



NOURRIR L'AVENIR

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024



Premier groupe laitier mondial, Lactalis est une entreprise familiale française créée en 1933 à Laval, qui a une seule vocation : nourrir l'avenir, en s'engageant à proposer le meilleur des produits laitiers pour faire grandir chacun, au plus près des territoires. Présents dans 50 pays et 266 laiteries et fromageries à travers le monde, ses 85 500 collaborateurs valorisent le lait sous toutes ses formes : fromages, lait de consommation, yaourts, beurrés et crèmes, ingrédients laitiers et nutrition.

Au cœur de la vie quotidienne de millions de foyers, Lactalis propose des produits de marques emblématiques telles que Président, Galbani, Parmalat et Leerdammer, et s'attache à pérenniser le savoir-faire laitier en tant que premier acteur mondial des AOP.

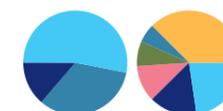
Fin 2023, Lactalis a formalisé sa raison d'agir, « Nourrir l'avenir ». Elle repose sur sept piliers qui sont au cœur de sa mission : ce rapport d'activité propose d'explorer nos actions et résultats à l'aune de chacun d'entre eux.



SOMMAIRE



**L'édito d'Emmanuel Besnier,
Président
02**



**Chiffres clés
2024
04**



**Une entreprise
multilocale
06**



**L'interview de Thierry Clément,
Directeur général des opérations
08**



**Nous servons
les populations
du monde
10**



**Nous partageons
les saveurs
14**



**Nous dynamisons
les territoires
18**



**Nous nous engageons
pour les talents
20**



**Nous nous
transformons
24**



**Nous soutenons
nos partenaires
28**



**Nous nous ouvrons
à tous
30**

Chers lecteurs

En 2024, nous avons franchi une nouvelle étape constitutive de notre histoire : avec un chiffre d'affaires dépassant les 30 milliards d'euros, nous devenons la neuvième entreprise agroalimentaire mondiale et confortons notre position de première entreprise laitière mondiale. Malgré des défis géopolitiques et une grande volatilité des marchés internationaux, le marché des produits laitiers a su démontrer sa résilience et son dynamisme. Dans ce contexte, le modèle de notre groupe familial, fondé sur sa croissance organique et son développement à l'international, a prouvé sa robustesse avec une conviction plus vraie que jamais : les produits laitiers sont l'avenir !

Nous avons à cœur de continuer à toujours mieux anticiper et répondre aux attentes des consommateurs et de nous adapter à leurs sensibilités culturelles et gustatives aux quatre coins du monde à travers toutes nos marques. Dégustées dans 150 pays, elles transcendent les frontières. Ma priorité reste de proposer des produits sains et savoureux mais aussi accessibles à tous.

Voilà deux ans que j'ai souhaité doter Lactalis d'une raison d'agir, «Nourrir l'avenir». Clé de voûte de nos actions en interne comme en externe, cette ambition se traduit cette année encore par la poursuite de nos investissements, en croissance de plus de 14% par rapport à 2023. C'est plus d'un milliard d'euros qui ont été investis dans nos infrastructures industrielles en 2024, un montant sans précédent au service du développement et de l'évolution des capacités industrielles de nos sites comme à Bendigo en Australie ou Tulare aux États-Unis. Ces investissements sont aussi essentiels pour réduire notre empreinte environnementale, comme en Inde et en Espagne, où nous avons déployé plus de 65 000 m² de panneaux solaires, mais aussi au Brésil, où nous avons modernisé nos stations de traitement des eaux usées.

Au cœur de notre ambition figure également notre volonté constante d'innover pour développer un portefeuille de marques emblématiques et plébiscitées comme Président, Galbani, Parmalat, Kraft ou Leerdammer... Des yaourts Probio2 au Brésil à la mozzarella infusée au basilic ou à l'origan en Italie, au lait vitaminé en France, cette année encore, nos créations laitières et fromagères ont continué de répondre à des besoins nutritionnels et gustatifs exigeants et de séduire des publics toujours plus variés pour dynamiser les marchés sur tous les continents. L'acquisition de Sequeira & Sequeira au Portugal et de Cremora en Afrique du Sud consolide notre offre dans ces territoires.

