



SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY



RAPPORT ANNUEL 2018
ACTIVITÉ & RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE



P. **10**



P. **22**

02
Créer de la valeur partout dans le monde

04
Message de la Direction Générale

06
Instantanés 2018

10
Entreprendre durablement

Un plaisir sain et responsable **14**

Des filières agricoles durables **16**

L'empreinte environnementale **18**

Le bien-être de nos collaborateurs **20**

22
Entreprendre partout dans le monde

Enchanter l'expérience client **24**

Cap à l'international **28**

L'excellence du terroir **32**

Du bon et du naturel **36**

Simple et sain **40**

44
Résultats et Performance Extra-financière

Entreprendre durablement, c'est agir pour une croissance pérenne, en inscrivant la Responsabilité Sociétale d'Entreprise au cœur de notre stratégie.

Réinventer une alimentation de qualité, conjuguant saveurs et santé, naturalité et responsabilité.

Insuffler durablement l'innovation, avec des marques engagées vers un modèle de consommation respectueux des produits, des cultures locales et de l'environnement.

Entreprendre durablement

C'est faire rayonner nos savoir-faire à l'international, et participer au développement économique et social des pays dans lesquels nous sommes implantés.

Promouvoir une production à faible impact qui préserve la planète.

Inventer demain, pour être acteur des transformations du monde et s'engager auprès des générations actuelles et futures.

Entreprendre durablement, c'est nous mobiliser avec l'ensemble de nos collaborateurs et de nos parties prenantes pour servir notre vocation, « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme. »



« Chaque être humain est né avec tout ce qu'il faut pour prendre soin de lui-même, mais aussi pour contribuer au bien-être du monde. »

Muhammad Yunus

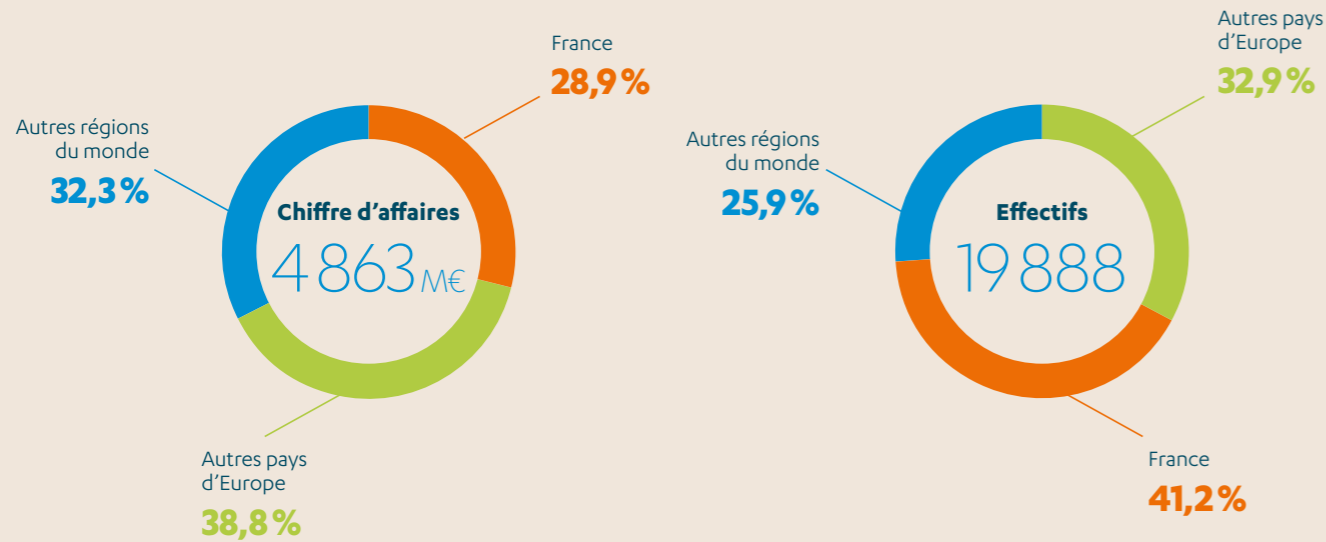
Créer de la valeur partout dans le monde

Centré sur les spécialités et les ingrédients laitiers à valeur ajoutée, Savencia Fromage & Dairy est l'un des premiers transformateurs mondiaux de lait, 2^e groupe fromager français et 4^e mondial. Qualité, innovation et engagement pour l'excellence sont les trois piliers de son rayonnement à l'international.

Son credo? Entreprendre avec passion, en proposant :

- une grande variété de fromages, de beurres et crèmes pour la **grande distribution** ;
- des produits laitiers qui subliment le travail des professionnels du **food service**, des chefs et des pâtisseries les plus renommés ;
- une recherche de pointe et des technologies avancées au service des **industries** de l'agroalimentaire et de la nutrition infantile.

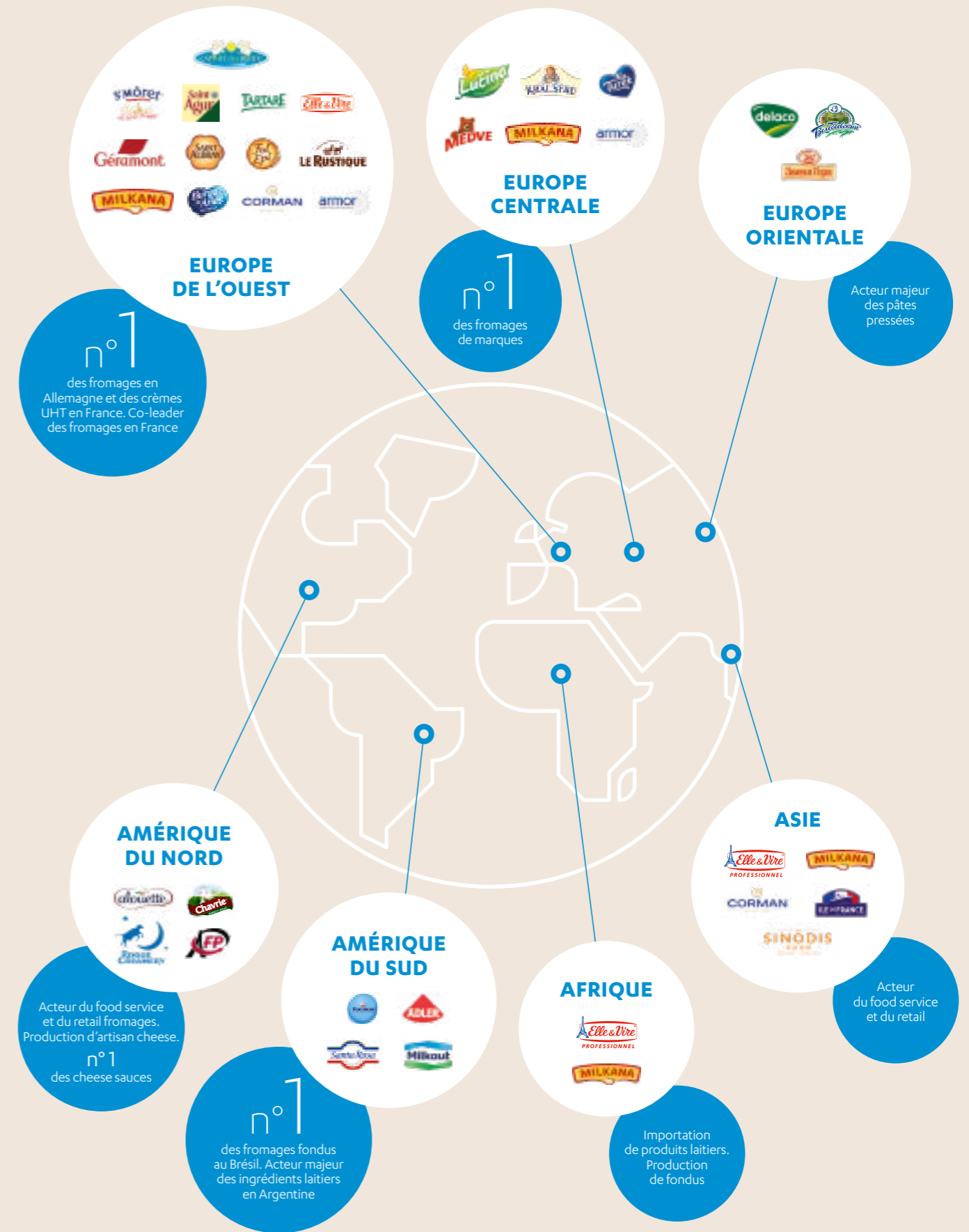
Savencia Fromage & Dairy développe un portefeuille de marques premium s'inscrivant dans la culture et les tendances locales, des innovations de produits et services participant durablement à la création de valeur dans les pays où nous sommes présents.



120 pays commercialisant nos produits

n°1 mondial des spécialités fromagères

4,2 milliards de litres de lait transformés



2018 a été une année de croissance renforcée à l'international et de progression de notre résultat opérationnel courant, ainsi qu'une année de transformation, dans un double objectif d'efficacité et de compétitivité."

Marquée par un environnement géopolitique troublé et des désordres monétaires qui ont affecté notre Groupe, 2018 a été une année mouvementée. L'économie laitière a confirmé son instabilité liée à des niveaux de prix élevés pour le beurre et la crème, alors que ceux de la poudre de lait écrémé étaient historiquement bas. Cette situation, qui perdure depuis 2017, a des répercussions importantes sur nos activités Ingrédients, ainsi que sur nos PGC France, où la grande distribution continue de se concentrer, ce qui a rendu le passage des hausses de tarifs tardif et difficile.

Cependant, la croissance organique de notre chiffre d'affaires est favorable à +2,1%, et ceci tout particulièrement à l'international. Notre résultat opérationnel courant progresse quant à lui de +2,9% par rapport à 2017. Ces résultats positifs ont été obtenus grâce à la mobilisation exceptionnelle de nos équipes pour soutenir la croissance de nos marques, la qualité de nos produits et nos efforts de compétitivité.

Cette recherche permanente de progrès s'est également traduite en 2018 par la mobilisation autour d'Oxygen, notre démarche de Responsabilité Sociétale d'Entreprise, qui porte notre ambition d'allier sens et performance. Nous nous sommes fixé des objectifs ambitieux, pour conjuguer plaisir et santé, promouvoir des filières agricoles durables, réduire notre empreinte environnementale, favoriser le bien-être et le développement de nos collaborateurs.

Se réinventer en permanence, c'est l'ambition de nos équipes partout dans le monde. Nos marques accompagnent les nouvelles tendances de consommation : authenticité, ancrage local, naturalité, développement durable, snacking sain et révolution digitale.

En 2019, dans l'esprit de notre participation active aux États Généraux de l'Alimentation qui ont abouti à la loi EGalim, nous avons trouvé des accords positifs avec nos partenaires pour contribuer à la revalorisation du prix du lait et à la pérennité de la filière laitière française.

Nous poursuivons également les efforts de transformation de notre organisation, en maintenant notre avance sur l'innovation et en offrant les meilleures réponses aux consommateurs d'aujourd'hui dans l'esprit de notre démarche Oxygen.

Jean-Paul TORRIS, Directeur Général

Engagés ensemble pour un monde durable, éthique et solidaire, nous contribuons chaque jour au bien manger et au bien commun."

Le Comité exécutif
de Savencia Fromage & Dairy



Laurent MAREMBAUD

Directeur
des Ressources Humaines

Jean-Paul TORRIS

Directeur Général

Olivier DE SIGALONY

Directeur Financier

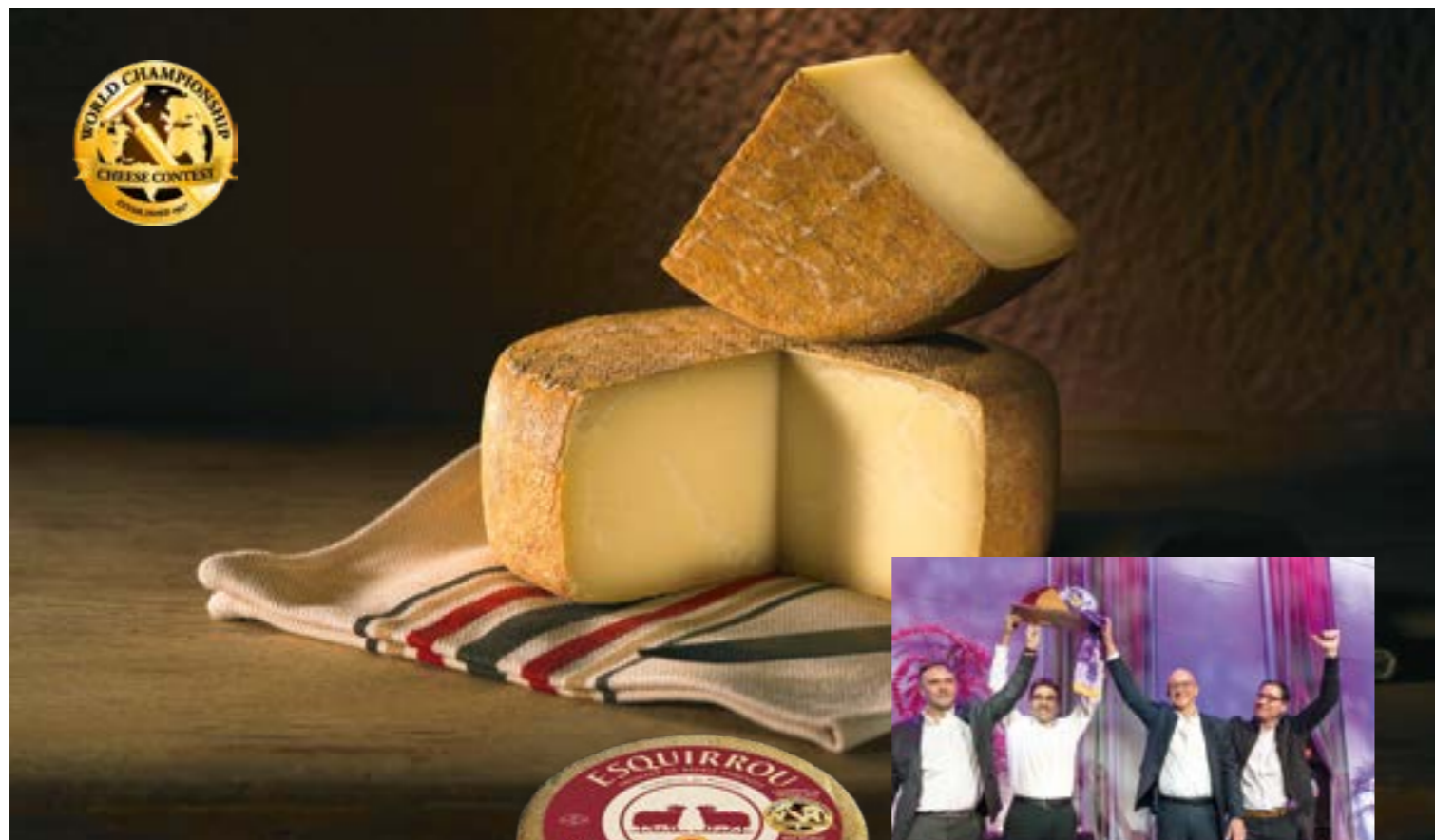
Robert BRZUSCZAK

Directeur Général
Délégué

Fabienne BORONI

Directrice RSE
et Communication

Instantanés 2018



CONCOURS

Champion du monde!

Né dans la fromagerie de Mauléon, au Pays Basque, Esquirrou a reçu le prix du « Meilleur fromage du monde » lors du World Championship Cheese Contest qui s'est tenu en mars 2018 dans le Wisconsin, aux États-Unis. Cet Ossau-Iraty AOP est fabriqué à partir de lait de brebis entier issu de races locales, et collecté dans un rayon de 80 kilomètres autour de la fromagerie. En compétition avec 3 400 fromages du monde entier, il l'a emporté haut la main avec l'excellente note de 98,4/100.



En 60 ans de compétition, c'est la première fois qu'un fromage français remporte le World Championship Cheese Contest. C'est une formidable reconnaissance du savoir-faire de notre équipe de fromagers!

Michel Touyarou, Maître Fromager

PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

Engagés durablement

Signataire dès 2003 du Pacte Mondial des Nations Unies, Savencia Fromage & Dairy poursuit et renouvelle chaque année son engagement. Les finalités de l'entreprise, ses valeurs, sa stratégie et ses principes d'action sont déployés dans le respect des dix principes universels du Pacte, relatifs aux droits de l'Homme, à l'environnement, au travail et à la lutte contre la corruption. Savencia Fromage & Dairy contribue également aux Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies.



GAÏA INDEX

Indice de confiance

Coté sur Euronext Paris, Savencia Fromage & Dairy figure au classement Gaïa Index. Élaboré chaque année par l'agence de notation Ethifinance, le Gaïa Index est le premier indice de développement durable des valeurs moyennes cotées à Paris. Les sociétés sont notées sur leur niveau de transparence et de performance extra-financière.



PARTENARIAT

Avec Délice!

En Afrique Moyen-Orient, Savencia Fromage & Dairy a renforcé son partenariat avec le groupe Délice, leader tunisien des produits laitiers. En 2018, la joint-venture a connu une forte croissance aussi bien en Tunisie qu'à l'export.



FOOD SERVICE PREMIUM

Un rayonnement international

Rendez-vous incontournables des professionnels, les grands salons internationaux dédiés à la Restauration et à la Boulangerie-Pâtisserie sont des enjeux majeurs pour Savencia Fromage & Dairy. En avril 2018, le Groupe et les chefs de la Maison de la Crème Elle & Vire étaient à Singapour au Salon Food & Hotel Asia pour présenter leurs savoir-faire et leurs innovations à des visiteurs du monde entier. Ce salon est le plus important du marché asiatique.

En janvier 2019, le Groupe était également présent au Sirha (Lyon) sur deux espaces : un espace à vocation commerciale, qui proposait un service de restauration haut de gamme pour sublimer les produits (viennoiseries, bar à beurre, bar à fromages, mini-plats gastronomiques, pâtisseries fines) et un espace VIP au cœur des plus grands concours internationaux (Bocuse d'or et Coupe du Monde de Pâtisserie).



Instantanés 2018

RH

> Parcours pour jeunes talents

En Chine, Sinodis a remporté le titre de Top Graduate Employer 2018 ! Une belle reconnaissance pour cette filiale qui a su se rendre attrayante aux yeux des jeunes talents, en leur proposant notamment un parcours accéléré de carrière sur 18 mois, pour leur faire découvrir les différents départements et métiers de l'entreprise.



> Toujours au top!

En 2018, le Groupe Savencia a été distingué pour la neuvième année consécutive par le label Top Employer Europe, qui reconnaît la qualité des pratiques managériales et des outils de gestion des ressources humaines au service des collaborateurs. Le Groupe Savencia a également été une nouvelle fois distingué par les labels Top Employer France, Allemagne, Belgique, Espagne et Pologne.



> Être bien dans son entreprise

Des enquêtes *Great Place to Work* (GPTW) sont régulièrement menées au sein de nos filiales. L'édition 2017 révèle que 76 % des collaborateurs de Savencia Ressources Laitières déclarent que « c'est une entreprise où il fait vraiment bon travailler ». Notre filiale Savencia Fromage & Dairy Deutschland s'est quant à elle classée dans le Top 10 de l'enquête GPTW dans sa catégorie.



MARQUES

Bons anniversaires !

Trois de nos marques ont fêté leur anniversaire en 2018. Depuis 95 ans, Král Sýrů, le « roi des fromages », est une pâte molle très appréciée des consommateurs tchèques et slovaques. À cette occasion, la marque a développé un spot TV dédié et a revisité le packaging de son produit Král Sýrů Hermelin. Notre fromage de tradition le Vieux Pané a quant à lui fêté ses 40 ans en conviant ses collaborateurs et producteurs à découvrir ses secrets de fabrication dans sa fromagerie en Mayenne. Enfin, Söbbeke, filiale 100 % bio et acteur majeur des yaourts bio en Allemagne, a soufflé ses 30 bougies cette année.



CONCOURS GÉNÉRAL

AGRICOLE 2018

Pluie de médailles

Savencia Fromage & Dairy a fait un carton plein au Concours Général Agricole 2018 : une médaille d'Or, neuf médailles d'Argent et six de Bronze sont venues récompenser l'excellence de ses produits. Parmi les lauréats – distingués par un jury de professionnels et de consommateurs avertis lors du Salon de l'agriculture – figurent notamment L'Époisses Berthaut AOP 250 g (médaille d'Or), le fromage du Périgord Au Bouchon (médaille d'Argent) et le beurre Surgères (médaille de Bronze).



ROGUE CREAMERY

Un bleu bio made in Oregon

Avec Rogue Creamery, c'est une fromagerie américaine unique qui a rejoint Savencia Fromage & Dairy en mai 2018. Spécialisée dans la production de fromage bleu bio, cette entreprise familiale doit son



« Nous sommes très heureux de rejoindre Savencia pour continuer à faire la différence, one wheel at a time* »

* Une meule (de fromage) après l'autre.



David Gremmels,
Président de Rogue Creamery

nom à la Rogue River Valley, région du sud de l'Oregon dans laquelle elle est implantée depuis 1933. Certifié « organic » par l'USDA, son site de fabrication est alimenté par 68 fermes bio situées à proximité. Son produit phare, Rogue River Blue, a remporté plus de 40 récompenses aux États-Unis et dans le monde. Il a également été sacré Meilleur fromage bleu au monde en 2003, offrant à cette entreprise artisanale une visibilité méritée sur la scène internationale. Enfin, Rogue Creamery a été la première entreprise en Oregon certifiée B Corp, pour son excellence et son engagement RSE.



Entreprendre durablement

Changement climatique, explosion démographique mondiale, urbanisation croissante : les profondes et rapides évolutions du monde sont autant de défis pour l'avenir de la planète. Cette nouvelle donne nourrit chez les « consommateurs » des attentes légitimes vis-à-vis des entreprises, qui ont un rôle clé à jouer dans la construction d'un avenir durable pour tous. C'est avec détermination que nous cultivons l'excellence au quotidien et innovons de manière responsable pour contribuer à l'alimentation de demain.



LES PRODUITS
14



**LA MATIÈRE
PREMIÈRE**
16



LA PLANÈTE
18



LES HOMMES
20



Des actions locales, une ambition globale

Engagés pour un monde durable, éthique et solidaire, nous contribuons chaque jour au Bien Manger et au Bien Commun. Formalisée en 2018 sous le nom d'OXYGEN, notre démarche de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) incarne un souffle nouveau. Construite en association avec nos parties prenantes, elle porte notre ambition d'allier sens et performance, d'agir avec nos partenaires et d'innover pour un monde durable.

La RSE fait partie intégrante de notre mission et de notre culture d'entreprise. Les filiales de Savencia Fromage & Dairy ont engagé de multiples actions dans ce domaine depuis de nombreuses années. Avec OXYGEN, nous allons plus loin

dans nos objectifs de développement durable en structurant notre démarche au niveau du Groupe. Pour définir ces enjeux majeurs, nous avons consulté 185 de nos parties prenantes dans le monde, et avons choisi d'axer nos priorités

sur les produits, la matière première, la planète et les hommes. Les actions que nous avons définies s'inscrivent dans une vision à long terme du Groupe. Notre objectif est d'avoir une ambition globale commune portée par des actions locales.



