

ENTREPRENEURS RESPONSABLES

Engagés au cœur des territoires



SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY

Sommaire

INTRODUCTION

MESSAGE DE LA DIRECTION GÉNÉRALE	04
FAITS MARQUANTS 2024	10

ENTREPRENEURS RESPONSABLES

UN ÉTAT D'ESPRIT  <i>partagé</i>	12
--	----

UNE VISION DE LA  <i>performance globale</i>	18
--	----

UNE CROISSANCE DURABLE,  <i>un ancrage local</i>	26
--	----

RÉSULTATS ET GOUVERNANCE	42
--------------------------	----

« ÊTRE HOMME, C'EST PRÉCISÉMENT ÊTRE RESPONSABLE. C'EST SENTIR, EN POSANT SA PIERRE, QUE L'ON CONTRIBUE À BÂTIR LE MONDE. »

Antoine de Saint-Exupéry

NOUS SOMMES DES ENTREPRENEURS RESPONSABLES, ANIMÉS PAR NOTRE VOCATION : « ENTREPRENDRE POUR BIEN NOURRIR L'HOMME ».

L'histoire de Savencia, c'est celle d'un entrepreneur, Jean-Noël Bongrain, qui, en 1956, crée le Caprice des Dieux et invente le modèle de spécialités fromagères. D'innovation en innovation, nous sommes devenus aujourd'hui le cinquième Groupe fromager mondial, avec des marques iconiques, un savoir-faire unique et des produits alliant à la fois plaisir, santé et naturalité.

Portés par notre vocation « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme », nous sommes avant tout des entrepreneurs, en même temps ancrés dans nos territoires et ouverts sur le monde, proches de nos consommateurs et clients.

Nous avons à cœur que les 22 751 femmes et hommes qui travaillent chez Savencia soient des acteurs locaux engagés au quotidien, dans une dynamique territoriale, tant économique que sociale.

C'est cela, pour nous, être un Entrepreneur Responsable : se développer en harmonie avec les territoires dans lesquels nous agissons, dans le respect des individus et de l'environnement, en privilégiant une vision sur le long terme.



Croissance durable, PERFORMANCE GLOBALE



Olivier Delaméa,
Directeur général
Savencia Fromage & Dairy

Dans un contexte toujours incertain, Savencia Fromage & Dairy a réalisé en 2024 des résultats solides, démontrant une fois de plus la résilience de son modèle de spécialités, la force de ses marques, l'implication de ses équipes ainsi que la complémentarité de ses trois métiers : Retail (produits fromagers), Food Service et Ingrédients (autres produits laitiers). L'année a également été décisive dans la construction du double agenda du Groupe, vers un modèle de Performance Globale visant à atteindre nos objectifs financiers et extra-financiers.

DÉFIS, RÉSILIENCE ET INCERTITUDES

En 2024, l'environnement dans lequel nous évoluons est resté volatil et incertain. Après un épisode inflationniste entre 2021 et 2023, sans précédent depuis les années 1980, nous entrons dans une relative phase de désinflation. Paradoxalement, le prix du lait a continué à se valoriser plus fortement que l'inflation moyenne, cette tendance s'accroissant même depuis la fin 2024 en raison de l'envolée des cotations du beurre. Cependant, dans les marchés où Savencia est présent, les filiales du Groupe ont montré leur résilience et ont su faire preuve de dynamisme et d'agilité pour traverser cette période instable et continuer de porter un modèle de croissance durable. Une robustesse à saluer dans un contexte où la concurrence se fait de plus en plus intense, avec notamment un phénomène de concentration tant chez nos concurrents que chez nos clients. Enfin, les défis de la transition écologique et les exigences en matière de responsabilité sociale et environnementale de l'ensemble des parties prenantes s'ancrent de plus en plus au cœur du double agenda que nous nous sommes fixé, tant financier qu'extra-financier. L'ensemble de ces facteurs combinés dessine un paysage économique exigeant pour le Groupe Savencia, tout en laissant aussi entrevoir un fort potentiel de développement sur nos marchés.

UNE ANNÉE DE PERFORMANCE FINANCIÈRE...

Sur le plan financier, Savencia Fromage & Dairy réalise une performance solide, avec un chiffre d'affaires de 7 140 millions d'euros, progressant de 5,1 % par rapport à 2023, un ROC de 232 millions d'euros en croissance de 9,0 % et un résultat net à 107 millions d'euros, en hausse de 11 %, avec une belle performance en matière de cash, tout en maîtrisant notre dette et dans le respect de nos covenants. Autant de résultats encourageants qui démontrent, une fois de plus, la robustesse de notre modèle de spécialités, décliné sur l'ensemble de nos activités. Cette performance est également à mettre au crédit de tous nos métiers et de toutes nos géographies, que ce soit en Europe, en Amérique ou en Asie.

... ET EXTRA-FINANCIÈRE

Sur le volet extra-financier, nous avons continué à dérouler la feuille de route de notre plan Oxygen, qui s'achèvera en 2025. Nous devrions délivrer l'ensemble des objectifs que nous nous étions fixés en 2018. Nous avons poursuivi nos efforts en matière de santé et de sécurité sur l'ensemble de nos sites, avec une réduction de 8,7 % de l'accidentologie⁽¹⁾. En parallèle, nous gardons fermement le cap en matière de décarbonation dans le cadre de notre objectif Science-Based Targets Initiative (SBTI) et nous sommes engagés à soumettre en 2025 une trajectoire 1,5°C à horizon 10 ans et Net Zéro à 2050. Enfin, dans le prolongement des précédentes années, les sites de production de nos filiales ont été fortement mobilisés sur la réduction de leur consommation d'eau (- 9 % vs 2015) et de leurs émissions de gaz à effet de serre (- 21 % vs 2019, sur les scopes 1 et 2).

(1) Taux de fréquence.

POUR UNE FILIÈRE LAITIÈRE DURABLE

Engagés de longue date dans une démarche active et concrète de valorisation de la filière auprès des producteurs de lait en France et dans les principaux pays où nous opérons, nous avons poursuivi nos efforts tout au long de l'année. Partenaire du World Dairy Summit de Paris en octobre dernier, Savencia a pu échanger avec tous les acteurs concernés sur les grands enjeux de la filière. Acteur engagé sur la décarbonation, Savencia a signé un partenariat majeur en France avec Agrial, une première historique entre un acteur laitier et une entreprise coopérative. Cet engagement traduit notre volonté d'améliorer de façon significative l'empreinte environnementale de l'amont laitier dans une logique de chaîne de valeur. Il concerne 1 300 producteurs et une collecte annuelle de 1 milliard de litres de lait. Enfin, Savencia Fromage & Dairy a confirmé en 2024 son positionnement en offrant l'une des meilleures rémunérations des laitiers généralistes en France (en moyenne 1 % au-dessus de FranceAgriMer depuis 2018). Dans les quatre dernières années, Savencia Fromage & Dairy a augmenté le prix du lait de + 33 %. En 2025, Savencia réaffirme son soutien auprès des organisations de producteurs partenaires en revalorisant les produits de grande consommation (PGC) France 2025 de 5 euros pour 1 000 litres, soit un prix du lait PGC France de 506 euros pour 1 000 litres.

DES ÉQUIPES MOBILISÉES CHAQUE JOUR AU SERVICE DE NOTRE VOCATION

Tout d'abord, je veux saluer nos équipes ukrainiennes, dont la résilience et le courage ont encore une fois forcé notre admiration en 2024. Je veux aussi chaleureusement remercier toutes les équipes qui se sont à nouveau mobilisées en produisant nos délicieux fromages, nos beurres, nos crèmes ou nos ingrédients de spécialités à travers le monde, en faisant découvrir nos produits

« ÉVÉNEMENT MAJEUR DE L'ANNÉE, LA SIGNATURE DE L'ACCORD AVEC AGRIAL PERMETTRA D'AMÉLIORER DE FAÇON SIGNIFICATIVE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE L'AMONT LAITIÈRE EN FRANCE. »

et nos marques auprès de nos clients ou en participant à un grand nombre d'événements majeurs tels que le SIAL à Paris, le FHA à Singapour ou le Gulfood à Dubaï. Parallèlement, nous avons continué à travailler sur l'engagement et la qualité de vie au travail, et aujourd'hui 90 % des collaborateurs salariés de Savencia évoluent dans une filiale certifiée par Top Employer. Bravo et MERCI à chacun et chacune de nos 22 751 collaborateurs.

LES PERSPECTIVES POUR 2025

En 2025, l'un de nos défis majeurs consistera à formaliser nos engagements en matière de RSE pour la prochaine décennie. Dans la perspective de les rendre solides et en adéquation avec les attentes de nos parties prenantes stratégiques, nous avons consulté une soixantaine d'entre elles pour recueillir leurs points de vue et ainsi finaliser notre prochaine feuille de route d'engagements RSE. Une feuille de route que nous aurons bientôt l'occasion de partager. Dans nos différentes régions et dans nos différents métiers, nous demeurons confiants. Savencia Fromage & Dairy va continuer à s'appuyer sur la force de son modèle unique de spécialités et de ses marques iconiques, sur la complémentarité de ses activités et sur la richesse de son maillage géographique, afin de poursuivre sa vocation historique, « Entreprendre pour bien nourrir l'Homme ».

Une vision PORTÉE PAR UN COLLECTIF

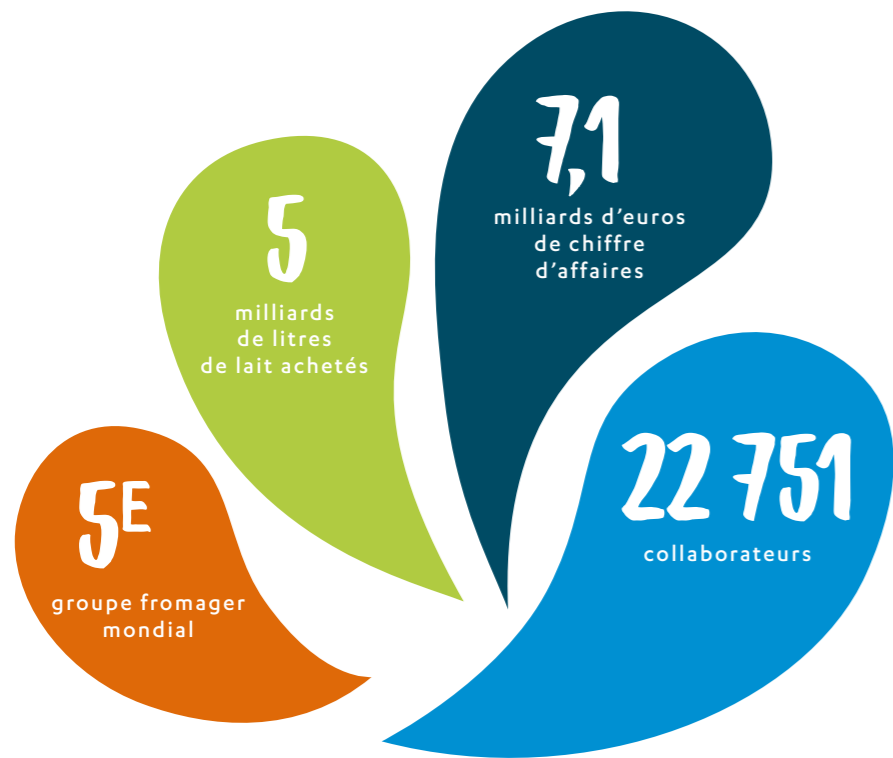


Chez Savencia, la Culture du Groupe inspire, guide et unit dans leurs actions ses 22 751 collaborateurs et c'est cette Culture, unique, qui fait sa force. La gouvernance de Savencia Fromage & Dairy incarne un leadership solide et clair, guidé par sa vocation, Entreprendre pour bien nourrir l'Homme. Le Comité Exécutif, au cœur de l'action, assure le développement du portefeuille de marques et des activités, construit une croissance durable, préserve la pérennité et l'indépendance du Groupe, et enfin participe au développement économique et social des pays qui l'accueillent.

