année encore, les marques et filiales de Savencia ont fêté leurs anniversaires, mettant en lumière leur pérennité, leur ancrage local et la passion qui anime leurs équipes.



30 ans



Branch

70 ans



Polenguiho

90 ans



Jurek

Rendez-vous en page 26 pour découvrir les 100 ans de Milkaut et Maroilles Fauquet.

NOTRE PERFORMANCE

*Vision globale
financière et extra-financière*

Savencia a poursuivi en 2025 le pilotage de sa performance en mode global, c'est-à-dire en portant une attention à la fois à ses résultats financiers et à ses résultats extra-financiers.

Des résultats financiers au service
de notre croissance rentable en 2025...

+ 1,6 %

Croissance organique.

210,5 M€

Résultat Opérationnel Courant.

25 M€

Free Cash Flow opérationnel.





... et des résultats extra-financiers
comme preuves tangibles
de nos engagements RSE :

68 %

des filiales ont soutenu
au moins une action
de solidarité
sur les territoires.

88 %

des emballages
de nos produits à marque
sont recyclables
ou biodégradables.

84 %

des fournisseurs pilotés
par la Direction Achats
ont été évalués
par EcoVadis.

313

producteurs
ont bénéficié d'au moins un
accompagnement technique
ou financier d'aide
à l'installation en France.



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

En 2025, la SBTi (Science-Based Targets initiative) a validé deux nouvelles trajectoires pour le Groupe Savencia Saveurs & Spécialités (1,5 °C à l'horizon 2035 et Net Zéro à l'horizon 2050).



Avec une médaille d'argent pour sa note de 71/100, Savencia a été placé en 2025 dans le TOP 15 % des entreprises évaluées par EcoVadis au cours des douze derniers mois.



Médaille d'or décernée à Savencia Fromage & Dairy pour ses performances en matière ESG (Environnement Social et de bonne Gouvernance) par EthiFinance pour la seconde année consécutive.



NOUS SOUTENONS
LE PACTE MONDIAL

Signataire du Pacte Mondial de l'ONU, Savencia 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, et contribue aux Objectifs de développement durable des Nations Unies.

RSE

Nos engagements RSE **RENOUVELÉS**

Fort d'une maturité acquise grâce au déploiement du plan Oxygen (2018-2025), Savencia fait le choix de placer la RSE au cœur de sa stratégie et de l'intégrer à la responsabilité des métiers. La performance d'entreprise devient performance globale, combinant à la fois des éléments financiers et extra-financiers. Nous sommes fiers d'ériger cette vision de performance comme un élément de la culture du Groupe.





2018-2025 BILAN OXYGEN

Depuis 2018, le plan Oxygen a structuré l'engagement des équipes Savencia en matière de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE). Une démarche à la fois ambitieuse et fédératrice qui a profondément transformé le Groupe.

- 24,2 %

d'émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) sur les Scopes 1 et 2 en 2025 vs 2019.

83 %

des fermes livrant Savencia ont été auditées selon la Charte pour le bien-être animal Savencia.

92 %

des produits à marque comportent un étiquetage nutritionnel à la portion.

45 %

des managers sont des femmes en 2025.

Oxygen, une inspiration qui a porté le Groupe

2025 est une année unique que nous avons pris plaisir à vivre collectivement : à la fois finir un cycle, celui d'Oxygen, le programme RSE que nous avons ouvert en 2018, et en ouvrir un autre, celui qui nous emmènera jusqu'en 2035. Oxygen a été une démarche qui a structuré nos engagements environnementaux, sociaux et sociétaux : offrir un plaisir sain et responsable, co-développer des filières agricoles durables, réduire l'empreinte environnementale et également favoriser le bien-être des collaborateurs. Ces objectifs ambitieux nous ont poussés à nous transformer et à progresser. Par ailleurs, ils nous ont conduits à structurer notre pilotage extra-financier au travers d'un set de KPIs suivis régulièrement et à faire évoluer nos reportings, notamment avec l'édition d'un Rapport de Durabilité (exigé par la CSRD depuis 2024). La fin d'année 2025 a été l'occasion de nous rendre compte du chemin accompli et de regarder les résultats avec justesse et humilité.



Notre nouvelle FEUILLE DE ROUTE RSE

Dorénavant, nous n'avons plus un programme RSE à part. La RSE s'enracine dans la stratégie d'entreprise et dans les différentes stratégies métiers. C'est un choix fort. C'est le choix de la performance globale, c'est-à-dire porter notre exigence tant à la performance financière qu'à la performance extra-financière.

Offrir des produits, services et solutions contribuant à une alimentation positive et durable

Fournir une information claire et facile d'accès aux consommateurs, chefs et clients sur nos produits, services et solutions

Proposer des emballages responsables

Accompagner le renouvellement des générations de producteurs

Fidéliser les producteurs de matières premières à notre Groupe et à nos marques

Contribuer avec les producteurs à l'évolution des modèles d'exploitation sur les territoires



Contribuer au développement des territoires où nous entretenons

Garantir la sécurité des équipes dans tous nos sites et favoriser le bien-être au travail

Promouvoir la place des femmes dans nos organisations

Promouvoir l'inclusion des personnes en situation de handicap

Cultiver nos compétences et nos savoir-faire

Préserver l'eau

Réduire les émissions de Gaz à Effet de Serre (GES)

Préserver et contribuer à la régénération de la biodiversité

Réduire les déchets

Au cœur des territoires

Les territoires sont le cœur battant de Savencia. Véritables berceaux de nos marques, c'est là où nos filiales sont implantées. C'est aussi là où nos équipes et leurs familles vivent, et où se trouvent nos clients et nos consommateurs. C'est là où nos enfants vivront demain. Les territoires sont des lieux de vérité en matière de RSE : c'est là où ce que nous faisons se vit, se voit et se prouve.



Producteurs partenaires

NOUS PARTICIPONS À LA PÉRENNISATION DES FILIÈRES AGRICOLES

Participer à la pérennisation des filières agricoles, c'est s'engager, comme nous le faisons depuis plus de 80 ans, aux côtés des producteurs de notre amont laitier, pour accompagner le renouvellement des générations et la transition vers une production laitière durable, forte et compétitive.

ACCOMPAGNER LE RENOUVELLEMENT DES GÉNÉRATIONS DE PRODUCTEURS



Marine,
Productrice de lait, France

« Savencia, sur mon installation, m'a accompagnée avec le pack "Nouvel Installé", en consolidant ma référence laitière et en l'abondant. C'est ce qui a permis de moderniser l'exploitation de façon significative. »

Une aide à l'installation pour les nouveaux producteurs

Savencia s'engage pour le renouvellement des générations de producteurs. En France, en 2025, 72 producteurs s'installant pour la première fois en production laitière avec Savencia ont bénéficié du pack « Nouvel Installé ». Ce dispositif comprend des aides financières et techniques, telles que, par exemple, des solutions de remplacement en cas de congés, ou encore un volet pédagogique sur la filière laitière, avec des visites d'usine et de laboratoire pour comprendre le chemin de l'échantillon de lait et l'importance des critères qualité.



FIDÉLISER LES PRODUCTEURS DE MATIÈRES PREMIÈRES À NOTRE GROUPE ET À NOS MARQUES

Développer et sécuriser la collecte en Amérique latine

Dans un contexte de croissance de la production laitière sur les marchés brésilien et argentin, Savencia renforce les relations avec les producteurs laitiers locaux afin d'assurer la collecte des volumes nécessaires aux besoins de ses sites. En Argentine, le Groupe entretient des relations construites sur le long terme. Une politique gagnante : en 2025, près de 80 % des producteurs argentins sont des partenaires depuis 8 à 10 ans, avec une collecte en croissance de plus de 10 % sur un an. Au Brésil, dans une dynamique de développement très forte, l'accompagnement technique des exploitations sur le terrain, via notamment l'organisation de rencontres de producteurs, renforce l'attractivité et dynamise la collecte. Celle-ci a notamment progressé de plus de 40 % en 2025 dans le pôle laitier autour du site d'Uberlândia, grâce à l'intégration d'exploitations avec une plus forte productivité.



« Au Brésil, les rencontres de producteurs organisées chaque année autour de nos sites de production contribuent à créer du lien avec une meilleure compréhension de nos enjeux mutuels et en favorisant les échanges d'expériences entre producteurs. »

Damien, Savencia Ressources Laitières

CONTRIBUER AVEC LES PRODUCTEURS À L'ÉVOLUTION DES MODÈLES D'EXPLOITATION SUR LES TERRITOIRES

Agrial : un an de partenariat

En octobre 2025, Agrial et Savencia ont fêté le premier anniversaire de l'accord visant à réduire l'empreinte environnementale du lait livré à Savencia. Au terme de cette première année, le bilan est positif : plus de 50 % des 1 300 exploitations concernées sont engagées dans la démarche à travers la réalisation d'un diagnostic et la définition de plans d'actions vers une production plus durable.