Nos 4 axes majeurs
de progrès d'ici 2025



Un plaisir sain
et responsable

Améliorer la qualité nutritionnelle
et la conception de nos produits,
et promouvoir une consommation responsable



Des filières agricoles
durables

Co-développer avec nos fournisseurs de matières
premières agricoles un approvisionnement
plus durable et créateur de valeur



Le bien-être de
nos collaborateurs

Favoriser le bien-être de nos collaborateurs
et leur engagement solidaire



L'empreinte
environnementale

Réduire l'empreinte environnementale
de nos activités

Un plaisir sain et responsable

Améliorer la qualité nutritionnelle et la conception de nos produits pour qu'ils procurent un plaisir sain et responsable, et promouvoir une consommation responsable

- Mettre en place une **information nutritionnelle** claire pour **100 %** de nos produits à marque
- Accompagner les consommateurs vers des comportements de consommation sains et responsables
- Déployer une démarche **clean label** sur **100 %** des nouveaux produits vendus sous nos marques
- Mettre en œuvre un plan de **formation nutrition** et consommation responsable pour les collaborateurs dans **100 %** des filiales du Groupe d'ici 2025
- Chaque filiale propose des plans de progrès, **produits** ou **emballages**, respectant la **Charte de Conception Responsable Savencia**

En actions

Des produits naturellement bons

Nos produits sont, pour la plupart, naturels et fabriqués avec peu d'ingrédients : du lait, des ferments et du sel pour les fromages. Nous nous efforçons de supprimer les additifs contenus dans certaines recettes, dans une démarche volontariste de *clean label*. Nos équipes travaillent également à améliorer le profil nutritionnel des produits en réduisant, notamment, les matières grasses ou le sel. Ainsi, le taux de sel du Tolle Rolle Milkana a été réduit de 13 %. La composition nutritionnelle de ce petit fromage 100 % naturel et sans additif ajouté, vendu en Allemagne et aussi en France sous le nom d'Escargolo de P'tit Louis, est ainsi en ligne avec le guide des produits destinés aux enfants de l'Organisation Mondiale de la Santé.



La Nutri Académie des enfants

Soucieux de sensibiliser les enfants à la nutrition et à l'importance d'une alimentation équilibrée, Milkana a mis en place un programme ludique d'éducation alimentaire, Nutri Académie. Plus de 25 000 enfants de 36 écoles du Ghana, du Congo et de la Côte d'Ivoire ont ainsi pu bénéficier de ce programme.



Le fromage, idéal en cœur de repas

En Europe, environ un tiers des consommateurs déclarent réduire leur consommation de viande. En cœur de repas, accompagné de légumes ou en salade, le fromage est une bonne alternative pour des plats équilibrés et faciles à cuisiner. Afin de contribuer à faire évoluer les comportements alimentaires et d'inciter les consommateurs à bien manger, nous leur proposons des idées recettes et des infos sur nos sites :
– www.quiveutdufromage.com
– www.ich-liebe-kaese.de



St Môret dit « Stop au gaspi »

Un Français jette environ 30 kg de nourriture en moyenne chaque année, dont la moitié sont des fruits et légumes. Face à ce constat, St Môret s'engage depuis plusieurs années, multipliant les initiatives « anti-gaspi ». La marque récupère les invendus de fruits et légumes des marchés. Ces produits primeurs et leur poids équivalent en barquettes St Môret sont donnés à des associations caritatives locales. St Môret s'est aussi associée à Phenix, une entreprise sociale qui a pour mission de donner une seconde vie aux déchets. La marque attire l'attention des consommateurs sur les bonnes pratiques en distribuant, par exemple, un livret de recettes et astuces anti-gaspi sur les marchés, et en le diffusant sur le web pour les inviter à « redonner de la fraîcheur » à leur fruits et légumes fatigués avec St Môret. Enfin, la marque sensibilise ses propres salariés en organisant des animations ludiques, tout particulièrement pendant la Semaine du développement durable.



Des filières agricoles durables

Promouvoir des achats responsables et co-développer avec nos fournisseurs de matières premières agricoles un approvisionnement plus durable et créateur de valeur

- Étendre la **Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage** à l'ensemble de notre collecte laitière dans le monde d'ici 2025
- Des **achats responsables** pour la majorité de nos **autres matières premières agricoles** stratégiques d'ici 2025
- Déployer le diagnostic « **Production Laitière Durable** », avec ses 10 leviers d'amélioration, auprès de **50 %** de nos producteurs laitiers en 2025
- Développer des achats responsables auprès de l'ensemble de nos fournisseurs hors matières premières agricoles via la **Charte Groupe des Achats Responsables**
- Co-développer des productions de lait issues d'une alimentation **sans OGM** des troupeaux et de l'agriculture **Biologique**



En actions

3 questions à Daniel CHEVREUL

Directeur des Approvisionnements Laitiers Savencia Fromage & Dairy



Quelles sont les actions de Savencia en faveur d'une production laitière durable ?

Nous sommes engagés depuis très longtemps auprès de nos producteurs de lait, notamment à travers notre démarche Approvisionnements Laitiers Responsables. Nous proposons aux éleveurs de réaliser un diagnostic complet de leur exploitation. Le bien-être animal, l'accès au plein air, la fertilité des sols ou encore la biodiversité figurent parmi les dix critères de ce diagnostic. Fin 2018, 16,4 % de nos volumes d'achat de lait provenaient d'exploitations ayant fait cette démarche.

Privilégiez-vous un approvisionnement local ?

Pour nous, une production laitière durable, c'est avant tout une production de proximité. La France représente 75 % de nos approvisionnements en lait. Le lait que nous y transformons est 100 % d'origine française, et toutes nos laiteries sont situées à proximité des élevages : 97 % de notre collecte est réalisée à moins de 70 kilomètres, et 70 % à moins de 30 kilomètres.

Quelles sont les opportunités de développement que vous avez identifiées ?

24 % des volumes que nous collectons proviennent d'une filière lait différenciée : filière caprine, ovine, agriculture biologique, alimentation des bovins sans OGM ou encore Appellation d'Origine Protégée (AOP). Ce sont des segmentations créatrices de valeur que nous nous attachons à développer.

70 km

C'est la distance entre nos élevages et nos fromageries, pour une production de proximité.

Associer nos fournisseurs hors matières premières agricoles

Dans le cadre de la démarche RSE du Groupe, nos fournisseurs sont invités à adhérer à notre Charte Groupe des Achats Responsables. Par ailleurs, les performances sociales et environnementales des principaux fournisseurs du Groupe sont évaluées selon une méthode commune par EcoVadis. Un audit EcoVadis a ainsi été mené auprès de 466 fournisseurs, avec une note moyenne de 49,6/100 par rapport à une moyenne Food and Beverage EcoVadis de 42,2/100.



Engagés dans le bio

En Allemagne, notre marque Söbbeke, leader de l'ultrafrais bio, fabrique sa nouvelle gamme de yaourts exclusivement à partir de matières premières biologiques, sans aucun arôme ni conservateur. Quant à Bresso, elle offre à nos consommateurs des produits fabriqués à Kempen en Bavière avec un lait issu de troupeaux nourris sans OGM.

En France, dans le cadre de notre démarche Approvisionnements Laitiers Responsables, nous accompagnons les producteurs laitiers qui souhaitent s'orienter vers l'Agriculture Biologique en leur proposant un appui technique et financier durant la conversion de leur exploitation.

L'empreinte environnementale

Réduire l'empreinte environnementale de nos activités

- Réduire notre consommation énergétique et nos **émissions de gaz à effet de serre** de production et transport de **25%** d'ici 2025⁽¹⁾
- Réduire les prélèvements d'**eau** dans le milieu naturel de **25%** d'ici 2025⁽¹⁾
- Avec une consommation de **carburant** réduite de **25%** d'ici 2025⁽²⁾
- Réduire **l'empreinte carbone** de notre collecte laitière de **300 000 tonnes** équivalent CO₂ d'ici 2025⁽³⁾
- En augmentant la part des **énergies renouvelables**
- Renforcer le tri et la valorisation des **déchets** industriels, en contribuant à des solutions circulaires

(1) Par tonne produite vs 2015
 (2) Par km parcouru vs 2015
 (3) Vs 2010



En actions

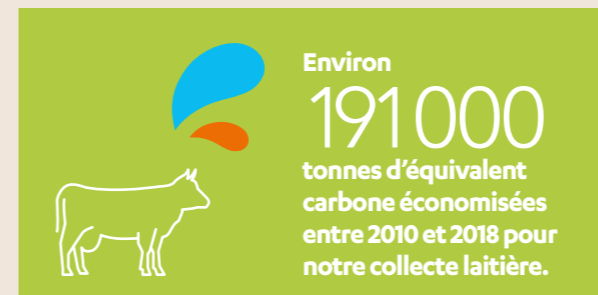
Intégrer l'écoconception

La réduction de notre empreinte carbone passe aussi par l'écoconception de nos emballages et le recours aux matériaux recyclables. Pour son produit Chaumes L'Original 200 g, la marque a lancé une barquette composée à 67% minimum de matière végétale renouvelable. Son couvercle plastique a également été remplacé par un fourreau en carton recyclable. De son côté, Fol Épi économise jusqu'à 70 tonnes de plastique par an grâce à sa nouvelle barquette contenant 23% de matière plastique en moins et 30% de plastique recyclé. Dans notre filiale espagnole Arias, 35% des matières premières utilisées dans les emballages PET sont d'origine recyclée. Chez RichesMonts, les efforts d'écoconception ont permis en 2018 de réduire de plus de 100 tonnes la consommation de carton de suremballage.



Économie d'énergies

En France, le site de Champdeniers-Saint-Denis a converti son ancienne chaufferie au fioul lourd en une chaufferie au gaz naturel. Cet investissement répond aux nouvelles exigences environnementales. Il réduit les coûts énergétiques et contribue à la réduction de l'empreinte environnementale du site en diminuant de 27% les émissions de CO₂ par rapport à la chaufferie au fioul. Cette nouvelle installation est un vrai progrès en termes de réduction de la nuisance sonore et un atout pour la commune puisque ses habitants bénéficieront prochainement du gaz de ville.



Un entrepôt Haute Qualité Environnementale

Destiné à prendre en charge les flux export des filiales du Groupe, le nouvel entrepôt de Normandie Export Logistics de Honfleur répond aux normes les plus strictes en matière d'environnement. La certification HQE prend ainsi en compte la qualité environnementale du bâtiment, le management des opérations pour atteindre les performances environnementales fixées. Chantier à faibles nuisances, produits de construction choisis pour limiter les impacts sanitaires : la construction a été menée dans une démarche de respect de l'environnement. La conception du bâtiment le rend particulièrement économe en eau et en énergie. Les aménagements extérieurs ont été pensés pour favoriser la biodiversité. Enfin, des équipements incitent les collaborateurs à privilégier les modes de transport non polluants.



Le bien-être de nos collaborateurs

Favoriser le bien-être, le développement de nos collaborateurs et leur engagement solidaire

-  Déployer une démarche « Sécurité et Santé au travail » pour tendre vers le **0 accident**
-  Réaliser des enquêtes d'opinion et des plans de progrès dans **100%** de nos filiales pour améliorer la **qualité de vie au travail**
-  S'engager en faveur de la diversité et de l'inclusion. Atteindre la **parité hommes femmes managers** en 2025
-  Développer les compétences. **Doubler le nombre d'apprentis** d'ici 2025
-  **Chaque filiale** réalise au moins **une action de solidarité** en lien avec notre mission « Bien nourrir l'Homme »



En actions



Le CQP, transmettre et qualifier

Le Certificat de qualification professionnelle (CQP) garantit la transmission des savoir-faire et renforce les compétences métiers des opérateurs en poste. Un réseau de tuteurs accompagne chaque salarié vers l'obtention de ce certificat. Le site Marsac de la filiale Fro' a choisi ce dispositif pour former l'ensemble des conducteurs de lignes industrielles. Chez Elle & Vire, huit salariés ont obtenu un CQP en 2018 après une formation théorique et pratique de 28 jours, soit près de 200 heures.



Accompagner les premiers pas en entreprise

Savencia considère les stages de longue durée et l'alternance comme des leviers efficaces d'intégration de ses futurs collaborateurs. Les contrats d'apprentissage sont particulièrement bien adaptés pour aider ces futurs diplômés à faire leurs premiers pas dans le monde professionnel. En 2018, 63 jeunes ont effectué leur apprentissage chez Elle & Vire. Et chez Savencia Produits Laitiers France, le travail d'accompagnement mené par les managers et les équipes RH auprès des 28 stagiaires et apprentis accueillis en 2018 a été récompensé par l'obtention du label *Happy Trainees*.



Tous mobilisés pour la sécurité

La sécurité est un enjeu majeur pour l'ensemble des collaborateurs et une priorité pour le Groupe. À l'occasion de la 6^e Semaine Mondiale de la Sécurité et de la Santé au Travail en mars 2018, 295 équipes de collaborateurs issues de 22 pays ont participé au nouveau Challenge Sécurité. Chaque jour, un quiz quotidien de cinq questions et un défi « selfie » à relever étaient proposés afin de renforcer la sensibilisation de chacun.



Cultiver la solidarité

À travers son Fonds Bien nourrir l'Homme, le Groupe Savencia accompagne les collaborateurs engagés dans des initiatives solidaires. Parmi les projets soutenus en 2018 figure « Jardimôme ». Ce projet de jardin potager permet à l'école du village de Mbodiène, au Sénégal, d'enrichir le repas des écoliers. C'est aussi un support pédagogique pour les enseignants. Au Burkina Faso, un nouveau partenariat avec l'Association pour le développement économique et social en Afrique (ADESAF) a permis de former 500 paysans à l'agroécologie et d'aider 80 femmes à se constituer en coopérative afin d'améliorer leur condition de vie et de proposer des produits de qualité sur le marché local au Burkina Faso.



Entreprendre partout dans le monde

« Entreprendre pour bien nourrir l'Homme », c'est se réinventer en permanence, pour une alimentation savoureuse, saine et équilibrée, qui s'inscrit durablement dans les nouvelles tendances de consommation, en Europe et à l'international. L'authenticité et le terroir représentent des valeurs refuge, le snacking sain une valeur montante, les spécialités premium et le bio sont quant à eux gages d'excellence. Le fromage et les produits laitiers sont des produits simples et naturels plébiscités partout dans le monde. Nos savoir-faire n'ont pas de frontière.



**ENCHANTER
L'EXPÉRIENCE
CLIENT**
P. 24



**CAP À
L'INTERNATIONAL**
P. 28



**L'EXCELLENCE
DU TERROIR**
P. 32



**DU BON ET
DU NATUREL**
P. 36



**SIMPLE
ET SAIN**
P. 40



Le fromage au top!

Naline LONG-LEONARD,
Chef de Secteur chez Savencia
Produits Laitiers France, devant
le dispositif Merch' Up, au centre
Leclerc de La Teste-de-Buch (33).

Enchanter l'expérience client

De Londres à Moscou, de Prague à Sao Paulo, l'appétit pour le fromage ne se dément pas. Les consommateurs plébiscitent ce produit plaisir qui s'adapte à toutes les occasions de consommation d'aujourd'hui. Chez Savencia Fromage & Dairy, nous avons à cœur de le réinventer chaque jour en misant sur nos marques fortes et nos innovations auprès de nos clients. Nous imaginons également les linéaires de demain et les solutions sur mesure pour le food service afin d'accroître notre présence sur tous les circuits.



Savencia, champion de la croissance

En France, Savencia Fromage & Dairy est depuis cinq ans le champion de la croissance du chiffre d'affaires dans le secteur des produits de grande consommation. Cette belle performance repose sur l'excellence de nos produits, notre portefeuille de marques uniques, et l'expertise reconnue de nos équipes commerciales.

Le fromage est porteur aussi bien dans les pays de tradition fromagère que sur les marchés plus récents comme l'Asie ou l'Amérique du Sud. Il s'adresse à tous les publics avec ses modes de consommation variés : à froid ou à chaud, sur une tartine ou en salade, il sait s'adapter à l'air du temps et aux nouveaux usages. En bonne place sur un plateau tel, il peut aussi être consommé en cœur de repas, comme en témoigne le succès de la raclette. Champion du snacking, le fromage est plébiscité dans les en-cas, les sandwiches ou encore à l'apéritif. En tranches ou en portions, il se prépare rapidement et facilement. Et rayonne auprès d'un large

public, dont les millennials. Enfin, en Europe, où un tiers des consommateurs sont flexitariens, il profite du recul de la consommation de viande. Chez Savencia Fromage & Dairy, nous répondons à cette tendance mondiale avec des innovations remarquables. À l'écoute de nos clients de la grande distribution, nos équipes commerciales sont à la pointe du *category management* et réenchangent le rayon crèmerie. Pour les professionnels du food service, nos chefs proposent conseils et solutions personnalisées pour saisir les opportunités de croissance liées à la consommation hors domicile.

En France, le fromage représente le

3 champions

Les Français, les Danois et les Finlandais forment le trio de tête mondial pour la consommation de fromage *per capita*

1^{er}

levier de croissance du rayon crèmerie en 2018

71%

des achats de fromage sont des achats d'impulsion

96%

des clients en magasin jugent la présence d'un espace coupe importante dans le choix de leur magasin principal



SALONS

Collectif gagnant à l'international

Les grands salons internationaux sont, pour Savencia Fromage & Dairy, l'occasion d'affirmer son leadership et d'échanger avec ses clients. Rendez-vous mondial de l'innovation alimentaire, le SIAL, qui s'est tenu à Paris en octobre 2018,

a permis à nos équipes de présenter nos innovations et la diversité de notre offre aux visiteurs venus des quatre coins du globe. À l'honneur sur notre stand : la Haute Fromagerie, à travers une sélection de fromages présentée par notre ambassadeur Rodolphe

Le Meunier, Meilleur Ouvrier de France, des dégustations trois étoiles réalisées à partir de nos beurrés et crèmes d'excellence proposés par les chefs de la Maison de la Crème Elle & Vire, mais aussi le Bar à fromages, pour faire apprécier toute la palette de fromages du Groupe dans un espace convivial. Par ailleurs, le salon Gulfood de Dubaï, plus grand rendez-vous alimentaire mondial hors Europe, a permis à nos équipes internationales de se réunir sur un stand commun Savencia pour recevoir des clients provenant aussi bien du Moyen-Orient que du monde entier.



Au SIAL, nos clients mondiaux ont l'opportunité de découvrir pendant cinq jours l'ensemble des innovations et des savoir-faire du Groupe."

Jérôme Wolff,
Directeur Général
Activité Beurre Crème,
Food Service Premium
et Afrique Moyen-Orient



MERCHANDISING

La 3D au service de la performance



En 2018, Savencia Produits Laitiers France a reçu un Trophée LSA pour le déploiement de la solution de merchandising 3D *Perfect Shelf*, réalisée en collaboration avec Intermarché et Dassault Systèmes. Testé dans une dizaine de magasins, cet outil de simulation a permis de booster la croissance de la catégorie Fromage en libre service. Le succès est au rendez-vous, puisque 76 % des consommateurs ont jugé le rayon Fromage libre service plus clair qu'avant.



ANIMATION

La coupe se réinvente

En France, la coupe représente 20 % des achats de fromage en grande surface. Un espace dédié à la coupe en magasin est un gage de qualité et de différenciation pour les consommateurs. Pour mettre en valeur nos produits et permettre à nos clients distributeurs de dynamiser l'espace coupe de façon qualitative, nous avons créé le concept de *Bar à fromages*. Au menu : cinq jours de vente-animation, des dégustations de fromages d'une vingtaine de nos marques, des associations de saveurs et la distribution de livrets-recettes. Une innovation récompensée par un Trophée LSA Forces de Vente 2018, dans la catégorie Opération événementielle.



ACQUISITION

Croissance en Corée du Sud

Dans le cadre du développement de ses activités food service premium, le Groupe a réalisé en 2018 en Corée du Sud l'acquisition de la société Bake Plus, distributeur spécialisé dans le circuit boulangeries-pâtisseries et expert dans les recettes de pâtisserie au *cream cheese*. Un atout majeur pour répondre plus largement à l'engouement des consommateurs coréens pour la pâtisserie à la française.

RAYON FROMAGE



Merch'up, un linéaire d'avance

Améliorer l'expérience Shoppers en magasin pour accélérer la croissance de la catégorie beurrés-crèmes-fromages : c'est l'objectif de Merch'up, notre concept de linéaire innovant lancé en 2018. Créé en partenariat avec Intermarché et Epta, cette innovation de rupture réinvente le rayon crémier-fromager. Ses trois piliers ? Une nouvelle segmentation, un mobilier novateur et un balisage attractif et pédagogique pour apporter du conseil et inciter à la découverte de nouveaux produits.

L'atout OSA

Avec la solution On Shelf Availability (OSA) de Nielsen, il est désormais possible de mesurer les ruptures de produits en linéaire presque en temps réel, d'en déterminer la cause et donc d'identifier et de mettre en place rapidement des actions correctrices, que ce soit en centrale nationale ou au point de vente.



Le goût de la qualité



Angela DULATOVA,
Maître Fromager en Russie,
fière de fabriquer des pâtes
pressées de haute qualité,
travaille chez Belebey
depuis 2014.

Cap à l'international

De nouvelles générations de consommateurs plus gourmets et plus connaisseurs accèdent, dans le monde entier, aux plaisirs recherchés du fromage premium et de la gastronomie à la française. Entre tradition et innovation, le goût pour des produits de qualité ne s'est jamais aussi bien porté.

L'appétence pour les produits authentiques est un phénomène mondial qui touche toutes les régions et tous les canaux de distribution. Acteur de référence, Savencia Fromage & Dairy développe

sa présence à l'international et sur tous les circuits. Nous renforçons nos positions sur des marchés stratégiques comme la Russie, pour proposer aux consommateurs des fromages premium de tradition russe.

Savencia, 4^e fromager mondial et au 15^e rang pour les produits laitiers

La passion de la qualité, l'engagement pour l'excellence sont au cœur de notre portefeuille de marques locales et internationales. C'est en offrant le meilleur du fromage et du lait que nous gagnons durablement la confiance de nos clients.



Nous développons des solutions pour répondre à toutes les attentes de nos clients du food service, de la restauration rapide et du retail sur tous les continents. Grâce à un savoir-faire et une expertise uniques, nous proposons une gamme de produits et services en offre globale ou en solution sur mesure. Partout dans le monde, de nouveaux consommateurs sont à l'affût des dernières tendances culinaires. L'engouement pour la gastronomie, la pâtisserie, et les secrets des chefs sont les ingrédients d'un phénomène planétaire. Nous nous appuyons sur la renommée

des chefs de la Maison de la Crème Elle & Vire pour répondre, avec des innovations techniques à haute valeur ajoutée et des beurres et crèmes d'excellence, à l'appétence du public et des chefs pour la pâtisserie.