Présents dans 39 AOP et IGP, nous restons fidèles à notre engagement en faveur des produits locaux et régionaux dont la pérennité permet le maintien de l'emploi et de l'activité dans les territoires. Ce ne sont pas uniquement des labels, mais le fruit d'un attachement à une histoire, à un savoir-faire millénaire que nous perpétons avec passion.

Convaincus de tout le potentiel des produits laitiers, nous nous engageons à accompagner les évolutions du marché et à créer les opportunités qui soutiendront une croissance rentable et responsable. Nous portons cette conviction avec ambition, engagement et simplicité, à l'image des femmes et des hommes qui, chaque jour, façonnent notre entreprise.

À la source de ces succès, je veux donc saluer la créativité, l'engagement et l'agilité de nos collaborateurs du monde entier. Un grand merci à eux tous : par la passion qui les guide, ils permettent pour chacun de ces produits de raconter une histoire : celle d'une expertise ancestrale et d'une vision résolument tournée vers l'avenir. La pluralité des savoir-faire nous permet de perpétuer les traditions, de partager le fruit de ces expertises pour continuer d'innover.

Tournés vers l'avenir, nous commençons à nous projeter au-delà de 2024. Nous continuerons à créer de la valeur à la fois compétitive, rentable et durable, en collaboration avec nos partenaires : producteurs, entrepreneurs, fournisseurs et clients. Notre promesse reste inchangée : continuer à nourrir l'avenir, avec créativité, responsabilité et audace.

EMMANUEL BESNIER

Président de Lactalis



CHIFFRES CLÉS 2024

1^{re} **Entreprise laitière mondiale**
Entreprise mondiale sur le marché des fromages
Entreprise mondiale en beurres et crèmes
Acteur mondial des AOP* et des fromages au lait cru

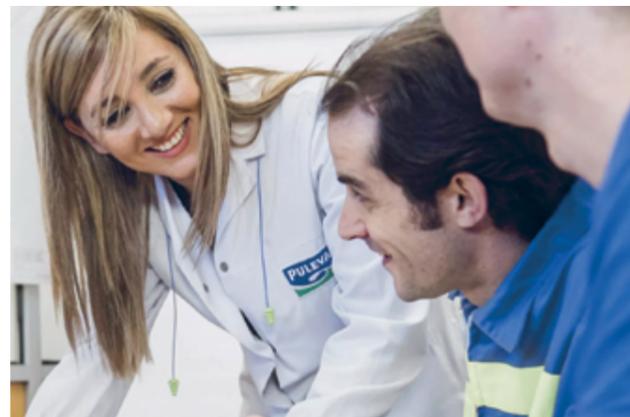
* Appellation d'origine protégée

2^e **Entreprise mondiale du marché de l'ultra-frais**
Entreprise mondiale du lait de consommation