Amont laitier : réduire les émissions de méthane

Engagé dans la réduction des émissions de méthane liées à l'amont laitier, le Groupe Savencia a rejoint la Dairy Methane Action Alliance (DMAA), une initiative mondiale visant à accélérer la réduction du méthane dans le secteur laitier à travers des plans d'actions sur les chaînes d'approvisionnement.

Bien-être animal : un engagement renouvelé

Fin 2025, Savencia a réaffirmé son engagement avec une charte pour le bien-être animal renouvelée à l'horizon 2032, co-construite en collaboration avec l'ONG CIWF (Compassion in World Farming). Objectif : renforcer les bonnes pratiques d'élevages dans ses zones d'approvisionnement laitier, au niveau mondial.

Nature / Générations futures

NOUS ŒUVRONS À PRÉSERVER LA NATURE

Contribuer à préserver la nature, c'est mieux prendre en compte les limites planétaires dans nos activités, en contribuant à la préservation des ressources naturelles et en renforçant les démarches de circularité.

PRÉSERVER L'EAU



Pierre,
Armor*, France

« Depuis de nombreuses années, nous avons mis en place un programme ambitieux pour réduire nos prélèvements. La préservation de l'eau est vitale pour continuer à opérer. »

Des installations pour réduire les besoins en eau sur les sites

Soucieux de préserver les ressources hydriques, Savencia s'attache à optimiser ses besoins en eau sur ses opérations propres. Le Groupe œuvre à diminuer ses prélèvements en eau de 30 % en valeur absolue à l'horizon 2035 vs 2019. Autant d'efforts quotidiens déjà inscrits dans les routines des sites industriels. Ainsi, par exemple, Armor*, sur son site de Saint-Brice, a investi dans des installations visant à utiliser l'eau du lait, qui constitue 87 % du lait. Ce procédé a été mis en œuvre depuis plusieurs années et, en 2025, 40 % de l'eau consommée sur le site provenait de cette eau issue du lait.



RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Des forums sur la décarbonation de la logistique

En juin 2025, les Messageries Laitières, filiale spécialisée dans le transport et la logistique, et Savencia Ressources Laitières, filiale spécialisée dans l'approvisionnement laitier, ont organisé deux forums majeurs sur la décarbonation de la logistique. Ils ont réuni à eux deux une soixantaine de prestataires du transport. L'objectif ? Partager leurs retours d'expérience, échanger sur les enjeux actuels et futurs de la décarbonation, et renforcer la coopération entre tous les acteurs de la chaîne logistique pour réduire notre impact carbone.



« C'est précieux pour des transporteurs comme nous, engagés dans une trajectoire validée SBTi, de pouvoir partager des avancées avec un client historique comme les Messageries Laitières. »

Marie Mazier, Animatrice QSE, Groupe Malherbe



Sensibiliser aux enjeux climatiques

Conscient de l'impact que peuvent avoir nos actions sur l'environnement et de l'importance de l'acculturation des équipes face au changement climatique, Savencia a déjà déployé la Fresque du Climat auprès de près de 5 000 collaborateurs depuis 2022. En 2025, ce sont plus de 900 personnes qui ont suivi des ateliers dans les différentes filiales du Groupe, notamment grâce au réseau de formateurs internes, qui ne cesse de grandir chaque année. En Corée, par exemple, deux collaboratrices ont ainsi formé tous leurs collègues. Cette année, un *escape game* est venu compléter les outils mis à disposition. Baptisé « Mission Climat » et principalement destiné aux opérateurs, ce dernier vise à sensibiliser au dérèglement climatique et incite à agir concrètement.

PRÉSERVER ET CONTRIBUER À LA RÉGÉNÉRATION DE LA BIODIVERSITÉ

Agir pour la préservation des haies en Normandie

Elle & Vire participe à un programme ambitieux de préservation des haies du bocage normand, aux côtés de six éleveurs partenaires de la laiterie de Condé-sur-Vire. Ce projet vise à soutenir la plantation et la gestion durable de plus de 300 km de haies en Normandie d'ici à 2032. Cette initiative, en collaboration avec Symbiose Normandie, contribue à la préservation et à l'amélioration de la biodiversité dans les zones d'élevages.





Équipes / Partenaires locaux

NOUS ENTRETENONS UNE CULTURE D'ENTREPRENEUR RESPONSABLE

Entretenir une culture d'Entrepreneur Responsable, c'est faire vivre nos savoir-faire, notre recherche d'excellence et notre manière d'opérer, dans la confiance et sur le long terme, avec nos collaborateurs et nos partenaires locaux.

CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES OÙ NOUS ENTREPRENONS



Kanika,
Savencia Fromage & Dairy India

« Nous sommes des Entrepreneurs Responsables. Nous agissons avec le même dévouement que si c'était notre propre entreprise, dans les domaines qui nous sont confiés. »

Favoriser l'engagement solidaire des collaborateurs

En 2025, le Groupe a lancé son programme d'engagement solidaire, Savencia Solidarity, qui permet aux collaborateurs de participer, en France, sur leur temps de travail, à des missions répondant aux besoins des associations locales. Des salariés ont ainsi pu participer à la Collecte Nationale des Banques Alimentaires, contribuant à recueillir l'équivalent de 19,4 millions de repas. D'autres collaborateurs, formés par l'association Sapere, sont intervenus dans des écoles et des centres de loisirs, où ils ont animé tout au long de l'année des ateliers du goût pour que les enfants apprennent à porter un regard nouveau sur leur assiette. Enfin, des salariés d'Illoud, en partenariat avec le Réseau Étincelle, ont accompagné dix jeunes afin de contribuer à leur orientation et à leur insertion socio-professionnelle.





GARANTIR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES ÉQUIPES DANS TOUS NOS SITES ET FAVORISER LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Douzième édition du Challenge Sécurité entre nos filiales

Tout au long de l'année, Savencia agit, sur chacun de ses sites, pour renforcer la culture de la sécurité. Parmi les actions menées en 2025, le 12^e Challenge Santé Sécurité au Travail a mis en lumière des ateliers réalisés par les filiales. Les collaborateurs ont répondu présents avec 57 sites participants dans 19 pays. Le trophée a été décerné à CF&R Ducey pour son *escape game* pédagogique, suivi de Fro'Reparsac et son Trivial Pursuit, ainsi que de Savencia Argentine. À noter le Prix spécial du jury attribué à BSI Tianjin pour la mobilisation de ses équipes.



Onze nouveaux projets soutenus par le Fonds Bien Nourrir l'Homme

Depuis seize ans, le Fonds de dotation Bien Nourrir l'Homme soutient des projets d'associations parrainés par les collaborateurs, visant à favoriser un accès pérenne et autonome à une alimentation suffisante et de qualité. En 2025, onze initiatives ont été retenues, dont six en France et cinq à l'international : formations en agroécologie ou en cuisine, jardins maraîchers, épiceries solidaires... Autant de projets sélectionnés par un comité composé de neuf collaborateurs volontaires, engagés et issus de diverses filiales. Chaque membre apporte son expertise, garantissant la pertinence et l'impact des initiatives choisies.

« Le programme Women Mentoring est une preuve de confiance et de reconnaissance de la part du Groupe. Les échanges personnalisés et la prise de hauteur apportée par les mentors permettent de décaler son regard, au-delà des enjeux business du quotidien. »

Pauline, BSI Chine

PROMOUVOIR LA PLACE DES FEMMES DANS NOS ORGANISATIONS

Mentorat au féminin : un programme ambitieux

Soucieux de favoriser la diversité femme/homme au plus haut niveau, Savencia a mis en place un programme de mentorat international qui accompagne les talents féminins dans leur évolution de carrière et leur préparation à la prise de responsabilités. En 2025, dix collaboratrices ont ainsi été sélectionnées dans différents pays. Elles ont chacune bénéficié de dix sessions d'échange avec un mentor, membre du Comité Exécutif de Savencia.



FAVORISER L'INCLUSION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

DuoDay : changer le regard sur le handicap

Chaque année, dans le cadre de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, de nombreuses filiales participent au DuoDay, une journée de stage découverte en entreprise pour toutes personnes en situation de handicap. Cinquante-cinq duos ont ainsi été formés, comme à la Fromagerie des Chaumes ou encore chez Fromarsac. Des animations qui permettent de sensibiliser les collaborateurs et de rencontrer des travailleurs en situation de handicap.