1

repas sur 5
est consommé
hors domicile
en Europe

10 000

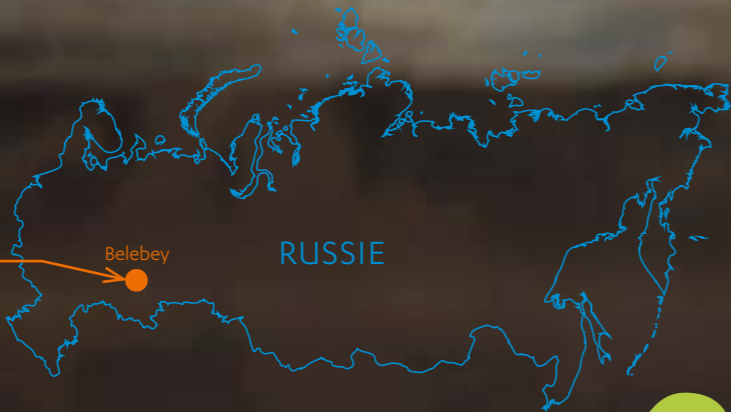
chefs
sont formés chaque année
par la Maison de la Crème
Elle & Vire



96%

des pâtisseries
considèrent que
l'esthétique des pâtisseries
est primordiale





BELEBEY

Un acteur majeur en Russie

Avec l'acquisition de la fromagerie de Belebey, l'un des leaders des fromages à pâte pressée en Russie, Savencia Fromage & Dairy entend développer une position majeure sur le marché russe. Fondée en 1932, la fromagerie est implantée dans la République du Bashkortostan, région de forte production laitière, et dispose d'une zone de collecte de lait importante. Toutes

les équipes de Russie étaient réunies au salon Prodexpo de Moscou, sous la bannière Savencia, pour présenter toute la gamme de fromages de tradition. Plus récemment, la filiale a annoncé le lancement de « Velikoslavitch », une gamme de fromages de pâtes pressées à goût typé unique se déclinant en tranches, en portions et à la coupe, sous deux références : classic muscat et affiné.

Cette innovation a été soutenue par une campagne publicitaire s'inspirant de la culture artistique et de la tradition d'excellence russe pour illustrer le savoir-faire des maîtres fromagers de Belebey.



SAGA

La French Touch se réinvente

En 2018, Elle & Vire Professionnel a proposé aux chefs, à travers un jeu-concours, de réveiller leur French Touch, autrement dit de revisiter des créations avec une touche d'excellence normande. Pâtisseries et cuisiniers ont répondu présents, et proposé des associations de saveurs inattendues : mont blanc parfumé au Yuzu, baba parfumé au mojito ou flamiche au maroilles. En 2019, c'est la thématique de la transmission qui est mise à l'honneur. Transmettre sa French Touch, c'est faire vivre ce style, cette audace et cette élégance entre pairs ou entre mentor et mentoré.



INNOVATION

Sculptural !

Par l'importance du décor, les pâtisseries peuvent devenir de véritables petites œuvres d'art. Sculpture, la dernière innovation signée Corman, libère la créativité des chefs pâtisseries et leur permet de réaliser des décors d'exception. Facile à travailler, cette nouvelle spécialité doit sa tenue et son foisonnement exceptionnel à un mix d'ingrédients soigneusement sélectionnés, à partir de babeurre et d'huiles végétales.



FOOD SERVICE

Planète « panés »

L'appétence pour le croustillant et le moelleux des fromages panés n'a pas de frontière. Notre offre commercialisée en food service propose aux chaînes de restauration rapide toute une gamme de panés dorés et fondants, ainsi que des solutions sur mesure. En food service premium, Savencia Fromage & Dairy a créé une nouvelle gamme de Cromesquis à destination des chefs. Inspirés d'une tradition culinaire française, ces fromages panés enrobés de chapelures originales se déclinent en quatre références complémentaires autour des fromages français : Cœur de Lion, Tartare, Chavroux et Mozzarella Suprema. Des produits savoureux qui seront également commercialisés très prochainement en grande distribution, en France et en Allemagne, sous la marque Deli'Cheese.





"Haute Fromagerie"

Rodolphe LE MEUNIER,
Meilleur Ouvrier de France
et conseiller expert
pour la Haute Fromagerie,
met sa passion au service
du développement de
nos fromages premium.

L'excellence du terroir



Les consommateurs redécouvrent la saveur des produits vrais, la richesse des savoir-faire locaux. Fabriqués par des maîtres fromagers à partir de lait collecté à proximité immédiate de nos laiteries, les produits de tradition Savencia Fromage & Dairy expriment à merveille tout le goût des terroirs.

Un caractère marqué et des saveurs uniques : les fromages régionaux et les produits AOP revendiquent avec fierté leurs origines, et c'est cet héritage que les consommateurs apprécient. Les produits authentiques, les petites marques, les terroirs ont la

cote. Gage de qualité et de proximité avec les producteurs, le made in local est recherché. Ce goût d'authenticité et de proximité n'est pas réservé aux pays traditionnellement consommateurs de fromage. Il s'affirme aujourd'hui partout dans le monde, et



Haute Fromagerie
- PARIS -

Des fromages d'excellence

Chez Savencia, nous avons la passion et la fierté de la gastronomie française associées à un savoir-faire fromager d'excellence. Nous contribuons au développement international des fromages de tradition, à travers une sélection de produits premium et authentiques, fabriqués dans le respect des gestes des artisans fromagers. Pour porter ce renouveau, nous avons choisi comme ambassadeur Rodolphe Le Meunier, élu Meilleur Ouvrier de France, reconnu pour son talent et son exigence de qualité.

notamment aux États-Unis. Ces savoir-faire locaux sont au cœur du métier de Savencia Fromage & Dairy. Avec des marques d'origine et d'AOP comme l'Ossau Iraty Esquirrou, l'Époisses Berthaut, le Maroilles Fauquet, les fromages artisanaux de Rogue Creamery ou les beurres AOP Charentes-Poitou Lescure,

nous proposons aux amateurs de goûts vrais des produits de caractère élaborés par nos maîtres fromagers et laitiers. Avec eux, c'est une culture de l'excellence et de la tradition qui se perpétue.

84% 

des Européens
apprécient la qualité
des produits locaux. Près du
quart des Européens souhaitent
consommer plus local

85% 

des Français
privilégient le fait qu'un aliment
soit produit dans la région

La France est le

1^{er} 

producteur
mondial
de fromage de chèvre

ELLE & VIRE

Made in Normandie

La crème et le beurre Elle & Vire sont irrésistiblement normands. Un goût unique, issu du savoir-faire de ce territoire d'exception mondialement réputé pour la qualité de sa crème. Si nos produits sont aussi incomparables, c'est grâce à la qualité du lait collecté chaque jour autour de notre laiterie de Condé-sur-Vire. 210 jours, c'est le temps que les vaches normandes passent en moyenne dehors chaque année.



Plus de 4 millions de vues sur YouTube en quelques semaines

PUB

Saint-Loup, vrai de vrai

Saint-Loup n'est pas seulement un fromage de chèvre réputé. C'est aussi le nom d'un authentique village du Poitou, avec un vrai terroir, de vrais habitants et une vraie âme. Autant d'atouts que le nouveau film publicitaire de la marque a choisi de mettre en valeur. Les acteurs, tous habitants du village, se sont prêtés au jeu pour évoquer avec fierté leur terre et leur fromage. Avec son slogan « Le vrai chèvre d'un vrai village », le spot a totalisé environ 4 millions de vues sur YouTube.

TERROIRS DU SUD

Toute l'authenticité de la Méditerranée

Les pays méditerranéens offrent de nombreux fromages authentiques. En Espagne, la filiale Arias a lancé Secretos de Angulo, une gamme de fromages frais traditionnels de la *Ilanura* (de la plaine). Moulés à la main, ils sont issus d'un mélange de trois laits (vache, chèvre et brebis) 100% espagnols. Autre best-seller méditerranéen : le Parmigiano reggiano AOP au lait de vache de Giovanni Ferrari. En 2018, la marque transalpine conforte en Allemagne sa nouvelle position de leader sur les pâtes pressées italiennes. Et en 2019, elle innove en se lançant sur le segment de la mozzarella en Allemagne et en France.



AMBASSADEURS

Culture fromagère

La culture du fromage rayonne dans le monde entier grâce à des événements de prestige auxquels Savencia Fromage & Dairy s'associe. Nous étions présents cette année en Argentine, pour le 8^e chapitre de la Guilde Internationale des Fromagers, qui s'est tenu en présence du Maître Fromager Roland Barthélémy. En Serbie, la Semaine française a commencé sous le signe de la culture fromagère. Journalistes, diplomates et amateurs de gastronomie française ont pu déguster, lors de la soirée d'ouverture, nos fromages Seleкта et ILE DE FRANCE, mis à l'honneur par Mlekoproduct.



DOROTHY'S

Un fromage d'héritage

Aux États-Unis, les fromages à pâte molle de caractère Dorothy's, fabriqués à Lena dans l'Illinois, sont le reflet d'un héritage unique : celui de Dorothy, une pionnière, première femme diplômée en sciences laitières de l'université de l'Iowa. Aujourd'hui, Dorothy's continue d'affirmer son caractère *d'artisan cheese* : son fromage Comeback Cow a obtenu la médaille d'Or à l'US Champion Cheese Contest qui a eu lieu à Madison dans le Wisconsin en 2019.



SAINT AGUR

N° 1 des bleus en Europe

Véritable concentré d'Auvergne, alliant force et fondant, Saint Agur est un bleu persillé élaboré dans le strict respect du savoir-faire fromager. Sa forme est un hommage aux paysages d'Auvergne : octogonale, elle s'inspire des orgues basaltiques caractéristiques de la région et exprime, avec ses arêtes marquées, toute la force de ce produit intense. Le fromage Saint Agur a des amateurs dans le monde entier, du Canada au Japon en passant par la Scandinavie, et notamment au Royaume-Uni où il confirme sa place de leader sur le segment du continental blue cheese.



Fier d'être éleveur

Jérôme CHAMPION,
éleveur au Gaec du Finiot
Essey-les-Eaux (52),
a choisi de convertir
son exploitation laitière
vers la filière bio.

Du bon et du naturel



Entreprenre bio

En 2018, Savencia Fromage & Dairy a créé une nouvelle filiale, *terre bio*, dont l'objectif est de proposer une offre de fromages et de produits laitiers bio, sans renoncer au plaisir et à la qualité. Un engagement en faveur du mieux produire et du mieux consommer.

Manger sain et responsable, sans compromis sur le plaisir sont des attentes fortes exprimées par les consommateurs. Avec des produits simples, naturels et gourmands, Savencia Fromage & Dairy s'inscrit dans cette tendance durable.


Du naturel, du bio, du végétal : les envies d'aujourd'hui vont vers les produits simples, fabriqués dans le respect de la planète et de la santé des consommateurs. La consommation de viande et

de produits trop transformés recule pour faire place à de nouveaux comportements alimentaires : légumes, céréales, produits laitiers se taillent une place de choix dans nos assiettes.



Pas question pour autant de renoncer aux plaisirs gourmands. La simplicité doit avoir du goût ! Chez Savencia Fromage & Dairy, nous proposons des produits (fromages, beurres, crèmes) peu transformés et fabriqués à partir d'ingrédients naturels. Nous développons également toute une offre bio. Dans le cadre de notre démarche d'Approvisionnements Laitiers Responsables, nous accompagnons les producteurs qui le souhaitent dans leur conversion à l'agriculture biologique. Nous offrons aussi des innovations avec des alternatives végétales destinées aux consommateurs désireux de réduire leur

consommation de protéines animales. Nous les aidons également à adopter des comportements alimentaires plus responsables, en les incitant à une consommation raisonnée.

92% 
des Français
veillent à ce que leur foyer
mange des produits
sains et variés

23% 
de la population
mondiale
est flexitarienne

En 2018,
plus de
9  Français
sur 10
déclarent avoir consommé
des produits biologiques



DU BON
ET DU NATUREL

En preuves



MARQUES

Innover bio

Que l'achat soit systématique ou occasionnel, le bio s'installe durablement dans les habitudes des consommateurs. 82% des Français font confiance aux produits bio. Chez Savencia, plusieurs de nos marques suivent de près cette tendance et élargissent leurs gammes avec des offres bio. C'est le cas en France du Carré Frais, authentique fromage frais, du Brebiou au bon goût de brebis, qui se déclinent en 100% bio. Les fromages Passendale sont fabriqués en Belgique de manière durable. Le Classic Bio de Passendale, premier fromage biologique de marque lancé sur le marché belge, est ainsi fabriqué avec un lait

100% local et 100% bio. Le beurre aussi s'inscrit dans cette tendance. Corman a lancé cette année le premier beurre tartinable allégé bio du marché européen. Vendu sous la marque Balade en Belgique, ce produit sans additif ajouté, 100% naturel et 25% moins gras qu'un beurre entier, n'en oublie pas sa praticité : il peut être tartiné dès sa sortie du frigo. La tendance bio est aussi une belle opportunité d'offre différenciante pour les boulangers-pâtisseries. Avec Le Beurre de la laiterie Corman qui existe en version bio, ils disposent d'un beurre biologique de haute qualité facile à travailler pour fabriquer des produits finis savoureux et de qualité.



CHÈVRE

Simple et vrai

Du sud à l'est de l'Europe, le fromage de chèvre est devenu un incontournable. Pour notre filiale espagnole Arias, fraîcheur, texture et saveur se sont donné rendez-vous pour créer Burgo de Arias Cabra (chèvre). Avec 100% d'ingrédients naturels (du lait, du sel et de la présure), ce fromage frais, doux et faiblement calorique a rencontré un succès immédiat. En République tchèque, notre nouvelle gamme de chèvre frais Lucina joue également la simplicité : du lait de chèvre, une pointe de sel, et c'est tout !



STRATÉGIE DE MARQUE

Medve, un succès bien tranché

Marque patrimoniale en Hongrie, Medve, qui bénéficie d'un capital de confiance très élevé chez les consommateurs, a lancé en 2018 un format tranches sous le nom de Medve Szeletem. Le nom choisi repose sur un jeu de mot : il signifie à la fois « ma tranche » (de fromage) et « je l'aime ». Soutenu par des opérations promotionnelles, une communication impactante en point de vente, des dégustations en magasin et une campagne média 360°, le lancement a été un formidable succès.

TARTINABLES

Irrésistiblement végétal

Le flexitarisme est LA tendance qui monte. Plus qu'un régime alimentaire, c'est un état d'esprit auquel adhèrent déjà 34% des Français : manger moins souvent de viande, consommer davantage de végétaux, de céréales et de produits laitiers. Pour répondre à cette nouvelle demande, nous avons conçu Végétal Irrésistible. Lancée en test fin 2018, cette gamme de tartinables 100% végétale et 100% gourmande propose des associations originales de légumes, de légumineuses (pois chiches, lentilles, haricots rouges) et d'épices pour l'apéritif. Sans colorant, sans conservateur et sans arôme artificiel, elle apporte des protéines végétales indispensables, sans sacrifier à la gourmandise.



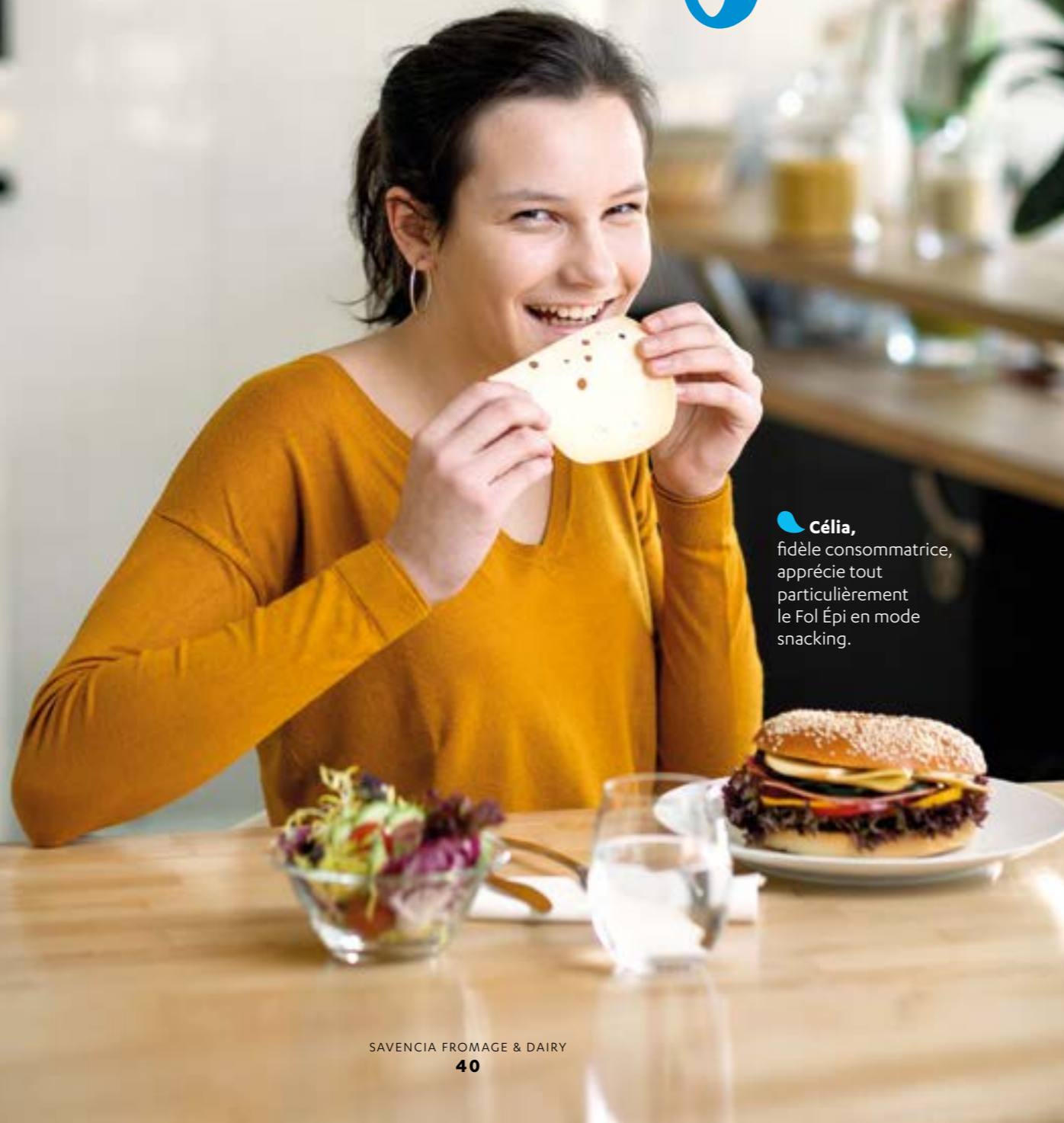
ÉCORESPONSABILITÉ


Un pur Caprice

Marque iconique, Caprice des Dieux conjugue à merveille simplicité, plaisir et responsabilité. Sa recette ? Du lait, de la crème, des ferments lactiques naturels, une pincée de sel, et c'est tout. Depuis sa naissance en 1956 à Illoud dans la Haute-Marne, il est toujours fabriqué exclusivement en France, avec du lait de vache collecté à proximité, du sel des Vosges, un emballage issu de carton 100% recyclé, et dans une fromagerie respectueuse de l'environnement. Après avoir décliné à la portion son célèbre En-cas de Caprice, la marque continue son engagement en faveur de la consommation raisonnée. Sur son pack de 300 g, le fond de boîte interne présente un repère visuel pour indiquer la juste portion de fromage à consommer (25 g). Caprice des Dieux affiche également ses engagements sur le flanc de ses célèbres packs ovales, sous la signature « Pur par nature ».



Inspiration snacking



 **Célia,**
fidèle consommatrice,
apprécie tout
particulièrement
le Fol Épi en mode
snacking.

Simple et sain

Sandwich gourmand, goûter sain, en-cas équilibré : les consommateurs ne veulent plus choisir entre santé et praticité. Si le snacking continue de se développer, il doit plus que jamais répondre à une exigence d'équilibre et de qualité.

Les consommateurs d'aujourd'hui consacrent moins de temps à leurs repas. Mais si le snacking s'inscrit durablement dans leurs

habitudes, pas question de choisir entre santé et praticité : il s'agit de manger équilibré tout en variant les plaisirs. Dans ce nouveau paysage



Top innovation

En 2018, quatre innovations signées Savencia figurent dans le Top 10 des innovations fromage en France : RichesMonts Raclette sans croûte fumée, RichesMonts Raclette sans croûte Duo Poivre et classique, RichesMonts Tranches Burger et Escargolo de P'tit Louis, le fromage 100 % naturel qui se déroule comme un jeu d'enfant. Ces innovations répondent parfaitement aux nouveaux usages alimentaires.



alimentaire, le fromage, simple et pratique par nature, a de nombreux atouts : sa grande diversité de formats, de goûts et de textures. Pour satisfaire les nouvelles attentes de consommation, nous avons su développer, pour les distributeurs comme pour les professionnels du food service, des innovations qui combinent à la fois saveurs et praticité d'emploi, portions pour une consommation on the go et conservation.

Que ce soit en tranches, en dés, en billes, ou tartinable, le fromage répond à toutes les envies et s'invite à tous les moments, pour tous les usages modernes.

Les Français ont passé le cap des

10 
milliards
de repas pris en dehors
du domicile



+73%
c'est la croissance
du chiffre d'affaires
en restauration rapide
en 4 ans



95%
des boulangers-
pâtisseries
proposent une offre
déjeuner



300
millions
de sandwiches consommés
chaque jour aux USA



SIMPLE
ET SAIN

En preuves



TRANCHES PREMIUM

Praticité et naturalité

La catégorie des tranches est un segment majeur du marché mondial du fromage. En Europe du Centre et du Nord, le fromage fait partie des habitudes alimentaires. Ailleurs, c'est un ingrédient du snacking qui s'intègre facilement dans les recettes pour sandwiches, burgers et wraps. Pour le retail, Savencia Fromage & Dairy a lancé à l'international, sous les marques Milkana et ILE DE FRANCE, une gamme premium de fromages en tranches, pour sandwiches froids ou chauds. Trois marques bien connues en distribution, Fol Épi, Etorki et Chavroux, se lancent en tranches pour le food service. Cette gamme a été spécifiquement développée pour permettre aux boulangers, mais aussi aux professionnels de la restauration, de sublimer leurs recettes, avec des fromages de qualité.



DIGITAL

Alouette, le snacking malin

Aux États-Unis, le fromage à tartiner Alouette entend gagner le cœur des millennials avec sa nouvelle campagne « Eat Artfully ». Au travers d'une série de vidéos déployées sur les réseaux sociaux, la marque a choisi l'humour pour montrer qu'une simple touche d'Alouette suffit à sublimer tout type de snacking.

NUTRITION

Polenguinho, un nouveau format pocket

Pionniers des fromages de marque au Brésil, Polenghi et son petit Polenguinho ont construit leur succès sur leur qualité, leur facilité de consommation et de conservation, et leur large distribution. En 2018, Polenguinho change de recette et propose un produit encore plus onctueux et sain, avec 10% de sodium en moins. Il s'illustre également sur les écrans, avec une campagne publicitaire vantant la nouvelle version pocket, deux petits carrés de fromage à emporter dans son sac pour une consommation nomade.