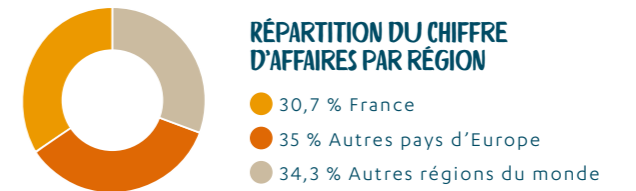
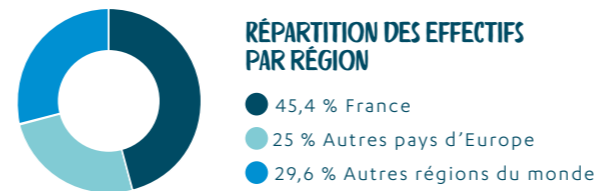


De gauche à droite : Régis Massuyeau, Boris Bourdin, Bertrand Salczer, Philippe Jaegy, Laurent Marembaud, Olivier Delaméa, Laure Sartout, Juan Carlos Dalto, Jean-Baptiste van Elslande, Jérôme Wolff, Valérie Hernando-Pressé

Des marques fortes à travers le monde



Présent dans plus de 120 pays, Savencia Fromage & Dairy développe un portefeuille de marques emblématiques à dimension locale, régionale et internationale. Fortement engagé dans les territoires où il est implanté, le Groupe s'appuie sur des filiales à taille humaine, des savoir-faire fromagers reconnus et une parfaite maîtrise des technologies de transformation du lait.



Savencia LES FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2024...



UNE PRÉSENCE MAJEURE DANS LES SALONS INTERNATIONAUX

Tout au long de l'année, les équipes ont pu démontrer le professionnalisme de Savencia lors des grands salons internationaux. Ainsi, au **SIAL Paris 2024**, le plus grand salon alimentaire au monde, le stand Savencia nous a offert l'occasion unique d'échanger avec nos clients et de présenter nos produits et solutions, notamment grâce aux démonstrations des chefs de la Maison de l'Excellence®. Par ailleurs, le Groupe s'est distingué lors du **FHA de Singapour**, salon majeur, avec une présence remarquée. Enfin, Savencia a été partenaire du **World Dairy Summit**, événement qui rassemble tous les acteurs mondiaux de la filière laitière et qui s'est tenu cette année à Paris.



L'INCLUSION DE TOUS

En novembre 2024, les équipes Savencia se sont, pour la dixième année, mobilisées à l'occasion de la **Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées**. Au programme notamment : une conférence autour des stéréotypes, la participation aux **Duodays** ou encore une campagne e-learning de sensibilisation. Au cœur du dispositif, les « **ambassadeurs RQTH** » Savencia ont été nombreux à témoigner pour faire bouger les lignes et faire changer le regard sur le handicap.

(1) RQTH : Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé.

LE DÉPLOIEMENT INTERNATIONAL DE LA FRESQUE DU CLIMAT

Conscient du rôle qu'ont à jouer les entreprises dans l'acculturation de leurs équipes face au changement climatique, Savencia déploie depuis 2022 auprès de ses collaborateurs **l'atelier Fresque du Climat**. À fin 2024, 4 120 personnes ont déjà suivi des ateliers, dans plus de **49 filiales**. L'originalité de la démarche réside dans le déploiement d'un réseau de 107 formateurs qui animent de nombreux ateliers et contribuent ainsi à la montée en compétences de leurs propres collègues. 60 % des ateliers ont été réalisés par ces formateurs internes depuis 2022.



L'EXCELLENCE DE NOS SAVOIR-FAIRE RÉCOMPENSÉE

Cette année encore, les fromages Savencia ont eu les honneurs des jurys internationaux, obtenant notamment **20 médailles au Concours Général Agricole** (5 en or, 10 en argent et 5 en bronze) et **26 médailles à l'occasion des World Cheese Awards 2024** (7 en or, 7 en argent et 12 en bronze). Ces distinctions prestigieuses viennent récompenser les équipes, qui voient ainsi leurs savoir-faire fromagers, beurriers et crémeriers mis en lumière auprès du plus grand nombre.



LES ANNIVERSAIRES

Plusieurs filiales et marques de Savencia ont fêté cette année des **anniversaires clés de leur histoire** ! L'occasion pour elles de partager un moment convivial avec leurs équipes ou d'ouvrir leurs portes au public.



Mlekoprodukt
Serbie

20 ANS

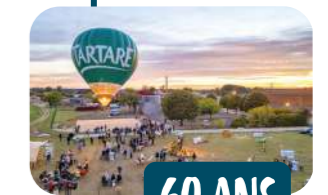


Camoscio d'Oro
Italie

40 ANS



Modilac
France



Tartare
France

60 ANS



Pribináček
République
tchèque

70 ANS

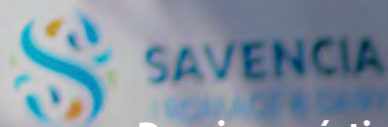


Fromagerie
Saint-Loup
France

130 ANS

Entrepreneurs responsables,

UN ÉTAT D'ESPRIT PARTAGÉ



Depuis sa création en 1956, Savencia Fromage & Dairy compte parmi ses principes d'action fondateurs la subsidiarité, la collégialité et l'autonomie. En plaçant le nouveau modèle d'Entrepreneur Responsable au cœur de sa Culture, le Groupe souhaite transmettre à ses collaborateurs ses valeurs humanistes et encourager chacun et chacune à s'engager au quotidien pour façonner ensemble une croissance durable, qui profite tant à l'entreprise qu'à ses parties prenantes, à son environnement et aux territoires où elle est ancrée.



Entrepreneur Responsable

UNE CULTURE AU FONDEMENT DE NOTRE MODÈLE



LAURENT MAREMBAUD

Directeur général
Ressources Humaines
Groupe Savencia

Que signifie être « Entrepreneur Responsable » chez Savencia ?

Laurent Marembaud : La notion d'entrepreneur comporte déjà en elle une dimension de responsabilité. Pour Savencia, cela relève d'une conviction et cela signifie privilégier une vision à long terme lorsque l'on prend une décision, à quelque niveau de l'organisation que ce soit. Car chacun a un périmètre de responsabilité, qu'il travaille sur une chaîne de production ou qu'il siège au Comité Exécutif du Groupe. Et chacun est en mesure de faire preuve de responsabilité en réfléchissant aux impacts de sa décision, à court, moyen et long terme, sur l'entreprise, ses parties prenantes et son environnement. Parce que la notion de responsabilité va bien au-delà de chacun en tant qu'individu.

Pourquoi ce parti pris est-il particulièrement important aujourd'hui ?

L.M. : Savencia vit un changement de génération au sein de ses équipes. De nombreux nouveaux collaborateurs nous ont rejoints, qui ne connaissent pas forcément l'histoire du Groupe. Avec le modèle d'Entrepreneur Responsable, nous souhaitons transmettre des valeurs qui sont autant de principes fondateurs : la responsabilité, bien sûr, mais aussi l'autonomie et la collégialité. C'est une manière pour nous de les sensibiliser à la spécificité du modèle Savencia, afin de leur permettre de devenir, eux aussi, des Entrepreneurs Responsables.

Comment ce nouveau prisme se traduit-il concrètement ?

L.M. : Savencia s'attache à créer un environnement où chaque individu est encouragé à être un Entrepreneur

« ÊTRE UN ENTREPRENEUR RESPONSABLE, C'EST AUSSI PRÉPARER SAVENCIA ET SES COLLABORATEURS À L'ÉVOLUTION DES MÉTIERS, AVEC L'ARRIVÉE DU DIGITAL ET L'AUTOMATISATION CROISSANTE DE CERTAINES TÂCHES. »



« CHEZ SAVENCIA, LA CULTURE DE LA QUALITÉ DU PRODUIT EST UN ÉLÉMENT FONDATEUR QUE NOUS NOUS ATTACHONS À PRÉSERVER, NOTAMMENT AUPRÈS DES NOUVELLES GÉNÉRATIONS QUI REJOignent LE GROUPE. »

les mobilités qui leur sont proposés et, enfin, par un soin particulier accordé à l'équilibre vie personnelle-vie professionnelle. En matière d'accueil des personnes en situation de handicap, nous avons la chance de compter au sein du Groupe des entreprises très avancées qui montrent la voie et diffusent leurs bonnes pratiques, notamment lors de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées ou des stages découverte, les Duodays.

Il y a aussi la culture de la performance globale ?

L.M. : Oui, et cela fait l'objet du quatrième levier, à savoir viser un niveau renforcé de performance financière et extra-financière pour assurer la rentabilité durable et l'indépendance du Groupe, tout en faisant de Savencia une société à impact positif. Aujourd'hui, le référentiel de mesure des résultats d'une entreprise intègre nécessairement des critères extra-financiers, et nous voulons nous assurer que chaque collaborateur en est conscient. Empreinte carbone, préservation des ressources en eau, nutrition... sont autant de domaines dans lesquels Savencia est en mesure d'agir concrètement. C'est aussi ça, être un Entrepreneur Responsable.

Comment la culture managériale est-elle déployée à tous les niveaux de l'entreprise ?

L.M. : Avec 22 751 collaborateurs, l'humain occupe forcément une place centrale chez Savencia. Là aussi, nous restons en phase avec l'évolution de notre environnement sociétal, et parmi les sujets qui nous tiennent à cœur, je veux en citer deux. Tout d'abord, l'accompagnement que nous proposons à nos cadres afin de leur donner toutes les clés qui leur permettront de devenir des managers coachs. Ensuite, nous travaillons à préparer Savencia et ses collaborateurs à l'évolution des métiers, avec l'arrivée du digital et l'automatisation croissante de certaines tâches, car il est aussi de notre responsabilité d'aider les personnes à vivre cette transition



le mieux possible et à préserver leur employabilité. Les résultats sont là, en témoigne le classement Top Employer, qui ne cesse d'augmenter année après année. Rappelons que ce référentiel permet d'évaluer la qualité des entreprises en tant qu'employeur par rapport aux meilleures pratiques du marché à travers les dimensions clés de l'entrepreneuriat responsable.

Enfin, pourquoi la culture des territoires est-elle au cœur du développement du Groupe ?

L.M. : Si notre engagement associatif et celui de nos collaborateurs n'ont jamais été aussi importants, ils restent pour Savencia quelque chose de naturel. En effet, en tant qu'Entrepreneurs Responsables, nous savons que notre impact va bien au-delà des murs de nos sites industriels. Nous sommes conscients de notre place dans les écosystèmes locaux, et la vision à long terme du Groupe se nourrit de cette responsabilité. D'où l'importance, par exemple, d'accueillir des jeunes ou des personnes éloignées de l'emploi afin de remplir également un rôle sociétal et de prendre notre part dans l'entretien des dynamiques territoriales.

C'est quoi être ENTREPRENEUR RESPONSABLE ?

Chez Savencia, les femmes et les hommes animés par la passion de leur métier sont autant d'Entrepreneurs Responsables, à travers différents leviers.



CULTURE PRODUITS

Pérenniser nos savoir-faire

Les savoir-faire font partie intégrante de notre patrimoine. Pour assurer leur transmission d'une génération à l'autre, un programme dédié a été initié en 2024, avec, à la clé, l'identification d'experts fromagers et laitiers, mais aussi la constitution d'une bibliographie exhaustive. Autre nouveauté : l'ensemble des comités de direction des filiales du Groupe bénéficient désormais d'une formation intitulée **Culture Fromagère**, mise en place en France en 2024 et qui sera étendue aux autres régions du monde en 2025.

CULTURE DE LA PERFORMANCE GLOBALE

SAVENCIA A FAIT LE CHOIX DE LA PERFORMANCE GLOBALE EN L'INTÉGRANT DANS LA CULTURE DE L'ENTREPRISE, POUR QU'ELLE SOIT PORTÉE PAR TOUS, AU QUOTIDIEN, À TOUS LES NIVEAUX DE GESTION ET DÉCISION. POUR CELA, LE GROUPE ACCULTEURE SES COLLABORATEURS GRÂCE À UN PROGRAMME D'E-LEARNING.