9^e **Entreprise agro-alimentaire mondiale**

LITRES DE LAIT COLLECTÉS
22,8 MDS

COLLABORATEURS
85 500

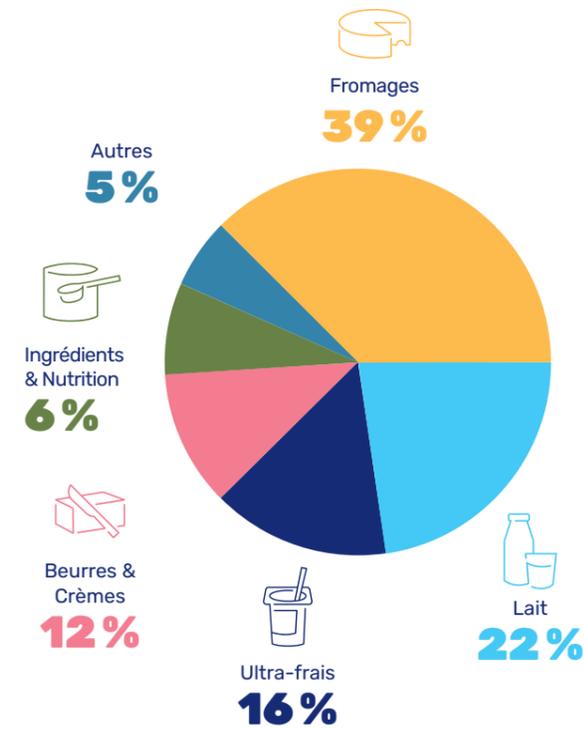


CHIFFRE D'AFFAIRES
30,3 MDS€

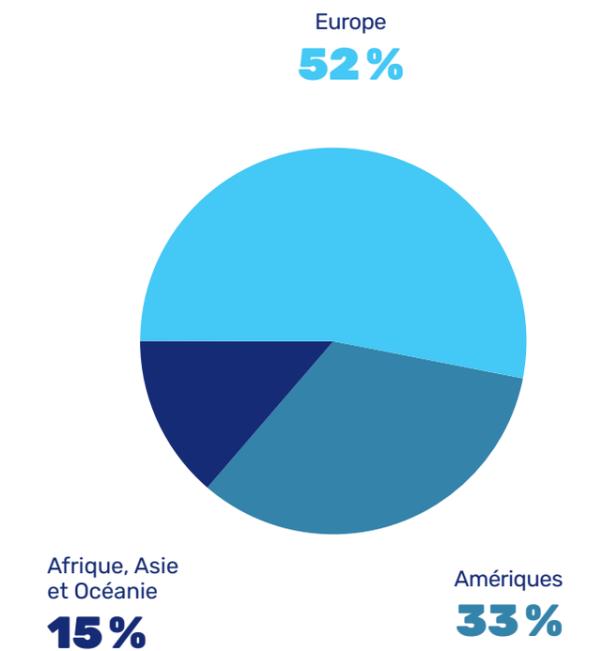
CROISSANCE DU CA vs 2023
+2,8%



RÉPARTITION PAR CATÉGORIE DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024



RÉPARTITION PAR ZONE DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2024



NOS TROIS PREMIÈRES MARQUES



UNE ENTREPRISE MULTILOCALE

Lactalis poursuit sa croissance mondiale en 2024 avec des performances solides dans toutes les régions. Notre stratégie multilocale renforce notre position de leader, tout en s'adaptant aux spécificités et aux opportunités de chaque marché.

AMÉRIQUES

10 milliards
d'euros de chiffre d'affaires

7,3 milliards
de litres de lait collectés

25 500 collaborateurs

66 sites
de production



Les résultats ont été particulièrement solides en 2024 sur le continent américain, où nous avons connu une croissance soutenue des volumes et des parts de marché dans toutes nos catégories. Le Brésil est devenu, grâce à l'intégration de Dairy Partners of America (DPA), notre quatrième marché. Aux États-Unis, notre division yaourt a connu un essor remarquable, porté par les succès de Siggis et Stonyfield.

Au Canada, nous avons continué de nous développer, notamment dans la catégorie yaourt où Siggis a doublé ses ventes, tout en consolidant notre présence en lait de consommation. Enfin, en Amérique latine, la dynamique de croissance s'est accélérée, avec des performances exceptionnelles au Mexique et en Colombie, renforçant ainsi notre empreinte dans la région. Ces résultats témoignent de notre capacité à croître et à étendre notre présence sur des marchés stratégiques.

