



Rapport
**Responsabilité
Sociétale et
Environnementale**
2020



Sommaire



ÉDITO DE PHILIPPE PALAZZI 2
L'ESSENTIEL EN CHIFFRES 4
PRODUITS ET TRADITIONS 6
INSTANCES DE GOUVERNANCE 8
ÉTHIQUE DES AFFAIRES 9

Partie 1 FÉDÉRER ET RASSEMBLER AUTOUR D'UNE DÉMARCHE COMMUNE

UNE DÉMARCHE GLOBALE
ADAPTÉE AUX RÉALITÉS LOCALES 12

RÉPONDRE AUX ENJEUX DU
DÉVELOPPEMENT DURABLE 13

UNE DÉMARCHE COCONSTRUITE
AVEC NOS PARTIES PRENANTES 14

COMPRENDRE LES ATTENTES
ET BESOINS DE NOS PARTIES
PRENANTES POUR PÉRENNISER
NOS SUCCÈS PARTAGÉS 16

Partie 2 FÉDÉRER ET RASSEMBLER AUTOUR D'ENGAGEMENTS COMMUNS

LES HOMMES
ET LES TERRITOIRES 20-25

LES PRODUITS
ET LES TERROIRS 26-31

LA TERRE
ET SES RESSOURCES 32-39



Éditorial



Philippe Palazzi
Président du Directoire
Directeur général
du groupe Lactalis

Quel rôle doivent endosser les entreprises en matière de responsabilité sociale et environnementale (RSE) ?

L'urgence environnementale ne fait plus débat. Elle s'invite dans notre quotidien à travers le réchauffement climatique, la pollution générée par des emballages, les menaces sur les ressources en eau ou sur les matières premières. Nos proches, les plus jeunes, sont là pour nous le rappeler et jouer les vigies. Nous leur devons cette écoute et nous leur devons d'agir.

Au cours des deux dernières décennies, l'évolution de l'économie mondiale a également révélé certaines dérives sociales inacceptables, moins visibles ou plus lointaines, qui sollicitent notre éthique et nos valeurs humaines.

Parce qu'elles ont la capacité d'agir sur leur amont comme sur leur aval, les entreprises ont la responsabilité d'intégrer la RSE dans leur stratégie. Peut-être plus encore pour un groupe familial comme Lactalis, qui s'inscrit dans le temps long. Cette perception, partagée par nos actionnaires et les membres du Comex, fonde notre ambition pour une croissance rentable et responsable. Nos activités doivent ainsi promouvoir les dix principes fondamentaux du Global Compact des Nations unies dont nous sommes membres, et j'y veillerai personnellement.

Qu'est-ce qui fait la singularité de l'approche RSE Lactalis ?

Notre mission, d'abord. Celle d'offrir des produits sains et savoureux qui rassemblent.

Nous tenons à maintenir un fort ancrage local ; il irrigue les trois piliers de notre stratégie RSE principalement portée par des initiatives de terrain.

La pandémie que nous traversons a rappelé à chacun la place de l'alimentation et l'apport des produits laitiers pour leur qualité nutritionnelle, mais aussi la convivialité qu'ils nourrissent. Cette mission est riche de sens pour les collaborateurs du Groupe ; ils y ont sans doute puisé une part de l'énergie nécessaire pour maintenir la collecte du lait, la production et les livraisons de nos clients et consommateurs dans ce contexte particulier.

Notre histoire, aussi. Une identité fondée sur l'envie de rassembler et partager la diversité des passions et savoir-faire laitiers du monde. Nous tenons à maintenir un fort ancrage local ; il irrigue les trois piliers de notre stratégie RSE, principalement portée par des initiatives de terrain. Une démarche unique, imposée uniformément par le siège, n'aurait pas sa place dans notre culture.

Il s'agit de faire grandir **les Hommes et les Territoires** en mettant l'accent sur la qualité de vie au travail pour nos 85 000 collaborateurs, le développement des talents et une culture de la sécurité sur nos sites. Nous avons aussi une responsabilité dans l'entraînement socio-économique des communautés dans lesquelles nous sommes implantés, et particulièrement auprès de nos 530 000 éleveurs partenaires. C'est également faire la promotion **des Produits et des Terroirs** ; préserver la diversité des cultures laitières locales et des goûts, tout en développant des innovations conformes aux attentes de nos consommateurs pour plus de naturalité et des recettes plus simples. C'est enfin une attention accrue aux contextes de production locaux, à **la Terre et ses Ressources**, en travaillant avec nos écosystèmes pour réduire l'impact de nos activités dès que c'est possible.

Comment mobilisez-vous cet écosystème pour avoir de l'impact ?

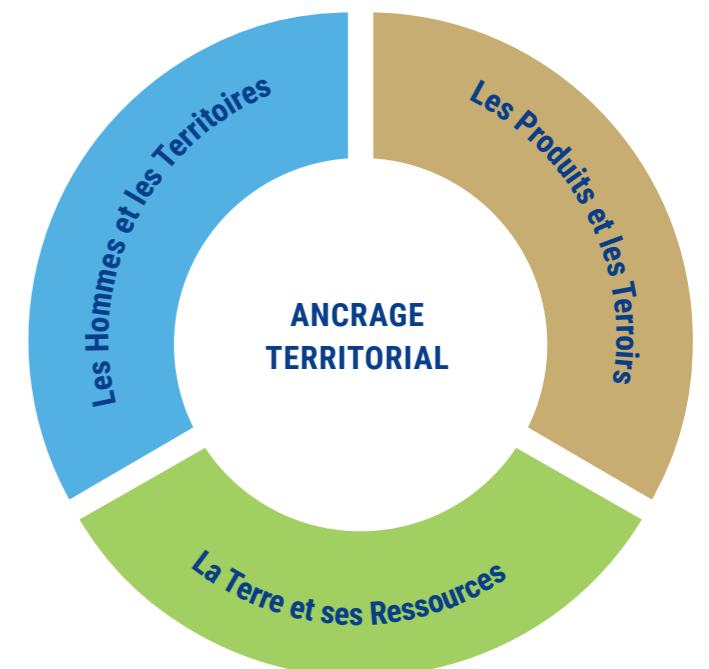
Nous relèverons d'abord ces défis en mobilisant en interne. Les collaborateurs, chacun à leur niveau, sont engagés depuis longtemps sur des projets RSE sans que nous leur donnions réellement ce nom.

J'ai aussi souhaité la création d'une Direction Qualité et RSE représentée au Comité exécutif du Groupe (Comex) et qui me soit directement rattachée. C'est un signal fort à l'attention de nos clients et consommateurs, centraux dans notre démarche, qui renforce également la mobilisation de nos experts pour l'innovation et l'exploration de nouvelles solutions. Nous avons aussi structuré des groupes de travail RSE thématiques, dans lesquels nos filiales des pays les plus matures en RSE inspirent celles des pays où ces sujets sont en croissance. Cette diversité joue le rôle d'un véritable accélérateur dans la diffusion des meilleures pratiques !

Partenariats avec des start-up ou des leaders mondiaux reconnus, des ONG, des universités, ou dans le cadre de plateformes multi-entreprises : notre fonctionnement en « écosystème » doit aussi nous permettre d'atteindre plus rapidement nos objectifs.

Des défis passionnants, de long terme, pour lesquels nous avons besoin de l'engagement de tous !

LES PILIERS DE NOTRE STRATÉGIE RSE



2020

L'essentiel en chiffres

1^{er}

Groupe laitier mondial
Groupe mondial sur le marché des fromages
Groupe mondial en matières grasses laitières
(beurre et crème)
Acteur mondial des AOP et des fromages
au lait cru

3^e

Groupe mondial du marché de l'ultra-frais
Groupe mondial du lait de consommation

12^e

Groupe alimentaire mondial

21,1
MILLIARDS
D'EUROS
DE CHIFFRE
D'AFFAIRES



6 %
DE CROISSANCE
DU CHIFFRE D'AFFAIRES



21,7
MILLIARDS DE
LITRES DE LAIT
COLLECTÉS
DANS LE MONDE



266
LAITIERIES/FROMAGERIES
RÉPARTIES DANS
51 PAYS



85 000
COLLABORATEURS

3 MARQUES
MONDIALES



Répartition du chiffre d'affaires



FROMAGES
35 %



LAIT
25 %



ULTRA-FRAIS
14 %



BEURRES & CRÈMES
13 %



INGRÉDIENTS
ET NUTRITION
7 %

AUTRE
6 %

Répartition du chiffre d'affaires par zone géographique



12 %
ASIE ET
OCÉANIE



6 %
AFRIQUE ET
MOYEN-ORIENT

Acquisition



1 000
SALARIÉS



ACTIVITÉ : PRODUITS
LAI TIERS, DONT FROMAGES
AOP ITALIENS

13 sites en Italie,
1 en Pologne et 1 en Hongrie

Produits et traditions

Le groupe Lactalis s'est construit par passion des patrimoines laitiers et fromagers, et des savoir-faire traditionnels qui leur sont associés. Plus particulièrement, avec 38 appellations d'origine dans le monde dont 28 en France, le Groupe est le premier acteur mondial des AOP.

Partout où nous nous implantons, nous nous attachons à maintenir la richesse et la diversité des goûts locaux et des spécialités des terroirs. C'est une mission de transmission et de préservation, mais aussi une volonté de donner à ces patrimoines toute leur place dans les habitudes et rituels de consommation d'aujourd'hui.

LAITS



Laben (Algérie) : très répandu dans les pays du Maghreb, le laben est obtenu à partir du *rayeb*, un lait cru de vache ou de chèvre fermenté spontanément. Une fois baratté et le beurre extrait, on obtient un liquide doux et crémeux que l'on consomme frais avec des plats comme le couscous.

Lait Ribot (France/Bretagne) : tradition laitière armoricaine, le *laezh-ribod* se dégustait en Bretagne avec des galettes pour respecter la tradition du vendredi, jour maigre. Il est aujourd'hui élaboré à partir de lait frais fermenté 100% breton.



ULTRA-FRAIS

Skyr (Islande) : fabriqué depuis plus de 1 000 ans en incubant du lait écrémé avec des cultures actives vivantes, le skyr est un pur produit islandais. Épais, dense et crémeux, il a longtemps été un pilier du régime alimentaire national, sa haute concentration en protéines permettant de résister aux climats les plus rudes.



Quark (Europe du Nord) : très riche en protéines et faible en matières grasses, on retrouve le quark ou *kvarg* en Allemagne ou encore en Scandinavie. Obtenu par réchauffement du lait jusqu'à ce que le caillage se produise, il se consomme avec des fruits, des herbes ou en cuisine.



Lassi (Inde) : aliment de base dans la région indienne du Penjab, le lassi est une boisson traditionnelle à base de lait fermenté qui peut se consommer nature, salée, sucrée ou épicée, pendant ou en dehors des repas. Il a la vertu d'apaiser le « feu » des mets épicés qu'il accompagne.

FROMAGES



Chechil (Caucase) : venu des hauts plateaux du Caucase mais apprécié jusqu'en Russie, le chechil est un fromage traditionnel tressé, nature ou bien fumé, qui se déguste le plus souvent à l'apéritif en détachant les brins à un.



Kajmak (Balkans) : fabriqué dans les montagnes des Balkans, notamment en Serbie et en Bosnie, le kajmak, dont le nom signifie « crème », a une texture très onctueuse. C'est un incontournable du petit-déjeuner et un ingrédient de nombreux plats traditionnels de la région.



Paneer (Inde, Pakistan) : source de protéines, le paneer est une composante essentielle de l'alimentation du sous-continent indien. Mentionné dès le XII^e siècle, ce fromage frais au goût doux et lacté, se consomme tel quel ou comme ingrédient de plats chauds traditionnels, notamment en remplacement de la viande.

Pecorino Toscano (Italie) : fromage à pâte pressée au lait de brebis, désormais AOP, le Pecorino Toscano était déjà un favori des Étrusques. Affiné entre quatre mois et un an, il est servi en accompagnement de la charcuterie, ou sur des plats de pâtes.