Clients / Consommateurs

NOUS AGISSONS POUR UNE ALIMENTATION POSITIVE ET DURABLE

Agir pour une alimentation positive et durable, c'est offrir des produits, des services et des solutions uniques qui intègrent des dimensions essentielles : plaisir, nutrition, *clean label* et emballages responsables.

OFFRIR DES PRODUITS, SERVICES ET SOLUTIONS
CONTRIBUANT À UNE ALIMENTATION POSITIVE ET DURABLE



Fabiola,
Elle & Vire, France

« Proposer un portefeuille produits Positive Food, n'est pas une contrainte. Au contraire, c'est une opportunité de faire mieux, d'apporter plus de valeur et de satisfaction partagée. »

Positive Food : promouvoir une alimentation saine et diversifiée

Savencia entend concilier plaisir, santé et durabilité. C'est ce que nous appelons une alimentation positive et durable, incarnée par notre vision Positive Food. Nous valorisons et soutenons un modèle alimentaire diversifié et voulons faire progresser notre portefeuille de produits à marques dans cette direction. D'ici fin 2026, nous aurons élaboré un outil interne de *scoring*, baptisé Positive Food Index. Cet outil multidimensionnel permettra d'évaluer et de mesurer nos progrès sous ces différents aspects.





Améliorer encore la qualité nutritionnelle de nos recettes

En 2025, nous avons poursuivi notre démarche d'amélioration continue du portefeuille de marques. Dans ce cadre, plusieurs plans de progrès visant à simplifier la liste des ingrédients des produits et à améliorer leur qualité nutritionnelle ont été menés au sein des filiales.

La teneur en sucre des produits de la marque Pribináček, sur sa gamme Smetanový, a été réduite de 3 % en 2025. Depuis 2023, sur cette gamme, la réduction s'élève à 23 %, résultat d'un travail mené année après année et en plusieurs étapes.

« En réduisant la teneur en sucre de ses recettes pour créer des desserts plus responsables, tant pour les enfants que pour les adultes, Pribináček vise à terme à challenger l'ensemble du marché. »

Miroslava, Savencia Fromage & Dairy Czech Republic

FOURNIR UNE INFORMATION CLAIRE ET FACILE D'ACCÈS SUR NOS PRODUITS, SERVICES ET SOLUTIONS

Généraliser l'étiquetage nutritionnel à la portion

Accompagner les consommateurs vers des comportements plus raisonnés : c'est l'un des objectifs de Savencia, acteur engagé dans la transition alimentaire. À ce titre, la taille des portions constitue un levier efficace pour construire une alimentation équilibrée et diversifiée. C'est pourquoi le Groupe vise à ce que ses produits vendus en grande distribution comportent un étiquetage nutritionnel à la portion. Objectif : fournir au consommateur une meilleure compréhension des apports nutritionnels et inciter ainsi à une consommation juste. Fin 2025, 92 % de nos produits portaient déjà cet étiquetage.

PROPOSER DES EMBALLAGES RESPONSABLES



Des nouveaux packs plus durables

Aller vers des emballages toujours plus écoresponsables : cette démarche a continué d'animer les marques du Groupe en 2025. Les beurriers Elle & Vire, Arias et Balade ont, depuis janvier 2026, de nouveaux packs reconçus pour réduire leur consommation de plastique, tout en maintenant leurs propriétés fonctionnelles, avec à la clé une économie estimée à 170 tonnes pour 2026. Autre exemple : St Môret a remplacé ses barquettes en complexe polystyrène-papier par de nouvelles barquettes mono-matériau en polypropylène. Résultat ? Une diminution de 20 % en moyenne par format, soit une réduction totale de 410 tonnes depuis le lancement du projet en 2023.

ACTIVITÉS

Nos activités

DANS LE MOND

Dans un environnement économique mondial plus incertain et plus instable, Savencia Fromage & Dairy a fait preuve de résilience en 2025, avec une croissance organique globale de +1,6 %. Une robustesse due à la complémentarité des trois métiers du Groupe : Retail, Food Service, Ingrédients et Solutions Nutritionnelles, ainsi qu'à son empreinte internationale et au dynamisme de ses marques locales puissantes. Sa capacité à anticiper et à proposer chaque jour des produits et services innovants et différenciants, répondant aux attentes de ses clients sur des marchés concurrentiels, mais en croissance, est la clé de son succès.



E





Activité Fromage

RETAIL

S'engager pour un futur durable, c'est aussi proposer un portefeuille de produits uniques qui traversent les générations et captent les nouveaux usages, tout en restant ancrés dans les cultures locales. En s'appuyant sur la force de ses marques patrimoniales, et en développant des partenariats avec ses clients, Savencia a su poursuivre son développement à l'international et gagner le cœur et la confiance des consommateurs, avec des spécialités uniques de très haute qualité.



Valérie Hernando Presse,
Directrice de la Croissance Durable

Comment décrire le marché du fromage en 2025 ?

Le marché mondial du fromage continue d'être porté par une dynamique exceptionnelle, dans toutes les régions du monde, grâce à un produit à la fois plaisir et perçu comme sain. Partout, les gens adorent le fromage ! Et les usages se diversifient, notamment en cœur de repas, moment partagé où le fromage servi chaud devient le « héros » du plat. Le *snacking* est également une tendance forte qui ne cesse de se développer.

Quelles sont les forces de Savencia dans ce contexte ?

Nous avons la chance d'avoir partout un portefeuille de produits uniques, avec des marques patrimoniales aux recettes historiques, incopiables, qui traversent les âges et les pays. Nous savons aussi très bien adapter nos produits aux usages et préférences locales, mais aussi les déployer sous différentes marques, selon les marchés. C'est une grande force de notre Groupe.

Le plus beau succès de 2025 ?

Sans conteste, la campagne virale Caprice des Dieux pané, qui montre la puissance des nouveaux modèles de communication en digital, mais aussi la force de nos marques : Caprice des Dieux est une vraie *love brand*.



LA FORCE DE NOS MARQUES PATRIMONIALES

Des centenaires emblématiques

Deux centenaires ont été célébrés en 2025 au sein de Savencia : en Argentine, c'est Milkaut, marque chargée d'histoire et chère au cœur des consommateurs grâce à ses produits laitiers gourmands, qui a soufflé ses cent bougies, tandis qu'en France, l'iconique Maroilles Fauquet, produit par Les Fromagers de Thiérache du Novion, passait aussi ce cap symbolique. Enfin, Papillon a profité des cent ans de l'AOP Roquefort pour célébrer, avec le reste de la ville de Roquefort-sur-Soulzon, son savoir-faire ancestral et l'excellence de ses fromages d'exception reconnus par les plus fins connaisseurs.



LE DYNAMISME DE NOS MARQUES DE SPÉCIALITÉS



St Môret, historique et moderne à la fois

Lancée en 1977, St Môret reste aujourd'hui la pâte fraîche nature la plus consommée en France. Son secret ? Avoir su s'adapter, année après année, aux nouveaux usages alimentaires, mais aussi à toutes les envies grâce à des formats diversifiés : de 20 g à 500 g. Sans oublier le travail des équipes commerciales sur le terrain, comme avec les mini-boutiques mises en place en 2025 dans plus d'un millier de points de vente et qui ont contribué fortement à la performance de la marque cette année.



Le Caprice des Dieux pané, star des réseaux !

Le Caprice des Dieux pané s'est imposé comme la recette virale de 2025, avec près de 32 millions de vues sur TikTok. Cette *success story* s'inscrit dans la tendance forte du *food content* gourmand, où les jeunes générations plébiscitent les recettes simples, croustillantes, réconfortantes et visuellement irrésistibles. Une mode portée par l'esthétique du fromage fondant et l'attrait croissant pour les aliments frits. Un engouement qui renforce la modernité de la marque, tout en mettant sur le devant de la scène cette spécialité iconique de Savencia.

Cœur de Lion : des tranches au top

Les tranches crémeuses Cœur de Lion, innovation lancée en avril 2025, en France, ont rapidement conquis les consommateurs et viennent d'être élues Produit de l'année début 2026, preuve de la capacité de la marque à répondre aux nouvelles attentes. Cette idée, née d'un autre produit commercialisé en Allemagne, a été adaptée pour le marché français et constitue un bel exemple de déclinaison du modèle de spécialité Savencia.