CULTURE DE LA SÉCURITÉ

La sécurité, notre priorité

Savencia s'attache à renforcer chaque année la culture de la sécurité sur l'ensemble de ses sites. Des efforts qui ont permis, en 2024, une réduction de 8,7 % de l'accidentologie¹ sur le périmètre Savencia Fromage & Dairy. Exemples emblématiques d'une politique sécurité efficace, celle menée par les Messageries Laitières, plateforme logistique du Groupe, a permis à la filiale d'obtenir de très bons résultats en matière de sécurité au travail, dont celui des 455 jours consécutifs sans accident de travail avec arrêt, ou encore celle de notre filiale indienne, qui a connu 2 077 jours sans accident de travail en 2024. Autre opération significative de l'année : la nouvelle campagne sécurité conçue par l'Alliance Fromagère a permis aux collaborateurs de formuler plus de 250 messages clés, parmi lesquels 15 ont été illustrés et affichés dans tous ses sites. Par ailleurs, le **Challenge Santé et Sécurité** de juin 2024 a mobilisé 22 pays.

(1) Taux de fréquence.



CULTURE DE LA QUALITÉ

La qualité sans compromis

En 2024, Savencia a poursuivi la sensibilisation des équipes sur sa **culture Qualité**, à tous les niveaux du Groupe. Nous évaluons régulièrement les performances de nos produits afin d'assurer la meilleure qualité

organoleptique à nos consommateurs. Pour cela, nous utilisons des **outils propres (panels de dégustation, jurys d'experts, cartographies techniques)**, en plus d'un pilotage rigoureux de la qualité au quotidien.

Miser sur l'apprentissage des jeunes

Depuis de nombreuses années, Savencia joue la carte de l'alternance avec son programme « **500 apprentis** ». Objectif : donner leur chance aux jeunes dans les territoires. En 2024, ce sont 372 nouveaux alternants qui ont rejoint les équipes en France. Des opportunités qui concernent une palette de métiers, dont les fonctions de production, de la maintenance à l'ingénierie, en passant par le marketing, les achats, les ressources humaines, la sécurité ou encore l'infographie. Avec parfois des embauches à la clé et de beaux parcours en perspective.



CULTURE DES TERRITOIRES

483

apprentis ont occupé des postes en France ainsi qu'à l'international.



CULTURE DU MANAGEMENT

Accompagner les managers et dirigeants de demain

Pour accompagner les jeunes collaborateurs dans leur prise de poste et dans leur découverte des métiers du Groupe, Savencia a créé des programmes sur mesure. Le premier, le **Graduate Program**, accueille chaque année une nouvelle promotion composée de jeunes diplômés issus de parcours d'excellence dans les sciences de l'ingénieur et du commerce. Ce programme leur permet d'apprendre leur métier en nouant des liens privilégiés avec les anciennes promotions. Le second programme, la **Formation Nouveaux Cadres**, est un parcours d'intégration destiné aux cadres comprenant notamment une série de masterclasses dédiée à la présentation des grandes fonctions corporate du Groupe.

« TRAVAILLER AUX CÔTÉS D'ACTEURS LOCAUX QUI FONT VIVRE NOTRE RÉGION ET CONTRIBUER À SON RAYONNEMENT, C'EST UNE VRAIE FIERTÉ AU QUOTIDIEN ! »

Charlotte Grellier, Apprentie en marketing chez Fro' (24)

Entrepreneurs responsables,

UNE VISION DE LA PERFORMANCE GLOBALE

Être un Entrepreneur Responsable, c'est aborder la performance de façon globale, bien au-delà du seul critère économique, en intégrant sa dimension extra-financière. C'est adopter dans notre manière d'agir au quotidien, et à tous les niveaux de l'entreprise, la prise en compte de cette double dimension et de l'ancrer dans nos prises de décision. C'est enfin partager cette démarche avec l'ensemble de la chaîne de valeur, des partenaires producteurs aux clients, consommateurs et collaborateurs.

Interview croisée

LA CULTURE DE LA PERFORMANCE GLOBALE : UN ENGAGEMENT COLLECTIF



Évoluer dans le Groupe Savencia constitue une double fierté pour les collaborateurs. D'abord, pour sa vision long terme, qui incite au temps long et favorise la construction d'un avenir durable. Ensuite, parce que la vocation que le Groupe s'est fixée – **Entreprendre pour bien nourrir l'Homme** – est inspirante et motivante. Elle place chacun et chacune dans une logique à la fois entrepreneuriale et de contribution au bien commun. Une double approche qui est à la racine de la Culture Savencia, profondément ancrée dans notre manière d'agir et de piloter notre performance, et ce depuis 1956.



LAURE SARTOUT

Directrice RSE
Groupe Savencia

RÉGIS MASSUYEAU

Directeur Financier
Groupe Savencia
Fromage & Dairy

Comment définir la performance globale au sens où l'entend Savencia ?

Régis Massuyeau : Chez Savencia, nous avons fait le choix de la performance à la fois financière et extra-financière, intégrée dans la Culture de l'entreprise et portée par tous. Cette logique globale nous amène à progressivement ancrer la dualité du financier et du non-financier, au quotidien, dans nos actes de gestion comme dans nos décisions. Car la valeur de demain va bien plus loin que sa dimension financière aux yeux de nos différentes parties prenantes, qu'il s'agisse des consommateurs, des collaborateurs ou de nos partenaires (fournisseurs, clients, banques, etc.). Si l'angle financier reste essentiel pour assurer la pérennité de notre Groupe, il n'est plus le seul. Nous allons dorénavant intégrer des éléments extra-financiers tout aussi importants dans notre dispositif de pilotage.

« LA LOGIQUE DE PERFORMANCE GLOBALE NOUS AMÈNE À PROGRESSIVEMENT ANCRER LA DUALITÉ DU FINANCIER ET DU NON-FINANCIER, AU QUOTIDIEN, DANS NOS ACTES DE GESTION COMME DANS NOS DÉCISIONS. »

Régis Massuyeau

En quoi peut-on dire que cela participe de la Culture d'entreprise ?

Laure Sartout : Si l'on veut comprendre pourquoi la performance globale est un élément de notre Culture, il faut revenir à nos racines. Celles-ci transparaissent dans l'attention que nous portons à nos parties prenantes (collaborateurs et partenaires de notre chaîne de valeur, dont amont agricole, clients et consommateurs), ainsi qu'à l'environnement. Tout cela a un coût. C'est pourquoi, afin que tout cela perdure, la performance économique doit être au rendez-vous. Nous sommes particulièrement exigeants sur le sujet. Nul doute, profitabilité et durabilité sont deux objectifs qui vont de pair !

Comment cette culture de la performance globale s'exprime-t-elle au quotidien ?

R.M. : Quand on parle de performance, il faut parler de culture du résultat, de mesure et d'animation. Les chiffres seuls sont statiques : notre enjeu réside dans la dynamique, dans notre capacité à conduire le Groupe pour atteindre cette double ambition financière et extra-financière. Porter un modèle de performance globale, c'est donc se lancer des défis et développer une culture d'exigence dans chacune de nos décisions, sur ces deux axes de plus en plus interdépendants. Dans cette optique, nous adaptons l'ensemble de nos tableaux de bord et nos critères de mesure des résultats, à chaque niveau de l'organisation. C'est un changement qui va nécessiter de redistribuer les rôles et les responsabilités dans nos filiales, notamment ceux des financiers, des métiers et des acteurs de la RSE.

Quels changements dans le pilotage des éléments extra-financiers ?

L.S. : Les engagements que nous prenons vis-à-vis de nos parties prenantes constituent nos engagements RSE et sont le terreau de notre

performance extra-financière. Pour pouvoir en mesurer l'atteinte et en rendre compte, la mise en place d'un dispositif solide de suivi de la performance extra-financière représente un enjeu majeur auquel nous nous attelons. Le nouveau contexte réglementaire, induit par la CSRD⁽¹⁾, a été considéré chez Savencia comme une opportunité de se positionner dans un agenda ambitieux. Les efforts sont considérables pour parvenir au même niveau de maturité que pour les éléments financiers.

Quelles sont les prochaines étapes ?

L.S. : Il s'agit par nature d'un agenda partagé entre nos deux métiers, et nous avons déjà initié les premiers travaux afin d'adapter nos outils de pilotage en ce sens. La feuille de route que nous coconstruisons a pour objectif de concevoir un dispositif solide et équilibré entre les données financières et les données extra-financières : c'est ainsi que nous rendrons tangibles notre solidité et notre durabilité. En rapprochant ces deux éléments de notre Culture, en les pilotant, nous démontrerons que Savencia est une société à impact positif, viable et pérenne.

(1) La directive européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) vise à améliorer et à harmoniser la divulgation d'informations environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) par les entreprises.



« POUR POUVOIR MESURER L'ATTEINTE DE NOS ENGAGEMENTS ET EN RENDRE COMPTE, LA MISE EN PLACE D'UN DISPOSITIF SOLIDE DE SUIVI DE LA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE REPRÉSENTE UN ENJEU MAJEUR. »

Laure Sartout





UNE FILIALE ENGAGÉE DURABLEMENT DANS UN MODÈLE DE PERFORMANCE GLOBALE

En 2024, Polenghi, notre filiale brésilienne, est devenue Savencia Fromage & Dairy Brasil. Un nouveau chapitre s'ouvre ainsi pour l'entreprise, qui a dévoilé à cette occasion une nouvelle identité visuelle. Acteur historique du fromage au Brésil et reconnu sur son marché, la filiale compte dans son portefeuille plusieurs marques fortes tant en Retail qu'en Food Service. Exemplaire dans la tenue du double agenda financier et extra-financier, elle s'attache à développer son activité tout en se mobilisant pour la sécurité sur ses sites, en agissant pour les communautés locales, en favorisant une chaîne d'approvisionnement plus durable et en réduisant son impact sur l'environnement.

#Somos
Savencia
Brasil



Augusto Lemos,
DG Savencia
Fromage & Dairy Brasil

« EN DEVENANT SAVENCIA FROMAGE & DAIRY BRASIL, NOUS ALLONS POUVOIR CONNECTER NOTRE ACTIVITÉ LOCALE AUX VALEURS ET À LA FORCE MONDIALE DU GROUPE SAVENCIA. »



Polenguiinho, une référence pour plusieurs générations de Brésiliens, propose des portions de fromage, pratiques et ludiques, pour chaque moment de la journée.

NOUVELLE JEUNESSE POUR POLENGUINHO

Depuis 1955, la marque Polenguiinho fait partie de l'histoire des consommateurs brésiliens et est une référence sur le marché du snacking pour enfants. En 2024, elle a rajeuni son image avec un nouveau packaging et une campagne marketing 360°. À la clé, un succès chez les influenceurs, avec plus de 55 millions de vues, et plus de 6 millions de spectateurs pour ses spots diffusés dans 530 cinémas. Résultat : une hausse considérable des ventes.

POLENGHI DANS « TIME MAGAZINE »

Selon une enquête du magazine américain *Time* menée auprès de 13 500 consommateurs brésiliens en vue d'identifier leurs marques préférées, Polenghi se hisse sur la 2^e marche du podium dans la catégorie Fromage. Un classement qui récompense la passion des équipes pour leur métier et leur attachement à proposer des produits de qualité supérieure.

OPTIMISER L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR

Savencia Fromage & Dairy Brasil est certifié Top Employer, un label qui récompense son engagement en faveur d'un environnement de travail de qualité. Particulièrement actif dans ce domaine, le site d'Angatuba a notamment mis en place un programme baptisé « I Help Young Dreams » pour aider les jeunes à entrer dans la vie professionnelle, ou encore instauré un espace privatif pour les mères souhaitant allaiter leur bébé tout en travaillant.