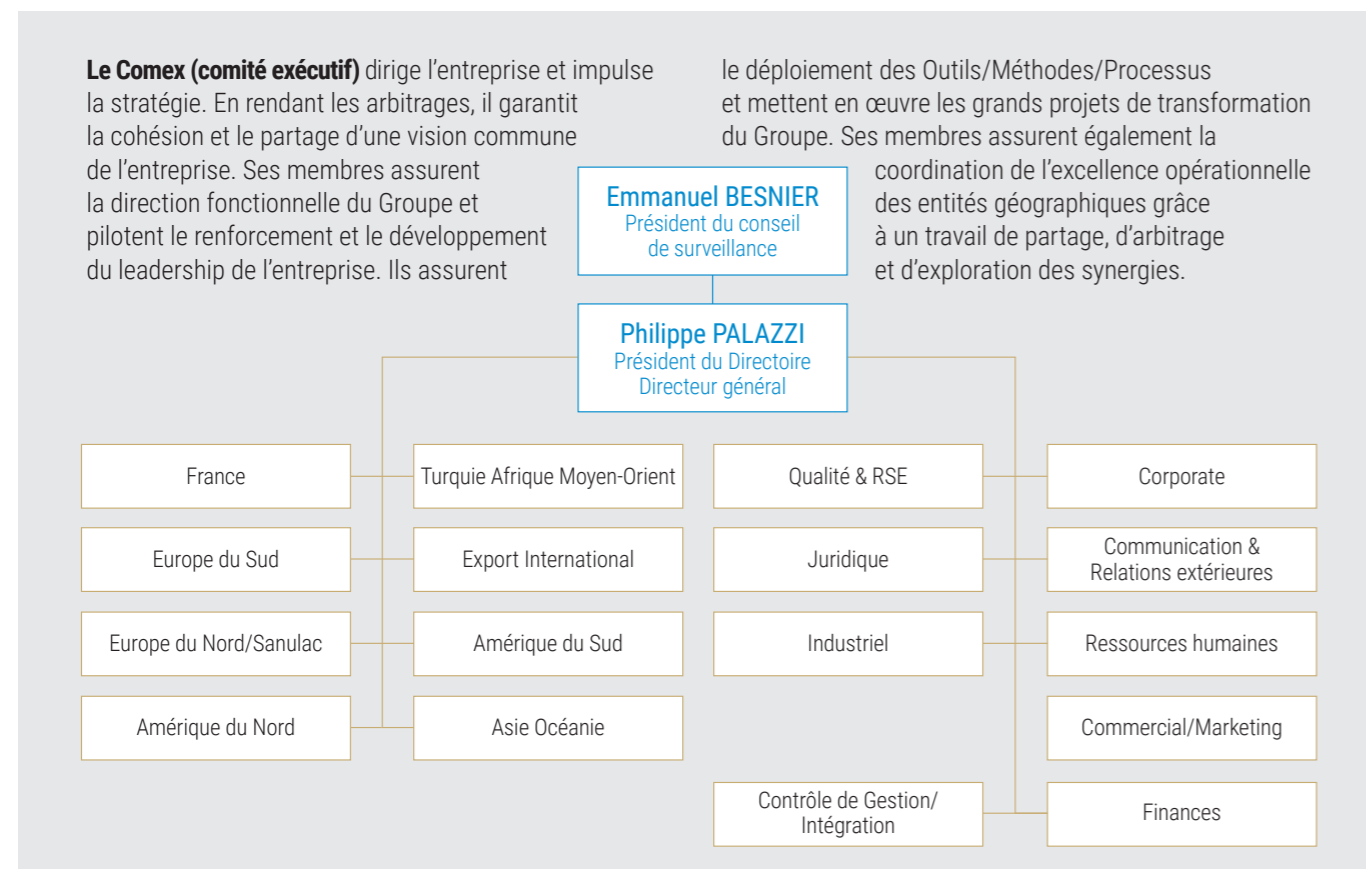


Labneh (Moyen-Orient) : le labneh est un fromage frais originaire des pays du Levant, dont le nom vient de « laban » qui signifie « lait » en arabe. On le retrouve régulièrement au petit-déjeuner, accompagné de condiments (huile d'olive, menthe...), ou en mezzé.

Instances de *gouvernance*

Gouvernance générale

Performance, priorité donnée à l'échelon local et engagement collectif sont les principes directeurs de la gouvernance du groupe Lactalis. Avec l'arrivée de Philippe Palazzi en 2020 à la direction générale, le pilotage stratégique a été renforcé pour répondre aux évolutions de notre environnement : l'exigence croissante autour de la qualité de nos produits et les attentes de nos parties prenantes en matière de responsabilité sociétale et environnementale.



Gouvernance RSE

Le pilotage de la démarche RSE s'inscrit dans le mode de gestion opérationnelle du groupe Lactalis, laissant une place importante aux acteurs de toutes les expertises et de toutes les géographies. Un comité de pilotage, constitué de l'ensemble des parties prenantes internes, a participé à l'élaboration de la stratégie et du positionnement RSE de Lactalis. Des groupes de travail thématiques et internationaux, soutenus par les membres du Comex, proposent les axes d'engagement et les outils pour leur suivi technique. Le directeur Qualité & RSE porte la voix de ces sujets au sein du Comex de l'entreprise.

Composition du comité de pilotage, directions et services représentés

RSE, Qualité, Conformité, Communication, Commerce, Marketing, Nutrition, Santé & Sécurité, Ressources humaines, Achats, Direction industrielle (Énergie & Environnement, R&D), Logistique, Approvisionnements lait, Contrôle de gestion, Informatique.

Éthique des affaires

Acteur majeur de l'industrie laitière mondiale, le groupe Lactalis respecte, fait respecter strictement les réglementations locales et internationales, et a mis en place des programmes de conformité liés à des sujets éthiques particulièrement importants. La mise en œuvre de ces programmes relève du département Conformité au sein de la direction des Affaires juridiques Groupe. Il en supervise la déclinaison et l'application au niveau local.

Lutte contre la corruption

Le Groupe entretient des relations professionnelles avec un nombre toujours plus important de partenaires et parties prenantes. L'étendue de ces interactions et de nos activités peut exposer nos collaborateurs à des risques de corruption dans leurs activités quotidiennes. Le code de conduite anti-corruption (Anticorruption Lact@Policy), édité en 18 langues, pose un cadre de sensibilisation simple et pragmatique pour comprendre ces enjeux, et propose un ensemble de bonnes pratiques pour diminuer les risques au maximum.

En complément, deux guides plus spécifiquement centrés sur la gestion des cadeaux et des conflits d'intérêts sont mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs.

Pratiques anti-compétitives

La politique Groupe en la matière est en place depuis 2014 avec une mise en œuvre dans tous les pays et une déclinaison en huit langues. Elle prévoit des sanctions disciplinaires en cas de manquement à des obligations légales. Un ensemble de principes directeurs a aussi été formalisé pour des situations particulières comme la participation aux réunions d'associations inter-professionnelles, la gestion des réponses aux appels d'offres ou l'organisation des formations sur ces sujets.

Protection des données

Depuis 2018 et la mise en œuvre du Règlement général sur la protection des données (RGPD), le Groupe s'est doté d'un Data Protection Officer. Rattaché au département Conformité Groupe, il est en charge de la définition de la stratégie globale et de son déploiement. Trois priorités ont été identifiées : la mise en place d'une politique cybersécurité pour limiter les risques de fuite de données, le déploiement d'un programme de conformité sur les risques liés à la gestion des données consommateur, producteur et collaborateur, et la préparation d'un projet pilote sur le périmètre France.

Achats et fournisseurs

Depuis 2019, un code de conduite rénové s'applique à l'ensemble des équipes Achats ; il intègre notamment les enjeux de conflit d'intérêts. D'ici la fin de l'année 2021, tous les acheteurs seront par ailleurs formés au respect des règles de la concurrence et à la lutte contre la corruption.

Depuis 2015, pour être référencés, nous demandons à nos fournisseurs d'ingrédients, de matières premières laitières, d'emballages, de produits chimiques, ou tout autre sous-traitant, de signer une charte RSE intégrée à la charte Qualité fournisseurs. En 2019, ces chartes ont été revues pour intégrer nos engagements vis-à-vis du Pacte mondial des Nations unies. Elles précisent particulièrement les attentes du Groupe en matière de respect des droits humains et des règles internationales du travail, de l'éthique des affaires et de préservation de l'environnement. Des audits de référencement, d'évaluation et de contrôle sont réalisés en partenariat avec la direction de la Qualité.





Partie 1

Fédérer et
rassembler
autour d'une démarche
commune

Une *démarche* globale adaptée aux réalités locales

Pour structurer ses engagements RSE, le Groupe s'est naturellement tourné vers ses parties prenantes dans une démarche collaborative de construction partant du terrain. Collaborateurs, managers, partenaires, ONG, institutionnels, Lactalis a choisi de consulter une grande diversité d'acteurs pour imaginer une politique pragmatique, capable de répondre à des enjeux concrets, en prise avec les réalités du Groupe partout dans le monde.



Axel Bigot

Directeur du Développement durable Groupe

Nous avons donc voulu entreprendre une démarche qui part du terrain et s'attache à trouver une base commune pour établir des référentiels et des méthodes de reporting partageables par tous.

Déjà engagés dans de nombreuses initiatives depuis plusieurs années, pourquoi avez-vous choisi de formaliser une démarche RSE aujourd'hui ?

C'est une décision forte qui est le résultat de plusieurs facteurs. D'abord la prise en compte des demandes de nos clients et parties prenantes pour une prise de parole plus large et plus fréquente sur les sujets RSE. Le secteur agro-alimentaire, peut-être encore plus que tous les autres, est en pleine mutation sur ces sujets. L'intégration de l'ensemble de la chaîne de valeur, du producteur au consommateur, dans une logique RSE complète pousse chacun des acteurs à envisager sa responsabilité à une échelle

plus large que son simple périmètre immédiat. Nous voulions donc mettre en place une démarche structurante pour être en capacité de mieux répondre aux besoins de tous ces acteurs. Le deuxième facteur tient au fait qu'effectivement beaucoup de bonnes initiatives sont déjà présentes à tous les niveaux du Groupe ; nous avons besoin d'un cadre RSE corporate pour les mettre davantage en valeur. Nous avons d'ores et déjà beaucoup de choses à dire et à montrer. Enfin, le dernier facteur, c'est la maturité et l'attente de nos collaborateurs sur ces problématiques. Nous avons la chance d'être dans un groupe où la confiance en interne est forte sur la stratégie et les orientations prises par la direction générale. Mais

nous nous devons aussi de répondre aux changements de société et à la montée en puissance des questions de responsabilité sociétale et environnementale. Ce sont des préoccupations qui sont de plus en plus présentes chez nos collaborateurs, notamment les plus jeunes ou les nouveaux arrivants.

Concrètement, où en est Lactalis sur ces sujets, et quelles sont les spécificités du Groupe à prendre en compte pour la mise en place d'une telle démarche ?