Succès de nos fromages à l'Est

En Serbie, les parts de marché sont en hausse pour la troisième année consécutive, avec notamment le succès du Biser Kačkavalj, un fromage jaune et délicieusement fondant. Un résultat dû au relancement de la marque Biser avec une campagne de publicité après plus de 10 ans d'absence. Quant au marché tchèque, en 2025, il a plébiscité les pâtes molles Král Sýrů et a fait un excellent accueil à la toute nouvelle mousse choco de Pribináček.



Coup de projecteur sur Saint Albray et Saint Agur

À presque 50 ans, Saint Albray s'offre un nouveau film publicitaire teinté d'émotion et d'humour subtil. Même actualité pour Saint Agur, né pour sa part en 1988, dont le nouveau spot plonge le public au cœur des Monts du Velay.



Le marché suisse séduit par nos fromages

Fait marquant dans un pays acquis à la tradition des pâtes pressées, Savencia se distingue en Suisse grâce à la force de ses fromages de spécialités : Caprice des Dieux ou encore Tartare. En 2025, alors que le fromage de chèvre n'était pas une catégorie très développée en Suisse, Chavroux a su capter l'attention des consommateurs, avec une campagne de communication adaptée à ses différents marchés, romand et alémanique. La marque devient ainsi un moteur de croissance pour la catégorie chèvre des pâtes fraîches, en Suisse, une réussite pour Chavroux, qui vient de fêter ses 40 ans.



RETAIL

DES PRODUITS QUI RÉPONDENT AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Le fromage en cœur de repas

Dans tous les pays, les modes de consommation du fromage ont évolué. Il se déguste désormais aussi en cœur de repas, à la plancha, au barbecue ou encore au four. Pour répondre à cette tendance forte, nos marques historiques ont su proposer de nouveaux usages, avec de belles innovations. Au Brésil, Campo Lindo propose désormais un brie spécialement conçu pour être cuit au four ou dans un appareil « Airfryer » directement avec son emballage, tandis que Polenghi a créé des sticks de fromage à tremper dans du miel ou différentes sauces. En Espagne, Burgo de Arias a vu les ventes de son mythique fromage frais fortement augmenter, après avoir suggéré aux consommateurs de le préparer à la plancha. Enfin, en France, la raclette RichesMonts, qui a fait partie des pionniers de cette tendance, reste au sommet de la convivialité avec ses spécialités montagnardes à faire fondre et à partager.



Le mythique Burgo de Arias se cuisine désormais aussi à la plancha.

LE RUSTIQUE



Avec l'essor du fromage dégusté en cœur de repas, le camembert se savoure désormais volontiers au four et l'incontournable raclette, continue de culminer comme plat préféré des Français.



Le patrimoine français au goût du jour avec ILE DE FRANCE

Avec sa marque internationale ILE DE FRANCE, Savencia propose aux consommateurs du monde entier de découvrir l'art de vivre à la française, à travers sa gamme de fromages premium fabriqués en France. L'offre, qui s'est construite autour de références comme le brie ou le camembert, continue de s'enrichir en adaptant les fromages traditionnels aux goûts et aux usages locaux : une stratégie gagnante puisque la marque a doublé ses ventes depuis 2018.

ILE DE FRANCE se positionne également sur le marché prometteur du *snacking*, avec ses Mini Bries, reportionnés en version bouchées et véritables succès au Japon, en Corée et en Chine. De nouveaux formats ou aromatisations comme le Mini Camembert et le Mini Brie au poivre ont été lancés en 2025. Toujours sur ce segment, la marque a été précurseur avec ses Mini Shells, de gourmandes bouchées de fromage frais avec des parfums fruités et sucrés (fraise, myrtille), qui continuent de régaler les familles asiatiques.



LA TRADITION FROMAGÈRE À L'HONNEUR



Plus que jamais au service des savoir-faire fromagers français, des AOP et des terroirs, Savencia a continué, en 2025, à consolider son positionnement sur la distribution de fromages à la coupe dans le circuit des fromagers crémiers. L'intégration réussie de la société Ugalait, distributeur de fromages haut de gamme, renforce, notre activité de grossiste à Rungis. La Haute Fromagerie, qui promeut et distribue des fromages de terroir dans différents pays, propose notamment ses Visiopack®, des plateaux de fromages raffinés prêts à déguster, au Royaume-Uni. Lancée en juin 2025, sa sélection de fromages britanniques y a déjà séduit les amateurs. Toujours outre-Manche, Savencia a signé un accord avec la société Pong Cheese Ltd, afin de compléter la présence du Groupe dans les circuits de distribution traditionnels avec un canal e-commerce dédié et performant. Enfin, véritables ambassadeurs de l'excellence de Savencia dans le monde, nos experts fromagers ont réalisé, en 2025, des buffets de fromages remarquables sur nos stands dans les plus grands salons internationaux, à l'image du Gulfood de Dubaï et pour des événements internes majeurs.



Activité Autres Produits Laitiers

FOOD SERVICE PREMIUM

En 2025, Savencia a renforcé son offre dédiée autour du Food Service Premium pour devenir un acteur de référence à l'international, avec l'ambition d'incarner une réponse concrète aux attentes d'une gastronomie juste et durable.



Eric Marchisio,
Directeur Général Food Service Premium

Quelle ambition sert le Food Service Premium ?

Nous rassemblons désormais au sein d'une même structure dédiée les expertises complémentaires de notre pôle produits laitiers et de notre activité chocolat. Nous affichons clairement notre volonté de contribuer à construire la gastronomie de demain, avec deux marques phares du Food Service Premium que sont Elle & Vire Professionnel® et Valrhona. Forts des succès avec Bake Plus en Corée ou Sinodis en Chine, nous souhaitons capitaliser sur la puissance collective du Groupe et sur la singularité de chaque Maison, afin d'innover et de créer toujours plus de valeur pour nos clients à l'échelle internationale.

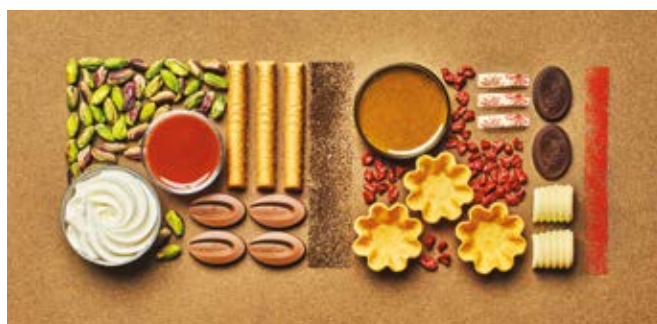
En quoi peut-on parler de complémentarité entre les activités ?

En renforçant les synergies sur les trois marchés que sont le chocolat, les produits laitiers et les ingrédients, nous couvrons l'ensemble de la chaîne de valeur du Food Service Premium (chefs, professionnels de la gastronomie, pâtisseries, chocolatiers, etc.). Mais il s'agit aussi d'une complémentarité de marques : crèmes et beurres Elle & Vire, Corman et Lescure ; chocolat Valrhona,

Weiss et Republica del Cacao ; enfin, ingrédients, avec les fonds de sauce Salsus, les texturants Sosa, la vanille Norohy ou la gamme de purées de fruits Adamance. Soit un portefeuille d'offres cohérent et riche, adapté aux usages professionnels et construit autour d'une vision partagée de la créativité culinaire, du soutien aux filières et du respect des ressources. La complémentarité est également géographique, avec une couverture internationale renforcée sur les marchés clés du Food Service et avec des expertises locales en Europe, aux Amériques, en Asie et au Moyen-Orient. Sans oublier la proximité client, distributeurs ou utilisateurs, entretenue au quotidien par des équipes de terrain passionnées dans le monde entier.

Concrètement, quels bénéfices pour vos clients ?

Pour commencer, nos clients vont y gagner une meilleure lisibilité de notre offre. Ensuite, cette nouvelle organisation nous permet de leur proposer encore plus de solutions croisées, avec en prime une expertise transversale pour les accompagner dans leur stratégie d'innovation. En effet, nos marques seront plus que jamais à même de les aider à faire évoluer leurs métiers respectifs, en mobilisant une palette inédite de savoir-faire. Collaborateurs, chefs partenaires, formateurs : l'ensemble des professionnels Savencia ont la gastronomie au cœur et c'est aussi ce qui fait notre différence.



NOTRE NOUVELLE OFFRE AU SERVICE DE LA GASTRONOMIE DE DEMAIN



Elle & Vire et Valrhona en duo

Elle & Vire Professionnel® et Valrhona officient désormais de concert, y compris sur les salons, à l'image du dernier Sirha Bake & Snack, où les deux marques ont sponsorisé conjointement la Sélection Europe de la Coupe du Monde de la Pâtisserie dont Valrhona est membre fondateur.