EUROPE

15,7 milliards
d'euros de chiffre d'affaires

12,2 milliards
de litres de lait collectés

42 500
collaborateurs

156 sites
de production

En Europe, le bilan de l'année s'est annoncé positif, avec des performances distinctes selon les régions. En Europe du Sud, les volumes à marques ont su maintenir leur stabilité malgré quelques baisses localement. Parmi les belles réussites, l'Italie se distingue avec les performances remarquables d'Ambrosi et Leerdammer, tandis qu'au Portugal, l'intégration de Sequeira & Sequeira a consolidé notre position sur le marché du fromage. En Espagne, nos marques fromagères locales emblématiques telles que Gran Capitán,

Flor de Esgueva et El Ventero ont poursuivi leur croissance. En Europe du Nord, la dynamique a été portée par le fromage et l'ultra-frais. En Suède, la marque Leerdammer a su innover et accroître ses volumes, contribuant à une année particulièrement positive. En France, malgré la hausse des prix du lait, la progression des volumes à marques a permis à Lactalis de franchir un cap symbolique : devenir le premier acteur des produits de grande consommation à marques en nombre d'unités vendues.



AFRIQUE ASIE OCÉANIE

En 2024, nous avons enregistré de solides résultats en Asie, Océanie et Afrique, portés par une forte croissance des volumes, en particulier ceux de nos produits à marques. Sur des marchés clés comme l'Algérie, la Turquie et l'Arabie saoudite, cette dynamique a été déterminante. Un jalon historique a par ailleurs été atteint en Turquie : pour la première fois depuis l'intégration de Lactalis Türkiye il y a dix ans, nous sommes devenus le leader des produits laitiers à marques.

En Australie, notre stratégie sur le marché de l'ultra-frais a été renforcée par des investissements stratégiques dans nos laiteries, consolidant ainsi notre position de leader sur le marché des yaourts. En Inde aussi, la performance a été exceptionnelle. Enfin, l'Afrique australe révèle un fort potentiel de développement, nous incitant à renforcer nos actions afin d'accélérer notre croissance dans cette zone prometteuse.

4,6 milliards d'euros de
chiffre d'affaires

3,3 milliards
de litres de lait collectés

17 500 collaborateurs

44 sites
de production

« Redoubler d'agilité pour maintenir notre performance. »

Que reprenez-vous de l'année 2024 ?

Thierry Clément : L'année 2024 a été marquée par une conjoncture mondiale complexe et une instabilité croissante, avec des tensions géopolitiques et des défis économiques qui se sont multipliés. En Europe, la guerre en Ukraine a continué de perturber les marchés, affectant les approvisionnements en énergie et les coûts des matières premières. À cela se sont ajoutés divers conflits et tensions à travers le monde, amplifiant l'incertitude. Les incidents climatiques, tels que la sécheresse prolongée dans le canal de Panama, les incendies de grande ampleur en Amérique du Nord et les inondations dévastatrices en Espagne, au Brésil et en République tchèque, ont perturbé les échanges mondiaux, alourdi les coûts de transport et exacerbé les tensions sur les ressources naturelles, soulignant l'augmentation des risques liés aux phénomènes extrêmes.

Malgré ce climat général, la croissance mondiale est en légère hausse et l'inflation a ralenti. Ses effets continuent toutefois de se faire sentir dans certaines régions, en Amérique latine et au Moyen-Orient notamment, et plus particulièrement au Venezuela et en Turquie, où l'impact sur le pouvoir d'achat des consommateurs a été significatif.

Face à ces défis, nous avons dû redoubler d'agilité pour ajuster nos stratégies de production et de distribution, tout en restant compétitifs. Je tiens à remercier chaleureusement nos collaboratrices et collaborateurs, dont la résilience et l'engagement sans faille ont été des atouts essentiels pour maintenir notre performance à un niveau élevé. Grâce à leur travail constant, nous avons continué d'avancer, en préservant l'excellence et la capacité à innover qui nous distinguent.



THIERRY CLÉMENT,
DIRECTEUR GÉNÉRAL DES
OPÉRATIONS

Dans ce contexte, comment s'est comporté le marché des produits laitiers en 2024 ? Quel a été le bilan pour Lactalis ?