CLEAN LABEL

Cuisiner en toute légèreté

Avec seulement 18% de matière grasse et ne comportant aucun additif, la crème légère d'Elle & Vire est parfaite pour une cuisine naturelle et gourmande pour toute la famille. Produite localement à la laiterie de Condé-sur-Vire avec du lait 100% normand, son emballage a été repensé pour une utilisation pratique et sûre grâce à un bouchon ergonomique.



CŒUR DE REPAS

Le « DIY » version fromage

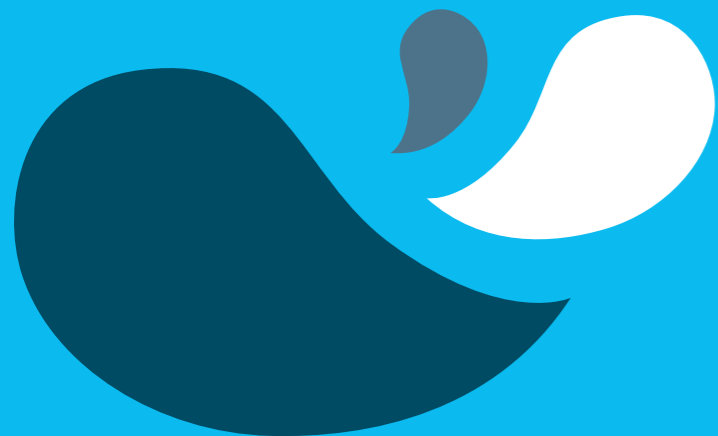
Le fromage en cœur de repas n'est plus seulement réservé aux amateurs de raclette l'hiver. Ainsi, RichesMonts innove et s'installe toute l'année dans les rayons des supermarchés avec une gamme de tranches pour burgers et croques qui répond à la tendance du fait-maison facile à préparer. Chez Saint Agur, ce sont les recettes inventives du jeune chef Juan Arbelaez, partagées sur le web, qui donnent des envies de fromage pour tout le repas. Au menu : salade de tomates, fraises et dés de Saint Agur ou daurade en carpaccio à la crème de Saint Agur.



EUROPE CENTRALE

Le barbecue version fromage

En Europe Centrale, les fromages à pâtes molles se dégustent aussi au barbecue, c'est même une tendance saisonnière forte du marché dans cette région. Après le succès de Sedlcansky à griller en République tchèque, nous avons lancé en Pologne le camembert Na Grill de NaTurek. En Slovaquie, Liptov a lancé le Hranolčeky, fromage à pâte dure au lait de montagne, fumé au bois de hêtre.



Résultats et Performance Extra-financière

- p. 45** Chiffres clés 2018
- p. 46** Déclaration de Performance Extra-Financière
- P. 60** Le gouvernement d'entreprise
- P. 61** 2018 en bourse
- P. 62** Rapport d'activité
- P. 65** Contrôle interne, gestion des risques et devoir de vigilance
- P. 68** Compte de résultat consolidé
- P. 69** Bilan consolidé
- P. 70** Tableau des flux de trésorerie consolidés
- P. 71** Organigramme juridique consolidé
- P. 72** Table de concordance GRI

Chiffres clés 2018

CHIFFRE D'AFFAIRES 2018

Le chiffre d'affaires est en progression de 0,2% par rapport à l'exercice précédent. La croissance organique est favorable à +2,1% et provient principalement d'un ajustement des prix de vente sur les principaux marchés et le développement de l'International. L'effet de structure est positif de 2% s'expliquant par l'intégration dans le périmètre de B.M.K. fin décembre 2017, de Bake plus à fin mars 2018 et de Palace Industries mi-mai 2018. L'effet de change est défavorable de -3,8% provenant de la dévaluation de l'ensemble des monnaies mondiales vis-à-vis de l'euro et principalement des devises sud-américaines très impactées par l'hyperinflation en Argentine. Le chiffre d'affaires réalisé hors de France représente 70% contre 71% au 31 décembre 2017.

Chiffre d'affaires net 2018

En millions d'euros



CHIFFRE D'AFFAIRES 2018

ET VARIATION 2018-2017

Par activité

Les Produits Fromagers représentent 57,5% du chiffre d'affaires consolidé. Leur croissance organique s'élève à 0,5%. L'effet de change est négatif de -1,9% et l'effet de structure positif de 2,8%.

Les Autres Produits Laitiers représentent 45,1% du chiffre d'affaires consolidé avec une croissance organique de 3,8%. L'effet de change est négatif de -6,3% et l'effet de structure, positif de 0,9%.

Chiffre d'affaires 2018 et variation 2018-2017

Par activité et en millions d'euros



Autres activités : - 126,1 M€

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

Le résultat opérationnel courant est en progression courante de 2,9% intégrant un effet de périmètre positif de 9,2% et un effet de change négatif de 5,1%.

Résultat opérationnel courant

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



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL

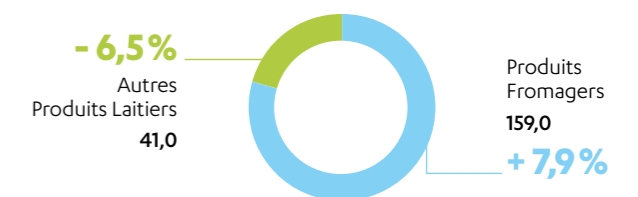
COURANT 2018 ET VARIATION 2018-2017

Le résultat opérationnel courant des Produits Fromagers progresse de 7,9%. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 5,3% à 5,7% grâce au développement des activités internationales.

Le résultat opérationnel courant des Autres Produits Laitiers est en recul de 6,5% et s'explique essentiellement par la sous-valorisation des activités de poudre de lait. Le taux de marge opérationnelle courante se tasse légèrement de 2% à 1,9%.

Résultat opérationnel courant 2018 et variation 2018-2017

Par activité et en millions d'euros



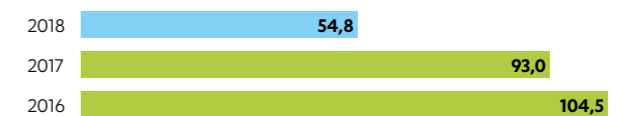
Autres activités : - 22,4 M€

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

Le résultat net part du Groupe est en recul de 41%. Les charges non récurrentes sont en hausse de 42,3 millions d'euros et liées pour l'essentiel aux plans d'amélioration des performances engagés en France et en Europe centrale. Les charges financières sont en hausse de 2,3 millions d'euros, dont un effet de la mise en place de la norme IFRS 9 « Instruments financiers » défavorable de -2,8 millions d'euros. Le résultat sur situation monétaire de -14,6 millions d'euros correspond à l'application, au titre de l'exercice 2018, de la norme IAS 29 relative aux pays en situation d'hyperinflation (Argentine). La contribution des sociétés en équivalence diminue de 2,5 millions d'euros et l'impôt sur les sociétés baisse de 17,8 millions d'euros.

Résultat net part du Groupe

En millions d'euros



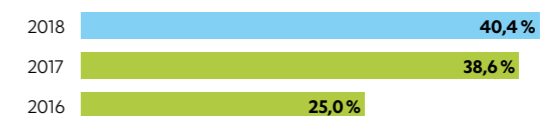
ENDETTEMENT NET SUR FONDS PROPRES

Les investissements corporels et incorporels se sont élevés à 195,9 millions d'euros en hausse de 11% en lien avec le développement à l'International. Les acquisitions de sociétés et compléments de participation représentent 34,8 millions d'euros en 2018, contre 157 millions d'euros en 2017.

La dette financière nette s'établit à 563,6 millions d'euros en hausse de 32 millions d'euros, en lien principalement avec les opérations de croissance externe. Les fonds propres augmentent de 17,9 millions d'euros par rapport à 2017.

Endettement net sur fonds propres

En pourcentage



TENDANCES & VISION

L'alimentation est devenue un enjeu de société. Avec des « consom'acteurs » en quête de Mieux Manger et de confiance, elle évolue **vers un nouveau modèle, plus responsable et plus respectueux des cultures locales**. 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 de qualité** répondant aux nouvelles attentes des consommateurs : le bon, le naturel, le sain, la praticité, le durable. En renforçant sa compétitivité

et son innovation, son engagement RSE auprès de ses parties prenantes, le Groupe s'adapte en permanence aux mutations de ses marchés dans le monde et de ses clients distributeurs ou professionnels du BtoB.

RESSOURCES

Ressources Humaines

- 19 888 collaborateurs
- dans 29 pays
- 60 % d'hommes
40 % de femmes
- Des filiales en proximité avec leur environnement local

Ressources Environnementales et Sociétales

- 16,4 millions m³ d'eau
- 2087 GWh d'énergie
- 12 000 exploitations laitières fournissant 4,2 milliards de litres de lait

Ressources Financières

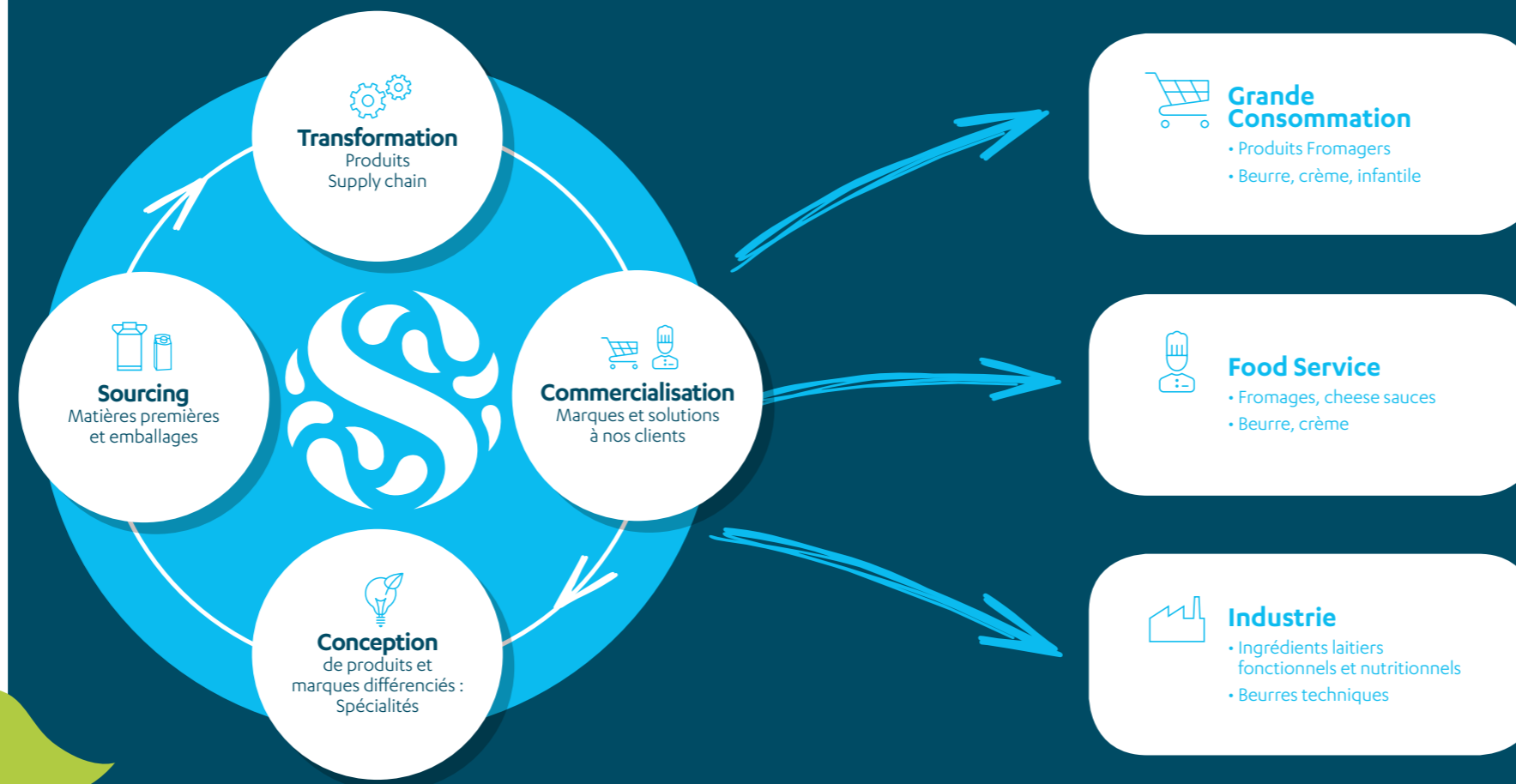
- Stabilité d'un actionariat familial majoritaire
- Capitaux propres : 1396,3 M€
- Investissements : 195,9 M€

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**, le Groupe déploie une stratégie de création de **produits et marques innovants et de haute qualité**. SAVENCIA Fromage & Dairy fabrique et commercialise des fromages et produits laitiers différenciés, avec des marques de spécialité, en grande distribution, en food service et des ingrédients laitiers pour l'industrie. Il s'appuie sur des filiales en forte proximité avec leurs marchés locaux, ainsi que sur des expertises globales partagées.

SAVENCIA Fromage & Dairy un acteur majeur de la transformation laitière

4^e fromager mondial
2^e fromager français



VALEUR PARTAGÉE

Pour les Hommes

- Top Employer Europe 2018, 2019
- Frais de personnel : 868 M€
- 73,3 % des collaborateurs ont bénéficié d'une formation en 2018
- 242 contrats d'apprentissage en 2018

Pour l'Environnement

- Gaz à Effet de Serre collecte laitière : -191 000 T Eq CO₂ entre 2010 et 2018
- Consommation d'énergie : -4,4 % par tonne fabriquée entre 2015 et 2018

Pour la Société et les Communautés

- Nouvelle formule d'évolution du prix du lait coconstruite avec les éleveurs en 2018
- SAVENCIA en tête de la croissance CA PGC GMS France entre 2014 et 2018 (source panel distributeur)
- Actions de solidarité : 51 % des filiales ont réalisé des dons alimentaires
- Achats aux fournisseurs et prestataires : 3 597,1 M€
- Dividendes distribués en 2018 : 22 M€
- Impôts et taxes : 67,4 M€
- Évaluation extra-financière : SAVENCIA Fromage & Dairy au Gaïa Index 2018

Présentation des principaux enjeux

SÉLECTION

DE NOS PRINCIPAUX ENJEUX

La démarche

La sélection des principaux enjeux pour le Groupe SAVENCIA a été réalisée en s'appuyant sur :

LES ÉLÉMENTS LIÉS À LA RÉGLEMENTATION :

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

LES ÉLÉMENTS COMPLÉMENTAIRES TELS QUE :

- le modèle d'affaires, les relations d'affaires et les produits du Groupe ;
- 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.

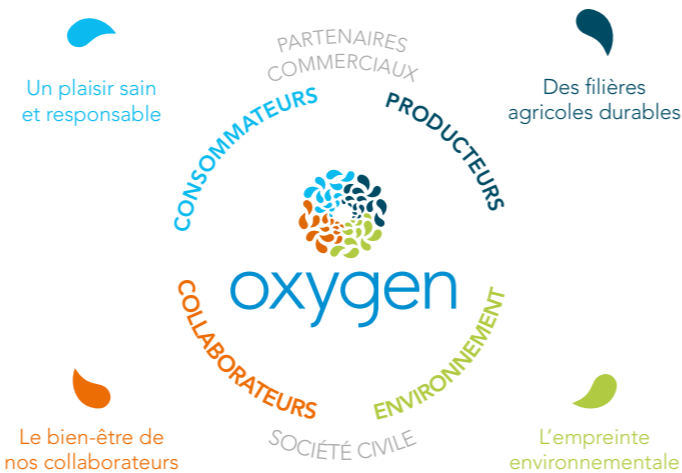
185 parties prenantes à travers le monde ont ainsi été consultées : collaborateurs, producteurs, clients, consommateurs, fournisseurs, dirigeants, investisseurs, société civile.

À partir de ces travaux, une analyse de matérialité a été élaborée en 2017, 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 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 :



La méthodologie

L'analyse de ces différents travaux a fait ressortir 15 enjeux pour lesquels l'adéquation avec la réglementation a été vérifiée, en s'assurant de la couverture des points suivants :

- les domaines prévus par la réglementation : Social - Sociétal - Environnement - Droits de l'Homme - Lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- les autres sujets attendus : Conséquences sur le changement climatique - Économie circulaire et gaspillage alimentaire - Précarité - Alimentation saine et durable - Bien-être animal - Accords collectifs et actions diversité - Handicap.

Pour chaque axe majeur identifié, un engagement est défini et des objectifs quantitatifs ou qualitatifs sont fixés.

Afin d'assurer une cohérence de l'ensemble de notre démarche RSE, ces 15 enjeux ont été rapprochés des 4 axes majeurs et des indicateurs de performance pertinents au regard de notre secteur d'activité y ont été associés.

SAVENCIA Fromage & Dairy publie cette année de manière volontaire une Déclaration de Performance Extra-Financière dans le cadre de la mise en œuvre de la directive européenne. Pour cette première année de transition avec l'ancien format de reporting, les données au format « Grenelle II » sont disponibles dans un document dédié sur le site internet savencia-fromagedairy.com

Nos principaux enjeux :

ENJEUX	RISQUES
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 produit Risque d'atteinte à la réputation du Groupe
DES FILIÈRES AGRICOLES DURABLES <ul style="list-style-type: none"> Co-développer avec nos fournisseurs de matières premières agricoles un approvisionnement plus durable Promouvoir des achats responsables 	<ul style="list-style-type: none"> Risque de volatilité des prix matières Risque climatique
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 	<ul style="list-style-type: none"> Risque climatique Risque environnemental
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 sécurité des Hommes Risque de non-respect de la réglementation Risque de déficit de compétences et d'attractivité
LES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX <ul style="list-style-type: none"> Respect des droits de l'Homme Lutte contre la corruption Lutte contre l'évasion fiscale 	<ul style="list-style-type: none"> Risque de non-respect de la réglementation Risque d'atteinte à la réputation du Groupe Risques financiers

Un plaisir sain et responsable

1. AMÉLIORER LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE ET LA CONCEPTION DE NOS PRODUITS

Améliorer la qualité nutritionnelle de nos produits

ENJEU ET POLITIQUE

SAVENCIA Fromage & Dairy élabore des produits naturels avec des matières premières de qualité soigneusement sélectionnées.

En accord avec sa vocation « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme », le Groupe a la volonté de contribuer aux objectifs de santé publique avec la conviction que l'alimentation constitue un paramètre clé de la santé et du bien-être de tous. Les équipes proposent et construisent des plans de progrès concrets et ciblés pour améliorer en permanence la qualité nutritionnelle et la conception des produits, et promouvoir une consommation responsable. À ce titre, les actions sont centrées autour de deux leviers majeurs que sont l'offre produits et le comportement de consommation pour contribuer positivement à l'évolution des pratiques alimentaires.

D'ici 2025, nous généraliserons l'étiquetage nutritionnel à la portion sur nos produits à marque vendus en grande distribution, complété quand cela est possible, par la présence de repères visuels de portion (sur produit et/ou emballage), incitant à une consommation raisonnée. Cet engagement va au-delà des exigences réglementaires dans

certains pays. L'objectif est de fournir aux consommateurs des éléments utiles dans le cadre de la construction d'une alimentation équilibrée et diversifiée.

Le Groupe s'engage à mettre en place une information nutritionnelle claire : étiquetage nutritionnel à la portion sur 100 % de nos produits à marque vendus en grande distribution.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- Dans le prolongement des actions entreprises suite au prix Excellence Santé et Bien-être « Nudging for Good » remporté par En Cas de Caprice en 2017, la marque Caprice des Dieux, est aujourd'hui une marque engagée sur la notion de portion. En plus de l'affichage d'un étiquetage nutritionnel à la portion sur la majorité de ses packs, (et bientôt sur tous ses packs), le produit Caprice des Dieux 300 g intègre désormais des repères visuels de portions en fond de boîte pour aider à une consommation raisonnée du produit, de manière simple et ludique.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

- Environ 35 % des produits de nos marques vendus en grande distribution comportent en 2018 un étiquetage nutritionnel à la portion.

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Conception et reconception responsable de nos produits

ENJEU ET POLITIQUE

Une démarche de conception et reconception responsable est en place au sein du Groupe qui s'engage à améliorer le profil nutritionnel de ses produits (notamment réduction de sel et de matières grasses dans les spécialités fromagères), à élaborer des recettes sans additif ajouté et à développer l'écoconception des emballages.

Une charte de conception responsable est en cours d'élaboration et sera mise à disposition de l'ensemble des filiales du Groupe. Cette charte proposera des lignes directrices sur lesquelles les plans de progrès produits et emballages pourront être construits et proposés par les filiales à l'échelle internationale.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

Plusieurs marques ont optimisé le profil nutritionnel de leurs produits en 2018, ainsi :

- le produit Tolle Rolle de Milkana Allemagne, vendu également en France sous la marque Escargolo de P'tit Louis, est un fromage 100 % naturel et sans additif ajouté. Il a fait l'objet d'une réduction de sel de 13 % et sa composition nutritionnelle est désormais en ligne avec le guide marketing des produits destinés aux enfants, de l'Organisation mondiale de la Santé ;

- les nouvelles recettes sans additif ajouté du St Morêt Léger et de la crème légère Elle & Vire de Condé-sur-Vire ;

- l'amélioration nutritionnelle des produits de la marque Polenguiho, leader des fromages fondus au Brésil, avec la réduction des acides gras saturés (- 13 % sur Polenguiho original, - 14 % sur Polenguiho Light) et de sel (- 19 % sur Polenguiho original, - 29 % sur Polenguiho Light) ;

- la marque Santa Rosa au Chili s'est engagée dans une démarche de réduction de sodium de 12 % sur la gamme Queso de Cabra et de 39 % sur Crémambert.

Des actions d'écoconception emballages ont été engagées par plusieurs filiales :

- réduction du poids des emballages ou utilisation de matériaux plus facilement recyclables : la barquette Fol Épi est ainsi composée de 30 % de plastique recyclé, Chaumes LS a choisi une barquette d'origine végétale et un couvercle recyclable.

2. PROMOUVOIR

UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

ENJEU ET POLITIQUE

Accompagner les consommateurs et nos collaborateurs vers des comportements de consommation plus raisonnée est un objectif du Groupe.

Le Groupe utilise la méthodologie « Nudge » depuis 2016. Cette méthodologie s'appuie sur l'économie comportementale et consiste à créer des conditions qui encouragent les individus, sans les contraindre, à adopter les comportements bénéfiques pour eux-mêmes, les collectivités et/ou la planète.

Le Groupe développe également des actions afin de limiter le gaspillage alimentaire telles que l'élaboration de formats adaptés aux besoins des consommateurs (portions, barquettes refermables, etc.) ou les dons aux banques alimentaires.

Un module e-learning de formation à l'alimentation saine et à la nutrition sera par ailleurs déployé d'ici 2025 et mis à disposition de l'ensemble des filiales du Groupe.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- Élaboration de recettes équilibrées selon les derniers critères de l'alimentation saine et durable. Ces recettes sont diffusées sur notre plateforme digitale *quiveutdufromage.com* afin d'apporter des solutions clé en main au plus grand nombre. Ces contenus sont accessibles à tous sur l'alimentation des enfants, la notion de portion et la diversité alimentaire, les bénéfices nutritionnels naturels des fromages. Le cahier des charges de ces recettes a été élaboré en collaboration avec des spécialistes de l'alimentation et répond aux règles d'une alimentation variée basée sur des portions adaptées d'aliments et ingrédients culinaires peu transformés. Sur ce site, des recettes équilibrées permettent ainsi d'apprécier le fromage, protéine alternative à la viande, en cœur de repas et associé aux catégories d'aliments recommandés comme les légumes.