Lactalis s'est construit autour d'une culture industrielle. Nous avons déjà dans notre ADN le soin de la matière



Répondre aux enjeux du développement durable



Au-delà des enjeux qui nous sont propres, nous avons inscrit notre démarche RSE dans le cadre du Pacte mondial des Nations unies et de ses 17 objectifs de développement durable (ODD). La filière laitière, dont le groupe Lactalis fait partie, est particulièrement impliquée dans 10 de ces objectifs :

- en contribuant à faire vivre plus de 150 millions de producteurs à travers le monde, y compris dans les régions les plus défavorisées, la filière laitière participe à la lutte contre la **paupvreté**. Elle génère aussi de l'emploi sur toute sa chaîne de valeur, participant ainsi aux efforts des objectifs de **travail décent**, et de réduction des **inégalités** ;
- le lait étant une source essentielle de protéines, nutriments et d'énergie accessible à tous, il est un des facteurs d'**éradication de la faim** et de la malnutrition

et un élément de promotion de la **bonne santé et du bien-être** ;

- enfin, du fait de sa présence dans toutes les géographies, de la part de l'agriculture dédiée à l'alimentation animale, et du rôle de l'industrie dans la diminution des gaz à effet de serre, la filière laitière est un acteur important de la promotion de **modes de production et de consommation responsables**, des actions pour **lutter contre le changement climatique**, de la **protection des écosystèmes terrestres et de la biodiversité**, et de la **gestion durable des ressources en eau et de l'assainissement**, grâce à la généralisation de bonnes pratiques basées sur la science et sur des résultats prouvés.

première, l'économie des ressources, l'exigence de performance, l'intransigeance sur la qualité du produit fini. Mais nous ne sommes pas un groupe uniforme et homogène. Au contraire, l'histoire de Lactalis, c'est une addition de singularités et un respect pour les spécificités locales, les terroirs, les savoir-faire et les cultures. Nous avons donc des niveaux de maturité très différents sur les sujets RSE en fonction de nos pays d'implantation. Sans compter que nous évoluons dans des pays avec des exigences réglementaires très différentes. Il n'était donc pas question de décider d'une stratégie « taille unique », ce n'est pas dans notre culture. Nous avons donc voulu entreprendre une démarche qui part du terrain et s'attache

à trouver une base commune pour établir des référentiels et des méthodes de reporting partageables par tous.

Sur quelles forces pouvez-vous vous appuyer pour en garantir le succès ?

La gouvernance du Groupe d'abord. L'arrivée de Philippe Palazzi a remis au centre de notre stratégie la réponse aux attentes clients et consommateurs. C'est un prisme indispensable pour une démarche RSE puisque nous devons nous trouver à la croisée des réalités de notre business et des attentes de la société pour que notre démarche soit non seulement crédible, mais surtout opérationnelle. L'importance de ces sujets irrigue aussi toutes les strates

managériales et, à titre personnel, chacun d'entre nous est exposé aux préoccupations sociétales dans son quotidien, que ce soit au travers des questions de la famille ou dans ses actes de consommation. La culture industrielle du Groupe est aussi un atout, puisqu'il y a une confiance naturelle dans les décisions prises au niveau corporate. Enfin, l'adaptabilité aux contextes locaux est peut-être le gage le plus important de notre succès : une stratégie descendante uniforme serait contraire à nos façons de faire. Nous donnons une impulsion et un langage commun, mais ce sont nos filiales qui savent comment mettre en œuvre. Le leadership Lactalis, ce sont des réponses locales dans un cadre global. Il en ira de même pour la RSE.

Une démarche coconstruite avec nos *parties prenantes*

Nous avons choisi d'aborder ces sujets avec pragmatisme et dans un esprit de dialogue. L'idée de notre démarche RSE est de pouvoir étendre notre regard au-delà de nos propres process et réalités. En englobant tous les facteurs de production, nous souhaitons changer la manière dont nous concevons la qualité et la valeur de nos produits. Pour définir ces enjeux, nous avons voulu associer toutes nos parties prenantes dans une approche concertative. Ce travail débouche sur une démarche en construction qui prend en compte les attentes de tous ceux qui sont associés à nos activités et laisse une place importante au principe de subsidiarité et à l'adaptabilité aux contextes locaux.

La méthodologie

Phase 1 : analyse quantitative (juin-septembre 2020)

Nous avons proposé à 175 parties prenantes internes et externes (voir encadré) de s'exprimer sur la pertinence de 33 enjeux RSE stratégiques au regard des activités du groupe Lactalis. Ces enjeux, répartis en quatre catégories (gouvernance, produits, société, environnement) ont été identifiés en croisant les standards de reporting du *Global Reporting Initiative*, les enjeux propres au secteur Food & Beverage, et les principales sollicitations que le groupe Lactalis reçoit de ses parties prenantes sur des sujets spécifiques. Pour chacun d'entre eux, il a été proposé aux répondants de les positionner sur une échelle de 0 à 6 en fonction de leur importance pour Lactalis et de l'intérêt pour le Groupe à se positionner, s'engager et agir.

Phase 2 : définition et classement des enjeux principaux

De cette première phase d'étude est né un classement des enjeux au regard de leur pertinence pour le Groupe. Présenté en comité de pilotage RSE, cet ordonnancement initial a fait l'objet de discussions et débats pour en évaluer l'adéquation avec les priorités opérationnelles du Groupe, son ADN et les niveaux de maturité en fonction des sujets et des géographies. Une fois encore, les contributions des experts métiers et des représentants des pays d'implantation sont une composante essentielle de la construction de cette démarche.

Phase 3 : analyse qualitative (novembre-décembre 2020)

Vingt-cinq entretiens ont été menés avec des membres du *top management* représentant les principaux services centraux, pays et *business units*. Leur apport a permis de consolider la liste des enjeux et de leur donner une coloration particulière, en prise avec nos réalités, les contraintes de nos marchés et les spécificités de l'évolution de notre secteur.

Phase 4 : ranking définitif et structuration de la démarche

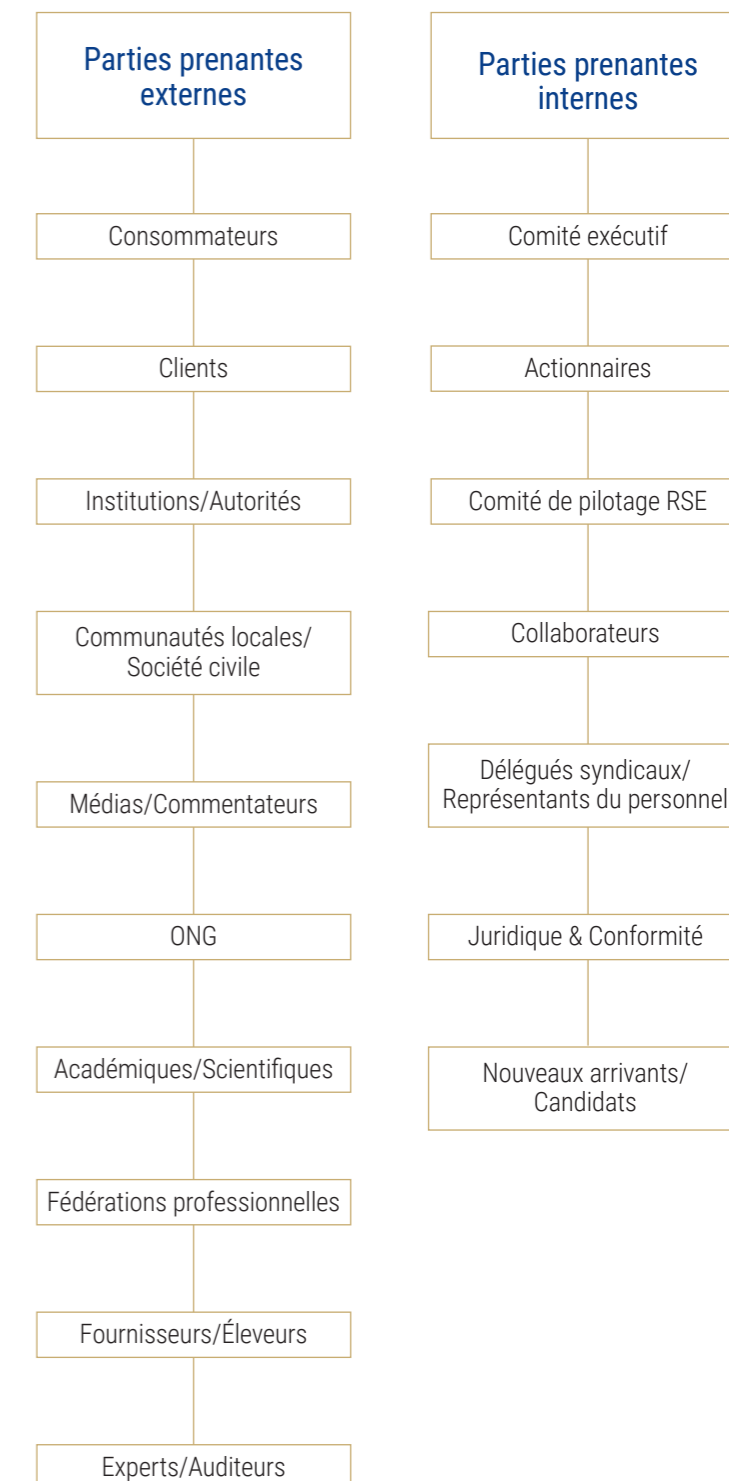
Pour donner corps et lisibilité à notre démarche, et pour répondre à une demande récurrente exprimée lors des différents entretiens, nous avons choisi de regrouper ces 33 enjeux en trois piliers structurants.



La démarche de consultation des différentes parties prenantes de Lactalis est une étape indispensable pour cocréer une vision partagée et robuste de la RSE. J'ai pris beaucoup de plaisir à répondre à cette consultation qui permettra au groupe Lactalis de poursuivre la formalisation de son engagement et de le décliner de manière opérationnelle.

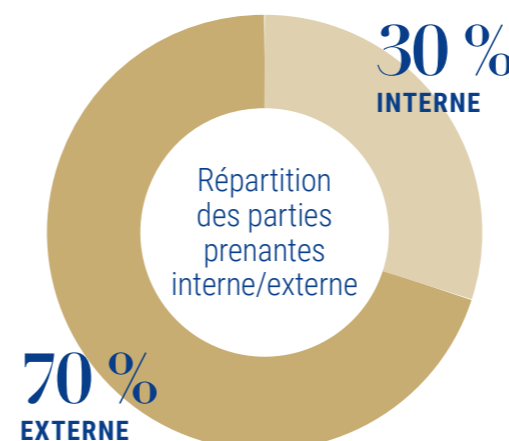
Fabien Girard,
Directeur d'Earthworm
Foundation France

Nos parties prenantes



La consultation des collaborateurs favorise l'engagement, l'implication et la transparence. Intégrer les préoccupations environnementales et sociétales à notre stratégie est une de leurs attentes principales. Cela donne plus de sens à nos activités. C'est un facteur fédérateur en interne, mais aussi un gage d'attractivité pour Lactalis en tant qu'employeur.

Joaquim Martins, DRH Lactalis Europe



Comprendre les attentes et besoins de nos parties prenantes pour pérenniser nos succès partagés

La qualité de nos interactions avec toutes nos parties prenantes est un facteur clé de succès pour le groupe Lactalis. Les consultations, constructives et transparentes que nous avons réalisées avec les acteurs de notre écosystème pour établir notre matrice de matérialité, nous permettent de veiller à l'alignement de notre démarche RSE avec leurs attentes et besoins.

La matrice de matérialité réalisée en 2020 a permis de recenser des enjeux – économiques, sociaux et environnementaux – jugés prioritaires par le groupe Lactalis et ses parties prenantes internes et externes.

Elle met en exergue des attentes fortes et convergentes, tant sur la sécurité et la qualité de nos produits que sur la responsabilité environnementale et sociale du Groupe qui contribuent à sa création de valeur sur le long terme.

Les enjeux liés à l'environnement, à la protection du bien-être animal, à la préservation de la ressource en eau, à la gestion et l'adaptation au changement climatique et à la réduction des déchets, notamment par le développement d'une économie circulaire, sont également jugés prépondérants par nos parties prenantes. Lactalis veille à ce que ces sujets soient gérés et suivis à tout moment, dans toutes ses filiales et sur tous les sites de fabrication.



Le Groupe est attendu en priorité sur son cœur de métier : veiller au développement et à la production de produits sûrs et de haute qualité, assurer des relations équitables avec ses partenaires clés, mais aussi gérer efficacement la santé et la sécurité au travail des collaborateurs dans leurs activités quotidiennes.