Une nouvelle organisation au Moyen-Orient

Depuis 2025, les équipes Savencia chargées du développement des marques sur le segment Food Service Premium au Moyen-Orient œuvrent ensemble, soit une trentaine de collaborateurs issus de différents métiers.



Bake Plus, l'expertise boulangère en Corée

Faire connaître et adopter le portefeuille de marques de Savencia Fromage & Dairy, Elle & Vire Professionnel®, Lescure, Corman... pour inspirer les boulangers et pâtisseries en Corée : c'est déjà le rôle de Bake Plus, distributeur et filiale du Groupe depuis 2018. En 2025, les équipes ont été plus loin et ont travaillé pour la première fois des recettes spéciales avec des produits Valrhona et Adamance lors d'un atelier FIKA (pause-café à la suédoise), dans le Lab Séoul, dédié aux chefs coréens.



Salsus, l'offre premium pour les chefs

En 2025, Savencia a complété son offre Food Service Premium à travers sa collaboration avec Salsus, qui propose une gamme réservée aux chefs et adaptée à leurs usages spécifiques : bouillons (volaille, légumes...), bouillons corsés (langoustine, homard...) et sauces (hollandaise...).

FOOD SERVICE PREMIUM

LE RAYONNEMENT DE NOS MARQUES PROFESSIONNELLES À L'INTERNATIONAL

Nos chefs ambassadeurs dans les plus grands salons

Si l'année 2025 a commencé en beauté avec une participation exceptionnelle des chefs de la Maison de l'Excellence Savencia® et des équipes au Sirha de Lyon, ils ont ensuite, tout au long de l'année, mis leur expertise au service des produits, notamment les crèmes et les beurres techniques des marques Elle & Vire Professionnel®, Lescure, Corman... Ainsi, ils ont porté haut les couleurs de la gastronomie française à l'occasion des plus grands événements internationaux : l'AAHAR (International Food & Hospitality Fair) en Inde, au Gulfood 2025 aux Émirats arabes unis, à la Seoul Bakery Fair en Corée... À Shanghai, lors du salon Bakery China 2025, le stand Sinodis, filiale de distribution auprès des professionnels de la boulangerie-pâtisserie et de la gastronomie en Chine, a fait forte impression en présentant toute la palette des marques et des produits du Food Service Premium de Savencia.



Des lieux d'inspiration pour les chefs

De Pékin à Séoul, Savencia séduit les professionnels de la gastronomie avec ses « labs » ou studios. Leur vocation : les accompagner dans l'appropriation des produits, cultiver l'inspiration et ainsi fédérer une communauté locale de professionnels. À ce titre, ils accueillent des chefs, boulangers et pâtisseries de tous horizons, qu'ils soient partenaires d'une marque comme Elle & Vire Professionnel®, mais aussi des MOF (Meilleurs Ouvriers de France) et des chefs emblématiques. En Chine, après Pékin, Shanghai et Shenzhen, le Groupe a inauguré en avril 2025 un nouveau Chef Studio à Chengdu.



Des crèmes de premier plan

En mai 2025, Corman a lancé avec succès sa Crème Corman 38 %, la première produite localement sous cette marque pour le marché chinois. Une innovation technique rapidement suivie, au début de l'année 2026, du lancement de la Crème Corman 36 %. Toujours pour répondre à la demande des consommateurs chinois, qui raffolent des gâteaux à la crème, Elle & Vire Professionnel® a également lancé en mai 2025 sa Crème Finesse 25 % MG, une crème à foisonner légère unique.



Les jeunes chefs à l'honneur

Transmission et créativité : avec le programme Young Chefs Competition, Elle & Vire Professionnel® organise des concours où les jeunes chefs sont invités à partager leur talent pour sublimer les crèmes de la marque. À la clé pour les gagnants cette année : un trophée, mais aussi l'opportunité de suivre une formation internationale à la Maison de l'Excellence Savencia®. En Malaisie, le concours 2025 a recueilli 57 inscriptions et a distingué 3 chefs.

FOOD SERVICE SOLUTIONS

SUCCÈS TOUJOURS CONFIRMÉ POUR LES SOLUTIONS SUR MESURE

Partout dans le monde, Savencia propose des solutions sur mesure à ses clients LSR (Limited Service Restauration), parmi lesquels de nombreux *leaders* de la restauration rapide.

- **En Europe** : RichesMonts accompagne ses clients majeurs de la restauration rapide avec des spécialités fromagères exclusives destinées à leurs recettes éphémères, dans le cadre d'opérations commerciales hivernales.
- **Au Brésil** : en 2025, cette activité a maintenu une croissance solide, avec plusieurs lancements innovants de la marque Polenghi Professional destinés aux marchés du burger, de la pizza et de la boulangerie.
- **En Inde** : toujours innovantes dans le cadre d'un partenariat qui dure depuis 18 ans, les équipes ont mis au point, pour une chaîne de pizzeria *leader*, un fromage liquide exclusif à placer au cœur de la pizza pour un effet volcan. Un plébiscite confirmé en 2025.



Activité Autres Produits Laitiers

INGRÉDIENTS

L'année 2025 a été marquée par la croissance soutenue de nos activités ingrédients laitiers dans le monde. Porté par la tendance mondiale de l'alimentation santé, Savencia se positionne encore davantage comme un fournisseur clé de solutions personnalisées, à haute valeur ajoutée, pour ses clients spécialisés en nutrition, avec une forte demande en Asie et aux États-Unis.



Soline, Armor Protéines, France

Comment expliquer la croissance continue des ingrédients nutritionnels ?

Les formulations nutritionnelles sont plus que jamais au cœur des grandes tendances de consommation, avec une recherche croissante de produits adaptés aux différents besoins du quotidien (protéines, matières grasses, mix de minéraux) qui viennent soutenir l'énergie, l'hydratation, la cognition ou encore la prise de masse musculaire. Et ce, pour des publics aussi variés tels que les bébés, les seniors ou les sportifs.

Dans ce contexte, quelles solutions propose Armor Protéines ?

Les ingrédients laitiers sont aujourd'hui clés pour de nombreuses applications nutritionnelles. Grâce à son portefeuille diversifié, Armor Protéines est en mesure de répondre aux nouvelles attentes des industriels du monde entier, avec des produits fabriqués dans les conditions les plus exigeantes en termes de qualité, de sécurité et d'hygiène, ainsi qu'une large gamme de fonctionnalités permettant la réalisation de boissons ou barres protéinées aux solutions de nutrition médicale.

Nutrition hyper-protéinée : une tendance majeure

La lutte contre l'obésité et la montée en puissance des médicaments dédiés constituent des moteurs puissants pour le marché mondial de la nutrition hyper-protéinée. En effet, ces nouveaux traitements nécessitent de consommer plus de protéines et de minéraux pour soutenir le maintien de la masse musculaire et de la densité osseuse. Si la tendance a démarré il y a quelques années aux États-Unis, elle gagne aujourd'hui le monde entier, et plus particulièrement la Chine et l'Inde. Dans ce contexte, du fait de son expertise historique et de son positionnement, Savencia, avec sa filiale Armor Protéines, constitue un partenaire référent et de confiance pour les industriels désireux d'ajuster leurs formules afin de se conformer aux exigences de certains régimes.



Une offre nutritionnelle développée chez Corman

Avec Corman, les matières grasses révèlent tout leur potentiel grâce aux technologies d'extraction et de fractionnement développées par l'entreprise. La nouvelle gamme Nutrifats propose, depuis 2025, des matières grasses spécifiques, riches notamment en triglycérides particuliers ou en lipides polaires, qui permettent de soutenir la santé de publics extrêmement diversifiés, des enfants aux seniors. Le « plus » Corman ? Sa capacité à réaliser des assemblages pointus de matières grasses laitières et végétales, afin de s'adapter à des profils nutritionnels précis. Une aptitude qui fait de l'entreprise un allié précieux pour les grands industriels de la nutrition.



« C'est un véritable exploit de pouvoir incorporer la lactoferrine⁽¹⁾ dans une formule infantile. Et cette innovation, c'est Modilac qui la propose à tous les bébés nourris au biberon. »

Dr Marc Bellaïche, Pédiatre et spécialiste en gastro-entérologie et nutrition de l'enfant à l'Hôpital Américain de Paris

Laboratoire Modilac : la haute qualité au service de l'excellence nutritionnelle infantile

Laboratoire Modilac fait une nouvelle fois la différence en France grâce notamment à ses solutions nutritionnelles innovantes à forte valeur ajoutée qui contribuent à la santé des bébés et à la sérénité des parents. En effet, les formules infantiles Laboratoire Modilac, fabriquées à partir de lait 100 % normand, sont les premières et les seules en France à être enrichies en lactoferrine⁽¹⁾.