- Dans le cadre de l'élection du « Marché préféré des Français », St Morêt distribue des recettes anti-gaspillage afin de redonner de la fraîcheur aux fruits et légumes défraîchis.

- En 2018, 68,8 % des dons réalisés par les sites de production sont des dons de produits.

- Formation Nutrition : dès 2019, plus de 4 500 collaborateurs auront la possibilité de suivre cette formation via la plateforme digitale du Groupe. Ce parcours est élaboré en collaboration avec des experts reconnus afin d'apporter les connaissances nécessaires à la construction d'un régime alimentaire équilibré associé à l'activité physique.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

L'indicateur clé de performance est en cours d'élaboration.

Des filières agricoles durables

1. CO-DÉVELOPPER AVEC NOS FOURNISSEURS

DE MATIÈRES PREMIÈRES AGRICOLES UN APPROVISIONNEMENT PLUS DURABLE

ENJEU ET POLITIQUE

SAVENCIA Fromage & Dairy souhaite co-développer avec ses fournisseurs de matières premières agricoles un approvisionnement plus durable et créateur de valeur.

Le Groupe est centré sur des marques fortes et reconnues qui nécessitent de la part de ses fournisseurs une matière première irréprochable. Il travaille sur le long terme en partenariat avec ses fournisseurs. Afin de satisfaire aux nouvelles attentes sociétales de nos consommateurs, les filiales s'attachent à développer des filières de qualité, respectueuses du bien-être animal, de l'environnement et valorisant le travail des producteurs.

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

- l'extension de la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage à l'ensemble de notre collecte laitière dans le monde d'ici 2025 ;

- le déploiement du diagnostic « Production Laitière Durable » auprès de 50 % de nos producteurs laitiers en 2025 ;

- le co-développement des productions de lait issues d'une alimentation sans OGM des troupeaux et de l'Agriculture Biologique.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

SAVENCIA Fromage & Dairy achète 4,2 milliards de litres de lait dans le monde auprès de 12 000 exploitations laitières.

La France représente 75 % de ces approvisionnements et tout le lait que nous transformons en France est d'origine française. Notre transformation y est de proximité : 97 % de notre collecte laitière est réalisée à moins de 70 kilomètres de nos laiteries et même 70 % à moins de 30 kilomètres.

Nous développons des relations durables avec les fournisseurs de lait dont la totalité adhère soit à des Organisations de Producteurs, soit à des coopératives. En 2018, dans l'esprit de la loi EGalim, une nouvelle formule d'évolution du prix du lait a été co-construite avec nos fournisseurs : elle s'appuie sur des indicateurs de marchés liés au mix produit des activités de SAVENCIA Fromage & Dairy en intégrant le principe d'inversion de la construction du prix sur le marché français et les coûts de production du lait.

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 de tous nos éleveurs français et sera progressivement étendue à l'ensemble de notre collecte laitière dans le monde. En 2018, 73 % de nos volumes mondiaux répondent à cette charte.

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

Afin de mieux répondre aux interrogations de ses clients sur les conditions de production du lait, le Groupe propose aux producteurs sa démarche « Approvisionnements Laitiers Responsables », comportant un diagnostic de leur exploitation selon 10 indicateurs. Ce diagnostic permet d'évaluer l'état des pratiques aussi bien sur le plan économique, que social et environnemental, ou sur celui des conditions d'élevage : - rentabilité de l'exploitation - gestion durable des ressources - empreinte carbone - bien-être animal - autonomie alimentaire du troupeau - biodiversité - fertilité du sol - qualité de vie du producteur - accès au plein air - santé du troupeau.

Après avoir réalisé ce diagnostic, l'éleveur peut choisir un axe de progrès, et le Groupe l'accompagne, notamment avec une proposition de formations répondant aux besoins autour de thématiques telles que, la santé et la nutrition des vaches, la fertilisation des sols ou bien l'autonomie protéique... En 2018, 550 journées de formation ont été dispensées auprès de nos fournisseurs de lait en France.

Pour accompagner les éleveurs dans l'évolution de leurs pratiques, les Animateurs Ressources Laitières sont en contact quotidien avec eux.

Au-delà des accompagnements techniques, des mesures financières sont mises en place pour faciliter l'installation de jeunes producteurs, favoriser la conversion à l'Agriculture Biologique ou encore développer la production laitière caprine.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

	2017	2018	Objectif 2025
Étendre la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage dans le monde (% volume lait collecté)	75,2 %	73,0 %	100 %
Déployer le Diagnostic Production Laitière Durable (% volume lait collecté)	14,8 %	16,4 %	50,0 %

Pour encourager la création de valeur, 24 % des volumes collectés proviennent d'une filière différenciée : filière caprine, ovine, Agriculture Biologique, alimentation des bovins sans OGM ou Appellation d'Origine Protégée (AOP).

2. PROMOUVOIR DES ACHATS RESPONSABLES

ENJEU ET POLITIQUE

SAVENCIA développe des collaborations de long terme avec ses principaux fournisseurs et inscrit ses relations dans une dynamique de progrès partagé afin de promouvoir des achats responsables.

Le Groupe sélectionne ses fournisseurs sur des critères de qualité, de sécurité, de service, de compétitivité et sur leur capacité d'accompagnement durable.

Depuis 2010, une Charte « Achats Durables & 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.

Le Groupe s'engage à développer des achats responsables auprès de l'ensemble de ses fournisseurs hors matières premières agricoles via la Charte Groupe des Achats Responsables. Le déploiement de la « Charte Achats Responsables » s'opère par vagues successives avec un suivi du taux de couverture. L'évaluation des risques RSE est établie via le processus d'évaluation EcoVadis.

À terme, 80 % des dépenses externes Groupe seront couvertes (hors achats matière première laitière) dans le cadre de relations commerciales établies.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

La Charte relative à l'engagement du Groupe SAVENCIA contre la corruption et le trafic d'influence dans ses relations avec ses partenaires commerciaux a fait l'objet d'un envoi aux partenaires France et Directions Commerciales monde, respectivement les 17 novembre

2017 et 16 avril 2018 avec une note d'accompagnement en versions française et anglaise.

À compter du 1^{er} janvier 2018, la dénomination devient « Charte Achats Responsables » et se voit renforcée de la Charte relative à l'engagement du Groupe Savencia contre la corruption et le trafic d'influence dans ses relations avec ses partenaires commerciaux, et ajustée des nouvelles dispositions relatives au code de conduite interne établi par le Groupe.

L'évaluation des risques RSE est établie via le processus d'évaluation EcoVadis, engagé depuis 2010. Les quatre domaines d'évaluation sont :
- Environnement ;
- Social ;
- Éthique & Corruption ;
- Relations Fournisseurs & Chaîne d'approvisionnement.

La Direction Achats Groupe a procédé à deux campagnes d'évaluation EcoVadis en 2018 selon le ciblage de la cartographie des risques EcoVadis et sur un périmètre mondial.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

Les indicateurs liés aux taux de couverture de la charte achats responsables et des évaluations EcoVadis sont définis, mais le processus de consolidation des données nécessaires à leur calcul est en cours de finalisation.

L'évaluation des risques RSE, via EcoVadis, a été réalisée pour 466 fournisseurs au 31 décembre 2018, sur l'ensemble du périmètre Groupe Savencia.

La note moyenne obtenue est de 49,6/100 versus 42,2/100 en moyenne sur le panel Food & Beverage EcoVadis.

L'empreinte environnementale

1. RÉDUIRE NOS ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

ENJEU ET POLITIQUE

Depuis de nombreuses années, le Groupe veille à réduire l'empreinte environnementale de ses activités. Des programmes ont été engagés et se poursuivent notamment dans les domaines de l'énergie, de l'eau, des déchets et des rejets.

Des 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.

Au niveau local les référents environnement sont en charge de l'animation de la démarche et du pilotage des actions dans leur périmètre, en adéquation avec la politique générale du Groupe.

SAVENCIA s'engage à réduire l'impact environnemental de ses activités avec une réduction de 25 % d'ici 2025 :

de la consommation énergétique et des émissions de gaz à effet de serre de production et de transport, en diminuant sa consommation de carburants de 25 % et en augmentant la part des énergies renouvelables ;

des prélèvements d'eau dans le milieu naturel ;

ainsi qu'une réduction de l'empreinte carbone de notre collecte laitière de 300 000 tonnes équivalent CO₂ d'ici 2025 (versus 2010).

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

Réduction des consommations d'énergies

Au niveau central, des équipes dédiées suivent et accompagnent les sites conformément à la politique globale mise en œuvre au travers du plan Oxygen. Différentes instances permettent un pilotage transversal des projets et des résultats :
- des réunions « RSE – Énergies et matières » sont organisées avec

les directions industrielles et les référents métiers ; elles permettent de suivre les résultats et les actions mises en œuvre, et si besoin d'ajuster les projets à engager ;

- des réunions « G'ENVI » sont organisées avec les référents environnement sur des thématiques ciblées permettant aux différents acteurs de partager les bonnes pratiques dans les différents domaines. Ces réunions ont lieu une fois sur deux sur un site industriel afin de rester au plus près des préoccupations des sites et des solutions mises en œuvre. Des intervenants externes sont régulièrement invités, en lien avec les sujets traités. Des points réglementaires sont également abordés afin de tenir tous les acteurs informés des évolutions en cours ou à venir et ajuster, le cas échéant, les plans d'actions.

L'Academy SAVENCIA est un parcours de formation sur trois ans qui s'adresse à tous les cadres à travers le monde et comprend :
- un premier volet académique, enrichi avec des approfondissements sur les grands chapitres de la RSE qui relèvent de la production : nutrition, développement durable, énergie, déchets, environnement, traitement des effluents, etc. ;
- un deuxième volet orienté sur les méthodes et les bonnes pratiques totalement renouvelé et mis à jour. Les séances se déroulent désormais sur plusieurs sites en Europe et à l'international ;
- le troisième volet, centré sur les grandes technologies de SAVENCIA Fromage & Dairy, s'appuie sur les connaissances et les savoir-faire rassemblés en permanence par les experts désignés à cet effet.

En 2018, le programme a été déployé dans plusieurs pays.

Un investissement significatif a été réalisé sur un site français afin de remplacer 3 anciennes chaudières au fioul par 3 nouvelles chaudières au gaz. Cet investissement a permis de réduire très significativement la consommation de combustible, les émissions de gaz à effet de serre et autres pollutions atmosphériques, tout en réduisant fortement les nuisances sonores.

Développement des énergies renouvelables

Exploitation de chaufferies au bois en France et en Amérique du Sud.

- Augmentation de la part de l'énergie photovoltaïque à 4,1% de l'électricité consommée en 2018 sur un de nos sites à l'international ayant installé des panneaux solaires fin 2017.

Méthanisation de biodéchets : la filiale Fro' recycle 100 % de ses biodéchets dans les installations de méthanisation de ses producteurs laitiers et la fromagerie d'Azé a mis en place un partenariat local pour la méthanisation de ses déchets organiques.

Réduction des Gaz à Effet de Serre transports

Mise en place des actions suivantes en 2018 afin de réduire les émissions de GES de la flotte de camions de livraison détenue en propre :

déploiement d'un système de navigation permettant d'extraire à distance les paramètres techniques des véhicules pour améliorer l'éco-conduite des conducteurs et diminuer la consommation de carburants. Afin d'analyser de manière précise ces données, un poste de formateur référent « écoconduite » a été créé. Une fois ces données analysées, les conducteurs sont formés à l'écoconduite. Depuis la mise en place de ce logiciel et la création de ce poste de formateur, on constate une baisse de la consommation moyenne des véhicules ;

optimisation des tournées avec l'utilisation d'un outil de simulation et d'optimisation de tournées : réduction en 2018 de 4 % des kilomètres parcourus vs 2017.

en France, notre plateforme logistique s'est engagée dans une démarche volontaire de réduction des émissions de CO₂ de ses activités de transport routier et adhère à ce titre à la charte « CO₂ les transporteurs s'engagent ». La modernisation du parc se poursuit avec l'acquisition de nouveaux véhicules aux normes anti-pollution « Euro 6 » afin de diminuer notamment les émissions de particules, les oxydes d'azote, les consommations de carburant mais également d'assurer un meilleur confort aux conducteurs.

Résultats plateforme logistique Messageries Laitières	2017	2018
Consommation moyenne de la flotte détenue en propre (l/100 km)	36,3	35,5
Émissions de CO ₂ de la flotte détenue en propre (en tonne équiv. CO ₂)	3242	3217

la nouvelle plateforme logistique, construite près de Honfleur, est certifiée Haute Qualité Environnementale (HQE). Des dispositions ont également été prises afin de favoriser les déplacements moins polluants : places réservées pour les VL électriques, abris vélos, parking, prévus pour les cyclistes.

Réduire l'empreinte carbone de notre collecte laitière

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

une diminution dite « naturelle » qui concerne l'ensemble des exploitations laitières françaises ;

une diminution engendrée par les plans d'actions engagés dans le cadre de la démarche Approvisionnements Laitiers Responsables du Groupe.

En 2018, grâce aux différentes actions menées, ce sont 191 000 tonnes d'équivalent CO₂ qui ont été économisées par rapport à 2010.

	2017	2018	Obj. 2025
Réduire l'empreinte carbone de notre collecte laitière (en tonnes équiv. CO ₂ cumulé vs 2010 en France)	- 164 000	- 191 000	- 300 000

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

En % d'évolution versus 2015

	2016	2017	2018
Réduction de la consommation d'énergie (GWh/tonne fabriquée)	- 1,1 %	- 3,1 %	- 4,4 %
Réduction des GES Scopes 1 & 2 (tonnes équiv. CO ₂ /tonne fabriquée)	1,8 %	- 0,5 %	- 1,0 %
Réduction de la consommation de carburant (en litres)	0,3 %	- 5,3 %	- 8,0 %

2. MAÎTRISER NOS RESSOURCES EN EAU

ENJEU ET POLITIQUE

L'eau joue 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 également 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, en particulier 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'actions pour limiter autant que possible les prélèvements dans le milieu naturel.

L'objectif est de réduire les prélèvements d'eau dans le milieu naturel de 25 % d'ici 2025.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- Optimisation et rénovation des équipements de nettoyage existants, voire renouvellement complet sur certains sites, notamment en France, en République tchèque, aux États-Unis et en Chine.
- Formation et sensibilisation du personnel afin de mettre en place ou étendre les bonnes pratiques en matière de nettoyages manuels.
- Récupération d'une partie dite de « l'eau de vache », à savoir l'eau contenue dans le lait ou le sérum, obtenue par évaporation ou osmose inverse qui est retraitée et utilisée pour les nettoyages externes afin de réduire la consommation d'eau.
- En France, travail avec l'interprofession à l'identification des pratiques et des technologies les plus efficaces dans le domaine de l'utilisation de l'eau sur les sites laitiers et fromagers.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

En % d'évolution versus 2015

	2016	2017	2018
Réduction de la consommation d'eau (en m ³ /tonne fabriquée)	- 0,02 %	- 0,2 %	+ 2,0 %

En 2018, nous avons renforcé nos procédures d'hygiène et de sécurité alimentaire sur nos sites industriels, ce qui a pour conséquence une augmentation de nos consommations en eau.

3. OPTIMISER LA GESTION DES DÉCHETS

ENJEU ET POLITIQUE

Les activités de transformation génèrent des déchets 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.

L'engagement du Groupe est de renforcer le tri et la valorisation des déchets industriels en contribuant à des solutions circulaires.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- Optimisation du tri et du stockage sur les sites. En France, un travail d'optimisation et de rationalisation a été mené avec des prestataires nationaux, afin de mieux traiter nos différents flux de déchets, et de trouver localement de meilleurs débouchés dans les filières de revalorisation et de recyclage. Une de nos filiales françaises a par exemple mis en place en 2018 le don d'emballages « big bags » usagés aux déchetteries de sa ville afin que ceux-ci soient réutilisés.

- Réduction à la source du poids des emballages et utilisation de matériaux plus facilement recyclables.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

En % d'évolution versus 2015

	2016	2017	2018
Déchets industriels (en tonnes/tonne de produit fabriqué)	+ 8,8 %	- 2,8 %	+ 4,0 %

En 2018, 71,6 % des déchets sont évacués en vue de valorisation.

Le bien-être de nos collaborateurs

1. GARANTIR LA SÉCURITÉ DE NOS COLLABORATEURS

ENJEU ET POLITIQUE



Le Groupe SAVENCIA rassemble des entreprises à taille humaine unies par une culture forte qui guide nos comportements et nos 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 les préoccupations de tous et à tous les niveaux de l'organisation.

Ainsi le Groupe a initié une démarche, il y a bientôt 10 ans, fédérée autour du programme « LA SÉCURITÉ C'EST NOTRE AFFAIRE ». Elle s'appuie sur une charte Sécurité et Santé au Travail cosignée par le Président et le Vice-Président du Groupe, et avec pour 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 pour le Groupe. 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⁽¹⁾) 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, la démarche est animée par une organisation locale portée par la Direction Générale et le plus souvent accompagnée par un préventeur sécurité désigné sur chaque site.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- Un Référentiel Sécurité Monde regroupe l'essentiel des bonnes pratiques à déployer et a été mis en place. Sa mise en œuvre est régulièrement audité par des équipes internes.
- Un Comité de Gouvernance se réunit plusieurs fois par an, et permet de définir les priorités, la stratégie et les moyens à mettre en œuvre au regard des résultats.
- Un réseau de préventeurs est garant du programme sur les sites et se réunit régulièrement afin de partager les résultats des actions mises en œuvre, et de faire évoluer le socle d'outils et de bonnes pratiques.
- Des formations à la sécurité et santé au travail sont réalisées dans les filiales. En 2018, elles représentent 45,8 % des actions de formation dans le Groupe.
- Les Visites de Sécurité Comportementale (VSC), déployées à l'échelle du Groupe, mobilisent direction, managers, et opérateurs autour de dialogues sécurité au plus près du poste de travail afin d'identifier et de corriger les comportements à risque.

- Des actions pour réduire la pénibilité sur les postes de travail et prévenir les Troubles Musculo-Squelettiques (TMS) et les maladies professionnelles sont mises en œuvre : des formations aux gestes et postures, l'intervention d'ergonomes, des échauffements à la prise de poste, le réaménagement de flux ou de machines, et la conception ou re-conception de ligne.

- Les résultats sécurité sont consolidés et communiqués chaque mois, accompagnés de messages clés d'encouragement ou de mise en garde sur des risques particuliers.

- Chaque année est organisée une Semaine Mondiale de la Sécurité et de la Santé au Travail, moment de partage autour des règles et bonnes pratiques de sécurité dans l'entreprise pour l'ensemble des sites et des filiales à travers le monde. En 2018, pour la sixième Semaine Mondiale de la sécurité, un challenge sécurité a réuni 239 équipes inscrites dans 22 pays.

- Le taux de fréquence des effectifs inscrits et intérimaire (TFi⁽¹⁾) en 2018 est de 11,80. Il y a eu 419 accidents du travail avec arrêt des effectifs inscrits et intérimaires.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

	2016	2017	2018
% de filiales à 0 accident avec arrêt	43,4 %	36,1 %	39,8 %

Afin de prévenir les risques de sécurité pour les travailleurs intérimaires, des formations spécifiques aux thématiques de santé et de sécurité sont réalisées à la prise de poste et en partenariat avec les agences d'intérim.

Des protocoles de sécurité sont également appliqués aux fournisseurs et sous-traitants travaillant sur site. Une démarche sécurité spécifique a également été engagée en 2018 dans les sites les plus accidentogènes.

2. AMÉLIORER

LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

ENJEU ET POLITIQUE

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

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

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

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

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

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- La promotion du dialogue social est encouragée au travers de la représentation des salariés. Des instances représentatives du personnel sont en place à tous les niveaux : les instances représentatives locales au niveau des filiales, le Comité de Groupe au niveau du périmètre France, le Comité d'Entreprise européen au niveau Europe. Sur le périmètre France, des commissions paritaires pilotent les dispositifs mis en place par voie d'accord à savoir : la prévoyance, les frais de santé, le PERCO (plan d'épargne pour la retraite collectif).
- En 2018, un accord de participation mutualisé sur une partie du périmètre France a été signé avec l'ensemble des organisations syndicales représentatives.
- La communication interne est favorisée dans les filiales par des journaux internes, des bases intranet généralistes et par métier, des affichages, des expositions itinérantes, etc.
 - Un journal interne Groupe, disponible en quatre langues, est diffusé à l'ensemble des collaborateurs en version papier ou digitale avec des contenus enrichis.
 - En 2018, le lancement d'un réseau social d'entreprise Workplace dans le cadre du projet Savencia Connect, permet l'utilisation d'une nouvelle forme de partage de l'information au sein de l'entreprise plus ouverte et instantanée. La mise à disposition de ce réseau social a notamment favorisé les échanges entre collaborateurs, métiers et filiales à tous les niveaux de l'entreprise.
- Des enquêtes Great Place To Work (GPTW) sont périodiquement réalisées dans les filiales du Groupe depuis 2009 pour mesurer le climat social et donner à chaque collaborateur la possibilité de s'exprimer anonymement et de faire connaître ses ressentis.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

Les enquêtes d'opinion internes sont réalisées environ tous les trois ans, la dernière campagne ayant eu lieu principalement en 2016. En 2019, il est prévu que 100 % des filiales du Groupe réalisent une enquête GPTW.

	2014-2016	2015-2017	2016-2018
% de filiales ayant réalisé une enquête d'opinion interne dans les trois dernières années*	43%	47%	46%

* Les taux calculés sur l'ensemble du périmètre SAVENCIA s'apprécient au regard des trois années écoulées.

3. DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES

ENJEU ET POLITIQUE

Le Groupe, depuis toujours, s'applique à déployer une stratégie responsable et durable basée, entre autres, sur le développement et la promotion de ses collaborateurs et une culture humaniste et entrepreneuriale.

Il favorise l'épanouissement professionnel et social des femmes et des hommes qui travaillent dans le Groupe. Fort de sa culture, il accompagne ses collaborateurs pour leur permettre de se développer dans un environnement professionnel propice à leur épanouissement.

La formation des collaborateurs et la gestion des carrières y jouent un rôle primordial : elles permettent à chacun d'enrichir ses compétences pour se développer, contribuer à la réussite commune et maintenir son employabilité.