Le groupe Lactalis a intégré dans sa stratégie les enjeux touchant au développement des Hommes et des Territoires, car notre croissance pérenne repose avant tout sur les femmes et les hommes, qui sont présents aujourd'hui ou rejoindront le Groupe demain. Être un leader mondial des produits laitiers et un acteur croissant de la nutrition clinique et

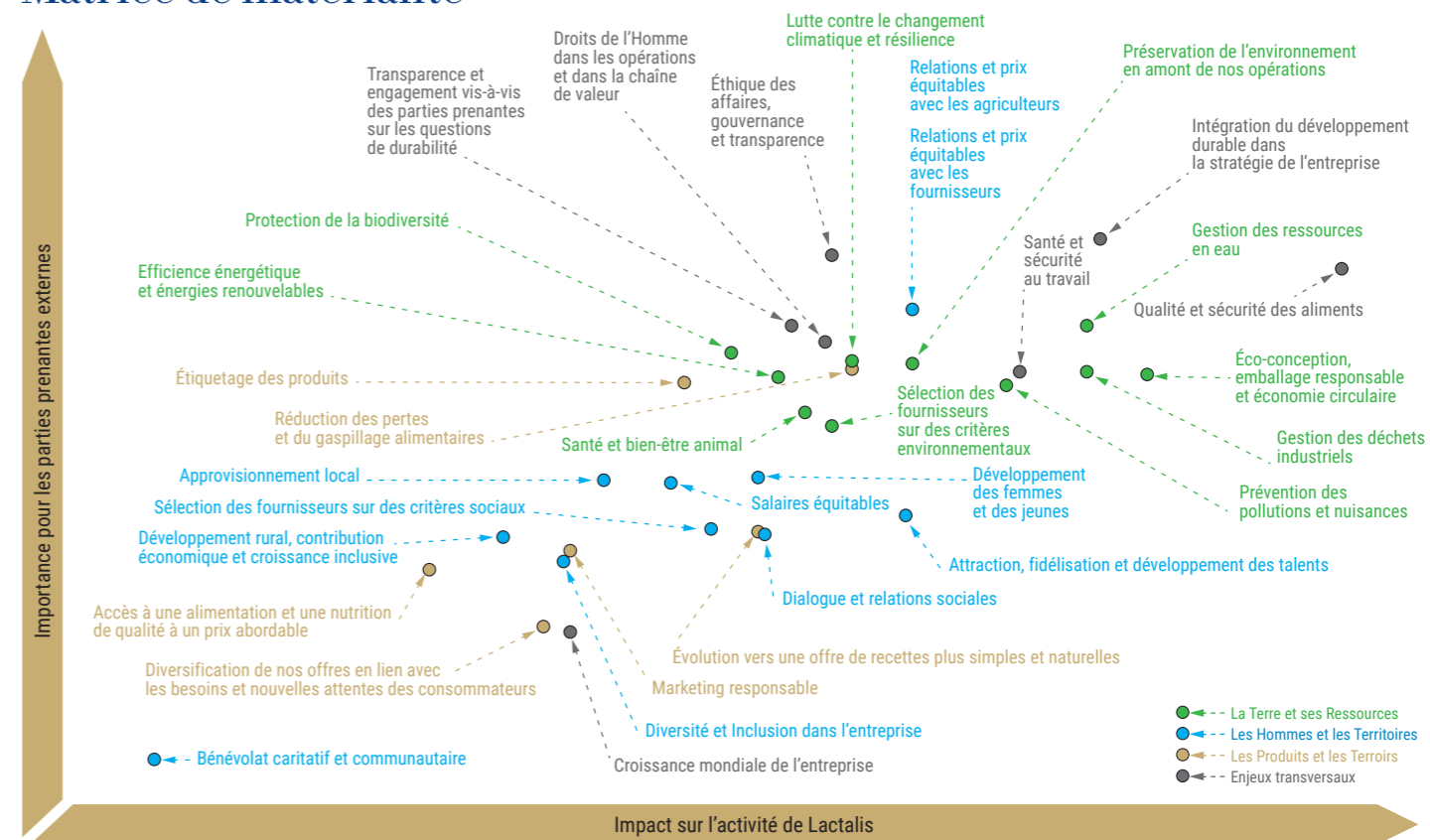
infantile, c'est être un acteur responsable pour ses équipes, et notamment une entreprise qui offre à ses collaboratrices et ses collaborateurs les opportunités pour se développer, se réaliser professionnellement et humainement.

En France comme à l'international, le Groupe adhère aux plus hauts standards internationaux relatifs aux droits humains dans la conduite de ses activités. Le Groupe s'engage à respecter les droits humains partout où il opère.

Confortée par cette convergence d'analyse, notre démarche RSE repose sur trois piliers décrits ci-après.



Matrice de matérialité



Classement de nos enjeux RSE

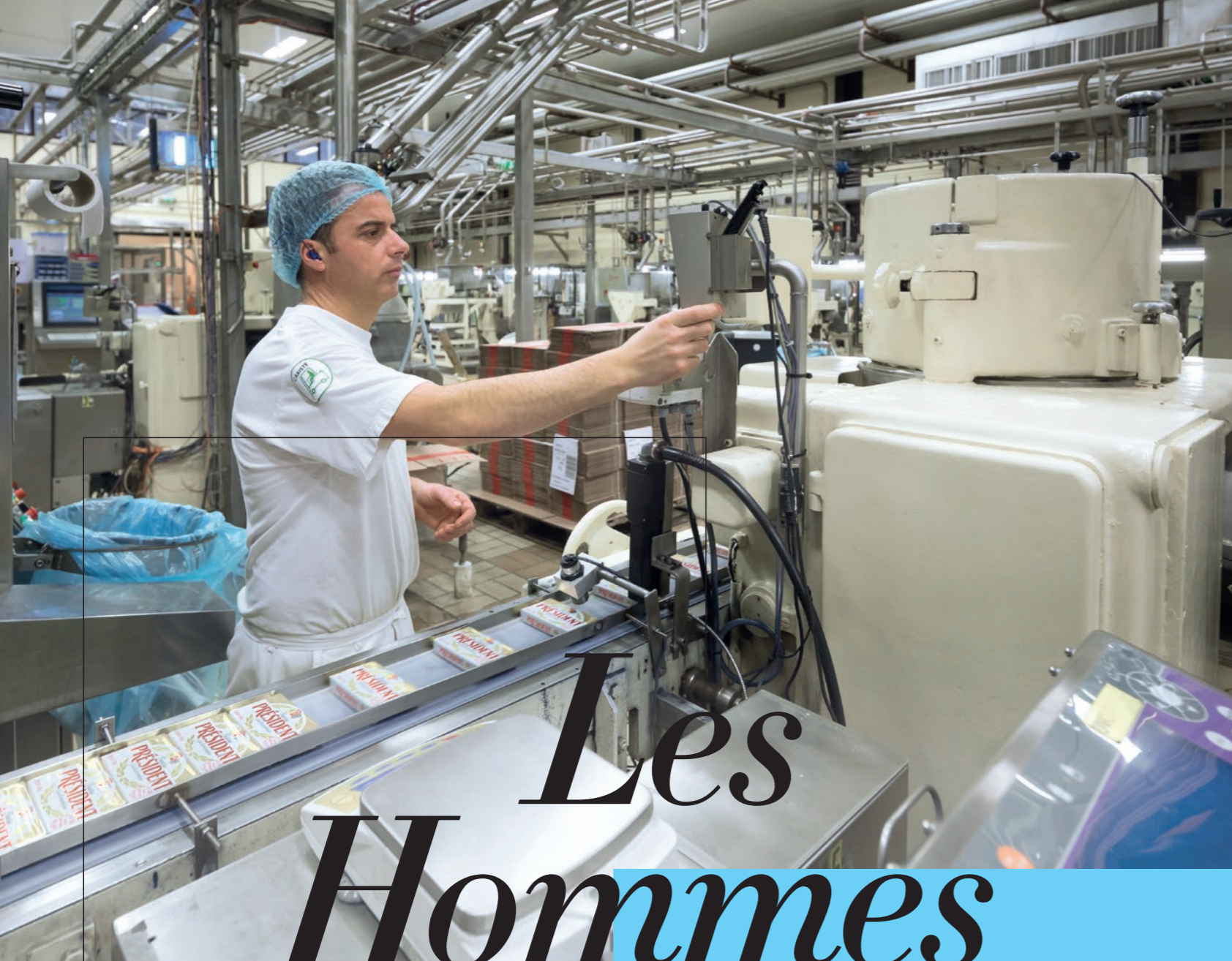
NOS PILIERS		
Les Hommes et les Territoires	Les Produits et les Territoires	La Terre et ses Ressources
<ul style="list-style-type: none"> • Développement rural, contribution économique et croissance inclusive • Diversité et inclusion dans l'entreprise • Dialogue et relations sociales • Attraction, fidélisation et développement des talents • Salaires équitables • Relations et prix équitables avec les agriculteurs • Relations et prix équitables avec les fournisseurs • Sélection des fournisseurs sur des critères sociaux • Approvisionnement local • Bénévolat caritatif et communautaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Accès à une alimentation et une nutrition de qualité à un prix abordable • Diversification de nos offres en lien avec les besoins et nouvelles attentes des consommateurs • Évolution vers une offre de recettes plus simples et naturelles • Marketing responsable • Réduction des pertes et du gaspillage alimentaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Lutte contre le changement climatique et résilience • Efficience énergétique et énergies renouvelables • Gestion des ressources en eau • Gestion des déchets industriels • Éco-conception, emballage responsable et économie circulaire • Préservation de l'environnement en amont de nos opérations • Protection de la biodiversité • Santé et bien-être animal • Prévention des pollutions et nuisances • Sélection des fournisseurs sur des critères environnementaux
<ul style="list-style-type: none"> • Intégration du développement durable dans la stratégie de l'entreprise • Croissance mondiale de l'entreprise • Droits de l'homme dans les opérations et dans la chaîne de valeur • Éthique des affaires, gouvernance et transparence 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité et sécurité des aliments • Santé et sécurité au travail • Transparence et engagement vis-à-vis des parties prenantes sur les questions de durabilité 	



Partie 2

Fédérer et rassembler
autour d'engagements communs

Équipe Lactalis en Italie,
à l'occasion du World CleanUp Day,
septembre 2020.



Les Hommes et les Territoires

Si notre Groupe a une envergure mondiale, notre engagement est bien local. Notre ancrage territorial tient à notre métier même : la matière première laitière est un produit fragile qui supporte mal le transport. Nous sommes donc implantés au cœur des bassins laitiers. Nous avons choisi de faire confiance aux femmes et aux hommes qui perpétuent les savoir-faire laitiers. C'est pourquoi nous confions la conduite de nos activités à des talents recrutés localement. Conscients de notre effet d'entraînement socio-économique pour les territoires, nous avons à cœur de dynamiser l'emploi en zone rurale, notamment auprès des jeunes, et offrons des opportunités et des perspectives de carrière attractives dans un environnement inclusif et une industrie porteuse. Fidèles à l'histoire et à la culture du Groupe, nous n'envisageons notre croissance que dans sa capacité à être un moteur de développement pérenne pour nos collaborateurs et les communautés auprès desquelles nous sommes implantés.

Nous avons mis au cœur de notre démarche RSE le développement des Hommes et des Territoires car ils font la singularité de Lactalis. La **#LACTALIS EXPERIENCE** reflète l'engagement fort du Groupe auprès de ses 85 000 collaborateurs : grandir au sein d'équipes passionnées par leur métier et reconnues pour leur expertise, qui développent avec audace et pragmatisme des marques connues et reconnues. C'est aussi leur permettre de s'accomplir avec fierté, responsabilité et plaisir au quotidien. Plus largement, nos 266 sites de production et notre attachement à collaborer étroitement avec nos 530 000 éleveurs partenaires et nos fournisseurs contribuent à dynamiser les territoires ruraux partout dans le monde.

1 PAS DE PAUVRETÉ



2 FAIM «ZÉRO»



4 ÉDUCATION DE QUALITÉ



5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



10 INÉGALITÉS RÉDUITES



Développement rural, contribution économique et croissance inclusive

Nous sommes un acteur des territoires, avec une dimension mondiale.

En favorisant un leadership et une autonomie managériale de proximité, nous veillons à intégrer dans la prise de décisions les attentes spécifiques des consommateurs ainsi que les préoccupations des collaborateurs et des parties prenantes locales.