Et, parce que prendre soin des bébés, c'est aussi préserver le monde dans lequel ils vont grandir, Laboratoire Modilac s'engage concrètement à mener des actions solidaires et à réduire le gaspillage alimentaire, comme faire appel à la solution de recyclage « ELISE », participant ainsi à la création d'emplois pour des personnes en situation de handicap. Laboratoire Modilac s'associe également à Comerso⁽²⁾, une marque qui redistribue à des familles en situation de précarité alimentaire des boîtes de lait infantile à date de durabilité minimale (DDM) courte.

LABORATOIRE **modilac**
Depuis 1964

Au plus proche de ma nature

1^{ères} & seules formules enrichies en Lactoferrine*

Lactoferrine[®], 2^{ème} protéine du lait maternel

Fabriqué en France

Sans huile de palme

*Lactoferrine d'origine bovine.
Avis important : le lait maternel est l'aliment idéal et naturel du nourrisson et de l'enfant en bas âge. Modilac Actigest 1Ea peut nécessiter l'utilisation d'une tétine adaptée.

EN PLUS DU LAIT, L'EAU EST LA SEULE BOISSON INDISPENSABLE.
WWW.MANGERBOUGER.FR

(1) 2^e protéine du lait maternel - lactoferrine d'origine bovine

(2) Comerso, société à mission labellisée B Corp™, propose des solutions de valorisation des invendus aux entreprises pour réduire le gaspillage alimentaire.



Résultats et

GOUVERNANCE

P. 37 - CHIFFRES CLÉS 2025

P. 38 - LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

P. 39 - ORGANIGRAMME JURIDIQUE CONSOLIDÉ

P. 40 - 2025 EN BOURSE

P. 41 - ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

P. 42 - BILAN CONSOLIDÉ

P. 43 - TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ

P. 44 - MODÈLE D'AFFAIRES

CHIFFRES CLÉS

2025



Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires 2025 est en recul de -2,6 % par rapport à l'exercice précédent pour atteindre 6 956,6 millions d'euros. La croissance organique est néanmoins résiliente à +1,6 %. L'effet de structure de +0,1 % provient de l'intégration d'Ugalait SAS au 1^{er} juillet 2024. L'effet cumulé de change et d'hyperinflation est défavorable de -4,3 %.

Chiffre d'affaires
En millions d'euros



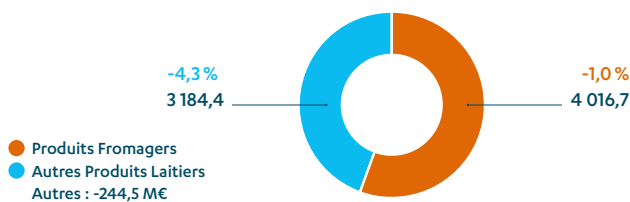
Chiffre d'affaires 2025 et variation 2025-2024

PAR ACTIVITÉ

Les Produits Fromagers représentent 57,7 % du chiffre d'affaires consolidé. Le chiffre d'affaires est en recul de -1 %. À taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires des Produits Fromagers est stable. Ce résultat est la traduction d'une baisse des volumes liée à un contexte de consommation toujours fragile, notamment en France et en Europe, ainsi que par la hausse des prix dans un contexte inflationniste.

Les Autres Produits Laitiers représentent 45,8 % du chiffre d'affaires consolidé, en baisse de -4,3 %, dont une croissance organique de +3,8 %. Cette progression s'explique par une dynamique positive sur les marchés internationaux et le développement des ingrédients de spécialité.

Chiffre d'affaires 2025 et variation 2025-2024
Par activité et en millions d'euros



Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant est en baisse de -9,4 % avec un effet de périmètre de +0,1 % et un effet de change négatif de -7,1 %.

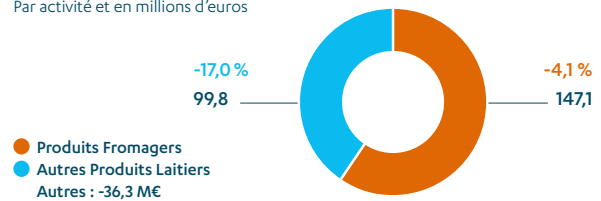
Résultat opérationnel courant
En millions d'euros
et marge opérationnelle en % des ventes nettes



Résultat opérationnel courant 2025 et variation 2025-2024

Le résultat opérationnel courant des Produits Fromagers est en retrait de -4,1 %. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 3,8 % en 2024 à 3,7 % en 2025. Une équation laitière défavorable et la baisse des volumes partiellement compensées par la maîtrise des coûts et les efforts de productivité impactent la performance de ce secteur. Le résultat opérationnel courant des Autres Produits Laitiers est en baisse de -17 %. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 3,6 % en 2024 à 3,1 % en 2025. Malgré le développement du mix Ingrédients, l'activité Retail est pénalisée par le ralentissement de la consommation et l'inflation des prix matières (lait et matières grasses). Par ailleurs, la baisse soudaine et forte des cotations sur le second semestre a pénalisé la rentabilité sur la fin d'année.

Résultat opérationnel courant 2025 et variation 2025-2024
Par activité et en millions d'euros



Résultat net part du Groupe

Le résultat net part du Groupe est en baisse de -30,2 %. Les charges non récurrentes sont en hausse de +20,1 millions d'euros et sont impactées notamment par des charges de réorganisation, des dépréciations d'actifs et des frais liés aux litiges en cours. Les charges financières sont en hausse de +5,1 millions d'euros principalement liée à l'impact négatif des protections de taux d'intérêt. Le résultat sur situation monétaire évolue de +9,6 millions 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 est en hausse de +1,6 million d'euros. L'impôt sur les sociétés s'accroît de +1,1 million d'euros. Le résultat de l'exercice revenant aux participations ne conférant pas le contrôle baisse de -4,6 millions d'euros.

Résultat net part du Groupe
En millions d'euros



Investissements

Les investissements corporels et incorporels s'élèvent à 254,4 millions d'euros en progression de +2,5 %. Le développement externe comprend la prise de contrôle de Flaveuria AS et ses filiales norvégiennes A la Carte Produkter AS et Salsus AS ainsi que l'acquisition de la société britannique Pong Cheese Ltd.

Endettement net sur fonds propres

La dette financière nette s'établit à 415,5 millions d'euros en hausse de +68,8 millions d'euros. Les fonds propres varient de -49,2 millions d'euros par rapport à 2024.

En pourcentage



LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

1. Le Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé de 16 administrateurs et d'un censeur. Leur mandat est d'un an renouvelable. À la date du 31 décembre 2025, 8 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, Veronica VARGAS,
Xavier GOVARE, François WOLFOVSKI
Arnold GIRARD, Secrétaire

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, Sophie DE ROUX, Xavier CRUSE,
Ignacio OSBORNE
Laurent MAREMBAUD, Secrétaire

Le Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Il comprend au moins trois membres du Conseil d'Administration. Il a pour missions 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

Malika HAIMEUR, Présidente
Armand BONGRAIN, Anne-Marie CAMBOURIEU, Xavier GOVARE,
Christian MOUILLON, Robert ROEDER
Laure SARTOUT-SIBLINI, Secrétaire

2. Composition du Conseil d'Administration

Alex BONGRAIN

Président du Conseil d'Administration

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
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Clare CHATFIELD

Administratrice indépendante
Présidente du Comité de Management et des Rémunérations

Philippe GORCE

Administrateur représentant les salariés actionnaires

Xavier GOVARE

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

Malika HAIMEUR

Administratrice indépendante
Présidente du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Martine LIAUTAUD

Administratrice
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Annette MESSEMER

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

Robert ROEDER

Administrateur indépendant
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Sophie DE ROUX

Administratrice
Membre du Comité de Management et des Rémunérations

Veronica VARGAS

Administratrice indépendante
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Bruno WITVOET