T.C : Le marché mondial des produits laitiers a connu une évolution positive en 2024. La production laitière mondiale a enregistré une reprise modérée, avec une légère croissance et le prix du lait a été impacté par l'augmentation des cotations du beurre sur les marchés. Cette hausse de 3% (moyenne globale) des prix du lait nous a obligés à faire preuve de pugnacité pour réussir à répercuter ces augmentations, d'autant que le coût d'autres matières premières, telles que le cacao, le café, s'est envolé. S'ajoute à cela l'augmentation des coûts énergétiques et de transport.

Si la consommation globale des produits laitiers a progressé, cela s'est fait à un rythme modéré, avec une demande soutenue dans des marchés émergents comme l'Inde et la Chine, et une croissance timide dans les marchés matures. Cela ne nous a pas empêchés de réaliser une belle performance en termes de volume, soutenue notamment par une reprise de la

s'est fait à un rythme modéré, avec une demande soutenue dans des marchés émergents comme l'Inde et la Chine, et une croissance timide dans les marchés matures. Cela ne nous a pas empêchés de réaliser une belle performance en termes de volume, soutenue notamment par une reprise de la

« Le dynamisme de nos marques demeure une priorité pour générer de la valeur tout au long de la filière laitière. »

consommation des marques nationales. Si les catégories du beurre, de la crème et du fromage ont progressé, c'est surtout la catégorie de l'ultra-frais, particulièrement dynamique en Amérique du Nord, qui a été le moteur de notre croissance en 2024. Parmi les événements marquants de l'année, notre marque emblématique Président, célébrant ses 55 ans, a passé un cap significatif de ventes à l'international. Galbani a

« Aujourd'hui, nous continuons de gagner des parts de marché, y compris dans des segments matures. Pour maintenir cette dynamique, l'innovation restera l'une de nos priorités en 2025. »

également poursuivi son développement, avec un démarrage prometteur sur le marché brésilien grâce à l'intégration de Dairy Partners of America (DPA). Quant à notre marque Siggis, elle a enregistré une performance exceptionnelle, avec des ventes qui ont doublé au Canada, son deuxième marché. Le dynamisme de nos marques demeure une priorité pour générer de la valeur tout au long de la filière laitière.

Quels ont été les principaux jalons de l'année concernant vos engagements RSE ?

T.C : Cette année a marqué un tournant dans l'évolution de notre feuille de route RSE. En 2020, nous avons défini trois priorités : la lutte contre le changement climatique, la circularité des emballages et le bien-être animal.

Après plusieurs années d'efforts soutenus, nos engagements climatiques ont été validés par SBTi, une référence mondiale dans l'accompagnement des entreprises vers une réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre. Ces engagements couvrent nos scopes 1, 2 et 3*, avec l'objectif de contribuer à l'atteinte de la neutralité carbone à l'échelle planétaire d'ici 2025. Nos efforts ne se limitent cependant pas au climat. Nous investissons également de manière significative pour réduire l'empreinte environnementale de nos sites, avec environ 20% de nos investissements industriels dédiés à l'énergie et à l'environnement. La gestion durable des ressources naturelles, telles que l'eau, et le respect de la biodiversité, font partie intégrante de notre feuille de route.

En matière de circularité des emballages, nous avons développé des partenariats stratégiques pour améliorer le recyclage effectif de nos produits. À titre d'exemple, nous avons lancé, en collaboration avec différents acteurs de la filière, une filière de recyclage des pots de yaourt en polystyrène en France et mené une campagne de sensibilisation auprès des consommateurs.

En tant que leader mondial de l'industrie laitière, le bien-être animal est une priorité. En 2020, nous avons publié une politique de groupe dédiée ; en 2024, celle-ci a été reconnue par un consortium d'ONG spécialisées, nous plaçant parmi les 20% des entreprises agroalimentaires les plus avancées en la matière.