Nous concevons les expatriations (182 seulement) comme des missions de courte durée destinées à transmettre les savoir-faire et les valeurs du Groupe, et développons en parallèle des programmes permettant de sélectionner, former et fidéliser les talents locaux.

Troisième collecteur mondial de lait, nous soutenons les communautés locales en pérennisant la filière laitière et en développant des segmentations comme le bio, les AOP ou le sans-OGM.

86,6 % des postes de cadres dirigeants sont occupés par des membres de la communauté nationale locale*

Diversité et inclusion dans l'entreprise

La diversité et l'inclusion font partie de notre ADN. Le Groupe, notamment constitué par croissance externe, a toujours pris soin de respecter et de valoriser toutes les cultures et tous les profils. Il a posé un principe simple mais englobant de « diversité visible » qui assure une équité de traitement de tous ses employés, quels que soient leur âge, genre, origine ethnique ou handicap. Il veille à l'incarnation de cette promesse d'inclusion par les managers locaux.

* Calculé sur un périmètre de dix pays représentant 60 % des collaborateurs du Groupe.

Développement des femmes et des jeunes

Nous nous attachons à offrir les mêmes opportunités et parcours aux femmes comme aux hommes. Nous avons conscience que nous avons un rôle à jouer dans la féminisation de nos métiers. Aussi, et ce, même si dès à présent plusieurs femmes occupent des postes de direction d'usines, nous mettons en place des indicateurs pour suivre l'évolution du nombre de nos collaboratrices accédant à des postes de management.

Nous développons aussi des partenariats avec des établissements de formation, puis proposons un accompagnement spécifique aux jeunes collaborateurs via une offre de formations et des programmes de tutorat. Ainsi, depuis 2002, dans le cadre du programme I²FA en partenariat avec l'École supérieure d'agriculture d'Angers (ESA), 189 étudiants de 34 nationalités ont suivi une alternance de deux ans avec le Groupe avant d'intégrer, pour la plupart, nos équipes locales à des postes à responsabilité.

Plus de 12 300 opportunités (CDI, CDD, apprentissages, stages) pour les jeunes de moins de 30 ans*

Dialogue et relations sociales

Le Groupe promeut une approche du dialogue social, simple et de proximité. Nous encourageons toutes nos équipes RH localement à bâtir et maintenir des relations constructives quotidiennes avec les représentants du personnel et syndicaux.

En 2020, 21 experts ont été formés à notre politique de dialogue social « Lactalis Labour and Employees Relations Way », dans le but de redéployer cette formation auprès des équipes de leur pays.

Une instance européenne de dialogue social a également été instituée la même année, incluant les représentants des 14 pays de l'Union européenne où le Groupe est implanté.

Recrutement, fidélisation et développement des talents

La feuille de route « Lactalis Trust in its People » inaugurée en 2019 consacre les engagements du Groupe en matière de recrutement, de mobilité interne et de formation. Fidèles à notre conception locale du développement, nous avons mis en place un réseau de formateurs internes (2120 formateurs en 2020*) pour diffuser les expertises et les connaissances et faire monter en compétences tous nos collaborateurs.

Nous développons et étendons à de nouveaux pays des programmes de formation technique spécifique, comme nos « Industrial Academy », « Cheese Academy », ou encore notre « Maintenance Academy ». Lactalis travaille à son attractivité en tant qu'employeur pour rendre plus visibles, dès la phase de recrutement, les bénéfices de la « Lactalis Experience », déployée à l'international en 2021.

Santé et Sécurité au travail

En tant qu'acteur industriel, le Groupe développe une démarche forte de prévention en Santé et Sécurité au travail, déterminé à atteindre le seul objectif acceptable de zéro accident du travail et zéro maladie professionnelle. Depuis 2012, Lactalis a mis en place une politique et un référentiel global déclinés localement. Ils visent la maîtrise des risques et le développement d'une culture santé et sécurité. Un réseau international de responsables Santé et Sécurité accompagne les managers dans la mise en œuvre efficace de cette démarche, notamment au travers d'audits sur sites.

TF1 (Taux de fréquence des accidents avec arrêt) 2020 de 9,1 et un **TF2** (Taux de fréquence des Accidents avec et sans arrêt) de 17,3, soit une baisse respective sur ces indicateurs de 20 % et 19 % par rapport à 2019. Le **TG** (Taux de gravité des accidents) 2020 est également en baisse de 15 % à 0,35 au 31 décembre 2020.

Relations et prix équitables avec les agriculteurs

Le Groupe privilégie une relation de collecte directe auprès de ses 530 000 éleveurs partenaires, répartis dans 48 pays. Animées par une logique de long terme favorable à la structuration des filières laitières locales, nos équipes de techniciens travaillent en continu avec les éleveurs pour développer la qualité du lait, l'efficacité économique et la performance environnementale des exploitations, à travers le conseil et la formation. Par exemple, depuis son lancement en 2017, notre programme LACTALEITE au Brésil s'est concrétisé par plus de 45 000 visites techniques en élevage, favorisant une hausse moyenne de revenu d'environ 1 575 €/an.



Erkan Gungor
Directeur des Ressources humaines,
Lactalis Turquie

Qu'est-ce qui fait la singularité de Lactalis en tant qu'employeur ?

Erkan Gungor : La « Lactalis Expérience » est unique en ce qu'elle offre l'opportunité de se développer au sein d'équipes passionnées. Partout dans le monde, le Groupe permet à chacun d'accroître son expertise, et ose responsabiliser très tôt ses collaborateurs en favorisant la promotion interne.

Laure de Tychev : L'importance donnée à l'échelon local est centrale chez Lactalis. Nous associons ainsi nos dix principaux pays dans la structuration de notre approche pour répondre aux enjeux sociaux du Groupe. Notre démarche repose sur l'expérience du terrain.



Signature de la nouvelle Chaire entre Lactalis et la Fondation Agrocampus Ouest, février 2021.

La formation semble au cœur de la politique RH de Lactalis. Comment est-elle mise en œuvre ?

L. T. : Oui, elle est au cœur de notre politique RH, et est un levier essentiel pour accompagner la croissance du Groupe. Nous mettons en place des programmes en partenariat avec des établissements d'enseignement supérieur locaux, et nous internalisons aussi la formation avec, par exemple, la création en 2021 d'un CFA Lactalis dédié aux métiers de l'industrie laitière. En France, nous avons aussi fondé une chaire « Recherche de performances pour une usine responsable » avec Agrocampus Ouest pour développer la formation et la recherche sur la « Data Science » et la performance industrielle appliquées à l'industrie laitière. En 2020, la crise sanitaire a également confirmé les ambitions de notre « Lactalis Digital Learning Academy » qui a permis à 6 000 apprenants, sur tous les continents, de suivre de nombreux programmes de formations digitaux. Notre objectif : 20 000 apprenants en 2023 !

E. G. : Se former, se développer, telle est la promesse de Lactalis aux candidats et collaborateurs. La structuration d'un réseau de formateurs internes a exactement cette vocation. Nous avons aussi un rôle à jouer dans le développement et l'emploi des jeunes de moins de 30 ans, via notre politique de stages, d'apprentissages, et le recrutement des jeunes talents. La mise en place d'un indicateur sur les opportunités offertes par le Groupe aux moins de 30 ans témoigne de l'importance que nous lui accordons.

Laure de Tychev
Responsable de Projets
Ressources humaines



LE DÉVELOPPEMENT RURAL GRÂCE AUX CENTRES DE COLLECTE LACTALIS

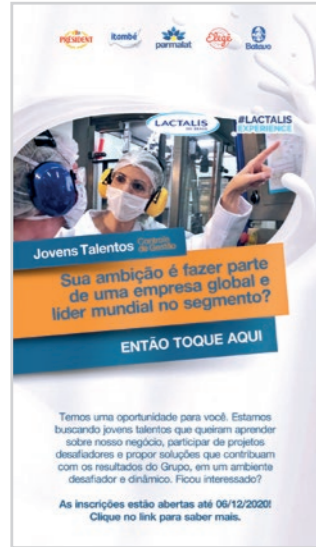
Pour soutenir et structurer les filières laitières, nous avons déployé des relais entre le producteur et le site de transformation. Nos 650 centres de collecte (Milk Collection Centers) sont installés dans les zones rurales souvent isolées de huit pays. Ils collectent près de 1,6 milliard de litres de lait. Les petits producteurs laitiers peuvent venir y apporter leur production quotidienne que nos équipes logistiques prennent en charge et acheminent vers les centres de refroidissement ou de transformation. Ce maillage territorial permet aux éleveurs de se maintenir dans ces régions, de développer leurs volumes et de vivre décemment de leur activité.



Les Milk Collection Centers assurent une qualité optimale du lait, un développement pour la production locale, et garantissent aux nouveaux producteurs un marché pour leur lait. Ils améliorent la rentabilité des éleveurs, encouragent le dynamisme de l'emploi et permettent à l'économie locale de prospérer.

Marcelo Candiotto, Président de CCPR Leite, fournisseur de lait pour Lactalis au Brésil.





LE BRÉSIL AFFICHE SES JEUNES

Au Brésil, la campagne Young Talent Programs promeut l'offre de formation à destination des jeunes professionnels. Nos stagiaires, apprentis et jeunes talents sont inclus dans des programmes de développement professionnel dans un contexte international. Ces formations mêlent cursus académiques, expérience de terrain et mise en situation dans des environnements particulièrement exigeants.



Entre mon premier entretien avec Lactalis à ma sortie de la faculté d'agriculture d'Alexandrie (Égypte) et mon poste de Directeur de l'usine de Verdun (France), à peine dix ans se sont écoulés. Alternant à l'ESA d'Angers, puis Chef de projet dans notre division Dukat en Croatie, Responsable de fabrication en laiterie UHT à Petit-Fayt (France), Directeur adjoint de l'usine au bout de quatre ans, et enfin Directeur des usines de Bozzolo et Parme (Italie) ; Lactalis m'a permis de me développer et d'atteindre mon ambition de devenir Directeur d'usine à 30 ans!

Mahmoud Kamal, Directeur d'usine à Verdun



PACT FOR YOUTH 2025 : LACTALIS S'ENGAGE EN UKRAINE

La filiale ukrainienne délivre plus de 100 formations par an et encourage le développement de programmes de tutorat pour diffuser les savoir-faire. En 2020, Lactalis Ukraine a signé un engagement national fort pour la promotion des talents, des compétences et des opportunités à destination des jeunes professionnels : le Pact For Youth 2025.



BÉNÉVOLAT SOLIDAIRE

Les filiales de Lactalis s'engagent au plus près de leurs communautés pour des causes solidaires. Pour n'en citer que quelques-unes : The Foodbank ou l'initiative « CEO Sleep Out for the homeless » en Australie, le projet « Health Autumn » en Suède, The Grocery Foundation et le « Paid Volunteer Day » au Canada, les investissements dans les infrastructures de santé en zone rurale en Inde, le programme « Nourish New York » lancé en 2020 par notre filiale américaine, les actions de la Fondation d'entreprise Lactel en faveur de l'éducation nutritionnelle et le soutien aux familles défavorisées en France, ou encore l'initiative « FoodForward South Africa ». En 2020, près de 327 opérations et programmes de bénévolat et de solidarité ont été mis en œuvre, et plus de 6 800 collaborateurs y ont participé*.

* Calculé sur un périmètre de dix pays représentant 60 % des collaborateurs du Groupe.



Covid-19 : une mobilisation exemplaire de nos équipes

En 2020, dans le contexte de crise sanitaire, l'ensemble des collaborateurs du Groupe a témoigné de son engagement auprès des communautés locales dans chacun de nos pays. Les équipes ont ainsi fait preuve d'agilité pour poursuivre la production tout en assurant la sécurité maximale des collaborateurs sur leur lieu de travail. Lactalis a donc pu s'adapter pour réduire l'impact de la crise sur l'ensemble de sa chaîne de valeur : maintien de la collecte de lait auprès des éleveurs, poursuite des livraisons à destination de nos clients, contribuant ainsi à garantir aux consommateurs l'accès à des produits alimentaires essentiels. Les équipes se sont aussi largement mobilisées pour apporter leur soutien aux parties prenantes locales.