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 ses 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 l'envisage systématiquement à tous les niveaux de responsabilités. 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, suivant les contextes réglementaires, l'intégration de stagiaires ou d'apprentis. Ces modalités sont les plus adaptées pour accompagner les premiers pas des jeunes futurs diplômés dans l'entreprise et pour ensuite leur proposer de poursuivre leur parcours chez SAVENCIA. Le Groupe prévoit de doubler le nombre d'apprentis d'ici 2025.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- Développement de la marque employeur par la certification label Top Employer (cinq pays en Europe), la diffusion en ligne sur LinkedIn/Jobteaser d'offres de postes et de stages, la participation à des forums écoles. Partage de produits du Groupe dans des associations culinaires des principales écoles ciblées.
- Diversification des sources de recrutement et développement du digital : solutions en ligne, entretiens par vidéos différées.
- Évaluation annuelle et systématique des collaborateurs dans toutes les filiales, suivi individuel des carrières et gestion prévisionnelle des emplois et des compétences du Groupe au travers de la revue annuelle des carrières par toutes les filiales.
- Le plan de formation des collaborateurs par filiale établi annuellement est basé sur l'offre de formation interne, « Delta compétences », ou sur des formations externes.
- Le dispositif Savencia Digital Learning, lancé en février 2018 en accompagnement du programme « Conformité » centralise les contenus de formation digitale et est ainsi la seule plateforme utilisée pour le e-learning dans le Groupe. En 2018, un accès à la plateforme Digital Learning a été donné à l'ensemble des managers du Groupe.
- Le nombre de contrats d'apprentissage en 2018* est de 242.

	2016	2017	2018
% de collaborateurs formés**	64,0 %	75,3 %	74,8 %

** Nombre de collaborateurs formés rapportés à l'effectif inscrit au 31 décembre.

Le nombre de contrats d'apprentissage a augmenté de 5,2 % de 2015 à 2018.

L'ancienneté moyenne du Groupe en 2018 est de 13,8 ans.

* Contrats de professionnalisation et d'apprentissage.

4. S'ENGAGER EN FAVEUR DE LA DIVERSITÉ ET DE L'INCLUSION

ENJEU ET POLITIQUE

SAVENCIA promeut l'égalité des chances pour tous ses collaborateurs en veillant au respect des chances et à la non-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 sont mises en œuvre afin de favoriser l'insertion des jeunes, l'emploi et le maintien de personnes en situation de handicap et l'égalité femmes-hommes.

Le Groupe s'attache à promouvoir l'égalité femmes-hommes notamment en matière de qualification, de formation, de rémunération et d'évolution de carrières. Dans le cadre de son plan Oxygen, 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'actions en faveur de l'emploi et du maintien des personnes en situation de handicap :

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

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- Les cabinets de recrutement, avec lesquels le Groupe travaille, doivent respecter un guide de bonne conduite et proposer notamment des listes mixtes de candidats.
- Organisation du travail et des services favorisant la conciliation entre vie professionnelle et personnelle.
- Développement des partenariats avec des Établissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT).
- Insertion des personnes en situation de handicap : processus de recrutement, d'accompagnement et de formation adaptés, accueil et intégration individualisés, aménagement des lieux, des postes et du temps de travail. Certaines filiales ont conclu des conventions afin d'accompagner leurs collaborateurs dans les démarches de Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH).
- En France, des mesures adaptées et des actions de renforcement en faveur de la non-discrimination en matière d'âge sont menées : tutorat, formation tout au long de la vie, amélioration des conditions de travail et prévention des situations de pénibilité, notamment pour le personnel en fin de carrière.
- Les mesures d'accompagnement et d'intégration pour les jeunes sont poursuivies : référent, parcours d'intégration comme le Graduate Program, etc.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

	2015	2016	2017	2018
% de femmes parmi les managers	38,7 %	39,6 %	39,8 %	40,9 %
% de salariés déclarés en situation de handicap	2,8 %	2,8 %	2,7 %	3,0 %

5. FAVORISER L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE DES COLLABORATEURS

ENJEU ET POLITIQUE

Le Groupe 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.

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 ;
- l'insertion des populations en difficulté : recours aux Établissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT) et aux associations de travailleurs en situation de handicap.

Le Groupe s'engage à ce que chaque filiale réalise au moins une action de solidarité en lien avec notre mission « Bien nourrir l'Homme ».

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- Depuis 2011, le programme de l'Arrondi sur salaire permet aux salariés volontaires de faire don des centimes de leur salaire net chaque mois. Le Groupe SAVENCIA abonde leur don du même montant. Les sommes collectées sont reversées à quatre associations partenaires.
- En 2018, le Groupe a renouvelé sa convention de mécénat avec Planète Urgence : elle permet aux collaborateurs volontaires 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, quatre collaborateurs sont partis en mission en Afrique ou en Amérique du Sud.
- Localement, les filiales travaillent en collaboration avec des associations culturelles ou solidaires comme les Restos du Cœur ou les Banques alimentaires. Elles effectuent des dons d'argent ou des dons en nature de produits de leur filiale ou collectés par le biais des collaborateurs. Des opérations ponctuelles sont réalisées pour venir en aide aux victimes de catastrophes naturelles.
- 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, 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...).
- En 2018, 20 % des filiales ont mis des collaborateurs à disposition pour des actions de solidarité*.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

	2016	2017	2018
% de filiales partenaires/organisateur d'actions/d'événements solidaires	22 %	22 %	22 %

* Action solidaire individuelle ou collective pouvant s'exercer en France ou ailleurs dans le monde.

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Un indicateur complémentaire prenant en compte le nombre de filiales réalisant au moins une action de solidarité en lien avec notre mission « Bien nourrir l'Homme » est en cours de déploiement.

En 2018, 68,8% des dons réalisés par les sites de production sont des dons de produits.

Les engagements sociétaux

1. RESPECT DES DROITS DE L'HOMME

ENJEU ET POLITIQUE

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

- Sur le respect des législations et cultures locales en matière d'âge :
 - le respect du non-travail des enfants ;
 - la non-discrimination liée à l'âge.
- Sur 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.

À travers son engagement depuis 2003 au Pacte Mondial de l'ONU, Savencia Fromage & Dairy s'engage à respecter les exigences sociales et les droits humains fondamentaux dans l'ensemble des pays où le Groupe est implanté.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- La Charte éthique du Groupe — le Groupe et sa Culture — remise à chaque collaborateur, rappelle les 10 principes fondamentaux relatifs aux droits de l'Homme, aux normes du travail et à l'environnement, et renforce cet engagement.
- Le plan de vigilance en faveur des droits humains et des libertés fondamentales vient confirmer ces exigences auprès de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur.
- Des informations complémentaires sont données dans le chapitre « Devoir de vigilance ».

2. LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

ENJEU ET POLITIQUE

La lutte contre toutes les formes de fraudes et de corruption est une priorité de la culture d'entreprise du Groupe.

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

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

L'honnêteté et la loyauté font partie des 4 valeurs affichées du Groupe et la confiance et l'intérêt mutuel font partie des fondements même des relations que le Groupe souhaite construire avec ses partenaires. Pour cela, les fournisseurs sont sélectionnés notamment sur ces principes à travers des appels d'offres ouverts et concurrentiels.

Les entités du Groupe prennent l'engagement :

- d'obéir aux dispositions internationales contre le terrorisme et le blanchiment d'argent ainsi que de combattre la fraude et la corruption,
- de se comporter en conformité avec les principes d'une concurrence loyale, dans le respect des lois applicables,
- de promouvoir leurs produits et leurs services de façon honnête et loyale.

Dans le cadre de la loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique de décembre 2016, dite loi Sapin II, le Groupe a établi une cartographie détaillant les risques de sollicitations externes aux fins de corruptions.

Cette cartographie a pour objectif d'identifier, d'évaluer, de hiérarchiser les risques de corruption pour garantir un programme de conformité efficace et adapté, mais également d'informer la Direction et de lui donner la visibilité nécessaire pour la mise en œuvre de mesures de prévention et de détection proportionnées aux enjeux identifiés.

La Direction Gestion des Risques & Conformité assure le suivi des mesures et l'évaluation de leur efficacité s'effectuera par le biais d'indicateurs identifiés.

En 2019, un « Comité Éthique et Culture Groupe » (CECG) aura notamment pour projet, dans le cadre de ses diverses missions, de suivre la gouvernance liée au Plan de vigilance.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- 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.
- Existence d'une procédure de lanceur d'alerte traduite en 19 langues et déployée dans toutes les filiales (avec en plus une campagne d'affichage sur site).
- Code de conduite anti-corruption traduit en 19 langues et déployé dans toutes les filiales.
- Déploiement en 2018 du module e-learning de formation à la conformité ayant pour objectif de :
 - sensibiliser les collaborateurs à leur responsabilité en matière de conformité ;
 - diminuer les risques de comportements non conformes ;
 - soutenir notre culture et nos valeurs ;
 - protéger la réputation du Groupe.

93,4% des cadres du Groupe ont ainsi été formés sur les notions d'éthique et de fraude.

3. LUTTE CONTRE L'ÉVASION FISCALE

ENJEU ET POLITIQUE

De par ses activités et son déploiement international, le Groupe est exposé à des risques d'évasion fiscale.

Afin de lutter contre ces risques potentiels, une démarche globale est développée au sein du Groupe par une revue de ces sujets à l'occasion des missions des équipes d'audit interne.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE ET RÉSULTATS

- L'ensemble des départements fiscaux, juridiques et trésorerie sont sensibilisés et s'assurent du fait qu'aucun montage juridique, fiscal ou financier ne soit développé dans le Groupe dans un objectif d'évasion fiscale.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

Le taux effectif d'impôt du Groupe ressort à 33,16%, nettement supérieur au taux moyen théorique du groupe de 20,10%, tenant compte de la législation fiscale dans les pays où SAVENCIA est implanté.

Perspectives

Le lancement du plan Oxygen en 2018 représente une nouvelle étape dans l'engagement du Groupe pour la Responsabilité Sociétale d'Entreprise, entamé depuis de nombreuses années.

Les résultats 2018 montrent la performance réalisée sur des enjeux majeurs comme l'empreinte carbone, la qualité de vie au travail ou l'information nutritionnelle.

L'ensemble des filiales et leurs collaborateurs sont mobilisés pour concrétiser nos engagements Oxygen et mettre en œuvre des actions de progrès durable autour des 4 enjeux majeurs :

- un plaisir sain et responsable ;
- des filières agricoles durables ;
- l'empreinte environnementale ;
- le bien-être de nos collaborateurs.

Capitalisant sur ses valeurs fortes, SAVENCIA Fromage & Dairy poursuivra une démarche de responsabilité sociale, sociétale et environnementale active, s'inscrivant dans la durée et confirmant sa position de partenaire de confiance pour ses clients, ses fournisseurs, ses collaborateurs actuels et futurs.

Annexe : 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 Financière du Groupe est l'interlocuteur privilégié des vérificateurs externes.

Périmètre

En ce qui concerne le volet social, les données relatives aux indicateurs de performance représentent 95,8% des effectifs inscrits en fin de période et 100% pour les données relatives à 2018.

Sur la partie environnement, les données sont présentées à périmètre comparable de 2015 à 2018, ce qui correspond aux filiales présentes à la fois sur les exercices 2015 et 2018 et couvrent 94,8% des sites de production présents en 2018.

Procédures et guides de reporting

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

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

Outils de reporting

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

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

Consolidation et contrôle interne

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

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

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

Vérification externe

Depuis 2002, de façon volontaire, le processus de reporting des informations recueillies est révisé par les commissaires aux comptes.

Depuis 2013, l'ensemble des informations sociales, environnementales et sociétales du Groupe fait l'objet d'une revue par l'un de ses commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant dans le cadre de la loi Grenelle II.

Le gouvernement d'entreprise

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration est composé de 14 membres. Leur mandat est d'un an renouvelable. Huit 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 SPECIALISÉS

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

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

Jean-Michel Strasser, Président,
Christian Mouillon, Martine Liautaud.

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

ALEX BONGRAIN

Président

ARMAND BONGRAIN

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

PASCAL BRETON

Administrateur

AGNÈS BUREAU-MIRAT

Administrateur indépendant

CLARE CHATFIELD

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

DOMINIQUE DAMON

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

BÉATRICE GIRAUD

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

XAVIER GOVARE

Administrateur indépendant

MALIQUA HAIMEUR

Administrateur indépendant

MARTINE LIAUTAUD

Administrateur indépendant
Membre du Comité d'Audit et des Risques

CHRISTIAN MOUILLON

Administrateur indépendant
Membre du Comité d'Audit et des Risques

IGNACIO OSBORNE

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

JEAN-MICHEL STRASSER

Administrateur
Président du Comité d'Audit et des Risques

SOCIÉTÉ SAVENCIA HOLDING

Représentée par Xavier Cruse

LE COMITÉ DE MANAGEMENT ET DES RÉMUNÉRATIONS ET DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

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

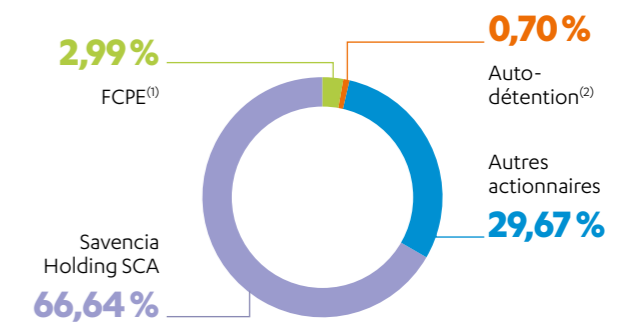
Membres

Dominique Damon, Président,
Armand Bongrain, Ignacio Osborne, Clare Chatfield et Béatrice Giraud.

2018 en bourse

- Euronext Paris – Eurolist Compartiment B
- Code ISIN FR0000120107
- Valeur nominale : 1 €
- Nombre d'actions : 14 032 930
- Capitalisation boursière au 31.12.2017 : 1 132,74 M€
- Cours clôture Euronext 31.12.2018 : 55,80 €
- Capitalisation boursière au 31.12.2018 : 783,04 M€

RÉPARTITION DU CAPITAL 2018



(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	2018	2017	2016	2015	2014
Situation nette	99,50	98,23	97,04	90,57	86,92
Résultat net	3,94	6,69	7,48	4,07	2,79
Dividende net ⁽¹⁾	1	1,4	1,6	1	0,8
Rendement global ⁽²⁾	1,79%	1,73%	2,39%	1,67%	1,54%

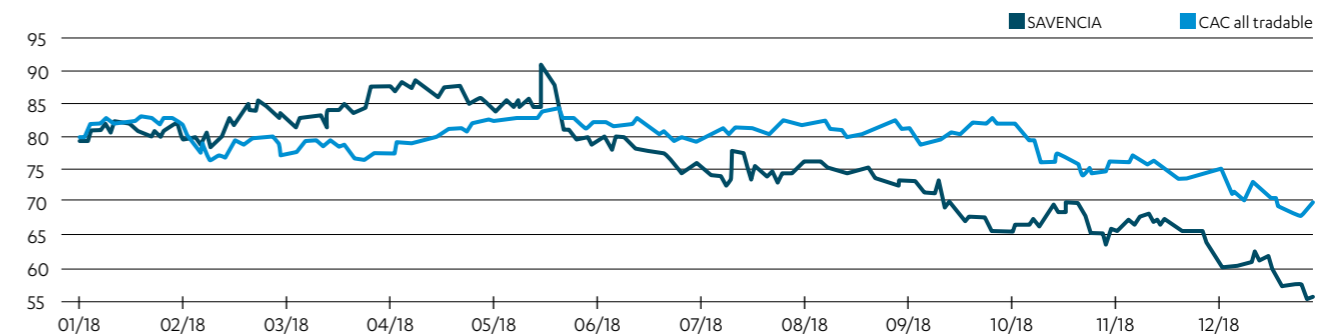
(1) Proposition à l'Assemblée Générale du 18 avril 2019.

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

DONNÉES BOURSÈRES

En euros	2018	2017	2016	2015	2014
Plus haut ajusté	90,8	88,88	68,8	64,8	65
Plus bas ajusté	55,4	67,43	54,35	49,5	51,3
Cours au 31/12	55,8	80,72	66,9	59,7	51,9
Capitalisation boursière au 31/12 (en millions d'euros)	783,04	1 132,74	938,80	838,19	728,73

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION EN 2018



CALENDRIER DE L'ACTIONNAIRE

Assemblée Générale	18 avril 2019
Mise en paiement du dividende	15 mai 2019

INFORMATION FINANCIÈRE

Chiffre d'affaires annuel 2018	février 2019
Comptes annuels 2018	mars 2019
Chiffre d'affaires du 1 ^{er} trimestre	avril 2019
Résultats semestriels	septembre 2019
Chiffre d'affaires du 3 ^e trimestre	octobre 2019
Comptes annuels	mars 2020

Rapport d'activité

Le Groupe a évolué en 2018 dans un contexte laitier instable et globalement défavorable, avec un premier semestre excessivement négatif et un second semestre en amélioration. La production mondiale de lait est en recul, notamment en Europe à partir du second semestre du fait de la sécheresse de l'été. Ainsi, globalement, le prix du lait est resté stable. La cotation de poudre de lait écrémé, après un cours historiquement bas atteint à la fin du 1^{er} trimestre 2018, s'est redressée en fin d'année à la suite des ventes de stocks européens. La cotation moyenne sur l'année a cependant baissé de 14 % par rapport au prix moyen de 2017. La cotation beurre cube est restée à un niveau élevé en moyenne sur l'année. Sur le second semestre, la consommation de beurre a été inférieure aux prévisions, compte tenu des stocks privés antérieurement constitués et du ralentissement de la croissance mondiale, cette situation a pesé sur les prix en fin d'année.

Le marché européen des produits laitiers est toujours impacté par la concurrence vive que se livrent les distributeurs. La consommation souffre dans certains pays des hausses de tarifs passées en lien avec l'augmentation des coûts de production. L'International a poursuivi son développement, l'Amérique du Sud est cependant confrontée à des économies excessivement instables et fortement inflationnistes favorisant notamment une baisse de la consommation.

Dans ce contexte, SAVENCIA Fromage & Dairy a démontré sa résistance en poursuivant son développement hors France, en s'appuyant sur la force de ses marques et la qualité de ses produits.

PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

ET NORMES COMPTABLES

Au cours de l'exercice 2018, le Groupe a souscrit à l'augmentation de capital de participations minoritaires dans la société Ferrari, en Italie, portant ainsi la détention du Groupe de 27 % à 49 %, ainsi que dans La Compagnie Fromagère de Tunisie, atteignant ainsi une participation de 50 %. Ces prises de participation confèrent un contrôle conjoint. Par conséquent, ces sociétés restent consolidées par la méthode de la mise en équivalence.

Le Groupe a par ailleurs acquis 80 % de la société Bake Plus Co, Ltd en Corée du Sud, le 21 mars 2018 et 70 % de la société américaine Palace Industries Inc, le 16 mai 2018. Ces acquisitions sont assorties d'options d'achat et de vente sur les participations résiduelles exerçables à compter du début de la cinquième année qui suit l'acquisition principale pour Bake Plus et de la troisième année pour Palace Industries. Par ailleurs, l'acquisition de 96 % de Belebeevski Molochny Kombinat (B.M.K.) et sa filiale Agro 2000 en Russie fin décembre 2017 impacte cette année le compte de résultat et les flux consolidés du Groupe.

Au cours de l'exercice 2017, le Groupe s'était désinvesti de sa participation mise en équivalence dans la société Financière Louis. Il avait également exercé l'option de rachat de 28 % dans le capital de la société roumaine Delaco détenue depuis à 100 %. Enfin, le Groupe avait acquis, le 22 décembre, 96 % de la société russe B.M.K. Une option d'achat et de vente des 4 % résiduels est exerçable à compter de la quatrième année suivant celle de l'acquisition.

Les comptes consolidés du Groupe ont été établis en appliquant les normes IFRS en vigueur, telles qu'adoptées par l'Union européenne. Le Groupe a appliqué les amendements aux normes et interprétations applicables à compter du 1^{er} janvier 2018, en particulier la norme IFRS 9 relative aux instruments financiers et IFRS 15 qui définit les principes de la reconnaissance des revenus.

La norme IFRS 9 – Instruments financiers remplace la norme IAS 39 - Instruments financiers : Comptabilisation et évaluation. La norme IFRS 9 a notamment introduit :

- une nouvelle classification des instruments financiers, basée sur le modèle de gestion et les caractéristiques contractuelles des instruments financiers,
- un nouveau modèle de dépréciation des actifs financiers, fondé sur les pertes de crédit attendues, en remplacement du modèle basé sur les pertes avérées, et
- de nouveaux principes en matière de comptabilité de couverture.

La norme IFRS 15 – Produits des activités ordinaires tirés des contrats conclus avec des clients remplace IAS11 sur les contrats de construction, IAS 18 sur les ventes de biens et prestations de services et toutes les interprétations liées, notamment IFRIC 13 sur les contrats de fidélité. La norme IFRS 15 prévoit un modèle unique pour la comptabilisation du chiffre d'affaires. Elle introduit de nouveaux concepts et principes en matière de reconnaissance du revenu, notamment au titre de l'identification des obligations de performance ou d'allocation du prix de la transaction pour les contrats à éléments multiples.

Le Groupe, de par la nature de ses produits, est peu impacté par cette nouvelle norme.

Le Groupe, étant implanté en Argentine, a été amené à appliquer la norme **IAS 29 « Information financière dans les économies hyperinflationnistes »**. Les dispositions de cette norme s'appliquent au début de l'exercice au cours duquel le pays est considéré en hyperinflation. Ainsi pour le Groupe, qui clôture ses états financiers au 31 décembre 2018, les dispositions de la norme IAS 29 prennent effet à compter du 1^{er} janvier 2018, comme si l'Argentine avait toujours été hyper-inflationniste.

ACTIVITÉ ET RÉSULTAT

L'éclatement géographique de ses marchés ainsi que la diversité de ses métiers permettent à SAVENCIA Fromage & Dairy (nom commercial de SAVENCIA SA) de compenser au mieux les aléas conjoncturels pouvant affecter tant le niveau de consommation que les différentes composantes des prix de revient. La demande des consommateurs n'évolue en effet pas de la même façon sur les marchés matures et sur les zones en développement. Elle peut varier en fonction du type de produits de grande consommation et de l'intensité des actions commerciales entreprises. Les variations des cotations mondiales des produits industriels n'affectent normalement pas les activités « Produits Fromagers » et « Autres Produits Laitiers » aux mêmes moments, avec la même ampleur et dans le même sens. La répercussion d'éventuelles hausses de prix de revient s'appuie sur la force des marques et le caractère souvent innovant des offres faites aux consommateurs.

D'autres éléments relatifs aux risques figurent dans la partie « Contrôle interne, gestion des risques et devoir de vigilance » du présent document (page 65).

Au 31 décembre 2018, le chiffre d'affaires consolidé de SAVENCIA Fromage & Dairy s'établit à **4 862,6 millions d'euros** contre **4 852,8 millions d'euros** pour la même période de l'année précédente, en progression de **0,2%**.

À périmètre⁽¹⁾ et taux de change constants⁽²⁾, l'évolution est positive de 2,1 %. L'évolution du chiffre d'affaires est pénalisée par un effet de change fortement négatif de - 3,8 %, provenant principalement de la dévaluation de l'ensemble des monnaies mondiales vis-à-vis de l'euro et principalement des devises sud-américaines très impactées par l'hyperinflation en Argentine. L'effet de structure est positif de 2 %, s'expliquant par l'intégration dans le périmètre de B.M.K. fin décembre 2017, de Bake Plus à fin mars 2018 et de Palace Industries mi-mai 2018. La croissance du chiffre d'affaires de SAVENCIA Fromage & Dairy au

cours de l'exercice 2018 s'explique principalement par un ajustement des prix de vente sur les principaux marchés et le développement de ses activités à l'International.