Ces progrès sont le fruit d'un travail continu de nos équipes qui ont su formaliser des engagements clairs et mettre en œuvre des actions concrètes, consolidant ainsi notre rôle dans la transition écologique.

Quels sont les principaux défis qui attendent Lactalis pour 2025 ?

T.C : L'année 2025 s'annonce encore incertaine, avec des perspectives de croissance modérée et une inflation qui reste à surveiller. Les tensions géopolitiques persistantes et les nouveaux équilibres économiques mondiaux qui se dessinent rendent les anticipations particulièrement difficiles. Dans ce contexte, notre mission est claire : offrir des produits sains, savoureux et accessibles à tous. Elle guide notre stratégie, façonne notre histoire depuis plus de 90 ans et nous permet d'œuvrer chaque jour à la pérennité de notre modèle.

Nous continuons de gagner des parts de marché, y compris dans des segments matures. Pour maintenir cette dynamique, nous enrichissons nos gammes avec des offres spécialisées, notamment dans la catégorie des produits protéinés ou des solutions spécifiques destinées par exemple aux seniors, et les déployons à travers le monde. L'innovation n'excluant pas la tradition, nous nous engageons à mettre en valeur les produits locaux, véritables témoins de la culture fromagère ancestrale dans les régions où nous opérons, tels que le Coalho au Brésil, un fromage né au 17^e siècle, ou encore le Somborska, produit selon une recette traditionnelle depuis plus de 40 ans dans notre fromagerie de Serbie. Plus que jamais, en 2025, nous resterons guidés par notre raison d'agir : celle de nourrir l'avenir.

*Scope 1 & 2 : émissions directes – Scope 3 : émissions indirectes

NOUS SERVONS LES POPULATIONS DU MONDE



Depuis 1933, Lactalis sublime le lait pour en révéler toutes les saveurs et subtilités. Aujourd'hui, nos produits, à la fois sains et savoureux, sont dégustés dans 150 pays, touchant chaque jour le cœur de millions de familles. Conscients de notre responsabilité, nous nous engageons à nourrir l'avenir en contribuant à une alimentation saine et équilibrée et en répondant aux besoins nutritionnels de tous, à tout âge et partout. Nos marques innovent chaque jour

et créent des recettes simples et authentiques, sans compromis sur la qualité ni sur le goût. Avec plus de 600 innovations laitières et fromagères dans le monde en 2024, nos équipes de recherche et développement privilégient des ingrédients naturels et simplifient les recettes des produits plus complexes, car nous croyons en la simplicité et la transparence pour gagner la confiance de nos consommateurs. Garantir l'accessibilité de nos produits est aussi un combat

historique, et nous proposons une offre de qualité au meilleur coût, sur tous nos canaux de distribution. Ainsi, en France par exemple, 75 % de nos produits laitiers sont proposés à moins de trois euros. Nos équipes d'experts développent également des solutions pour répondre aux besoins nutritionnels spécifiques de nos consommateurs, avec des gammes adaptées (bio, sans OGM, sans lactose...), des produits de nutrition clinique (Delical) et pour sportifs (Lindhals, Apurna...).

AUSTRALIE

Pauls PLUS+ Protein, l'alliance de la performance et du goût

En Australie, le marché des produits protéinés connaît une croissance significative, avec des yaourts et desserts en hausse respectivement de plus de 24% et plus de 77% en 2023. Cependant, les consommateurs peinent à trouver des produits alliant santé et plaisir. C'est dans ce contexte que notre marque Pauls a pensé la gamme Pauls PLUS+ Protein. Innovante, elle combine haute teneur en protéines et expérience gustative. Ces yaourts, à la fois sains et savoureux, se distinguent par leur texture crémeuse, leur teneur en protéines (16 grammes par portion) mais aussi par leur goût prononcé (vanille, chocolat, fraise), tout en étant sans sucres ajoutés, pauvres en graisses et en calories. Le lancement a rencontré un vif succès, témoignant de la capacité de Pauls à répondre aux attentes des consommateurs, sans compromis sur le goût et le plaisir.