LACTALIS CANADA SE MOBILISE POUR #NOURRIRLANATION

Pour tenir sa promesse de #NourrirLanation, notre marque de lait Lactantia a été la première à soutenir le mouvement provincial du Québec « Ça Va Bien Aller / It's Going to Be Okay » par le don de 2 % de ses ventes (jusqu'à 100 000 dollars canadiens) sur le lait Lactantia PurFiltre 2 % aux Banques alimentaires du Québec. Cette campagne a fortement mobilisé les collaborateurs du site de Montréal.



EN ESPAGNE, LACTALIS AUX CÔTÉS DES SOIGNANTS

Afin de manifester leur soutien et leur reconnaissance au personnel hospitalier fortement mobilisé durant la crise sanitaire, nos filiales espagnoles ont distribué des bouteilles de « Café con Leche » Puleva et plus de 35 000 yaourts.



« HEROES LACTALIS » : UNE VASTE CAMPAGNE DE COMMUNICATION POUR LES COLLABORATEURS SUD-AMÉRICAINS

Une grande campagne de communication nommée « Les héros Lactalis », lancée à l'initiative de Lactalis Brésil, a été diffusée dans tous les pays d'Amérique du Sud. L'objectif : montrer que chacun des collaborateurs du Groupe a été un héros dans la lutte contre le Covid. Des messages de remerciement et d'encouragement, des témoignages, des vidéos pour communiquer sur les gestes barrières, etc. ont été diffusés sur la radio interne Lactalis et sur les écrans des différents sites du Groupe.

Porque estás ahí salvándonos la vida, este es nuestro granito de arena

"Vosotros dobláis turnos, nosotros os llevamos el café"

A TODO EL PERSONAL SANITARIO DE LOS HOSPITALES ESPAÑOLES

Gracias de

PULEVA

Reunir para disfrutar de la vida



UNE SOLIDARITÉ SUR TOUTE LA CHAÎNE DE VALEUR

En Croatie, de mars à juin 2020, notre filiale Dukat a mis en place une organisation logistique destinée à collecter le lait des petits producteurs fragilisés par l'instauration du confinement. En maintenant un débouché pour cette matière première sensible, le Groupe a favorisé la poursuite de la production laitière dans le pays.



Les Produits et les Terroirs

Si une nutrition de qualité est le prérequis de notre métier, nous partageons aussi une conviction forte : il n'y a pas d'équilibre alimentaire possible dans la durée sans plaisir et partage. Tout ne se passe pas que dans l'assiette : les rituels sont tout aussi importants que les apports nutritionnels. Nous sommes en effet convaincus, science à l'appui, de la place centrale des produits laitiers dans une alimentation équilibrée et diversifiée au cours de repas réguliers. Notre mission est de proposer tous les jours des produits sains, simples et savoureux qui nous rassemblent. Notre engagement porte bien évidemment sur la qualité et la sécurité de nos produits, mais aussi sur la préservation de leur diversité, par la sauvegarde des savoir-faire et notamment des AOP. Nous travaillons en permanence à l'évolution de notre portefeuille de produits alliant traditions locales et innovation pour répondre à toujours plus de besoins. Nous veillons à informer et sensibiliser les consommateurs en leur délivrant une information claire, complète et fiable, et encourageons la pratique d'un marketing responsable.

Nos produits sont nos meilleurs ambassadeurs. Issus pour l'essentiel de recettes simples, ils sont le résultat de politiques ambitieuses pour le développement d'une alimentation saine et durable, et nous mettons tout en œuvre pour continuer à cultiver la préférence et la confiance de nos clients et consommateurs.

2 FAIM «ZÉRO»



3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



Qualité et sécurité des aliments

La qualité et la sécurité des aliments que nous produisons sont notre préoccupation principale.

En effet, la réussite du Groupe dépend de notre capacité à rester en mouvement et à améliorer en permanence la qualité de nos produits qui répondent déjà aux exigences locales et internationales, particulièrement en matière de traçabilité.

Le principe d'amélioration continue irrigue toutes les divisions, services, sites et implantations de l'entreprise.

83 % des activités du Groupe sur les sites industriels sont certifiées*

Accès à une alimentation et une nutrition de qualité

Les produits laitiers sont un atout indispensable dans la lutte contre la faim et la malnutrition. Le lait est un aliment et une matière première unique, une source de protéines de haute valeur nutritionnelle, de vitamines B2 et B12, de phosphore, de potassium et de calcium. Cette richesse naturelle fait du lait et des produits laitiers une catégorie d'aliments importante dans les recommandations nutritionnelles des organisations de santé. Nous développons des produits simples, peu transformés et qui, grâce à un conditionnement adapté, sont accessibles à tous.

Plus de 80 % du volume du Groupe sont en 2020 constitués de produits destinés à l'alimentation quotidienne (lait, yaourts, fromages, beurre/crème...)

* Certifications FSCC22000, ISO22000, IFS, BRC, SQF ou ISO9001. Hors sites logistiques.

Diversification de nos offres en lien avec les besoins et nouvelles attentes des consommateurs

Nous sommes à l'écoute de nos consommateurs, de leurs nouvelles attentes et de l'évolution de leurs modes de consommation. Nous respectons et préservons les traditions laitières et fromagères du monde entier tout en proposant une offre de produits la plus diversifiée possible.

Notre engagement significatif dans le développement du bio répond à la demande croissante pour une offre toujours plus naturelle et respectueuse de l'environnement et de la biodiversité. Cette filière favorise des améliorations sur toute la chaîne de production, de l'amont à la transformation. Le Groupe est aujourd'hui le troisième acteur mondial de ce segment en termes de chiffre d'affaires. Par ailleurs, nous développons de nouveaux produits à base de lait d'animaux nourris sans OGM, ou de lait garantissant un certain nombre de jours de pâturage, de laits alternatifs à celui de vache, comme le lait de brebis ou de chèvre, des produits sans lactose, à teneur réduite en sel, en matières grasses ou en sucre.

460 millions de litres de lait bio collectés et transformés dans le monde, dans 14 pays

Plus de 1,5 milliard de litres de laits spécifiques collectés en France

Évolution vers une offre de recettes plus simples et naturelles

Notre capacité d'innovation est mobilisée pour concilier exigence sanitaire, technique et préférence du consommateur. Nous travaillons en permanence à l'amélioration de nos produits, principalement en encadrant les taux de sucre et de sel ajoutés, et en simplifiant nos recettes en

réduisant, par exemple, le nombre d'additifs. Une classification interne des ingrédients, tenant compte des classements publics et des exigences de nos clients, oriente la révision de nos recettes.

Étiquetage des produits

Les débats autour des dispositifs de notation ou de scores nutritionnels ont mis en lumière la nécessité de donner au consommateur les clés pour faire des choix éclairés en fonction de ses besoins et priorités. Nous jouons un rôle important dans l'information et la sensibilisation des consommateurs en proposant un étiquetage complet, clair et simple. Dans une logique d'ouverture et de transparence, nous nous sommes engagés dans différentes initiatives en fonction de nos pays d'implantation. En France, nous avons adopté une démarche de digitalisation pour partager des informations et des données produits. De même, nous transmettons ces données à l'Observatoire de la qualité de l'alimentation (OQALI).

Marketing responsable

Nous avons une responsabilité dans la communication autour de nos produits et de leurs modes de consommation en fonction des publics. En accord avec les réflexions de Santé publique France et les débats récents sur l'exposition des mineurs à la publicité, le Groupe a pris l'engagement dans sa communication de ne plus s'adresser aux enfants de moins de 12 ans en France. Concernant les produits infantiles, le Groupe assure la promotion du lait maternel en priorité, et positionne ses produits comme des alternatives à l'allaitement uniquement quand ce dernier n'est pas possible.



Laurent Coutant
Directeur Nutrition
Groupe

Quel rôle jouent les produits laitiers dans une alimentation durable ?

Un rôle essentiel ! Ils sont issus d'animaux qui produisent toute leur vie et sont associés à des apports importants pour l'environnement (biodiversité, entretien des paysages...). Du point de vue du consommateur, les ressources naturelles utilisées sont ainsi à mettre en regard de l'ensemble des services rendus et notamment des apports nutritionnels assurés par les produits laitiers : leur efficacité est très compétitive, ce qui en fait des éléments difficilement remplaçables dans une alimentation durable. Les produits laitiers ont aussi d'autres atouts : ce sont des produits-ingrédients qui participent au « bien manger », au fait maison, à la mise en place d'une alimentation plus simple et adaptée à chacun. Ils sont aussi un

support à l'éducation alimentaire, dès le plus jeune âge, pour apprendre les bons réflexes, par le plaisir des choses saines et l'apprentissage du goût. Les produits laitiers sont une formidable opportunité pour promouvoir une alimentation durable : une alimentation bénéfique pour la santé des femmes et des hommes, mais aussi pour celle de la planète !

Comment avez-vous structuré votre approche nutritionnelle ?

Nous l'avons construite autour de cinq grands principes : assurer l'amélioration nutritionnelle de nos produits, surtout sur les aspects sel et sucre ; simplifier nos recettes ; promouvoir un marketing responsable ; permettre au consommateur d'accéder à une information nutritionnelle complète et juste ; et sensibiliser à la place essentielle des produits laitiers dans une alimentation équilibrée.

Réduction des pertes et du gaspillage alimentaires

Nos produits et notre démarche s'inscrivent dans la promotion d'une alimentation durable dont le premier facteur de réussite est la juste consommation et la lutte contre les pertes et le gaspillage alimentaires. De même, les efforts déployés pour développer des conditionnements appropriés à une consommation responsable permettent de réduire collectivement notre impact sur les ressources de la planète.



AOP : LACTALIS, DERNIER FABRICANT DU BLEU DES CAUSSES

Ce fromage à pâte persillée bénéficie d'une appellation depuis 1979. En 2011, nous en sommes devenus le dernier fabricant avec 20 collaborateurs sur notre site de Rodez. Affinée dans nos caves naturelles de Peyrelade, cette AOP contribue au maintien d'une filière locale regroupant notamment 76 éleveurs.

Hugues Meaudre, Directeur général de Lactalis AOP & Terroirs



PRÉSERVER LE PATRIMOINE FROMAGER ET LAITIÈRE

Lactalis est le premier acteur mondial des AOP, avec 38 appellations dans le monde (France, Italie, Espagne, Grèce), dont 28 en France. Attaché aux AOP françaises et européennes, le Groupe s'engage à soutenir, promouvoir et créer des débouchés dans leur pays d'origine et à l'international pour ces produits iconiques, dont le Camembert de Normandie, le Livarot, le Roquefort, le Gorgonzola, le Parmigiano Reggiano, la Feta ou le Queso Manchego. Par ailleurs, le Groupe est fier de cultiver, pérenniser et contribuer à la transmission des traditions laitières et à la diversité des saveurs locales. Pour ne citer que quelques exemples : Lassi et Paneer de la marque Prabhat en Inde ; Ghee, Kefir et Labneh de Karoun Dairies, filiale californienne dédiée à la fabrication de produits ethniques ; Kajmak et Ayran en Turquie, ou encore Queijo Reino au Brésil.



AMBITION BIO

Notre engagement dans la filière bio et son développement sont une réponse directe aux préoccupations de santé et environnementales, ainsi qu'aux attentes de qualité et de goût de nos consommateurs. Nous y travaillons activement depuis le milieu des années quatre-vingt-dix. Aujourd'hui leader du bio dans plusieurs pays, nous nourrissons l'ambition de devenir numéro 1 mondial de ce segment. Si le lait de consommation a servi de pionnier pour l'offre bio, grâce notamment au succès de Lactel, le Groupe a depuis conquis d'autres catégories en développant beurres, crèmes, ultra-frais et fromages bio. Ainsi, Lactalis a su séduire les consommateurs en étendant le territoire de marques iconiques comme Président, Galbani ou La laitière et en pariant sur ses

marques locales comme Stonyfield aux États-Unis ou Rachel's au Royaume-Uni. Le bio est un formidable vecteur de transformation et d'innovation pour notre filière. Il modifie au sein de notre chaîne de valeur, de l'éleveur jusqu'au consommateur, la manière dont nous envisageons la qualité de nos produits et leurs services rendus. Lancée en avril 2019 en France, notre nouvelle démarche « Bio et Engagé » intègre, au-delà des réglementations, des critères de bien-être animal, un accompagnement à la conversion des éleveurs et un soutien financier à la plantation de haies pour la préservation de la biodiversité. Douze mille arbres ont ainsi été plantés avec nos éleveurs partenaires à l'hiver 2019-2020.