UBERLÂNDIA, UN SITE ENGAGÉ

Le site d'Uberlândia intègre la RSE au cœur de sa production. La préservation des ressources est au centre des préoccupations du site, qui utilise notamment une énergie renouvelable, grâce à une chaudière à bois alimentée à 100 % par du bois issu de forêts gérées durablement.

CONFORMITÉ : DES VALEURS PARTAGÉES

Éthique, comportement, diversité, lutte anticorruption ou gestion des risques : autant de sujets aujourd'hui majeurs pour les entreprises. En novembre 2024, à l'occasion de la Journée mondiale de la conformité, Savencia Fromage & Dairy Brasil a réuni les collaborateurs de son siège social autour d'un événement diffusé simultanément sur l'ensemble de ses sites. Objectif : sensibiliser les participants à la Culture et aux valeurs de Savencia sur ces thématiques. Un événement en phase avec les actions menées tout au long de l'année, avec par exemple la nomination d'ambassadeurs de l'Éthique dans chaque unité commerciale.

PRIX DE LA PERFORMANCE GLOBALE

En décembre 2024, les équipes de Savencia Fromage & Dairy Brasil ont reçu le prix de la Performance Globale Savencia, qui a récompensé la filiale et salué son engagement sur son double agenda : financier et extra-financier.

Objectif: Croissance durable

AGIR EN MODE PERFORMANCE GLOBALE...

... en combinant recherche de performance financière et extra-financière.



DES RÉSULTATS FINANCIERS SOLIDES AU SERVICE DE NOTRE CROISSANCE RENTABLE ET DE NOS AMBITIONS EXTRA-FINANCIÈRES :

+ 3,1 %

Croissance organique 2024.

232,3 M€

Résultat Opérationnel Courant.

+ 9,1 % VS 2023

115 M€

Free Cash Flow 2024.

DES RÉSULTATS EXTRA-FINANCIERS COMME PREUVES TANGIBLES DE NOS ENGAGEMENTS RSE :

S'ENGAGER POUR LA SÉCURITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DE NOS COLLABORATEURS

- 8,7 %

d'accidents avec arrêt, selon le taux de fréquence, en 2024.

17 

C'est le nombre de pays certifiés Top Employer au sein du Groupe Savencia.

S'ENGAGER POUR PROMOUVOIR UNE OFFRE PLAISIR, SAIN ET RESPONSABLE

85 %

de produits à marque vendus en GMS comportent un étiquetage nutritionnel à la portion.

86,8 %

d'emballages recyclables ou biodégradables.

S'ENGAGER POUR ACCOMPAGNER LES ÉLEVEURS

352

jeunes éleveurs ont bénéficié d'au moins un accompagnement financier à l'installation en 2024.

S'ENGAGER POUR PRÉSERVER NOTRE ENVIRONNEMENT

Réduire nos prélèvements d'eau :

- 9 %
VS 2015

C'est la réduction des prélèvements en eau en m³ par tonne fabriquée.

Réduire nos émissions de gaz à effet de serre conformément à nos objectifs SBTi :

- 21 %
VS 2019

C'est la réduction de nos émissions de gaz à effet de serre des scopes 1 et 2 (market-based). Notre objectif : - 27,5 % à l'horizon 2030.



PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

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



WE SUPPORT

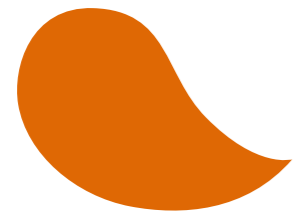


Savencia Fromage & Dairy est engagé auprès de l'initiative Science-Based Targets (SBTi).

Entrepreneurs responsables,
**UNE CROISSANCE
DURABLE,
UN ANCRAGE LOCAL**



Grâce au renforcement de son modèle historique de spécialités et à la complémentarité de ses métiers, Savencia Fromage & Dairy innove chaque jour pour offrir des produits de qualité, répondre aux attentes des consommateurs, des professionnels et des industriels, et accompagner les évolutions du marché. Une croissance que Savencia s'engage à rendre responsable et durable sur l'ensemble de la chaîne de valeur, qu'il s'agisse d'accompagner la résilience de l'amont agricole, proposer des recettes saines et durables, renforcer les liens avec les communautés locales ou encore soutenir des initiatives solidaires.



ACTIVITÉ FROMAGE (Retail)

Notre savoir-faire fromager s'exprime à travers des spécialités reconnues pour leur qualité et leur unicité. Porté par la force de ses marques et son expansion internationale, le Groupe valorise le lait avec des produits différenciants, répondant à une demande en hausse. Cette dynamique soutient une croissance durable sur des marchés toujours plus exigeants et concurrentiels.

DES MARQUES FORTES SUR TOUS LES CONTINENTS

EN EUROPE DE L'EST, NOS MARQUES SE DÉMARQUENT !

En 2024, Savencia a occupé le devant de la scène en Europe de l'Est, avec le passage de jalons clés pour ses marques : **nouvelle identité de marque gagnante** pour Delaco en Roumanie, **retour à l'antenne réussi** pour Biser en Serbie, célébration du **70^e anniversaire de Pribináček** en Slovaquie et en Tchéquie, tandis que, sur ce dernier marché, la marque redevenait **n° 1 de sa catégorie**.



ILE-DE-FRANCE POURSUIT SA CONQUÊTE DU MONDE

Marque premium, inspirée de l'histoire mythique du paquebot éponyme, ILE-DE-FRANCE propose à l'international un assortiment de **fromages français** accessibles aux goûts et aux usages des consommateurs locaux. En 2024, elle a enregistré une **croissance positive**, en raison notamment du succès rencontré en Corée, Chine, Australie et à Taïwan. Dans ces pays, les consommateurs apprécient particulièrement les bouchées fromagères (ou Mini Shells), fabriquées en France. À noter aussi l'adoption remarquable du Cream Cheese de la marque par les Roumains.



L'ESPAGNE PLÉBISCITE LE RUSTIQUE

Grâce à un plan de développement ambitieux déployé par la filiale espagnole Arias, la marque Le Rustique a multiplié par deux ses volumes en Espagne pour l'année 2024. **Pour la première fois, en juin et novembre 2024**, une campagne de publicité sur ces fromages aux goûts francs et caractéristiques a été diffusée auprès des **consommateurs espagnols**.

50 ans de tradition fromagère

Le site de **Brioude**, berceau de la savoureuse raclette qui a conquis tant de tables, a fêté en 2024 ses 50 ans. Depuis 1974, ce site perpétue la tradition fromagère en alliant savoir-faire et innovation, pour offrir aux consommateurs des produits de qualité. Et qu'ils apprécient, puisque les Français mangent en moyenne 2kg de fromage à raclette par an et par foyer¹.

(1) Source : Nielsen CAM P12 2024.

Innové pour toujours plus de convivialité

Pour les 90 % des Français qui préfèrent prendre l'apéritif à domicile, RichesMonts a lancé en 2024 une **gamme de fromages baptisée Apéri'chaud**. Soit une recette à base de comté, d'emmental et de tomme, idéale pour y tremper bâtonnets de légumes et gressins. La marque a également innové en étant la première à proposer une **fondue aux trois fromages sans alcool**, dont le goût et la texture filante caractéristiques n'ont rien à envier à sa version classique.



LA RACLETTE RICHESMONTS AU SOMMET

Leader des plats préférés des Français pendant l'hiver, la raclette RichesMonts affiche une forme olympique. Elle a doublé ses ventes depuis dix ans.



Nouvelle signature et influence de marque

L'année 2024 a également vu le lancement d'une **campagne TV** mettant en lumière la nouvelle signature « **La raclette, c'est RichesMonts** » et un ambassadeur, Simon, qui incarne la marque au travers de sa passion pour ce fromage. La raclette a aussi pris ses quartiers d'été sur Instagram avec l'influenceuse française Natoo, dont c'est le plat favori. La jeune femme a mis au défi ses abonnés en leur demandant de décrire leur version rêvée d'une raclette en été. Avec près de 930 K vues et plus de 850 participations, le jeu a remporté un vif succès et la campagne social media a cumulé au total 23 millions de vues.

Une opération citoyenne

Pour la 4^e année consécutive, en partenariat avec la station Le Mont-Dore, située en Auvergne, et l'association Mountain Riders, RichesMonts a organisé une randonnée au pied des pistes, ouverte à tous, avec pour objectif de **ramasser un maximum de déchets**. Un événement associant action citoyenne autour de la protection de la montagne et moment de partage. Résultat : 65 participants mobilisés et plus de 35 kg de déchets ramassés.



RETAIL

DES PRODUITS TOUJOURS PLUS VERTUEUX ET PLUS SAINS

MOINS DE SEL MAIS TOUJOURS AUTANT DE SAVEUR EN BOUCHE !

Selon le Baromètre Santé Nutrition INPES, 77 % des Français s'informent sur l'origine et la composition des produits lors de leurs achats. Savencia Fromage & Dairy attache depuis toujours un soin tout particulier aux qualités nutritionnelles et à la composition de ses produits. Avec #PositiveFood, nous défendons une alimentation diversifiée, avec des produits peu transformés et en gardant le plaisir au cœur de l'assiette. Ainsi, nos produits sont constitués d'un nombre limité d'ingrédients. En 2024, les équipes ont poursuivi le travail d'amélioration continue des recettes, en réduisant par exemple de 7 % le taux de sel du Tartare, de 20 % celui du fondu Campo Lindo 400 g au Brésil, de 8 % celui d'Aperifresco en Italie.



DES CONSOMMATEURS EN QUÊTE D'INNOVATION

Partout dans le monde, les consommateurs sont en attente de produits leur apportant des nutriments essentiels à leur santé sans pour autant renoncer au plaisir. C'est bien dans ce cadre que Savencia s'attache à développer ses offres, à l'image de Milkana en Chine, qui propose depuis 2024 Milkana Rich Heart, une sucette constituée à 70 % de cream cheese enrichi en oméga 3 de type DHA. Le fromage « high protein » poursuit en 2024 sa belle progression en Europe, avec le déploiement réussi de la gamme Gérardont mit Skyr en Allemagne, qui propose une pâte molle crémeuse et des tranches de pâte pressée, riches en protéines.

EMBALLAGES : MOINS, C'EST MIEUX

En 2024, nous avons continué nos efforts d'optimisation de nos emballages. À titre d'exemple, les chantiers engagés sur les barquettes de St Môret® ont permis d'économiser 80 tonnes de matériaux, soit l'équivalent de 560 tonnes de CO₂. Pour leur part, après quatre années de travail, les équipes de Fol Epi ont réussi à réduire l'épaisseur des barquettes des fromages en tranches, très prisés des consommateurs allemands, ce qui permettra d'économiser 88 tonnes de plastique chaque année. Enfin, Le Rustique s'est notamment séparé de son ruban vichy volant sur certaines de ses références, dans le cadre de sa démarche d'éco-conception des emballages.



PLAISIR ET PRATICITÉ



LE SNACKING SÉDUIT LES FAMILLES

Les usages des consommateurs évoluent, et le snacking a le vent en poupe dans le monde entier, en Asie en particulier et auprès des familles, qui apprécient ces formats ludiques consommables à tout moment de la journée. Preuve de cet engouement, la belle croissance en volumes des ventes de bouchées fromagères parfumées à la fraise (Mini Shells) et des pâtes filées, que ce soit sous les marques ILE-DE-FRANCE, Milkana ou Mozza Roll. Nouveauté 2024 au Japon : des nouveaux parfums vanille, myrtille et caramel pour les Mini Shells.