La part du chiffre d'affaires réalisé hors de France passe de 71 % en 2017 à 70 % en 2018.

Le résultat opérationnel courant est en progression de 2,9 % par rapport à 2017. Il s'élève à **177,6 millions d'euros**. Il intègre un effet périmètre positif de 9,2 % et un effet de change négatif de 5,1 %, défavorable dans la plupart des pays auquel s'ajoute un contexte économique hyperinflationniste en Argentine.

À données constantes, le résultat opérationnel courant est en baisse de - 0,7 %. Cette évolution résulte :

- de la hausse des coûts matières et de l'ensemble des coûts de production ;
- de déréférencements partiels en cours d'année affectant particulièrement les volumes de l'Europe du Nord-Centre ;
- d'une conjoncture laitière particulièrement défavorable au développement des activités Ingrédients compte tenu notamment de cotations de poudres de lait à des niveaux historiquement bas.

Ces impacts ont cependant été compensés partiellement par :

- le développement des activités à l'International ;
- l'amélioration du mix-volume dans certaines activités ;
- la poursuite des actions de rationalisation.

La marge opérationnelle courante s'améliore légèrement à 3,7 % contre 3,6 % en 2017.

Produits Fromagers

Le chiffre d'affaires des Activités fromagères est en progression de 1,2 % par rapport à 2017, à **2 795,5 millions d'euros**, soit 57,5 % du chiffre d'affaires consolidé total de SAVENCIA Fromage & Dairy. Cette part relative était de 56,9 % en 2017.

La variation de chiffre d'affaires se décompose en :

- une croissance organique⁽³⁾ de + 0,5 % ;
- un effet de change défavorable de - 1,9 % qui provient principalement de l'affaiblissement du real brésilien, du dollar US et du yuan chinois ; et
- un effet de structure de 2,8 % suite à l'entrée de B.M.K et Palace Industries.

La croissance du chiffre d'affaires est soutenue par un ajustement des prix de vente en lien avec la forte évolution du prix des matières premières. Les volumes croissent favorablement en Amérique du Nord et en Asie-Pacifique mais sont en retrait sur la plupart des marchés européens sous l'effet, d'une part, des hausses de tarifs qui ont pu impacter négativement les volumes de vente et, d'autre part, de la diminution des actions promotionnelles.

(1) Le retraitement de périmètre des entités entrantes consiste :

- pour les entrées de périmètre de l'année en cours à déduire la contribution de l'acquisition des agrégats de l'année en cours ;
- pour les entrées de périmètre de l'année précédente, à déduire la contribution de l'acquisition du 1^{er} janvier de l'année en cours jusqu'au dernier jour du mois de l'année en cours où a été réalisée l'acquisition l'année précédente.

Le retraitement des entités sortantes consiste :

- pour les sorties de périmètre de l'année en cours, à déduire les contributions de l'entité sortie aux agrégats de l'année précédente à compter du 1^{er} jour du mois de cession ;
- pour les sorties de périmètre de l'année précédente, à déduire les contributions de l'entité sortie aux agrégats de l'année précédente.

(2) Le retraitement de l'effet change consiste en un calcul des agrégats de l'année en cours aux taux de change de l'année précédente.

(3) La croissance organique mesure l'évolution d'un agrégat à périmètre et taux de change constants une fois les retraitements de change et périmètre susmentionnés effectués.

En France, le chiffre d'affaires progresse sous l'effet de la répercussion partielle des hausses des coûts matières dans les prix de vente, les volumes des produits à marque restant globalement stables.

Sur les autres pays d'Europe, le chiffre d'affaires est en retrait malgré un effet prix positif sur la plupart des marchés. Les volumes souffrent de déréférencements partiels.

Le chiffre d'affaires à l'International est pénalisé par un effet de change globalement défavorable. En croissance organique, le chiffre d'affaires des zones Amérique du Nord et Asie continue de progresser. L'Amérique du Sud est fortement pénalisée par une forte inflation dans la zone.

Le résultat opérationnel courant ressort à 159 millions d'euros, en hausse de 11,7 millions d'euros par rapport à 2017 soit une progression de + 7,9 %. Le taux de marge opérationnelle de ce secteur d'activité progresse de 5,3 % à 5,7 % en 2018, grâce au développement des activités internationales.

Autres Produits Laitiers

Le chiffre d'affaires des « Autres Produits Laitiers » ressort à **2 193,2 millions d'euros**, en baisse de - 1,8 % par rapport à 2017. Il représente 45,1 % du chiffre d'affaires consolidé total de SAVENCIA Fromage & Dairy. Cette part relative était de 46 % en 2017.

Cette variation de chiffre d'affaires se décompose en :

- un effet de croissance organique de + 3,8 % provenant d'un effet prix en lien principalement avec l'inflation en Argentine. Les effets de la hausse des cours du beurre ont globalement compensé la sous-valorisation des activités de poudres de lait.
- un effet de change défavorable de - 6,3 % provenant principalement de la dépréciation du peso argentin et dans une moindre mesure du dollar US et du yuan chinois par rapport à l'euro ; et
- d'un effet de structure de 0,9 % suite à l'entrée de Bake Plus.

Le résultat opérationnel courant des « Autres Produits Laitiers » ressort à 41 millions d'euros contre 43,8 millions d'euros en 2017, soit un recul de - 6,5 %. Le taux de marge opérationnelle se tasse légèrement de 2 % en 2017 à 1,9 % en 2018. Si les activités de beurre et crème ont été mieux valorisées en 2018, l'activité Ingrédients a été de son côté lourdement pénalisée par l'évolution historiquement très défavorable des cotations de poudres de lait.

Éléments non affectés aux activités

Le résultat opérationnel courant des éléments non affectés s'élève à - 22,3 millions d'euros contre - 18,4 millions d'euros en 2017. Il représente principalement les charges des sociétés holdings.

Les éléments non récurrents s'établissent à - **61,8 millions d'euros**, contre - 19,5 millions d'euros en 2017. Ils sont liés pour l'essentiel à la constatation de charges et de provisions résultant de plans d'amélioration des performances engagés en France et en Europe Centrale pour - 46,3 millions d'euros, à la constitution de provisions pour risques et charges ainsi qu'à la constatation de pertes de valeur de certains actifs.

RÉSULTATS

Le **résultat opérationnel** s'élève à **115,9 millions d'euros**, en baisse de 24,4% par rapport à 2017.

Les **charges financières nettes** de SAVENCIA Fromage & Dairy ressortent à **-18,4 millions d'euros** pour l'année 2018 à comparer à -16,1 millions d'euros en 2017. L'évolution du résultat financier est affectée par l'effet de l'application de la norme IFRS 9 générant un impact de présentation de -2,8 millions d'euros par rapport aux comptes du 31 décembre 2017. À méthode constante, l'évolution est de +0,5 million d'euros et s'explique essentiellement par l'effet de la baisse des taux court terme en zone euro.

Le **résultat sur situation monétaire** de **-14,6 millions d'euros** correspond à l'application, au titre de l'exercice 2018, de la norme IAS 29 relative aux pays en situation d'hyperinflation (Argentine).

La **quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence** net d'impôt ressort à **2,9 millions d'euros** contre 5,4 millions d'euros en 2017.

L'**impôt sur les résultats** s'élève à **28,4 millions d'euros**, en baisse de 17,8 millions d'euros par rapport à 2017. Le taux effectif ressort à 33,2% contre 32,4% en 2017. Hors effet du traitement de l'Argentine en hyperinflation, le taux effectif serait de 25,4% en 2018, notamment suite à la baisse des taux d'imposition aux États-Unis et en Belgique.

Le **résultat net des activités poursuivies** s'établit à **57,3 millions d'euros**, à comparer à 96,5 millions d'euros en 2017.

Le résultat net des activités cédées, en cours de cession ou abandonnées est nul.

Le **résultat de l'exercice** revenant aux actionnaires de SAVENCIA Fromage & Dairy s'établit à **54,8 millions d'euros**. Il était de **93 millions d'euros en 2017**.

INVESTISSEMENTS

Les **investissements corporels & incorporels** de SAVENCIA Fromage & Dairy sont en hausse de 11% par rapport à 2017, leur montant s'élève à **195,9 millions d'euros** en 2018, par rapport à un montant de **176,4 millions d'euros** en 2017.

Par secteur d'activité, les investissements se répartissent de la façon suivante :

- Produits Fromagers pour 69,6% ;
- Autres Produits Laitiers pour 26,6% ;
- Non affectés pour 3,8%.

Le développement externe concerne l'acquisition de Bake Plus en Corée du Sud et Palace Industries Inc. aux États-Unis ainsi que des parts minoritaires chez Ferrari en Italie et Cie Fromagère de Tunisie en 2018. En 2017, le Groupe avait réalisé l'acquisition de B.M.K. en Russie et le rachat de part minoritaires de Delaco en Roumanie.

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

SAVENCIA Fromage & Dairy a de tout temps considéré ses dépenses de recherche et développement comme un atout fort permettant d'assurer l'innovation et par conséquent la croissance de ses différents métiers. En cohérence avec sa culture et ses principes généraux de fonctionnement, les opérations de développement sont regroupées par pôles technologiques afin de s'adapter aux besoins spécifiques de chaque métier. Ces opérations sont coordonnées dans le cadre de programmes transversaux qui sont dirigés en priorité vers l'alimentation équilibrée et l'exploitation des qualités nutritionnelles du lait.

Les dépenses de recherche et développement sont comptabilisées, pour leur totalité, dans les comptes de charges par nature concernés.

EFFECTIFS

Les **effectifs moyens totaux**, y compris les intérimaires, des sociétés intégrées globalement représentent **19 888 collaboratrices et collaborateurs en 2018** contre **19 485 collaboratrices et collaborateurs en 2017**, soit une hausse apparente de 2%. À périmètre constant, la baisse est de -1,7%. L'effet de périmètre est lié aux entrées de B.M.K., Bake Plus et Palace Industries Inc.

Ils se répartissent entre :

- Produits Fromagers pour 71,6% ;
- Autres Produits Laitiers pour 24,7% ; et
- Effectifs non affectés pour 3,7%.

SITUATION FINANCIÈRE

Le **bilan** du Groupe reflète une situation financière toujours saine.

Les **fonds propres**, à **1 396,3 millions d'euros**, varient de +17,9 millions d'euros par rapport aux comptes 2017, soit +1,3%.

L'**endettement net**, à **563,6 millions d'euros**, est en hausse de 32 millions d'euros. Il représente 40,4% **des capitaux propres**, contre 38,6% au 31 décembre 2017.

Les ratios financiers imposés par les contrats de financement sont respectés.

SAVENCIA Fromage & Dairy ne présente pas d'exposition significative aux risques des marchés financiers. Les risques de change sont, comme par le passé, limités par la politique d'implantation d'unités de production sur les marchés de commercialisation. Les risques de taux sont gérés dans le cadre d'une politique de couverture prudente.

ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS

À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Le 24 janvier 2019, suite au signalement d'un risque présumé de contamination de formules infantiles à base de protéines de riz sous la marque Modilac, la société Sodilac, en accord avec la DGCCRF, a décidé de rappeler l'ensemble des formules à base de protéines de riz au-delà des 2 lots concernés. L'ensemble des coûts estimés relatifs à l'exercice 2018 a fait l'objet d'une provision pour risques et charges dans les comptes de l'exercice.

PERSPECTIVES

Les incertitudes relatives à la volatilité des devises, à l'économie laitière mondiale continueront à impacter l'année 2019. Dans cet environnement, SAVENCIA Fromage & Dairy, confiant dans le dynamisme de ses équipes, continuera ses efforts d'adaptation et de compétitivité. Le développement des produits de spécialités et le renforcement de ses positions à l'International demeureront les moteurs de sa croissance. Pour ce faire, le dialogue permanent, constructif et transparent avec ses partenaires : actionnaires, salariés, producteurs laitiers, distributeurs et clients industriels demeure un facteur clé pour relever les défis du monde de demain. À ce titre, Savencia a négocié au titre de 2019 un accord de revalorisation du prix du lait payé aux producteurs avec certains de ses partenaires de la grande distribution.

Contrôle interne, gestion des risques et devoir de vigilance

GÉNÉRALITÉS

Les procédures de contrôle interne en vigueur chez SAVENCIA Fromage & Dairy ont notamment pour objet de vérifier que les informations comptables et financières communiquées aux organes sociaux du Groupe reflètent sincèrement l'activité et la situation des sociétés qui le composent. Elles ont également pour objet d'apporter l'assurance que les risques liés aux différents processus opérationnels mis en œuvre dans les différentes entités du Groupe sont connus et maîtrisés.

Le contrôle interne est mis en œuvre par chaque entité sous l'impulsion de la Direction Générale du Groupe et avec l'appui du Conseil d'Administration et de son Comité d'Audit et des Risques dans le cadre de leurs missions. S'appuyant sur les cartographies des risques du Groupe, elles ont pour objet de vérifier que :

- les lois et règlements en vigueur dans chacun des pays où le Groupe opère, ainsi que les politiques qui encadrent la gestion des exploitations sont respectés ;
- les actifs sont sauvegardés ;
- les informations comptables et financières communiquées aux organes sociaux du Groupe reflètent sincèrement l'activité et la situation des sociétés qui le composent dans le respect des lois et règlements en vigueur.

Elles contribuent également à prévenir et à détecter les erreurs et fraudes. Comme tout système, ces procédures de contrôle interne ne peuvent fournir une garantie absolue de l'exhaustivité de la connaissance et de la maîtrise des risques.

La gestion des risques, s'appuyant sur une démarche Enterprise Risk Management (ERM) à tous les niveaux du Groupe, et notamment sur les cartographies des risques, vise à une stratégie de maîtrise des risques (opérationnels, financiers, stratégiques...) en optimisant :

- les moyens de prévention ;
- les moyens de réduction ou de couverture (par exemple par des contrats d'assurance) ;
- l'acceptation de la prise de certains risques.

CARTOGRAPHIES DES RISQUES

Le Groupe dispose de trois cartographies des risques construites en coordination avec le management, dans le but d'identifier les risques potentiels et de développer les mesures permettant de réduire au maximum leur portée et leur occurrence :

- une cartographie des risques « Groupe » ;
- une cartographie des risques « Loi Sapin II » ;
- une cartographie des risques « Loi sur le Devoir de vigilance ».

Cartographie des risques « Groupe »

La formalisation de la démarche d'analyse des risques (Enterprise Risk Management – ERM) par les principales entités opérationnelles se poursuit. Les résultats de ces cartographies locales viendront compléter la cartographie Groupe existante.

ÉTAPES DE LA CARTOGRAPHIE DES RISQUES

- Identification des risques : le risque représente la possibilité qu'un événement survienne et dont les conséquences seraient susceptibles d'affecter les personnes, les actifs, l'environnement, les objectifs du Groupe ou sa réputation.
- Évaluation du niveau de gravité du risque : les risques sont évalués selon deux critères, leur probabilité d'occurrence et leur impact.

- Analyse du niveau de maîtrise du risque : cette étape consiste à examiner les mesures de prévention et de protection existantes à date et à évaluer le niveau de maîtrise des risques potentiels.

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS AU NIVEAU DU GROUPE

Risque de non-respect de la réglementation

Les activités du Groupe sont soumises à de multiples lois et réglementations changeantes et de plus en plus contraignantes, relatives à la sécurité alimentaire, la protection des consommateurs, la nutrition, l'environnement, ou le droit de la concurrence.

Le Groupe veille au respect de toutes les dispositions légales et réglementaires des pays où il opère, et prend les mesures qu'il considère appropriées pour s'assurer de ce respect. Outre une veille permanente afin d'identifier les différentes évolutions réglementaires, il développe par exemple des actions de sensibilisation à destination des collaborateurs concernés et poursuit des actions de formation.

Risque produit

La confiance des consommateurs dans les marques du Groupe repose sur une matière première et un produit de qualité irréprochables. Le Groupe est donc particulièrement attentif à la sécurité alimentaire de ses produits. Le risque de contamination est principalement lié à des origines microbiologiques mais aussi à de possibles contaminants chimiques, allergènes ou corps étrangers et ce, aux différents stades de l'élaboration des produits, depuis la collecte du lait ou l'achat des matières premières jusqu'à la fabrication et le stockage des produits, ou leur distribution.

La politique qualité du Groupe couvre aussi bien les processus d'achat des matières premières, que de production et de distribution. Elle répond aux protocoles internationaux de diagnostic et de maîtrise de la sécurité alimentaire les plus rigoureux et est constamment mise à jour, notamment dans ses nouveaux métiers, comme la nutrition infantile ou le parapharmaceutique.

Risque d'atteinte sérieuse à la réputation du Groupe

La réputation du Groupe et son image peuvent être, à tout moment, fragilisées par des événements défavorables portant atteinte à la notoriété de ses produits, ou par la diffusion non contrôlée d'informations préjudiciables dans les médias et les réseaux sociaux relative à ses activités, ses sites de production, ses marques, ses produits, leur composition et ses dirigeants.

Face à ce risque, le Groupe s'est doté d'un dispositif de gestion de crise qui a pour objectif de prévenir les crises et de réduire leurs impacts.

Risque de volatilité des prix matières

Sur l'ensemble des marchés où il opère, le Groupe doit faire face à une volatilité croissante des prix des matières premières et de la cotation des produits industriels. Cette volatilité s'est accrue en Europe à partir de 2007, puis suite à l'arrêt en 2015 des dispositifs de régulation des marchés laitiers. Dans le cas d'une situation de marché fortement haussière, le Groupe pourrait ne pas pouvoir augmenter ses tarifs auprès des clients distributeurs dans la même proportion et dans les mêmes délais, ce qui pourrait impacter ses résultats.

Face à ce risque, le Groupe peut s'appuyer sur un portefeuille unique de marques internationales et locales reconnues sur leurs marchés.

RÉSULTATS

Risque d'arrêt d'un site stratégique

Certaines spécialités ou ingrédients stratégiques, sont fabriqués ou transitent dans un nombre limité de sites, voire sur un site unique. La survenance d'un événement entraînant la destruction totale ou partielle de l'un de ces sites pourrait affecter significativement la production et la commercialisation de ces produits.

Le Groupe poursuit depuis de nombreuses années un programme de sécurisation de ses sites et de prévention des risques incendie avec le concours de ses assureurs et fixe à ses principaux sites industriels des objectifs d'amélioration visant à diminuer l'occurrence de ces risques.

Le Groupe poursuit le développement d'une démarche de Plan de Continuité d'Activité en cas de sinistre majeur. En outre, le Groupe a toujours traditionnellement pratiqué une politique prudente en matière de protection de ses actifs, de couverture de risques majeurs du type dommages aux biens, de pertes d'exploitation et de responsabilité civile.

Risque sécurité des hommes

La santé et la sécurité des hommes et des femmes qui travaillent pour le Groupe sont une priorité. Pour améliorer constamment la sécurité au travail, le Groupe met en œuvre un programme international de mobilisation, de formation et de gestion : « La sécurité c'est NOTRE affaire ! ».

Un référentiel sert de guide à toutes les unités de production et l'affichage des 10 règles d'or véhicule sur tous les sites les messages de prévention. Outil central de ce programme, la Visite de Sécurité Comportementale (VSC) permet de sensibiliser et de mobiliser toutes les parties prenantes : directions, managers et opérateurs. En outre, un programme visant à protéger la sécurité des collaborateurs en déplacement a été développé.

RISQUES FINANCIERS

Risque de marché

Le Groupe est exposé à des risques financiers, tels que les risques d'évolution des taux d'intérêt, de change ou des cours des matières premières.

Ceux-ci peuvent avoir un impact défavorable sur le chiffre d'affaires et les résultats financiers.

La politique du Groupe consiste à suivre et gérer ces expositions de manière centralisée et à n'utiliser des instruments dérivés qu'à des fins de couverture économique. Les opérations de marchés font l'objet de procédures strictes. Le risque de change est par ailleurs limité par la stratégie du Groupe visant à produire et commercialiser localement la plupart de ses spécialités.

Risque de placement

Le Groupe est exposé au risque de contrepartie, notamment bancaire, dans le cadre de sa gestion financière. La politique bancaire du Groupe a pour objectif de réduire ses risques en diversifiant les contreparties, en privilégiant la qualité de crédit de celles-ci et leur caractère liquide ainsi qu'en appliquant des limites à chacune d'elles.

Risque de financement

Le Groupe a été amené ces dernières années à augmenter son endettement via des financements à court et long termes. Le financement du Groupe fait l'objet d'une politique visant à centraliser et diversifier ses sources de financement et à veiller au respect des covenants liés à ces financements.

Risque climatique

À court terme, le Groupe n'a pas identifié de risques financiers significatifs liés aux effets du changement climatique. Les risques associés au

dérèglement climatique sont limités en raison des implantations géographiques des filiales. À date, les sites ayant identifié des risques potentiels, s'y sont préparés en se dotant de plans de continuité d'activité et en réalisant des études spécifiques.

Afin de réduire progressivement ses émissions de gaz à effet de serre, SAVENCIA Fromage & Dairy priorise les actions de réduction de ses consommations énergétiques et veille à ce que les nouveaux équipements soient moins émetteurs de GES.

Risques de pertes de clients

La concentration de la grande distribution, client privilégié des circuits de grande consommation, accroît le risque de déréférencement lié au regroupement des ventes sur un nombre réduit de clients.

Afin de se prémunir contre un risque de déréférencement, le Groupe met en avant la force de ses marques, la qualité des services rendus et la rentabilité apportée à ses clients au travers d'une innovation régulière.

Cartographie des risques « loi Sapin II »

La loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique de décembre 2016, dite loi Sapin II, impose l'établissement d'une cartographie détaillant les risques de sollicitations externes aux fins de corruption, notamment en fonction des zones géographiques dans lesquelles le Groupe déploie ses activités.

La cartographie des risques de corruption vise deux séries d'objectifs :

- identifier, évaluer, hiérarchiser les risques de corruption pour garantir un programme de conformité efficace et adapté ;
- informer la direction et lui donner la visibilité nécessaire pour la mise en œuvre de mesures de prévention et de détection proportionnées aux enjeux identifiés.

Cartographie des risques « loi sur le Devoir de vigilance »

Conformément à la loi relative au Devoir de vigilance, le Groupe a établi une cartographie des risques spécifique propre à identifier et à prévenir les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes, ainsi que l'environnement, résultant des activités du Groupe et de celles des sociétés qu'il contrôle.

Cette cartographie a été complétée en 2018 d'un axe « Matières premières » visant à évaluer les principaux risques liés à nos filiales d'approvisionnements.

De cette cartographie émane un Plan de vigilance dont le suivi des mesures et l'évaluation de l'efficacité s'effectueront par les biais d'indicateurs identifiés et ce, sous la supervision de la Direction Conformité.

Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)

Le Groupe a poursuivi sa mise en conformité au RGPD en 2018 en ayant élaboré l'ensemble du corpus réglementaire de niveau Corporate. L'implémentation du RGPD a commencé dans certaines filiales « test » et s'achèvera au second trimestre 2019. À l'issue, l'ensemble du Groupe sera mis en conformité au RGPD.