UNE PREMIÈRE SUR LE MARCHÉ DU LAIT !

Lactalis Canada a développé la gamme Lactantia Milk n'Oats, un mélange de lait 100 % canadien et d'un soupçon d'avoine. Sans lactose, sans huile ni sucres ajoutés, les produits sont composés de seulement six ingrédients.



YAOURT SANS SUCRE AJOUTÉ

Pour répondre aux attentes nutritionnelles de chacun, nous proposons en fonction de chaque catégorie laitière des offres adaptées. Dukat, notre filiale croate, a ainsi été le premier acteur du marché à lancer un yaourt aux fruits sans sucre ajouté.



SIGGI'S, UNE MARQUE ENGAGÉE POUR DES PRODUITS PLUS SIMPLES ET MOINS SUCRÉS

Créée en 2005, Siggis est devenue une marque emblématique de notre gamme de produits sains et authentiques. Issu de la tradition islandaise, riche en protéines et pauvre en matières grasses, ce skyr est produit à partir d'ingrédients simples et naturels, sans colorants, conservateurs ou arômes artificiels, et contient peu de sucre. Lactalis a développé cette offre dans plus de 15 pays à travers le monde. Aux États-Unis, Siggis dynamise son écosystème en proposant aux professionnels de la nutrition un portail éducatif, incluant des webinars gratuits, notamment sur les bénéfices nutritionnels de la protéine laitière. La marque offre, pour la deuxième année consécutive, trois bourses de 20 000 dollars à des diététiciens pour déployer leur programme nutritionnel au sein de leurs communautés locales.



LES BIENFAITS DU LAIT, SANS LACTOSE

Le segment des produits laitiers sans lactose ne cesse de prendre de l'ampleur partout dans le monde. En Croatie, où il est voué à un avenir plus que prometteur, Dukat a lancé en février 2020 son premier lait chocolaté sans lactose et facile à digérer, Dukat Lagano jutro. Déjà leader sur son marché, la marque a depuis étendu sa gamme avec quatre références supplémentaires.



Notre stratégie d'innovation est d'accompagner l'évolution des modes de consommation tout en limitant nos impacts sur l'environnement. Cette innovation est conçue localement pour se situer au plus près des attentes des consommateurs et de leurs besoins nutritionnels. Lactalis cultive un écosystème pluriel favorisant le partage des savoir-faire et des technologies, et collabore avec des instituts techniques, des écoles d'ingénieurs, des universités ou encore des fournisseurs.

Christophe Latron,
Directeur R&D groupe Lactalis



RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

29 ATELIERS PILOTES
DANS 27 PAYS



La Terre et ses Ressources

Sur toute notre chaîne de valeur, de la production laitière au recyclage des emballages de nos produits en aval, la sauvegarde de la planète et la préservation de ses ressources sont des préoccupations essentielles de notre Groupe. Le travail de la terre et le respect du sol sont le point de départ d'un cycle de production responsable pour nos produits. Nous avons un rôle important à jouer auprès des éleveurs pour préserver la qualité des sols, développer les puits à carbone que sont les pâturages, entretenir les paysages et la biodiversité, et améliorer le bien-être animal. L'optimisation de nos opérations, industrielles et logistiques, est un levier important de préservation des ressources en eau, de maîtrise des pollutions et de réduction de l'empreinte carbone. Le développement des énergies renouvelables apporte aussi une réponse aux défis du changement climatique. Nous mettons également en œuvre une démarche d'éco-conception de nos produits et emballages pour réduire leur impact environnemental. De l'amont à l'aval, la notion de circularité est centrale dans notre approche de production responsable de nos produits, et nous avons à cœur d'explorer des solutions techniques innovantes avec nos partenaires.

La réduction de l'impact environnemental de nos activités et de leur empreinte carbone est au cœur de notre démarche RSE qui tient compte de l'ensemble du cycle de vie de nos produits. Quel que soit l'enjeu, nous opérons selon quatre principes structurants : conformité réglementaire, management des risques, contrôle de la performance et contrôle des opérations. Notre approche favorise les initiatives locales tout en veillant à la bonne diffusion et application des politiques définies par le Groupe.

6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT



7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE



9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



15 VIE TERRESTRE



Lutte contre le changement climatique et résilience

L'impact carbone de notre chaîne de production s'envisage des exploitations de nos éleveurs partenaires jusqu'aux derniers kilomètres parcourus pour atteindre nos consommateurs. Nous nous attachons donc à identifier tous les leviers d'action possibles pour mobiliser les acteurs de notre écosystème. Les initiatives sont nombreuses : mise en place d'outils d'évaluation de l'empreinte carbone au niveau de la ferme, travaux sur l'alimentation des vaches pour réduire la production de méthane, optimisation du remplissage de nos camions, ou encore transition vers des flottes de véhicules à énergie renouvelable.

Efficiences énergétiques et énergies renouvelables

Pour limiter l'impact de nos activités industrielles sur l'environnement et le climat, le Groupe met en œuvre une politique de management énergétique reposant sur trois principes : sobriété, efficacité, et transition vers des énergies décarbonées. Nous intégrons de plus en plus les énergies renouvelables (notamment solaire et biomasse) dans notre mix énergétique et encourageons nos sites à mettre en œuvre des projets de conversion en fonction de la performance attendue et des objectifs du Groupe.

-10 % de consommation d'énergie (électrique et thermique) par kilogramme de produit fini en 2020*

Gestion des ressources en eau

L'augmentation de la production alimentaire nécessaire pour nourrir la planète au cours des prochaines décennies et les conséquences des changements climatiques font de l'eau une priorité absolue. L'eau étant omniprésente dans nos activités, de l'amont pour abreuver les animaux

jusqu'à son traitement à l'aval en station d'épuration, il est de notre responsabilité d'en user de manière raisonnée. Le Groupe a donc mis en place des outils de mesure de son empreinte eau et des actions pour réduire sa consommation par volume de produit transformé. Au-delà, nous développons des équipements et installations qui renforcent la logique d'économie circulaire et l'efficacité de nos systèmes d'épuration.

Grâce aux efforts d'optimisation, -13 % de consommation d'eau de ville et -13 % de rejets d'eaux usées par kilogramme de produit fabriqué en 2020*

Gestion des déchets industriels, prévention des pollutions et nuisances

Nos activités se déroulent sous un strict contrôle sanitaire, sécuritaire et environnemental. Nous avons intégré à nos procédés industriels une gestion des risques que nos opérations peuvent faire courir à l'environnement. Le Groupe a engagé ses sites industriels sur la voie de certifications externes, et met progressivement en place des programmes de valorisation de ses déchets, comme le compostage des boues de stations d'épuration ou la méthanisation. Nous encourageons, par des formations adaptées, le partage de bonnes pratiques et nous nous reposons sur l'expertise de nos équipes pour adapter ces priorités aux spécificités locales et aux enjeux environnementaux et sociétaux les plus saillants de leurs territoires.

* Calculé par rapport à 2019. Périmètre France, Espagne, Brésil, Canada.

Éco-conception, emballage responsable et économie circulaire

Interrogés sur les actions concrètes à mettre en œuvre dans leur quotidien pour lutter contre le changement climatique, les consommateurs citent en premier lieu la réduction des emballages. C'est un enjeu important chez Lactalis, à la croisée des problématiques environnementales et de préservation de la qualité du produit. Pour ce faire, nous proposons le juste emballage à nos consommateurs, favorisons le principe de circularité quel que soit le pays de vente de nos produits, et sensibilisons nos consommateurs à l'importance du bon geste de tri.

Préservation de l'environnement en amont de nos opérations, et Protection de la biodiversité

Le groupe Lactalis porte une attention continue à la préservation de la biodiversité, non seulement au niveau de ses activités directes de production, mais aussi tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. Ainsi, pour préserver le rôle essentiel des forêts dans la séquestration du carbone et la protection de la biodiversité, Lactalis est engagé dans la lutte contre la déforestation autour des problématiques liées aux filières du papier et du carton, mais aussi à celles de l'huile de palme et du soja.

Le soja peut être un composant important de l'alimentation des animaux. Le Groupe a donc mis en place, sur 11 pays représentant 76% de son approvisionnement en lait, une méthodologie détaillée de calcul de l'empreinte des cultures destinées à l'alimentation animale sur les forêts. Nous développons des actions de sensibilisation auprès de nos éleveurs partenaires sur l'importance de l'autonomie protéique pour l'alimentation de leurs animaux.

Par ailleurs, le Groupe rejoint des initiatives mises en place par les acteurs locaux de la chaîne agro-alimentaire pour promouvoir des pratiques d'approvisionnement en alimentation animale plus tracées et à moindre impact sur la biodiversité et les écosystèmes forestiers.

39 % de nos achats d'ingrédients issus de l'huile de palme sont certifiés RSPO en 2020, un label certifiant la gestion sociale et environnementale durable des plantations*

* Hors Égypte

100 % de nos briques en Europe sont produites à partir de papier certifié FSC

Santé et bien-être animal

Si nos producteurs doivent respecter en premier lieu les standards nationaux et internationaux en matière de bien-être animal, Lactalis réaffirme son engagement en faveur des meilleures pratiques et développe une politique Groupe fondée sur les cinq libertés de l'animal définie par l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) : absence de faim, de soif et de malnutrition, absence de peur et de détresse, absence de stress physique et/ou thermique, absence de douleur,

de lésions et de maladie, possibilité d'exprimer des comportements normaux de son espèce. Moteur sur ces sujets au plus haut niveau, le Groupe s'implique dans les instances locales et deviendra également en 2021 un partenaire associé du Welfare Quality Network qui contribue, sur une base scientifique, à faire évoluer les standards internationaux en la matière.

75 % du lait collecté est couvert par une charte prenant en compte le bien-être animal*

* Calculé sur un périmètre de 11 pays représentant 76 % du volume de lait collecté par le Groupe



ÉCONOMIE CIRCULAIRE : DE L'EAU USÉE AU BIOGAZ

En amont de la station d'épuration, plusieurs sites du Groupe, comme Winchester (Canada), Brattleboro (États-Unis), Corteolona (Italie) ou encore Harvey et Sydney (Australie), procèdent à un prétraitement des effluents qui consiste à séparer un premier « lot » de matière des eaux usées. La boue primaire obtenue, très fermentescible (elle n'a pas encore été consommée par les bactéries des stations d'épuration), peut ensuite entrer dans une économie circulaire en alimentant des filières de méthanisation pour la production de biogaz.



Emmanuel Gros

Directeur Énergies & Environnement

Comment avez-vous structuré la démarche sur votre périmètre ?

Emmanuel Gros : *Nous avons capitalisé sur la connaissance et l'expertise interne, car nous disposons déjà d'un bon nombre de standards techniques, documents d'audits et procédures opérationnelles. En effet, notre culture industrielle est fortement imprégnée de ces enjeux, de par le respect des cadres réglementaires et les réflexes installés chez chacun en termes d'économie des ressources et de gestion des risques. Mais l'hétérogénéité des situations*

et réglementations locales rend complexe la formulation d'une politique globale. Nous avons cartographié nos risques environnementaux et construit, sur cette base, des plans à long terme qui servent de référence pour prioriser nos investissements. Nous avons imaginé des politiques déployables autour de principes simples : sécuriser, réduire et transformer les risques pour l'environnement ; sobriété, efficacité et transition pour l'énergie. Nous fonctionnons ainsi avec un cadre corporate global et une mise en œuvre locale.