NOS SAVOIR-FAIRE DE TRADITION



HAUTE FROMAGERIE, LE RAFFINEMENT DES FROMAGES À LA FRANÇAISE

Expression ultime du modèle de spécialités, le concept Haute Fromagerie permet à Savencia Fromage & Dairy de promouvoir et de distribuer ses fromages de terroir haut de gamme à l'international. Avec ses offres premium et ses codes visuels empruntés au luxe, la Haute Fromagerie met en scène ses fromages vendus à la coupe, chez les crémiers traditionnels, mais aussi dans des corners dédiés. En 2024, le concept et les gammes Haute Fromagerie ont été lancés au Benelux et en Allemagne. Sur les marchés où il était déjà présent, des nouveautés sont venues enrichir l'offre, à l'image du Visiopack Haute Fromagerie au Royaume-Uni et en Espagne, mais aussi d'une gamme de fromages frais emballés dans les pays nordiques. En complément de son activité de grossiste à Rungis via Prodilac, Savencia Fromage & Dairy

« NOTRE OBJECTIF ? FAIRE DÉCOUVRIR LA RICHESSE DES FROMAGES DE TERROIR AU PLUS GRAND NOMBRE ! »

Laurène de Finance, Cheffe de groupe Marketing Haute Fromagerie



ACTIVITÉ AUTRES PRODUITS LAITIERS (Food Service Premium)

En 2024, le chiffre d'affaires des Autres Produits Laitiers de Savencia Fromage & Dairy a progressé de près de 14 %, porté par un marché du Food Service dynamique et résilient, en forte demande de solutions innovantes et premium.

Pierre Gagnaire, ambassadeur historique d'Elle & Vire Professionnel®

Chef multi-étoilé, connu dans le monde entier, Pierre Gagnaire est aux côtés de la marque Elle & Vire Professionnel® depuis vingt ans. Une fidélité précieuse dans un domaine où la transmission des savoir-faire est clé, et qu'Elle & Vire a choisi d'honorer en 2024 par la réalisation d'un film, tourné dans une exploitation normande, en sa présence.



LE RAYONNEMENT INTERNATIONAL D'ELLE & VIRE PROFESSIONNEL®

Si en retail Elle & Vire se glisse dans le top 30 des marques préférées des Français en 2024¹, la marque séduit également de plus en plus de professionnels à l'international.



Nouvelle identité visuelle

Pour illustrer son ancrage local normand tout en soutenant son déploiement international, Elle & Vire Professionnel® s'est dotée en 2024 d'une nouvelle identité visuelle. Objectif : bâtir la plateforme de marque qui va porter la croissance et la valorisation de la marque, à travers une communication forte et cohérente. Il s'agit de la première refonte de cette envergure depuis vingt ans.

Le succès de la crème, de la Normandie à la Chine

La crème Excellence est appréciée dans le monde entier et tout particulièrement en Chine, où les gâteaux d'anniversaire sont traditionnellement composés de nombreuses couches de crème. Dans ce pays qui constitue le premier marché d'Elle & Vire Professionnel®, le Groupe et sa filiale de distribution Sinodis s'appêtent à lancer Finesse, première crème légère à 25 % de matière grasse qui foisonne et permet la réalisation de desserts plus légers. Belle illustration de cette collaboration sino-française, 25 personnes de l'équipe chinoise de Sinodis sont venues fin 2024 visiter une exploitation laitière normande, ainsi que l'usine de Condé-sur-Vire (50).



Grande Cause Biodiversité

Conscient de sa responsabilité environnementale, Elle & Vire est devenu en 2024 partenaire fondateur de la Grande Cause Biodiversité avec Make.org. La marque s'est notamment engagée aux côtés de l'organisation lors du lancement de la consultation citoyenne intitulée « Comment protéger et restaurer ensemble la biodiversité ? ». Parmi les thèmes qui en sont ressortis : la préservation des écosystèmes. Dans la continuité de cette consultation citoyenne, Elle & Vire s'engage à soutenir durablement la plantation de haies auprès de ses éleveurs laitiers normands dès 2025.



Une certification exigeante

L'usine de Condé-sur-Vire a obtenu en 2024 la certification ISO 50001, qui atteste d'un management efficace de l'énergie, permettant une gestion raisonnée des consommations énergétiques et la limitation des émissions de gaz à effet de serre. Cette certification récompense les efforts réalisés par le site et l'ensemble de ses collaborateurs en matière de réduction de consommation d'énergie.

(1) Source : institut OpinionWay.

FOOD SERVICE

INSPIRER LES PROFESSIONNELS PARTOUT DANS LE MONDE



LESCURE : UN BEURRE AOP PREMIUM

Lescure, beurre AOP Charentes-Poitou, connaît une **belle croissance** depuis 2019, particulièrement grâce à sa référence : la **plaque de beurre pâtissier 84 %**, qui offre une plasticité parfaite et un goût de noisette inimitable. Activée en France en 2024, la **campagne « Rencontres autour d'un beurre d'exception »** revient, dans un film réunissant chefs et producteurs, sur toutes les raisons qui font de ce beurre AOP un produit exceptionnel, plébiscité par ses utilisateurs. Une histoire riche de 200 ans.



CORMAN : L'EXPERTISE DES BEURRES TECHNIQUES

L'année 2024 a été marquée, pour Corman, par une **croissance notable** en volumes des ventes de ses beurres en plaques, notamment celles de son best-seller, **Beurre de Laiterie**, au goût de crème fraîche typé et à la plasticité extraordinaire, qui facilite son travail au tourage. Autre fait marquant, Corman a lancé un **programme ambitieux, Better Together**, en Belgique, Royaume-Uni, Espagne, Italie et Allemagne pour accompagner les boulangers-pâtisseries dans leur quotidien de chefs d'entreprise. Enfin, en matière de RSE, la filiale Corman a installé, sur son site de production, un **système de cogénération** lui permettant la production locale d'électricité et la récupération simultanée de chaleur utilisée sur le site.



LANCEMENT DE PLATEFORMES DIGITALES INNOVANTES

- **En Chine**, Sinodis a créé l'événement en lançant sa **plateforme e-commerce baptisée MySinodis**, qui distribue notamment les marques du Groupe, Elle & Vire Professionnel®, Corman et Lescure, auprès des professionnels de la boulangerie-pâtisserie et de la gastronomie. Présentée lors du Salon Bakery China en mai 2024, la plateforme offre aux professionnels la possibilité d'acheter des produits, de participer à des événements en ligne (33 en 2024), de s'inspirer via

des newsletters et des recettes, de bénéficier d'un niveau de service client premium, 24 h/24. Une preuve supplémentaire du dynamisme et de l'agilité de Sinodis, qui a su affermir au cours des cinq dernières années sa position de leader en tant que distributeur de produits premium Food Service auprès des professionnels de la gastronomie chinoise. - **En France**, c'est le **programme de fidélité et d'accompagnement « L'Excellence & Vous »** qui a immédiatement trouvé son public, comme le démontre la croissance majeure de 75 % de nouveaux membres inscrits à la fin de l'année 2024. Destiné aux artisans boulangers-pâtisseries et aux restaurateurs, celui-ci vise à leur permettre de tirer le meilleur parti des produits.



SUCCÈS TOUJOURS CONFIRMÉ POUR AFP AUX ÉTATS-UNIS

Une année de croissance
Apporter des solutions précieuses à ses clients : c'est l'objectif d'AFP advanced food products llc, filiale américaine de Savencia, spécialisée dans la fabrication aseptique de produits à faible acidité. À ce titre, l'année 2024 a été notamment marquée par le franchissement d'une nouvelle étape dans le partenariat avec l'une des plus grandes chaînes de restauration rapide du monde, pour laquelle l'entreprise a développé une sauce cheddar exclusive. Parallèlement, AFP est devenu le principal fournisseur de sauce au fromage pour une chaîne régionale de LSR (Limited Service Restaurants), englobant les services de restauration rapide, les cafés et les pizzerias et possédant plus

de 2 000 points de vente. Enfin, AFP a su innover en lançant **trois nouvelles références de sauce au fromage** développées pour une marque d'inspiration mexicaine.

Investir pour l'avenir

À l'automne 2024, AFP a inauguré une nouvelle ligne de production dans son usine de Californie. Cette nouvelle capacité consolide ainsi la position d'AFP en tant que fabricant de solutions aseptiques aux États-Unis. Un projet majeur qui représente un véritable succès d'équipe.



ACTIVITÉ AUTRES PRODUITS LAITIERS

(Ingrédients et solutions nutritionnelles)

L'année 2024 a également été marquée par la croissance des ingrédients laitiers, un marché dynamique où le Groupe met son expertise au service des industries agroalimentaires, pharmaceutiques et des entreprises spécialisées en nutrition, en proposant des solutions personnalisées, à haute valeur ajoutée, et répondant aux attentes d'un marché en pleine évolution.



LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, UNE PRIORITÉ ABSOLUE

Marque emblématique dédiée à la fabrication d'ingrédients fonctionnels et nutritionnels, Armor* évolue sur un marché mondial des ingrédients où les enjeux sanitaires se complexifient. Pour cela, Armor* a construit une expertise scientifique performante et de pointe qui lui permet de proposer des solutions de qualité premium, notamment

auprès des publics les plus fragiles que sont les nourrissons, les bébés, mais aussi des cibles pharmaceutiques ou médicales. Pour répondre aux exigences de ces marchés, ainsi qu'à leurs normes de qualité et de sécurité alimentaire parmi les plus strictes, Armor* a investi dans des installations de pointe, avec, notamment, un projet d'envergure mené avec un très haut niveau d'exigence. L'accès à ces installations est strictement réglementé, et des actions de formation et de sensibilisation sont effectuées régulièrement. Les visites ont lieu depuis une salle avec une installation en 3D.



Autant de conditions qui font l'excellente réputation de la lactoferrine Armor* auprès de ses clients, et la placent parmi les plus sûres au monde.

ARMOR*, SPÉCIALISTE DES SOLUTIONS INNOVANTES

« Partenaires de qualité et de confiance, dotés d'une réelle expertise, fiables et réactifs », c'est ainsi que les clients d'Armor* décrivent la relation qu'ils ont avec la marque. Comprendre le positionnement de ses clients sur leur marché et le croiser avec les attentes sociétales, c'est le défi que relève Armor* à travers des produits, hautement innovants, qui répondent aux nouveaux enjeux nutritionnels. Parmi les tendances phares, citons la nutrition hyperprotéinée, historiquement héritée de la nutrition sportive aux États-Unis. En vogue dans le monde entier, elle connaît un élan supplémentaire et se caractérise par les apports en protéines que l'on trouve aujourd'hui dans des barres, des boissons ou encore des laitages. Autres secteurs prometteurs : la cible des seniors, dont les besoins sont multiples pour continuer à être en bonne santé, grâce à une alimentation nutritionnellement



adaptée, ou encore la nutrition infantile, un marché dont la croissance se fonde aujourd'hui sur des formules spécifiques. Pour cela, la marque propose, à ses clients, des concepts personnalisés, adaptés à leurs besoins et à leurs usages.

LABORATOIRE MODILAC : 40 ANS D'EXPERTISE AU SERVICE DES BÉBÉS

40 ans de passion !

En 2024, Laboratoire Modilac a célébré ses quarante ans. Soit quatre décennies au service de la nutrition infantile et de la sérénité des parents. Un millésime marqué par plusieurs temps forts en points de vente, par des opérations de communication et de belles performances, tant en France qu'à l'international.

Laboratoire Modilac est l'expert français de solutions nutritionnelles innovantes, à la pointe de la recherche scientifique, inspirées du lait maternel.



Une croissance solide en France et à l'international

L'année 2024 a permis à Laboratoire Modilac d'asseoir ses positions et de poursuivre sa croissance. Quatrième acteur sur le marché français et premier contributeur aux gains du marché pour la troisième année consécutive, l'entreprise a enregistré l'an dernier une solide progression, grâce à ses propositions de valeur différenciantes. Unique acteur proposant de la lactoferrine¹ en France, Laboratoire Modilac a ainsi créé l'événement en avril 2024 avec sa toute nouvelle gamme Laboratoire Actigest Lf+. De son côté, la gamme Laboratoire Modilac Expert Riz est aujourd'hui coleader sur les références à base d'hydrolysats de protéines de riz, destinées aux bébés allergiques aux protéines de lait de vache (APLV). À l'international, la marque poursuit son développement sur trois zones géographiques : le Canada, le Vietnam et les pays des Balkans.