MODALITÉS DU CONTRÔLE

Les procédures de contrôle interne et de gestion des risques (ERM) sont mises en place en tenant compte des valeurs du Groupe qui mettent en avant la subsidiarité et l'autonomie de ses unités, ainsi que les cartographies des risques. La société mère contrôle l'activité de ses filiales au travers :

- des Directions d'activité chargées de les animer et de les superviser ;
- de la Direction Financière chargée d'apprécier la pertinence des résultats et l'équilibre financier du Groupe.

Le Comité d'Audit et des Risques du Conseil d'Administration assure le suivi de l'efficacité de ces contrôles, en s'appuyant sur les travaux de l'Audit interne et des Commissaires aux Comptes.

Dans le cadre d'un plan pluriannuel, le Département d'Audit interne, rattaché à la Direction Générale du Groupe, porte une appréciation sur la maîtrise du contrôle interne de chacune des entités, ainsi que des processus transverses de plus en plus présents dans le Groupe, s'appuyant pour cela sur le cadre de référence défini par l'Autorité des Marchés Financiers (AMF). Les missions contribuent à apprécier les risques majeurs spécifiques à l'activité de chaque entité, en s'appuyant sur les cartographies des risques élaborées dans le cadre de la démarche ERM en cours de déploiement dans le Groupe. Le rapport établi à l'issue de la mission fait ressortir les points d'amélioration du contrôle interne.

Les entités sont ensuite tenues d'établir et de déployer des plans d'actions visant à mettre en place les améliorations ainsi recommandées, et de rendre compte périodiquement de leur état d'avancement. L'avancement de ces plans d'actions est supervisé par les Directeurs d'activité, et fait l'objet d'un suivi annuel par le Département d'Audit interne. Concernant l'information financière, le processus d'élaboration des comptes de chaque filiale repose sur :

- un plan de comptes unique qui s'impose à toutes les filiales ;
- un manuel de procédures comptables visant à harmoniser les politiques mises en œuvre dans ce domaine.

Sur ces bases, les filiales établissent des situations mensuelles qui se comparent à la même période de l'exercice précédent. Elles établissent également une prévision annuelle de résultats. La Direction Financière du Groupe assure un suivi de l'activité et de ses résultats avec une présence active et un contrôle des informations reçues par les Directeurs Financiers de chaque activité.

Les comptes sociaux de chaque filiale et les informations supplémentaires nécessaires à l'établissement et aux retraitements des consolidations semestrielles et annuelles sont par ailleurs certifiés par les auditeurs externes de chaque filiale. La nomination de ces auditeurs est inscrite dans une politique d'harmonisation établie en liaison avec les Commissaires aux Comptes du Groupe. De plus les dirigeants de chaque filiale signent une lettre d'affirmation, à l'attention du Conseil d'Administration, sur la qualité et le contenu de leurs comptes.

Le processus d'élaboration des comptes consolidés repose sur un système informatisé permettant de centraliser les comptes sociaux ainsi harmonisés, de même que les informations supplémentaires nécessaires à l'élaboration de la consolidation.

Pour que ces opérations de consolidation soient assurées dans de bonnes conditions de contrôle interne, des procédures ont été établies et visent à garantir l'intégrité des données collectées au moyen d'un outil unique dont les accès sont strictement contrôlés. La fiabilité des traitements de consolidation et l'image fidèle des restitutions consolidées sont garanties par des procédures visant à séparer les tâches et à assurer la supervision des opérations.

Les Commissaires aux Comptes, dans le cadre de leurs diligences relatives à la vérification des comptes consolidés, procèdent chaque année à un examen des procédures mises en place pour l'établissement de ceux-ci et formulent les recommandations qu'ils estiment nécessaires. Ces remarques sont prises en compte pour améliorer régulièrement les procédures existantes.

DILIGENCES EFFECTUÉES EN VUE DE LA PRÉPARATION DE CE RAPPORT

La préparation de ce rapport s'appuie tant sur les méthodes de contrôle telles qu'elles viennent d'être exposées que sur les diligences effectuées à la demande de la Direction Générale du Groupe et en particulier de son Président par les différentes fonctions support en charge du suivi ou de la gestion des risques, ainsi que sur les travaux préparatoires du Comité d'Audit et des Risques.

Ce dernier a ainsi établi un rapport de synthèse sur les auditions auxquelles il a procédé au cours de l'année 2018. Le Comité d'Audit et des Risques s'est réuni le 22 octobre 2018 pour entendre les différents responsables des fonctions de support concourant à la production de l'information comptable et financière, ce dont il a rendu compte et débattu lors de la réunion du Conseil d'Administration du 24 octobre 2018.

Compte de résultat consolidé

En milliers d'euros	12 mois	
	2018	2017
CHIFFRE D'AFFAIRES	4 862 625	4 852 816
Consommations externes	- 3 190 326	- 3 199 354
Frais de personnel	- 868 167	- 859 568
Dotations et reprises d'exploitation	- 132 743	- 124 710
Autres produits et charges d'exploitation	- 493 748	- 496 476
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	177 641	172 708
Autres charges opérationnelles	- 65 140	- 23 731
Autres produits opérationnels	3 368	4 276
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	115 869	153 253
Charges financières	- 30 375	- 29 363
Produits financiers	11 953	13 297
Résultat sur situation monétaire ⁽¹⁾	- 14 599	-
Quote-part de résultat net des entreprises associées	2 882	5 419
RÉSULTAT AVANT IMPÔTS	85 730	142 606
Impôts sur les résultats	- 28 428	- 46 147
Résultat net des activités poursuivies	57 302	96 459
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	57 302	96 459
Part revenant aux actionnaires de la société mère	54 826	92 988
Participations ne conférant pas le contrôle	2 476	3 471
RÉSULTAT PAR ACTION (EN EUROS)		
Part du Groupe		
• de base	3,94	6,69
• dilué	3,86	6,56
Des activités poursuivies		
• de base	3,94	6,69
• dilué	3,86	6,56

(1) Impact de retraitement de l'hyperinflation concernant l'Argentine.

État résumé des autres éléments du résultat global

En milliers d'euros	12 mois	
	2018	2017
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	57 302	96 459
Autres éléments du résultat global :		
Écarts de conversion ⁽¹⁾	- 30 869	- 50 884
Variation de juste valeur des actifs financiers	-	377
Variation de juste valeur des couvertures de flux de trésorerie ⁽²⁾	- 3 352	353
Coût de couverture ⁽³⁾	512	-
Hyperinflation ⁽⁴⁾	24 497	-
Autres mouvements	- 1 991	- 1 867
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments recyclables	- 358	- 428
Total des éléments recyclables en résultat net	- 11 561	- 52 449
Gains et pertes actuariels liés aux régimes de retraite	3 792	- 37
Autres mouvements	-	-
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments non recyclables	118	- 63
Total des éléments non recyclables en résultat net	3 910	- 100
Total des autres éléments du résultat global nets d'impôts	- 7 651	- 52 549
TOTAL DU RÉSULTAT GLOBAL NET D'IMPÔTS	49 651	43 910
Part du Groupe	47 103	40 234
Participations ne conférant pas le contrôle	2 548	3 676

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

(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

ACTIF

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2018	Au 31 décembre 2017
Immobilisations incorporelles	532 536	542 050
Immobilisations corporelles	1 022 586	950 810
Autres actifs financiers	29 954	29 774
Participations dans les entreprises associées	132 729	121 277
Instruments financiers dérivés non courants	11 462	2 727
Actifs d'impôts différés	43 080	34 751
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	1 772 347	1 681 389
Stocks et en-cours	517 480	494 107
Clients et autres créances	828 892	871 887
Créances d'impôts	50 167	46 894
Instruments financiers dérivés courants	5 819	6 172
Autres actifs financiers	12 157	14 443
Trésorerie et équivalents de trésorerie	471 936	362 116
TOTAL ACTIFS COURANTS	1 886 451	1 795 619
Actifs des activités abandonnées ou en cours de cession	-	674
ACTIFS	3 658 798	3 477 682

PASSIF ET CAPITAUX PROPRES

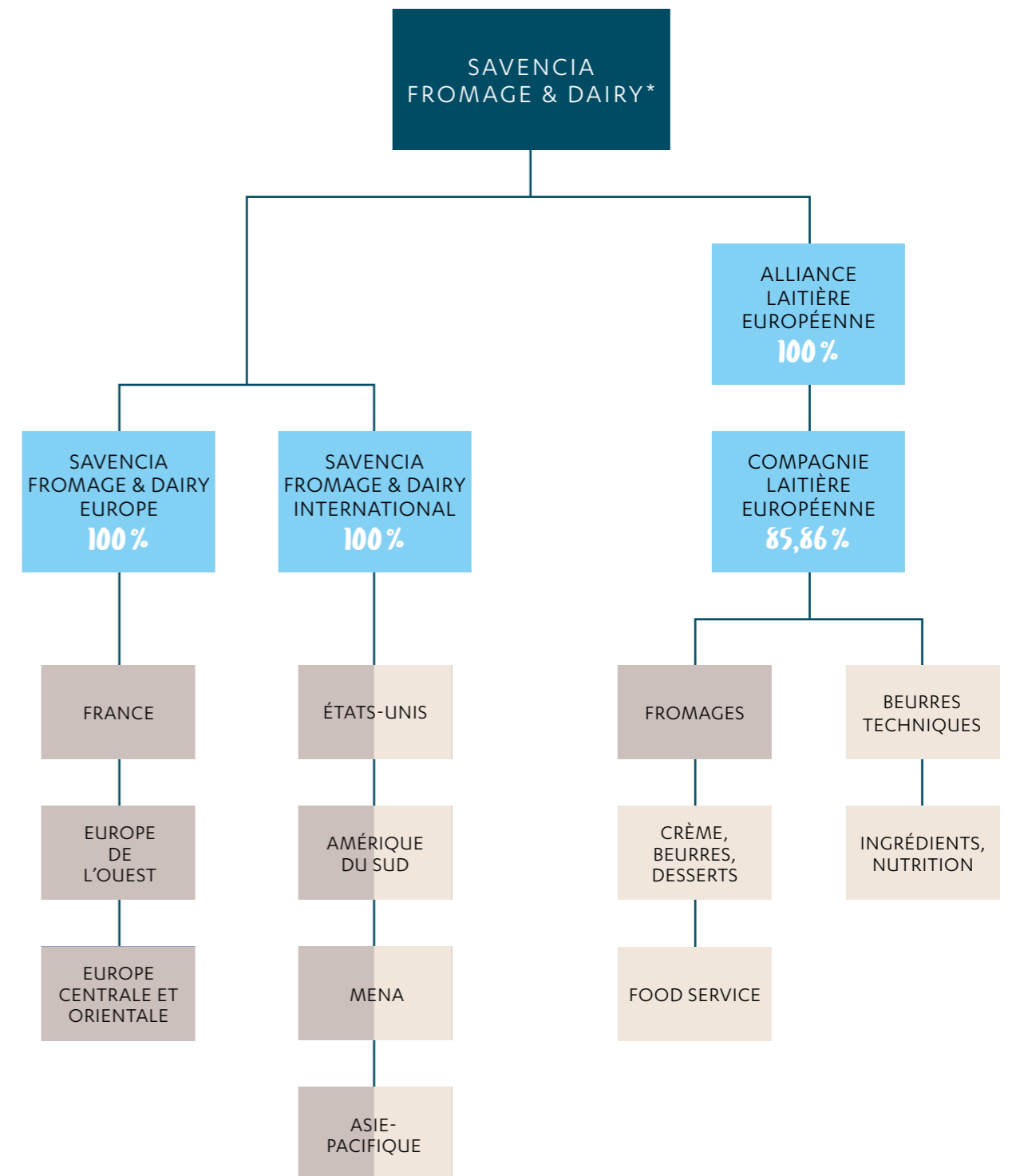
En milliers d'euros	Au 31 décembre 2018	Au 31 décembre 2017
Capital apporté	89 288	88 166
Autres réserves	- 94 115	- 63 805
Résultats non distribués	1 296 678	1 250 408
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	1 291 851	1 274 769
Participations ne conférant pas le contrôle	104 468	103 655
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	1 396 319	1 378 424
Provisions	130 913	106 995
Emprunts et dettes financières non courants	342 902	278 629
Autres passifs non courants	40 189	23 908
Instruments financiers dérivés passif non courants	11 492	4 824
Passifs d'impôts différés	49 884	48 075
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	575 380	462 431
Fournisseurs et autres créditeurs	954 156	976 573
Impôts sur les résultats à payer	18 983	19 728
Instruments financiers dérivés courants	2 869	3 589
Emprunts et concours bancaires	711 091	636 899
TOTAL PASSIFS COURANTS	1 687 099	1 636 789
Passifs des activités abandonnées ou en cours de cession	-	38
PASSIFS	2 262 479	2 099 258
PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES	3 658 798	3 477 682

Tableaux des flux de trésorerie consolidés

En milliers d'euros	12 mois	
	2018	2017
Résultat net des activités poursuivies	57 302	96 459
Impôts sur les bénéfices	28 428	46 147
Amortissements et provisions	132 743	124 710
Plus ou moins-values de cession	3 702	636
Quote-part dans le résultat net des entreprises associées	- 2 882	- 5 419
Charges financières nettes	11 411	9 748
Autres charges et produits sans incidence sur la trésorerie(**)	64 239	9 453
Marge brute opérationnelle	294 943	281 734
Intérêts financiers payés	- 20 350	- 19 233
Intérêts financiers reçus	8 973	9 373
Impôts sur les résultats payés	- 42 705	- 59 068
Variation du BFR	- 16 403	- 61 384
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'exploitation des activités poursuivies	224 458	151 422
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS PAR L'EXPLOITATION	224 458	151 422
Acquisitions de filiales, d'unités opérationnelles et de participations ne conférant pas le contrôle	- 34 778	- 156 967
Cessions d'activités nettes de la trésorerie cédée	-	433
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	- 195 935	- 176 381
Produits résultant de cessions	2 741	5 793
Acquisition/cession d'actifs financiers et variations des autres actifs financiers courants	1 106	- 4 109
Dividendes reçus (incluant les dividendes reçus des sociétés mises en équivalence)	1 261	1 198
Flux nets provenant des investissements des activités poursuivies	- 225 605	- 330 033
Flux nets provenant des investissements des activités abandonnées ou en cours de cession	-	-
FLUX NETS DE TRÉSORERIE UTILISÉS POUR LES INVESTISSEMENTS	- 225 605	- 330 033
Flux de trésorerie provenant des activités de financement		
Rachat et cession nets d'actions propres	1 114	1 196
Augmentation de capital reçue des minoritaires	-	3 483
Émission d'emprunts	230 146	188 087
Remboursement d'emprunts	- 215 259	- 52 778
Dividendes versés	- 22 016	- 27 695
Flux nets provenant du financement des activités poursuivies	- 6 015	112 293
Flux nets provenant du financement des activités abandonnées ou en cours de cession	-	-
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS DANS LES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	- 6 015	112 293
Incidences des variations de change	3 070	- 1 623
Augmentation/diminution de la trésorerie	- 4 092	- 67 941
Reclassement de trésorerie des activités abandonnées ou en cours de cession	- 7	9
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE	322 860	390 792
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	318 761	322 860

(*) Dont impact des provisions pour risques et charges (+ 26,6 millions d'euros) et du retraitement de l'hyperinflation concernant l'Argentine (+ 14,6 millions d'euros).

Organigramme juridique consolidé



■ PRODUITS FROMAGERS
■ AUTRES PRODUITS LAITIERS

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

Table de concordance

GRI – Grenelle II – Déclaration de Performance Extra-Financière

I. INFORMATIONS SOCIALES

GRI G4	GRENNELLE II - Décret du 24/04/2012 Données disponibles sur le site savencia-fromagedairy.com	Déclaration de Performance Extra-Financière	Page
I.a) EMPLOI			
G4-9	I.a) 1.1	Effectif total	Données Grenelle II disponibles sur le site savencia-fromagedairy.com
G4-10 LA1 LA12	I.a) 1.2	Répartition des salariés par sexe	
LA1 LA12	I.a) 1.3	Répartition des salariés par âge	
G4-10 LA1 LA12	I.a) 1.4	Répartition des salariés par zone géographique	
EC6 LA1*	I.a) 2.1	Embauches	
LA1*	I.a) 2.2	Licenciements	
G4-51* G4-52* G4-53* G4-54* EC1 ECS	I.a) 3.1	Rémunérations	-
G4-55*	I.a) 3.2	Évolution des rémunérations	
I.b) ORGANISATION DU TRAVAIL			
-	I.b) 1	Organisation du temps de travail	-
G4-LA6	I.b) 2	Absentéisme	Données Grenelle II disponibles sur le site savencia-fromagedairy.com
I.c) RELATIONS SOCIALES			
LA4	I.c) 1	Organisation du dialogue social, procédures d'information, de négociation et de consultation du personnel	SOCIAL/ Accords collectifs et actions diversité
-	I.c) 2	Bilan des accords collectifs	55 - 56
I.d) SANTÉ ET SÉCURITÉ			
LA5	I.d) 1	Conditions de santé et de sécurité au travail	SOCIAL/ Accords collectifs et actions diversité
LA8	I.d) 2	Bilan des accords signés avec les organisations syndicales ou les représentants du personnel en matière de santé et de sécurité au travail	
LA6 LA7	I.d) 3	Fréquence et gravité des accidents du travail	
LA6	I.d) 4	Maladies professionnelles	
I.e) FORMATION			
LA10 LA11	I.e) 1	Politiques mises en œuvre en matière de formation	SOCIAL
LA9 HR2	I.e) 2	Nombre total d'heures de formation	
I.f) ÉGALITÉ DE TRAITEMENT			
LA3 LA12 LA13	I.f) 1	Mesures prises en faveur de l'égalité femmes/hommes	SOCIAL/ Accords collectifs et actions diversité/ Handicap
LA 12 *	I.f) 2	Mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées	
LA12 HR3	I.f) 3	Politique de lutte contre les discriminations	
I.g) PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL (OIT)			
HR3 HR4 HRS HR6	I.g) 1	Au respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective	SOCIAL/ Accords collectifs et actions diversité
	I.g) 2	À l'élimination des discriminations en matière d'emploi et de profession	
	I.g) 3	À l'élimination du travail forcé ou obligatoire	
	I.g) 4	À l'abolition effective du travail des enfants	

* Indicateurs répondant partiellement à la thématique.

II. INFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

	II.a)	POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE ENVIRONNEMENTALE		Page
G4-1	II.a) 1.1	Organisation de la société pour prendre en compte les questions environnementales	ENVIRONNEMENT	52
G4-EN32	II.a) 1.2	Démarches d'évaluation ou de certification en matière d'environnement		
G4-43* G4-37 G4-51 G4-55	II.a) 2	Formation et information des salariés en matière de protection de l'environnement		
EN30 EN31	II.a) 3	Moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions		
EC2	II.a) 4	Montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement		
II.b) POLLUTION				
EN 10 EN20 EN21 EN 22 EN24 EN 26	II.b) 1	Mesures de prévention, de réduction ou de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant l'environnement	Données Grenelle II disponibles sur le site savencia-fromagedairy.com	-
EN24	II.b) 3	Prise en compte des nuisances sonores et de toute autre forme de pollution spécifique à une activité		
II.c) ÉCONOMIE CIRCULAIRE				
Prévention et gestion des déchets				
EN23 EN24 EN25 EN28	II.c) 1.1	Mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets	ENVIRONNEMENT/ Économie circulaire et gaspillage alimentaire	54
-	II.c) 1.2	Actions de lutte contre le gaspillage alimentaire		
Utilisation durable des ressources				
EN8 EN9	II.c) 2.1	Consommation d'eau et approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales	ENVIRONNEMENT/ Bien-être animal	51 - 52 53 - 54
EN1 EN2	II.c) 2.2	Consommation de matières premières et mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation		
EN3 EN4 EN6 EN7 *	II.c) 2.3	Consommation d'énergie, mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et recours aux énergies renouvelables		
EN11	II.c) 2.4	Utilisation des sols		
II.d) CHANGEMENT CLIMATIQUE				
EN15 EN16 EN17 EN18 EN19	II.d) 1	Postes significatifs d'émissions de gaz à effet de serre générés du fait de l'activité de la société, notamment par l'usage des biens et services qu'elle produit	ENVIRONNEMENT/ Conséquences sur le changement climatique	52 - 53
-	II.d) 2	Adaptation aux conséquences du changement climatique		
II.e) PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ				
EN11 EN12 EN13 EN14 EN26	II.e) 1	Mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité	Données Grenelle II disponibles sur le site savencia-fromagedairy.com	-

* Indicateurs répondant partiellement à la thématique.

III. INFORMATIONS RELATIVES AUX ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

	III.a)	IMPACT TERRITORIAL, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ		Page
EC6 EC7 EC8 EC9 SO1	III.a) 1	En matière d'emploi et de développement régional	SOCIÉTAL	51 - 57
EC6 EC7 EC8 EC9 HR8 SO1 SO2	III.a) 2	Sur les populations riveraines ou locales		
III.b) RELATIONS ENTRETENUES AVEC LES PARTIES PRENANTES				
G4 26 G4-37	III.b) 1	Conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations	SOCIÉTAL	57
EC 7	III.b) 2	Actions de partenariat ou de mécénat		
III.c) SOUS-TRAITANCE ET FOURNISSEURS				
LA14 LA15 EN33 HRS HR9 HR11 HR6	III.c) 1	Prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux	SOCIÉTAL/ Lutte contre la corruption	51 - 52
LA14 LA15 G4-12 EN32 EN33 HRS HR6 HR9 HR10 HR11 SO9 SO10	III.c) 2	Importance de la sous-traitance et la prise en compte dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants de leur responsabilité sociale et environnementale		
III.d) LOYAUTÉ DES PRATIQUES				
G4-56 - G4-58 SO3 SO4 SO5	III.d) 1	Actions engagées pour prévenir la corruption	SOCIÉTAL/ Lutte contre la corruption	58
EN27 PR1 PR2 PR3 PR4 PR6 PR7 PR8 PR9	III.d) 2	Mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs	SOCIÉTAL/Alimentation saine et durable/ Gaspillage alimentaire	49 - 50
-	-	-	SOCIÉTAL/Lutte contre l'évasion fiscale	59
HR1 HR2 HR7 HR8 HR9 HR10 HR11 HR12	III.e)	AUTRES ACTIONS ENGAGÉES EN FAVEUR DES DROITS DE L'HOMME		58



SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY

Savencia SA

L'Alliance – 42 rue Rieussec – 78220 Viroflay – Tél. : +33 (0) 1 34 58 63 00 – www.savencia-fromagedairy.com

Document conçu et réalisé par la Direction de la Communication Groupe – Savencia SA, Société anonyme au capital de 14 032 930 € – 847 120 185 RCS Versailles. – Conception et création : **VAT** - wearetogether.fr - 15716 – Rédaction : Savencia SA, **VAT** - wearetogether.fr . – Crédits photo : Savencia SA, Elle & Vire, Alice Bertrand, Faveoreat Design, Michel Labelle, René Limbourg, ©EL/Studio des 2 prairies, Zoran Petrovic, Fotolia, Gettyimages, IStock. – Ce document est imprimé avec des encres végétales sur du papier issu de forêts gérées durablement.