LA MÉTHANISATION COMME SOURCE D'ÉNERGIE

Le Groupe a mis en place un partenariat d'achat de vapeur avec Agrimaïne Méthanisation qui regroupe 100 exploitations laitières, soit 150 éleveurs, valorisant principalement les effluents d'élevage. La digestion de ces effluents par le méthaniseur produit l'équivalent de la consommation énergétique annuelle de 6 000 foyers. À la fin du processus de digestion, le « digestat » (phase solide, coproduit de ce processus) est réutilisé en fertilisant organique (engrais) pour les cultures des éleveurs. Lactalis a l'objectif d'acheter 10 000 tonnes de vapeur par an. En complément de la chaudière bois, cet achat de vapeur produite via la biomasse permettra une production de fromages proche du « zéro carbone » sur le site de Charchigné (France).





Laëticia Bieri

Responsable R&D Emballages & Environnement

Pascal Claye

Directeur industriel adjoint Groupe

Anne-Gaëlle Lannic

Directrice Marketing global – Lait et jus de fruits

Renaud Guilbert

Directeur Achats d'emballages

Qu'est-ce qu'une vision « positive » de l'emballage ?

R.G. : C'est considérer tout son cycle et pas seulement sa fin de vie, pour juger de sa fonction première et son impact.

P.C. : Nos produits ne sont pas inertes, ils sont vivants et fragiles par nature. L'emballage est le moyen indispensable permettant d'apporter au consommateur un produit sain et de qualité qui aura préservé tous ses bénéfices nutritionnels.

L.B. : C'est aussi endosser la responsabilité de développer le « juste emballage », celui qui permettra de répondre précisément au besoin de conditionnement exprimé par le consommateur, évitant ainsi le gaspillage alimentaire.

Comment mobilisez-vous votre écosystème en matière de recyclage ?

A.-G.L. : Au-delà de tout le travail que nous menons pour améliorer la recyclabilité de nos emballages, nous mobilisons trois alliés dans cette démarche. En premier, les consommateurs, qui attendent que nous leur apportions des solutions techniques d'emballage facilitant leurs gestes de tri, et les bonnes consignes de tri.

R.G. : En deuxième, les filières locales de recyclage, dont la structuration est indispensable. La notion de recyclabilité est éminemment locale : un même matériau peut être recyclable dans un pays et pas dans le pays voisin.

L.B. : Notre ambition est en effet de développer une expertise interne sur ces filières, et de la pousser auprès des écosystèmes locaux où elle n'existe pas. Nous nous inscrivons dans des consortiums, des partenariats avec des fournisseurs et des acteurs publics ou semi-publics, et parfois même des concurrents, car nous sommes convaincus que seul le collectif pourra faire basculer la dynamique vers un recyclage plus large et systématique. Enfin, nos collaborateurs, qui constituent notre troisième allié, sont les ambassadeurs de notre politique : les divisions locales du Groupe ont développé des partenariats avec des associations locales pour mettre en place des campagnes de ramassage des déchets sauvages ou de sensibilisation du grand public, à l'image du World CleanUp Day.

WORLD CLEANUP DAY

En 2020, **220 COLLABORATEURS** de quatre filiales Lactalis dans quatre pays ont participé à la journée mondiale de ramassage des déchets sauvages.

LUTTE CONTRE LA « DÉFORESTATION IMPORTÉE »

En Suède, Lactalis a rejoint l'initiative Soy Dialogue pour s'engager dans une démarche de traçabilité du soja : 100 % du soja utilisé par les éleveurs avec lesquels la filiale travaille est désormais certifié durable (RTRS ou ProTerra) et ne provient pas de réserves de biodiversités en proie à la déforestation comme la forêt amazonienne, le Cerrado ou la forêt atlantique brésiliens.



ÉCOCONCEPTION : LES PACKS À LA LOUPE

Développé par l'équipe R&D Emballage et Environnement en 2019, l'outil PEP (pour Packaging Environmental Profile) est une aide à la décision reposant sur une analyse de la performance environnementale des emballages. Poids, part recyclable, part recyclée par pays, intégration de matières renouvelables ou recyclées : tous ces critères pondérés sont pris en compte dans le calcul d'un score global permettant de positionner l'emballage selon son empreinte environnementale. Testé en 2020 en France, cet outil est également déployé en Italie, Espagne, Australie, Royaume-Uni et progressivement proposé aux équipes R&D Emballage d'autres pays du Groupe.



QUAND QUALITÉ DU LAIT RIME AVEC BIEN-ÊTRE ANIMAL

Parmalat Italie est l'un des 12 partenaires du projet européen MOLOKO. Initié en 2018, il repose sur le développement d'un biocapteur capable de détecter rapidement la présence de contaminants accidentels dans les citernes, comme les antibiotiques. En plus d'assurer la qualité du lait collecté, certains indicateurs permettront à l'éleveur un suivi plus fin de l'état de santé et du bien-être des animaux.



José-Daniel Castellanos,

Chef de Projet RSE international, Approvisionnements lait

Comment s'organise la gouvernance sur le sujet du bien-être animal ?

José-Daniel Castellanos : Nous fonctionnons en écosystèmes ; avec ses partenaires, Lactalis s'engage dans la mise en œuvre et l'évolution de chartes locales sur le bien-être animal, tout en poussant à leur convergence dès que c'est possible. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous nous associons au réseau scientifique Welfare Quality Network, qui propose un standard international très pertinent et inspirant. Les cinq libertés de l'OIE constituent le cadre de notre politique globale. De plus, le comité RSE Approvisionnements lait international, sous l'égide du directeur Qualité et RSE de ce service, développe des indicateurs communs de mesure du bien-être animal, évalue

la performance de nos filières, et propose des plans d'action associés. Comme le service des Approvisionnements lait répond à un membre du Comex, cela permet aux enjeux du bien-être animal d'être portés au plus haut niveau de l'entreprise.

Pourquoi ce sujet est-il aussi important pour Lactalis ?

J.-D. C. : C'est une question éthique avec laquelle nous ne transigeons pas. Elle est en phase avec les préoccupations de la société civile, de nos parties prenantes et de nos consommateurs. Nous respectons les animaux d'élevage et les considérons comme des êtres sensibles. Nous sommes donc fortement engagés dans l'évolution des pratiques partout où nous opérons pour leur assurer santé, bien-être physique et émotionnel.



Nous sommes heureux d'accueillir le groupe Lactalis en tant que partenaire associé du Welfare Quality Network. Notre réseau favorise les échanges scientifiques pour contribuer à l'évolution des systèmes d'évaluation du bien-être animal suivant le protocole Welfare Quality®. Nous sommes convaincus que la science et les observations de terrain sont essentielles pour développer de nouvelles normes d'élevage intégrant le bien-être animal. Compte tenu de la grande diversité des pays où Lactalis collecte du lait cru, le protocole Welfare Quality® est un outil pertinent pour comparer et faire converger les systèmes locaux d'évaluation du bien-être animal.

Harry Blokhuis, Coordinateur du Welfare Quality Network



Réduire *l'empreinte carbone* dès l'amont

De l'amont laitier à la logistique, nous identifions les sources d'émissions de gaz à effet de serre (GES) et les moyens nous permettant de réduire notre empreinte carbone sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

Amont laitier

La production de lait est une source importante d'émissions de GES. Mais elle peut aussi être un levier de séquestration du carbone grâce au travail et à la préservation des sols. Nous encourageons donc nos éleveurs, par l'accompagnement, la formation et l'innovation, à développer une approche de leur activité qui tienne compte des enjeux climatiques et environnementaux.

Réduire les émissions via l'alimentation animale

Le méthane entérique, produit de la digestion des ruminants, est l'un des plus gros émetteurs de gaz à effet de serre à la ferme. Développé par Valorex, l'outil de suivi Éco-Sens adopte une approche innovante. La solution étudie le profil en acides gras d'un échantillon de lait pour estimer la quantité de méthane produite lors de la digestion de l'animal et entraînant une perte de l'apport énergétique.

Ce suivi permet de mieux équilibrer l'alimentation en la complétant avec des graines de lin, et de réduire ainsi les émissions de GES des vaches de l'ordre de 12 %. À date, plus de 220 éleveurs partenaires de Lactalis

utilisent cet outil en France, en Suède et en République tchèque.

L'empreinte à la ferme

Lactalis a rejoint la Cool Farm Alliance, un écosystème d'organisations (entreprises, ONG, universités) qui développent un outil commun de mesure de l'empreinte carbone à la ferme, le Cool Farm Tool. Le Groupe prévoit de déployer cet outil comme référence en matière de diagnostic carbone sur 11 pays pilotes, représentant 76 % des achats de lait. Nous avons également rejoint le groupe de travail Dairy & Beef de la même structure pour contribuer aux évolutions de l'outil.



60 à 80 %

D'ÉNERGIE ÉCONOMISÉE grâce à la nouvelle génération de tanks à lait du consortium SERAP rejoint par Lactalis.

2 000

TONNES DE CO₂ par an économisées grâce à la centrale solaire



Process industriel

La performance environnementale est pleinement intégrée aux objectifs de nos sites industriels. Nos efforts portent sur toute la chaîne de production, particulièrement sur la réduction de l'empreinte carbone *via* des projets de transition énergétique.

Verdun passe au solaire

L'usine de lactosérum de Verdun accueillera d'ici 2022 la plus grande centrale solaire thermique de France et la plus grande d'Europe, alimentant en chaleur un site industriel. Construite par la start-up bordelaise NEWHEAT, elle contribuera à décarboner la production de chaleur de notre usine, à travers 15000 mètres carré de capteurs solaires thermiques et des solutions de stockage innovantes fournissant l'alimentation nécessaire à la nouvelle tour de séchage du site.

Transport & Logistique

Le transport est omniprésent sur notre chaîne de valeur, de la collecte du lait cru à la livraison de nos produits chez nos clients. Réduire l'empreinte carbone peut alors prendre plusieurs formes : une optimisation continue du chargement de nos camions et des distances parcourues, et l'utilisation de carburants alternatifs là où c'est possible.

Cocamionnage

En Espagne, Lactalis s'est associé à un projet collaboratif mené par CHEP, un fournisseur de solutions logistiques innovantes.

En partageant les plateformes logistiques avec d'autres fabricants et distributeurs, nous pouvons réduire le nombre de kilomètres que les camions parcourent à vide.

Chaque kilomètre compte

Ak Gida, filiale de Lactalis, a développé avec Tirsan, le leader du transport routier en Turquie, le projet « High Capacity Trailer ». Deux ans de R&D ont été nécessaires pour mettre sur la route six citernes à grande capacité, capables de transporter 29000 litres

de lait au lieu des 24500 habituels, soit une réduction de 450000 kilomètres de la distance parcourue chaque année par sa flotte.

Carburants alternatifs

En Italie, Galbani a équipé ses navettes de systèmes à gaz naturel liquéfié, une technologie bien moins polluante que les carburants fossiles traditionnels. En Suède, Lactalis s'est engagé à avoir une flotte sans énergies fossiles d'ici 2025 en faisant le pari du biodiesel HVO (pour huile végétale hydrogénée), une alternative 100 % renouvelable qui permet une réduction de plus de 90 % des émissions carbone.

+ 66 %

DE CAPACITÉ DE CHARGEMENT pour les camions espagnols grâce au Mega Trucks, soit 434 tonnes de CO₂ économisées en 2020





Juin 2021.

Crédits photographiques : AgrimaineMéthanisation ; Daniel Osso ; GettyImages ; Guillaume Blanchon ; iStock ; Malin Lauterbach ; Rodrigo Leal ; Shutterstock ; Sylvain Malmouche.

Conception et réalisation : **VAT** - wearetogether.fr - 2101_01781.

Imprimé par une entreprise qui favorise l'emploi de personnes en situation de handicap, sur du papier 100 % recyclé issu de forêts gérées durablement.



10-20 rue Adolphe-Beck
53089 Laval Cedex - France
Tél. : 02 43 59 42 59 - Fax : 02 43 59 42 63
www.lactalis.fr