Compléments alimentaires : trois innovations phares

Soucieux d'aller toujours plus loin pour la santé des nourrissons et la sérénité des parents, Laboratoire Modilac a lancé en 2024 une gamme de compléments alimentaires enrichis en lactoferrine¹ qui a été sélectionnée par le jury du Grand Prix de l'Innovation SIAL 2024. La gamme comprend deux références à destination des nourrissons, présentées sous format sticks à diluer dans le biberon : Modilac Babymune (immunité de bébé²) et Modilac Babygest (confort intestinal³). Auxquelles s'ajoute une référence spécifiquement formulée pour accompagner les mères en phase de post-partum, Mumboost⁴, à travers un complexe innovant composé de lactoferrine et d'ingrédients soigneusement sélectionnés pour répondre aux besoins des jeunes mamans.



Des briques plus vertueuses

Laboratoire Modilac opte pour de nouvelles briques Tetra Stelo® Aseptic pour sa gamme de laits infantiles bio liquides (500 ml), fabriquées à partir de 87 % de matériaux renouvelables d'origine végétale.

(1) Lactoferrine extraite d'un lait 100 % français, enrichissement hors formules croissance. (2) Le zinc contribue au fonctionnement normal du système immunitaire des enfants. (3) La souche microbienne BB-12™ (*Bifidobacterium animalis* ssp. *Lactis*) contribue à l'équilibre de la flore intestinale. (4) Stimulant pour maman.

Avis important : Le lait maternel est l'aliment idéal et naturel du nourrisson et de l'enfant en bas âge. Modilac Actigest Lf+ peut nécessiter l'utilisation d'une tétine adaptée. Les denrées alimentaires destinées à des fins médicales spéciales doivent être utilisées sous contrôle médical, chez les nourrissons et les enfants en bas âge présentant les symptômes indiqués. Bouger, jouer est indispensable au développement de votre enfant. Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. www.mangerbouger.fr

ENGAGÉ POUR UNE FILIÈRE LAITIÈRE *durable et responsable*

Être un Entrepreneur Responsable, c'est entretenir des relations équilibrées et durables avec ses partenaires producteurs, dans tous les bassins laitiers où nous agissons, que ce soit en France, mais aussi dans nos autres zones de collectes majeures dans le monde. Partenaire historique du monde agricole, nous collectons le lait de plus de 6 000 producteurs en France. Plus que jamais, nous restons engagés aux côtés des partenaires producteurs pour contribuer à pérenniser une filière laitière forte et compétitive pour tous les acteurs.



De gauche à droite : Bertrand Salzer, Olivier Delaméa, Pascal Le Brun, Producteur de lait et Vice-Président d'Agrial, et Gilles Rabouille, Directeur Général de la branche Lait d'Agrial.

DÉCARBONATION

ACCORD HISTORIQUE AVEC AGRIAL

Octobre 2024 a vu la signature d'un accord historique entre Savencia et la coopérative Agrial. Objectif : engager, d'ici fin 2026, 100 % des associés coopérateurs d'Agrial qui fournissent du lait à Savencia dans une démarche de réduction de l'empreinte carbone. Ce partenariat, qui concerne 1300 producteurs et porte sur une collecte annuelle d'un milliard de litres de lait, est une première dans la filière entre un acteur laitier et une entreprise coopérative. Dans ce cadre, les deux structures accompagnent chaque associé coopérateur dans la réalisation de ses objectifs. La démarche comprend un diagnostic carbone initial afin de déterminer un plan d'action personnalisé, puis la mise en œuvre de leviers de progrès environnementaux (efficacité du troupeau, alimentation et système fourrager, cultures, fertilisation, énergies directes, séquestration du carbone...) et un diagnostic final au bout de quatre ans. Les producteurs pourront bénéficier d'une « prime climat », sous forme d'un soutien financier s'articulant autour de deux axes : premièrement, un engagement de

moyens (diagnostic et plans d'action), deuxièmement, une prime fondée sur des indicateurs liés à la performance environnementale réelle de chaque exploitation, par rapport à la moyenne de l'ensemble des exploitations laitières. Un éleveur pourra ainsi percevoir jusqu'à 4,50 €/1 000 litres de lait en fonction de son diagnostic et de ses résultats environnementaux en matière de décarbonation et de biodiversité.

33 %

C'est l'augmentation du prix du lait de base 38/32 par Savencia Fromage & Dairy dans les 4 dernières années. En 2024 encore, le prix du lait est en moyenne supérieur de +1% vs France Agrimer (réf. moyenne marché France).

Des ambitions partagées

Faire en sorte que 50 % de ses partenaires producteurs soient engagés dans une démarche de décarbonation (diagnostic réalisé et plan d'action validé) d'ici fin 2026 et 100 % d'ici fin 2029 : c'est l'objectif de Savencia. La dynamique en ce sens est d'ores et déjà lancée et se traduit par de nombreuses démarches collectives. Ainsi, en 2024, de nouveaux accords ont été signés avec d'autres structures avec lesquelles nous travaillons.



COLLECTE

VERS UNE COLLECTE DÉCARBONÉE

Le label « Objectif CO₂ - les transporteurs s'engagent » a reconnu en 2023 les efforts de Savencia pour sa flotte détenue en propre. En 2024, NBT, la filiale en charge du transport inter-usines, a obtenu le renouvellement de ce label. Parallèlement, le Groupe a contractualisé pour trois ans ses achats de biocarburants, tout en poursuivant ses essais de camions électriques. Et les résultats sont là : le déploiement de carburants alternatifs sur notre logistique (collecte et inter-usines) a ainsi généré en 2024 une réduction de l'empreinte carbone de - 7 812 T eq CO₂.



INSTALLATION

AUX CÔTÉS DES ÉLEVEURS

Alors que le renouvellement des générations de producteurs est un sujet majeur pour la filière, notre démarche Terroirs de Lait vise à sécuriser les volumes de lait autour des laiteries du Groupe. Dans ce cadre, Savencia a développé un pack « Nouvel Installé » qui permet d'accompagner, en France, les nouveaux producteurs, notamment grâce à des aides financières à l'installation, ou encore en proposant une aide pour remplacer le producteur s'il doit s'absenter. Depuis 2023, 158 exploitations ont choisi de rejoindre Savencia. En Argentine et au Brésil, ce sont respectivement 268 et 89 exploitations que nous avons accueillies. Dans tous les bassins de collectes, les équipes Ressources Laitières de Savencia accompagnent les éleveurs au quotidien dans toutes les démarches en lien avec la qualité du lait, le renouvellement des générations ou la décarbonation des exploitations.

BIEN-ÊTRE ANIMAL



LE SAVIEZ-VOUS ?

Depuis 2022, Savencia Fromage & Dairy s'appuie sur l'expertise de l'ONG internationale Compassion In World Farming (CIWF), spécialiste du bien-être des animaux d'élevage. Le Groupe a ainsi défini une Charte pour le Bien-être Animal à l'échelle mondiale, autour de quatre enjeux : une meilleure prise en compte de la santé, une alimentation de qualité, durable et locale, un accès à l'extérieur et un logement confortable. Savencia s'est engagé à déployer cette charte auprès de 100 % des exploitations et à former ses équipes au bien-être animal. À ce titre, 72 % des collaborateurs concernés ont été formés à fin 2024.

« LA DÉMARCHE TERROIRS DE LAIT 2032 RENFORCE NOTRE ANCRAGE LOCAL ET NOTRE APPUI AUX ÉLEVEURS LAITIERS, TOUT EN JOUANT UN RÔLE MOTEUR DANS LA DÉCARBONATION DES EXPLOITATIONS. »

Bruno Lecarpentier, Directeur des équipes Ressources Laitières Savencia

SAVENCIA : UN ACTEUR MULTI-LOCAL *ancré dans les territoires...*

Conscient de son impact économique et social sur les territoires dans lesquels il est implanté, Savencia construit une croissance durable, alignée sur les attentes de ses parties prenantes, et en lien avec sa vocation d'« Entreprendre pour bien nourrir l'Homme ».



Une nouvelle identité pour ilolay

Présent en Argentine depuis plus de 35 ans avec des marques patrimoniales et locales comme Santa Rosa, Adler ou Milkaut, Savencia est un **acteur majeur de ce marché**. L'année 2024 a été marquée par l'**intégration réussie des équipes d'ilolay**, dernière entreprise à avoir rejoint le Groupe. Pour cela, un **événement marquant** a été organisé sur le site de Bella Italia devant 800 employés, en présence notamment de représentants de la famille fondatrice, les Williner. Un moment fort au cours duquel ont été dévoilés le **nouveau logo d'ilolay**, sa nouvelle identité visuelle et ses emballages redessinés.

Engagé dans son écosystème

Avec des entreprises comme Milkaut, historiquement située au cœur du bassin laitier argentin de Santa Fe, le Groupe s'attache à réduire ses **impacts environnementaux en adoptant des pratiques durables**. En 2024, Savencia Fromage & Dairy Argentina a notamment organisé une journée de **plantation**, dans les exploitations de ses partenaires éleveurs, dans le cadre de son Forestry Volunteer Program. Autre jalon clé en 2024, la **signature d'un accord entre Savencia Argentina et le fournisseur d'énergie YPF Energía Eléctrica** pour l'approvisionnement en électricité verte de ses deux principaux sites de production.

3 500

C'est le nombre d'arbres financés et plantés depuis 2022 dans le cadre du Forestry Volunteer Program par Savencia Fromage & Dairy Argentina.



Arias obtient la certification B Corp®

Actualité riche en 2024 sur le volet RSE pour Arias : **la filiale espagnole a rejoint la communauté B Corp®**. Elle devient ainsi la première entreprise fromagère espagnole à obtenir cette certification, qui récompense sa performance sociale et environnementale, de transparence publique et de responsabilité juridique.



... ET QUI CULTIVE UN ESPRIT DE SOLIDARITÉ

Afin d'agir comme acteur responsable et solidaire, Savencia encourage ses collaborateurs à soutenir des initiatives locales.



Savencia, fidèle partenaire des Banques Alimentaires

Cette année encore, les collaborateurs de Savencia se sont mobilisés aux côtés des Banques Alimentaires à l'occasion de leur week-end de collecte annuel. Tout au long de l'année, nos filiales réalisent des dons en faveur des **Banques Alimentaires sur leurs territoires**. Et cette année, à l'occasion du SIAL et pour réaffirmer son soutien, Savencia leur a fait don de tous les produits restants de son stand. **En 2024, les dons réalisés par nos filiales représentent l'équivalent de 1 350 000 repas** qui ont été distribués aux bénéficiaires des Banques Alimentaires.



Agir en faveur d'une alimentation durable et solidaire

Créé il y a 15 ans par le Groupe Savencia, le **Fonds de dotation Bien Nourrir l'Homme a soutenu, en 2024, 13 projets** tels qu'une épicerie solidaire étudiante en France, des jardins potagers à Madagascar ou encore le développement de petits élevages de chèvres menés par des femmes au Maroc. Il soutient chaque année des initiatives de collaborateurs via des projets portés par des associations d'intérêt général pour favoriser l'accès pérenne à une alimentation suffisante et de qualité.



Milkana pour l'alimentation des enfants

Aux Philippines, Milkana soutient l'association « Reach Out and Feed Philippines! », qui agit en faveur de l'accès à une alimentation équilibrée pour les enfants défavorisés. **En 2024, Milkana a ainsi directement permis à une centaine d'enfants d'accéder à des repas**, notamment un dîner de Noël.