Administrateur

François WOLFOVSKI

Administrateur
Membre du Comité d'Audit et des Risques

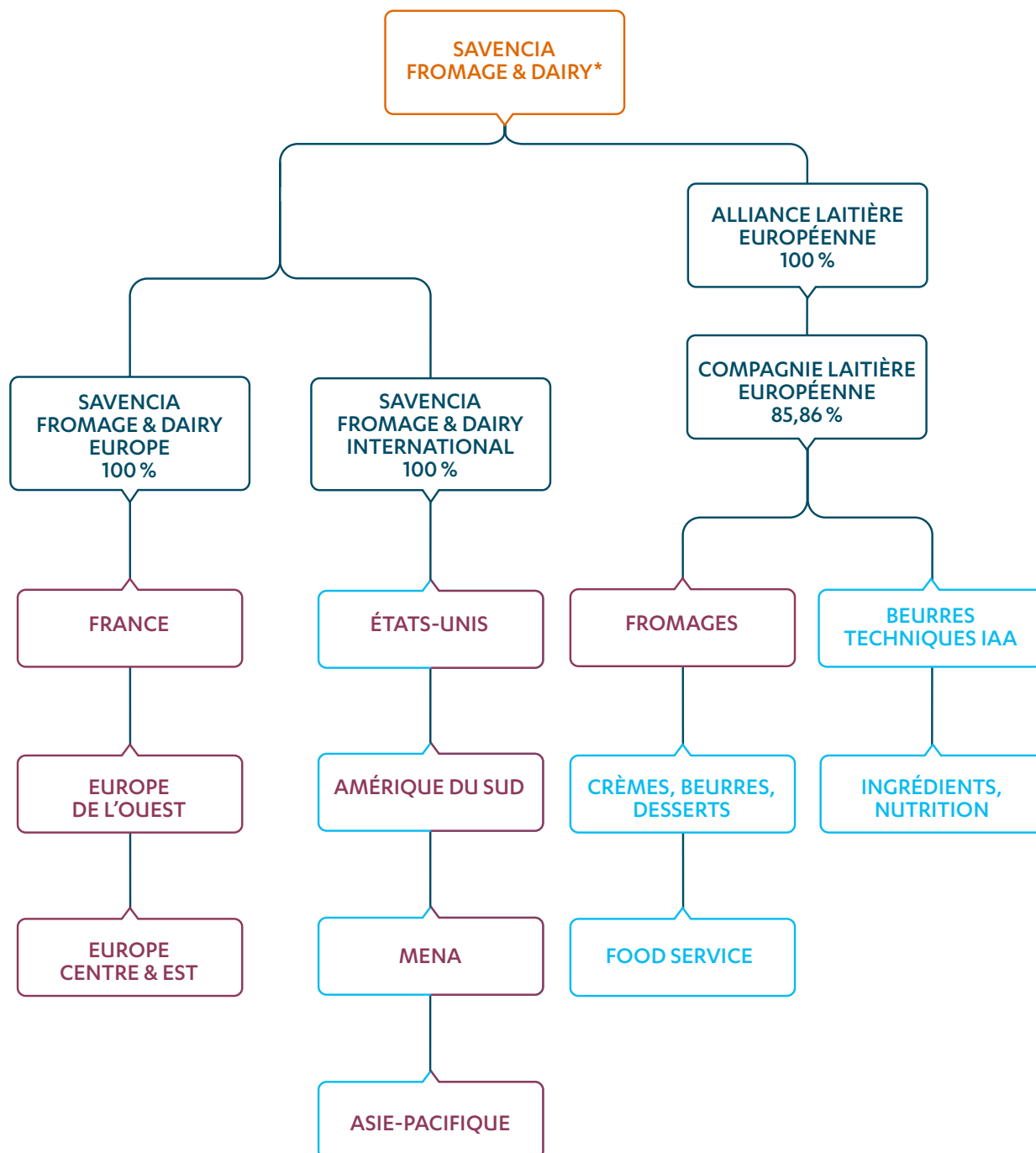
Société Savencia Holding

Représentée par **Xavier CRUSE**
Administrateur
Vice-Président du Conseil d'Administration
Membre du Comité de Management et des Rémunérations

Ignacio OSBORNE

Censeur
Membre du Comité de Management et des Rémunérations

ORGANIGRAMME JURIDIQUE CONSOLIDÉ



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

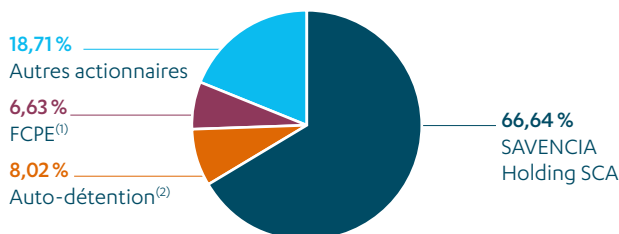
● PRODUITS FROMAGERS
● AUTRES PRODUITS LAITIERS



2025 EN BOURSE

- Euronext Paris – Eurolist Compartiment B
- Code ISIN FR0000120107
- Valeur nominale : 1 €
- Nombre d'actions : 14 032 930
- Capitalisation boursière 2024 : 743,75 M€
- Cours clôture Euronext 31 décembre 2025 : 62,4 €
- Capitalisation boursière au 31 décembre 2025 : 875,65 M€

Répartition du capital 2025



(1) Personnels de Savencia Fromage & Dairy et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 3344-1 et suivant le code du travail, détenant des actions Savencia Fromage & Dairy, dans le cadre du Fonds Commun de Placement d'Entreprise.

(2) Y compris contrat de liquidité.

Données par action

En euros	2025	2024	2023	2022	2021
Situation nette	138,52	142,02	129,55	130,21	121,36
Résultat net	5,7	8	7,2	5,01	6,05
Dividende net ⁽¹⁾	1,4	1,6	1,4	1,3	1,5
Rendement global ⁽²⁾	2,24 %	3,02 %	2,55 %	2,23 %	2,45 %

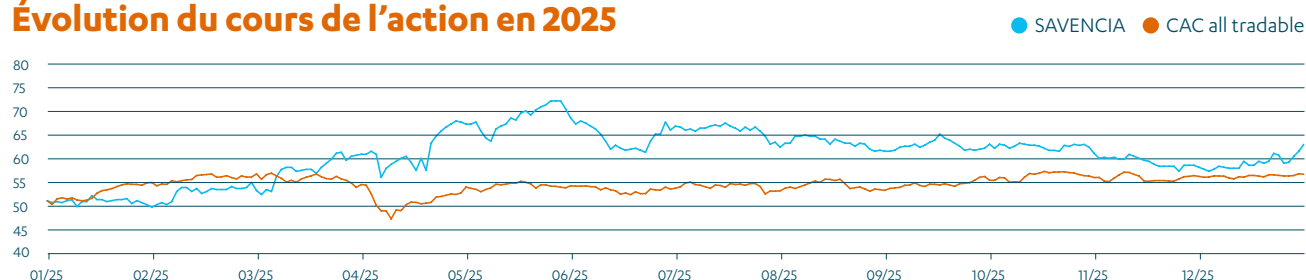
(1) Proposition à l'Assemblée Générale du 23 avril 2026.

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

Données boursières

En euros	2025	2024	2023	2022	2021
Plus haut ajusté	71	55	64	67	77
Plus bas ajusté	49,9	49	52,6	50,7	58,6
Cours au 31/12	62,4	53	55	58,4	61,2
Capitalisation boursière au 31/12 (en millions d'euros)	875,65	743,75	771,81	819,52	858,82

Évolution du cours de l'action en 2025



Calendrier de l'actionnaire

Assemblée Générale	23 avril 2026
--------------------	---------------

Information financière

Date clôture de l'exercice	31 décembre 2025
Chiffre d'affaires 2025	5 février 2026
Comptes annuels 2025	5 mars 2026
Communiqué 1 ^{er} trimestre & Assemblée Générale	23 avril 2026
Comptes semestriels	10 septembre 2026
Communiqué 3 ^e trimestre	14 octobre 2026
Comptes annuels 2026	Mars 2027



ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Compte de résultat consolidé

En milliers d'euros	12 mois	
	2025	2024
CHIFFRE D'AFFAIRES	6 956 553	7 139 634
Consommations externes	- 4 600 368	- 4 727 166
Frais de personnel	- 1 298 407	- 1 307 836
Dotations (reprises) aux amortissements et provisions	- 205 877	- 218 850
Autres charges et produits d'exploitation	- 641 355	- 653 503
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	210 546	232 279
Autres charges et produits opérationnels	- 48 465	- 28 351
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	162 081	203 928
Charges financières	- 60 325	- 70 606
Produits financiers	33 749	49 098
Résultat sur situation monétaire	534	- 9 068
Quote-part de résultat net des entreprises associées	3 298	1 745
RÉSULTAT AVANT IMPÔTS	139 337	175 097
Impôts sur les résultats	- 49 723	- 48 633
Résultat net des activités poursuivies	89 614	126 464
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	89 614	126 464
Part revenant aux actionnaires de la Société-mère	74 745	106 969
Participations ne conférant pas le contrôle	14 869	19 495
RÉSULTAT PAR ACTION (en euros)		
Part du Groupe		
• de base	5,73	8,00
• dilué	5,73	8,00
Des activités poursuivies		
• de base	5,73	8,00
• dilué	5,73	8,00