Résultats et GOUVERNANCE

P. 43 - Chiffres clés 2024

P. 44 - Le gouvernement d'entreprise

P. 45 - Organigramme juridique consolidé

P. 46 - 2024 en Bourse

P. 47 - États financiers consolidés

P. 48 - Bilan consolidé

P. 49 - Tableau des flux de trésorerie consolidé

Chiffres clés 2024

CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires 2024 est en progression de +5,1% par rapport à l'exercice précédent pour atteindre 7 139,6 millions d'euros. La croissance organique est favorable de +3,1%. L'effet de structure de +1,1% provient principalement de l'intégration des activités de Sucosores de Alfredo Williner S.A. à compter du 3 avril 2023 et dans une moindre mesure d'Ugalait SAS au 1^{er} juillet 2024. L'effet cumulé de change et d'hyperinflation est positif de +0,9%.

En millions d'euros



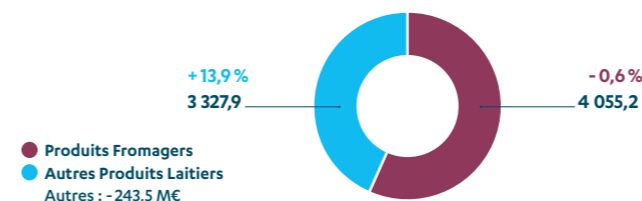
CHIFFRE D'AFFAIRES 2024 ET VARIATION 2024-2023

PAR ACTIVITÉ

Les Produits Fromagers représentent 56,8% du chiffre d'affaires consolidé. Le chiffre d'affaires évolue de -0,6%. À taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires des Produits Fromagers croît de 0,5%. Cette quasi-stabilité s'explique d'une part par la diminution des volumes liée à un contexte de consommation toujours marqué par l'inflation et d'autre part par un effet de prix/mix favorable, qui illustre la qualité du portefeuille de marques du Groupe et sa capacité à développer un modèle de spécialités unique dans un contexte de prix du lait très élevé.

Les Autres Produits Laitiers représentent 46,6% du chiffre d'affaires consolidé et évoluent de +13,9%, dont une croissance organique de 7,8%. Cette progression s'explique par une dynamique positive sur les marchés internationaux et par le développement des activités en Europe. L'évolution des cotations, notamment du beurre comparativement à 2023, crée par ailleurs un effet prix positif, notamment sur le second semestre.

Chiffre d'affaires 2024 et variation 2024-2023
Par activité et en millions d'euros



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

Le résultat opérationnel courant progresse de +9,1%.

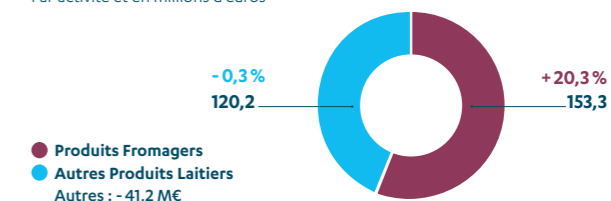
En millions d'euros
et marge opérationnelle en % des ventes nettes



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT 2024 ET VARIATION 2024-2023

Le résultat opérationnel courant des Produits Fromagers est en progression de 20,3%. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 3,1% en 2023 à 3,8% en 2024. L'amélioration du mix volume, les ajustements tarifaires, la maîtrise des coûts et les efforts de productivité permettent d'amortir l'inflation de l'ensemble des coûts de production. Le résultat opérationnel courant des Autres Produits Laitiers est en léger retrait de -0,3%. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 4,1% en 2023 à 3,6% en 2024. L'activité Retail est pénalisée par la forte inflation des prix matières (lait et matières grasses), qui n'est pas entièrement répercutée dans les tarifs. Cet effet négatif est cependant partiellement compensé par le développement de produits à plus forte valeur ajoutée sur l'activité Ingrédients et la progression des activités BtoB à l'international.

Résultat opérationnel courant 2024 et variation 2024-2023
Par activité et en millions d'euros



RÉSULTAT PART DU GROUPE

Le résultat net part du Groupe s'accroît de 10,9%. Les charges non récurrentes sont en diminution de 15,2M€ et restent impactées notamment par des charges de réorganisation, des litiges et des dépréciations d'actifs. Les charges financières sont en hausse de 3,5 M€, principalement liée à l'impact négatif de la remontée des taux d'intérêt ainsi qu'à un écart défavorable du résultat de change, mais partiellement compensé par la performance des placements. Le résultat sur situation monétaire est en forte baisse de 12,2 M€ et correspond à l'application de la norme IAS 29 relative aux pays en situation d'hyperinflation (Argentine). La contribution des sociétés en équivalence est stable. L'impôt sur les sociétés diminue de 1,7 M€ en lien avec la baisse de dépréciations d'actifs non déductibles. Le résultat de l'exercice revenant aux participations ne conférant pas le contrôle croît de 10,1 millions d'euros.

En millions d'euros



INVESTISSEMENTS

Les investissements (corporels, incorporels et acquisitions) se sont élevés à 255 M€, en progression de 13% par rapport à 2023.

ENDETTEMENT NET SUR FONDS PROPRES

La dette financière nette s'établit à 346,7 M€, en baisse de 92,4 M€. Les fonds propres varient de +175,1 M€ par rapport à 2023.

En pourcentage



LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

1. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration est composé de 16 administrateurs et d'un censeur. Leur mandat est d'un an renouvelable. À la date du 31 décembre 2024, 9 administrateurs sont indépendants au regard des critères du rapport AFEP-MEDEF. Le Conseil arrête le calendrier de ses réunions, dont la périodicité, sauf réunion urgente ou nécessaire dans l'intérêt de la société, est bimestrielle.

LES COMITÉS SPÉCIALISÉS

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

Le Comité d'Audit et des Risques

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

MEMBRES

Christian Mouillon, Président
Martine Liautaud, Annette Messemer, Xavier Govare, François Wolfovski
Olivier de Sigalony, Secrétaire

Le Comité de Management et des Rémunérations

Il assiste le Conseil sur l'organisation et les structures du Groupe, la composition et l'évolution des membres du Conseil d'Administration et de la Direction Générale, la politique de Ressources Humaines du Groupe et la politique de rémunération.

MEMBRES

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

Le Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

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

MEMBRES

Malika Haimeur, Présidente
Armand Bongrain, Anne-Marie Cambourieu, Xavier Govare, Christian Mouillon, Robert Roeder
Laure Sartout, Secrétaire

2. COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Alex Bongrain
Président du Conseil d'Administration

Armand Bongrain
Administrateur
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Anne-Marie Cambourieu
Administratrice indépendante
Membre du Comité de Management et des Rémunérations
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Clare Chatfield
Administratrice indépendante
Présidente du Comité de Management et des Rémunérations

Philippe Gorce
Administrateur représentant les salariés actionnaires

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

Malika Haimeur
Administratrice indépendante
Présidente du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Martine Liautaud
Administratrice indépendante
(jusqu'à l'Assemblée Générale 2025)
Membre du Comité d'Audit et des Risques

Annette Messemer
Administratrice indépendante
Membre du Comité d'Audit et des Risques

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

Robert Roeder
Administrateur indépendant
Membre du Comité de la Responsabilité Sociale et Environnementale

Sophie de Roux
Administratrice
Veronica Vargas
Administratrice indépendante depuis juin 2024

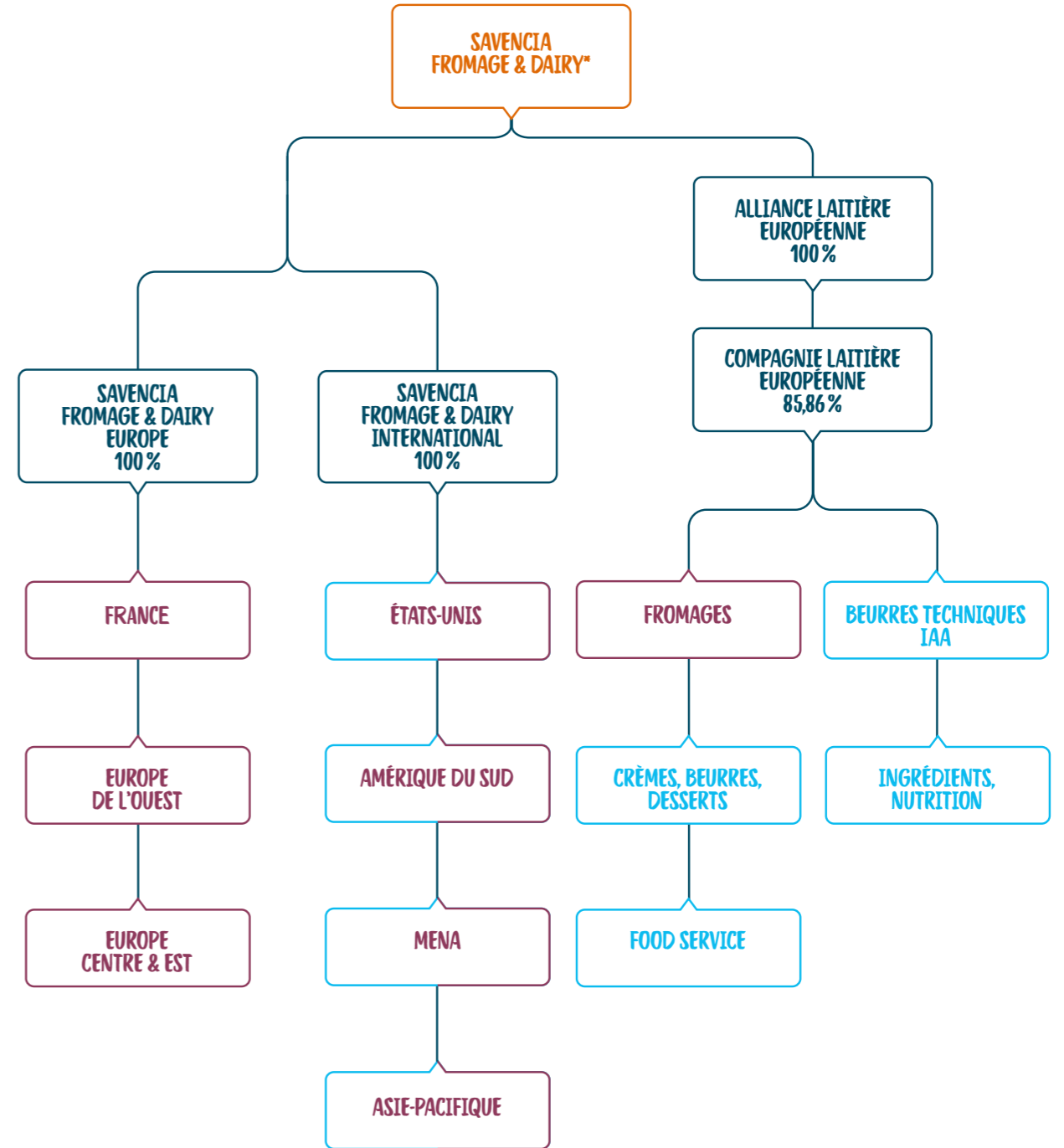
Bruno Witvoet
Administrateur

François Wolfovski
Administrateur
Membre du Comité d'Audit et des Risques

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

Ignacio Osborne
Censeur
Membre du Comité de Management et des Rémunérations

ORGANIGRAMME JURIDIQUE CONSOLIDÉ

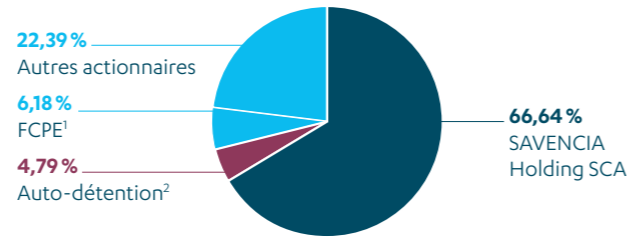


* SAVENCIA Fromage & Dairy est le nom commercial de SAVENCIA SA

2024 EN BOURSE

- Euronext Paris – Eurolist Compartiment B
- Code ISIN FR0000120107
- Valeur nominale : 1 €
- Nombre d'actions : 14 032 930
- Capitalisation boursière 2023 : 771,81 M€
- Cours clôture Euronext 31 décembre 2024 : 53 €
- Capitalisation boursière au 31 décembre 2024 : 743,75 M€

RÉPARTITION DU CAPITAL 2024



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

DONNÉES PAR ACTION

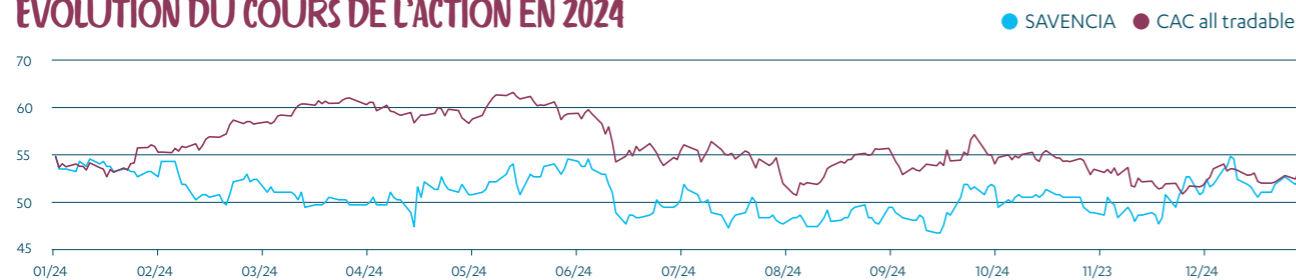
En euros	2024	2023	2022	2021	2020
Situation nette	142,02	129,55	130,21	121,36	110,57
Résultat net	8	7,2	5,01	6,05	5,72
Dividende net¹	1,6	1,4	1,3	1,5	1,5
Rendement global²	3,02 %	2,55 %	2,23 %	2,45 %	2,48 %

(1) Proposition à l'Assemblée Générale du 24 avril 2025.
(2) Sur la base du cours au 31/12.

DONNÉES BOURSIÈRES

En euros	2024	2023	2022	2021	2020
Plus haut ajusté	55	64	67	77	64,4
Plus bas ajusté	49	52,6	50,7	58,6	47,9
Cours au 31/12	53	55	58,4	61,2	60,4
Capitalisation boursière au 31/12 (en millions d'euros)	743,75	771,81	819,52	858,82	847,59

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION EN 2024



CALENDRIER DE L'ACTIONNAIRE

Assemblée Générale	24 avril 2025
--------------------	---------------

INFORMATION FINANCIÈRE

Date clôture de l'exercice	31 décembre 2024
Chiffre d'affaires 2024	6 février 2025
Comptes annuels 2024	6 mars 2025
Communiqué 1 ^{er} trimestre & Assemblée Générale	24 avril 2025
Comptes semestriels	18 septembre 2025
Communiqué 3 ^e trimestre	23 octobre 2025
Comptes annuels 2025	Mars 2026

ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

En milliers d'euros	12 mois	
	2024	2023
CHIFFRE D'AFFAIRES	7 139 634	6 790 713
Consommations externes	-4 727 166	-4 582 655
Frais de personnel	-1 307 836	-1 182 623
Dotations et reprises d'exploitation	-218 850	-203 630
Autres charges et produits d'exploitation	-653 503	-608 885
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	232 279	212 920
Autres charges et produits opérationnels	-28 351	-43 612
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	203 928	169 308
Charges financières	-70 606	-60 040
Produits financiers	49 098	42 011
Résultat sur situation monétaire	-9 068	3 092
Quote-part de résultat net des entreprises associées	1 745	1 761
RÉSULTAT AVANT IMPÔTS	175 097	156 132
Impôts sur les résultats	-48 633	-50 250
Résultat net des activités poursuivies	126 464	105 882
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	126 464	105 882
Part revenant aux actionnaires de la Société-mère	106 969	96 479
Participations ne conférant pas le contrôle	19 495	9 403
RÉSULTAT PAR ACTION (en euros)		
Part du Groupe		
• de base	8,00	7,17
• dilué	8,00	7,17
Des activités poursuivies		
• de base	8,00	7,17
• dilué	8,00	7,17

ÉTAT RÉSUMÉ DES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL

En milliers d'euros	12 mois	
	2024	2023
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	126 464	105 882
Autres éléments du résultat global :		
Écarts de conversion¹	-9 045	-114 946
Variation de juste valeur des couvertures de flux de trésorerie²	-1 349	-5 405
Coût de couverture³	50	342
Hyperinflation⁴	86 404	38 863
Autres mouvements	-867	-
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments recyclables	101	78
Total des éléments recyclables en résultat net	75 294	-81 068
Gains et pertes actuariels liés aux régimes de retraite	843	-4 470
Quote-part des entreprises associées et co-entreprises sur éléments non recyclables	-	-
Total des éléments non recyclables en résultat net	843	-4 470
Total des autres éléments du résultat global nets d'impôts	76 137	-85 538
TOTAL DU RÉSULTAT GLOBAL NET D'IMPÔTS	202 601	20 344
Part du Groupe	183 412	11 305
Participations ne conférant pas le contrôle	19 189	9 039

(1) Essentiellement sur les devises suivantes : ARS, BRL, USD, RUB.
(2) Concerne pour l'essentiel les couvertures de taux d'intérêt.
(3) IFRS 9 exclut le currency basis spread de la relation de couverture.
(4) Impact du retraitement de l'hyperinflation concernant l'Argentine.

BILAN CONSOLIDÉ

AU 31 DÉCEMBRE 2024

ACTIF

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2024	Au 31 décembre 2023
Immobilisations incorporelles	522 054	514 148
Immobilisations corporelles	1 405 044	1 284 993
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	63 918	65 511
Autres actifs financiers non courants	35 871	29 012
Participations dans les entreprises associées	37 019	28 809
Instruments financiers dérivés non courants	7 786	17 175
Actifs d'impôts différés	44 560	35 813
AUTRES ACTIFS NON COURANTS	5 759	6 662
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	2 122 011	1 982 123
Stocks et en-cours	855 374	849 590
Clients et autres créances	1 167 872	1 131 845
Créances d'impôts	39 836	37 060
Instruments financiers dérivés courants	15 118	7 301
Autres actifs financiers courants	25 847	45 153
Trésorerie et équivalents de trésorerie	727 495	590 984
Actifs des activités abandonnées ou en cours de cession	-	3 075
TOTAL ACTIFS COURANTS	2 831 542	2 665 008
ACTIFS	4 953 553	4 647 131

PASSIF ET CAPITAUX PROPRES

En milliers d'euros	Au 31 décembre 2024	Au 31 décembre 2023
Capital apporté	49 839	50 516
Autres réserves	-219 290	-210 010
Résultats non distribués	1 904 900	1 740 188
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	1 735 449	1 580 694
Participations ne conférant pas le contrôle	257 506	237 206
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	1 992 955	1 817 900
Provisions pour retraite	82 035	79 156
Autres provisions	34 812	21 648
Emprunts et dettes financières non courants	247 016	391 564
Obligations locatives non courantes	44 258	47 156
Autres passifs non courants	39 011	23 763
Instruments financiers dérivés non courants	3 722	4 848
Passifs d'impôts différés	95 151	82 109
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	546 005	650 244
Fournisseurs et autres créditeurs	1 467 619	1 405 376
Impôts sur les résultats à payer	24 862	23 240
Instruments financiers dérivés courants	4 851	3 686
Emprunts et concours bancaires	892 461	722 497
Obligations locatives courantes	24 800	24 188
TOTAL PASSIFS COURANTS	2 414 593	2 178 987
PASSIFS	2 960 598	2 829 231
PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES	4 953 553	4 647 131

TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ

12 mois

En milliers d'euros	2024	2023
Résultat net des activités poursuivies	126 464	105 882
Impôts sur les bénéfices	48 633	50 250
Amortissements et provisions	218 850	203 630
Plus ou moins-values de cession	-354	-1 448
Quote-part dans le résultat net des entreprises associées	-1 745	-1 761
Charges financières nettes	15 256	21 392
Autres charges et produits sans incidence sur la trésorerie ¹	48 848	26 861
Marge brute opérationnelle	455 952	404 806
Intérêts financiers payés ²	-61 951	-56 182
Intérêts financiers reçus	45 594	35 590
Impôts sur les résultats payés	-59 791	-51 093
Variation du BFR	7 084	-72 510
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS PAR L'EXPLOITATION	386 888	260 611
Acquisitions de filiales et d'unités opérationnelles ³	-4 321	-30 699
Cessions d'activités nettes de la trésorerie cédée	746	-
Acquisitions de participations dans les entreprises mises en équivalence et activités conjointes ⁴	-7 603	-3 520
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-248 118	-178 911
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	5 576	3 145
Acquisition d'actifs financiers long terme	-5 039	-3 964
Cessions d'actifs financiers long terme	448	2 142
Variations des autres actifs financiers courants	13 463	-25 021
Dividendes reçus (incluant les dividendes reçus des sociétés mises en équivalence)	969	541
FLUX NETS DE TRÉSORERIE UTILISÉS POUR LES INVESTISSEMENTS	-243 879	-236 287
Rachat et cession net d'actions propres	-677	-5 264
Augmentation de capital reçue des minoritaires	10 275	-
Changements de parts d'intérêts dans des entités contrôlées ⁵	-	-9 621
Émission d'emprunts ⁶	153 106	122 707
Remboursement d'emprunts	-121 058	-26 860
Remboursement d'obligations locatives	-30 430	-28 350
Dividendes versés	-21 959	-24 428
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS DANS LES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	-10 743	28 184
Incidences des variations de change	12 178	-16 336
Augmentation/diminution de la trésorerie	144 444	36 172
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE	533 074	496 902
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	677 518	533 074

(1) Dont impact des provisions non courantes pour risques et charges et dépréciations d'actifs (9,3 millions d'euros en 2024 contre 20,7 millions d'euros en 2023) et du retraitement de l'hyperinflation concernant l'Argentine (35,6 millions d'euros en 2024 contre 4,5 millions d'euros en 2023).

(2) Dont intérêts payés sur les obligations locatives.

(3) En 2024, acquisition de 100 % de la société Ugalait SAS. En 2023, acquisition de 100 % de la société SAW S.A.

(4) En 2024, prise de participation dans les sociétés A La Carte Produkter et Salsus. En 2023, prise de participation de 50 % dans la société Wiskerchen Cheese LLC.

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

(6) En 2023, rachat de 15 % de Bake Plus suite à l'exercice partiel de l'option d'achat et de vente et exercice de l'option d'achat et de vente de 30 % de Palace.

MODÈLE D'AFFAIRES

NOTRE CULTURE

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

NOTRE VOCATION

Entreprendre pour bien nourrir l'Homme



Retail

Produits fromagers
Beurre, crème,
lait infantile



Food Service

Fromages,
cheese sauces
Beurre, crème



Industrie

Ingrédients laitiers
et solutions nutritionnelles
Beurres techniques



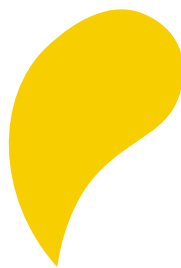
NOTRE STRATÉGIE

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



Document conçu et réalisé par la Direction de la Communication Groupe – SAVENCIA SA, Société anonyme au capital de 14 032 930 euros – 847 120 185 RCS Versailles. Conception et réalisation : Angie. Rédaction : Corinne Martin-Rozès, SAVENCIA SA. Crédits photo : SAVENCIA SA, Studio des Fleurs, Colombe Production, Alice Bertrand, Annie Charles Breton, Florian Garnier, Gil Lefauconnier, Nicolas Gramaglia, Food & Text, Greta | DeMancare, Valéry Guedes, Léa Beaujouan, Publicis Activ, Claudio Curvinel, Brilliant, FAVOREAT, Wild Buzz Agency (WBA), Chef Nini, Dieter Roosens, Maki Manoukian, Cleo Productions, Getty Images International, Fito Previderé, Patricia Kettenhofen, Section 4, LE RENDEZ-VOUS À PARIS PRODUCTIONS.

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



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