État résumé des autres éléments du résultat global

En milliers d'euros	12 mois	
	2025	2024
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	89 614	126 464
Autres éléments du résultat global :		
Écarts de conversion ⁽¹⁾	- 109 987	- 9 045
Variation de juste valeur des couvertures de flux de trésorerie ⁽²⁾	- 471	- 1 349
Coût de couverture ⁽³⁾	13	50
Hyperinflation ⁽⁴⁾	27 851	86 404
Autres mouvements	- 2 387	- 867
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments recyclables	- 141	101
Total des éléments recyclables en résultat net	- 85 122	75 294
Gains et pertes actuariels liés aux régimes de retraite	4 874	843
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments non recyclables	-	-
Total des éléments non recyclables en résultat net	4 874	843
Total des autres éléments du résultat global nets d'impôts	- 80 248	76 137
TOTAL DU RÉSULTAT GLOBAL NET D'IMPÔTS	9 366	202 601
Part du Groupe	- 3 467	183 412
Participations ne conférant pas le contrôle	12 833	19 189

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

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

(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 2025

Actif

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2025	Au 31 décembre 2024
Immobilisations incorporelles	537 241	522 054
Immobilisations corporelles	1 436 775	1 405 044
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	67 593	63 918
Autres actifs financiers non courants	44 534	35 871
Participations dans les entreprises associées	30 727	37 019
Instruments financiers dérivés non courants	2 212	7 786
Actifs d'impôts différés	37 402	44 560
Autres actifs non courants	1 816	5 759
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	2 158 300	2 122 011
Stocks et en-cours	846 385	855 374
Clients et autres créances	1 141 268	1 167 872
Créances d'impôts	40 605	39 836
Instruments financiers dérivés courants	8 325	15 118
Autres actifs financiers courants	159 329	25 847
Trésorerie et équivalents de trésorerie	525 506	727 495
Actifs des activités abandonnées ou en cours de cession	-	-
TOTAL ACTIFS COURANTS	2 721 418	2 831 542
ACTIFS	4 879 718	4 953 553

Passif et capitaux propres

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2025	Au 31 décembre 2024
Capital apporté	24 014	49 839
Autres réserves	- 324 326	- 219 290
Résultats non distribués	1 983 715	1 904 900
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	1 683 403	1 735 449
Participations ne conférant pas le contrôle	260 376	257 506
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	1 943 779	1 992 955
Provisions pour retraite	77 213	82 035
Autres provisions	32 775	34 812
Emprunts et dettes financières non courants	230 019	247 016
Obligations locatives non courantes	45 682	44 258
Autres passifs non courants	47 001	39 011
Instruments financiers dérivés non courants	1 964	3 722
Passifs d'impôts différés	80 620	95 151
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	515 274	546 005
Fournisseurs et autres créditeurs	1 430 058	1 467 619
Impôts sur les résultats à payer	23 800	24 862
Instruments financiers dérivés courants	4 262	4 851
Emprunts et concours bancaires	935 588	892 461
Obligations locatives courantes	26 957	24 800
TOTAL PASSIFS COURANTS	2 420 665	2 414 593
PASSIFS	2 935 939	2 960 598
PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES	4 879 718	4 953 553



TABEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ

En milliers d'euros	12 mois	
	2025	2024
Résultat net des activités poursuivies	89 614	126 464
Impôts sur les résultats	49 723	48 633
Dotations (reprises) aux amortissements et provisions	205 877	218 850
Plus ou moins-values de cession	219	- 354
Quote-part dans le résultat net des entreprises associées	- 3 298	- 1 745
Charges financières nettes	17 962	15 256
Autres charges et produits sans incidence sur la trésorerie ⁽¹⁾	43 376	48 848
Marge brute opérationnelle	403 473	455 952
Intérêts financiers payés ⁽²⁾	- 51 179	- 61 951
Intérêts financiers reçus	33 633	45 594
Impôts sur les résultats payés	- 56 712	- 59 791
Variation du BFR	- 15 362	7 084
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS PAR L'EXPLOITATION	313 853	386 888
Acquisitions de filiales et d'unités opérationnelles ⁽³⁾	- 20 263	- 4 321
Cessions d'activités nettes de la trésorerie cédée	-	746
Acquisitions de participations dans les entreprises mises en équivalence et activités conjointes ⁽⁴⁾	-	- 7 603
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	- 254 407	- 248 118
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	1 502	5 576
Acquisition d'actifs financiers long terme	- 3 795	- 5 039
Cessions d'actifs financiers long terme	450	448
Variations des autres actifs financiers courants	- 151 565	13 463
Dividendes reçus (incluant les dividendes reçus des sociétés mises en équivalence)	381	969
FLUX NETS DE TRÉSORERIE UTILISÉS POUR LES INVESTISSEMENTS	- 427 697	- 243 879
Rachat et cession net d'actions propres	- 25 825	- 677
Augmentation de capital reçue des minoritaires ⁽⁵⁾	98	10 275
Changements de parts d'intérêts dans des entités contrôlées ⁽⁶⁾	- 3 923	-
Émission d'emprunts	51 451	153 106
Remboursement d'emprunts	- 71 101	- 121 058
Remboursement d'obligations locatives	- 31 464	- 30 430
Dividendes versés	- 27 518	- 21 959
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS DANS LES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	- 108 282	- 10 743
Incidences des variations de change	- 19 521	12 178
Augmentation/diminution de la trésorerie	- 241 647	144 444
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE	677 518	533 074
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	435 871	677 518

(1) Dont impact des provisions non courantes pour risques et charges et dépréciations d'actifs (25,8 millions d'euros en 2025 contre 9,3 millions d'euros en 2024) et du retraitement de l'hyperinflation concernant l'Argentine (11,1 millions d'euros en 2025 contre 35,6 millions d'euros en 2024).

(2) Dont intérêts payés sur les obligations locatives.

(3) En 2025, acquisition de 60 % la société Pong Cheese Limited et de 74,9 % de Flavauria AS. En 2024, acquisition de 100 % de la société Ugalait SAS.

(4) En 2024, prise de participation dans les sociétés A La Carte Produkter et Salsus.

(5) En 2024, souscription d'un partenaire externe à l'augmentation du capital de BSI (Tianjin) Foods Co., Ltd.

(6) En 2025, exercice de l'option d'achat et vente de 5 % de Bake Plus.

MODÈLE D'AFFAIRES

NOTRE CULTURE

Valeurs : tolérance, courage, honnêteté, loyauté
Principes d'action : subsidiarité, collégialité, autonomie

NOTRE VOCATION

Entreprendre pour bien nourrir l'Homme



Retail

Produits fromagers
Beurre, crème,
lait infantile



Food Service

Fromages,
cheese sauces
Beurre, crème



Industrie

Ingrédients laitiers
et solutions nutritionnelles
Beurres techniques



NOTRE STRATÉGIE

Créer de la valeur par la différenciation de spécialités et l'innovation au sein des deux secteurs opérationnels : les Produits Fromagers et les Autres Produits Laitiers



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 réalisation : T E R R E D E S I E N N E. Rédaction : Corinne Martin-Rozès, SAVENCIA SA. Crédits photos : SAVENCIA SA, Fastprod, Hélène Bouroullec, René Limbourg, Alexandre Bienfait, Studio B, Food & Text, Virginie Fouquet, Publicis Groupe, Dominik Van Opdenbosch, Alice Bertrand, Getty Images International, Larissa Barcelar, Marie Mutel, Supernatifs, Fonds Bien Nourrir l'Homme, Albane Hemon, Mió, Julián Sarracino, Chef Nini, Jow, Room Service, Arsenije Vujović - Medeno Agency, Immediate Future Limited, Maryne Lerond, BETC, Roger Directors, Adrien Thibault, Chris Terry, Impronnacable, Philippe Barret (Publimage), Nicolas Reynaud, Pookie Cookie Studio, LE RENDEZ-VOUS À PARIS PRODUCTIONS, SVA, Simon Wilkes.

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



SAVENCIA SA

42 rue Rieussec – 78220 Viroflay – FRANCE
www.savencia-fromagedairy.com