MALAISIE

Pride Family Powder, le lait pour tous les âges

En août 2024, Pride a lancé le *Family Powder*, un lait en poudre disponible en formats de 450 et 800 grammes, fabriqué dans notre laiterie située à Petaling Jaya dans la région de Selangor. Ce lait en poudre, facile à dissoudre (dans de l'eau froide, ou dans le café par exemple) vise à offrir une solution abordable aux familles soucieuses de leur santé. Avec une formule enrichie en matières grasses mélangées, riche en vitamine D et en calcium, il contribue à la santé des os, pour les petits comme pour les grands.



DANEMARK

Booster sa forme avec Stay Strong

Stay Strong a révolutionné le marché danois avec un lait protéiné enrichi en vitamine C, favorisant naturellement la production de collagène. Décliné en deux saveurs (cacao et fraise), ce produit offre 37,5 grammes de protéines par bouteille, ciblant les consommateurs soucieux de leur santé et de leur forme physique. Ses bienfaits sont multiples, notamment le maintien ou l'augmentation de la masse musculaire ainsi que de la souplesse des articulations. Il se positionne sur un marché du collagène en pleine expansion, avec un produit accessible à un large public.



Nos produits sont aujourd'hui consommés dans 150 pays, touchant le cœur de millions de familles dans le monde.



FRANCE

Vita'Ve : le nouveau lait vitaminé de Lactel qui séduit les Français

Au cours des deux dernières années, plus de 6 Français sur 10 ont consommé des compléments alimentaires¹. Pour près d'une personne sur deux, l'objectif premier était d'être plus en forme en soutenant leur vitalité. Un engouement pour des produits sains auquel Lactel répond en 2024 en lançant Vita'Ve, au lait 100% français et contenant 12 vitamines, contribuant à réduire la fatigue. Déjà pionnière sur le lait enrichi en vitamine D il y a plus de 20 ans, Lactel démontre une nouvelle fois sa capacité d'innovation. Et cette nouveauté est une réussite pour notre marque avec près de 11,9% de parts de marché (volume) sur le segment des laits vitaminés après seulement quatre mois de lancement. Lactel Vita'Ve fait ainsi partie du top 10 des meilleures innovations de 2024 dans la catégorie des produits de grande consommation².



1. Source Synadiet – Observatoire 2024
2. Source Circana – Top 10 des innovations PGC sur l'année 2024

SUÈDE

Lindahls Pro+ : la révolution protéinée

Lindahls, leader du quark, a lancé Lindahls PRO+, un yaourt à boire enrichi en protéines, fabriqué à partir de lait suédois. Avec 26 grammes de protéines et des BCAA (qui déclenchent la synthèse protéique et la construction musculaire), il vise à optimiser les performances sportives. Décliné en saveur fraise ou chocolat et présenté dans une bouteille en carton, Lindahls PRO+ se place déjà en tête du marché des produits protéinés qui connaît un véritable essor. Les consommateurs, de plus en plus soucieux de leur santé plébiscitent ces produits. Lindahls PRO+ contribue ainsi à la bonne dynamique de cette catégorie spécifique qui continue de croître.



ITALIE

Galbani se lance avec succès sur le marché du cottage cheese

En Italie, le marché du *cottage cheese* connaît une croissance notable depuis 2019, attirant chaque année 6 millions de consommateurs. Cette année, Galbani s'est distingué avec le lancement de Santa Lucia Fiocchi, un *cottage cheese* à la fois sain et savoureux, riche en protéines et faible en matières grasses. Son caillé, sa texture crémeuse et son goût unique font de lui un produit polyvalent, idéal pour des recettes variées. Le succès ne s'est pas fait attendre : après quelques mois seulement, Galbani se classe parmi les leaders du marché du *cottage cheese* en Italie.



75 %
de nos produits laitiers sont proposés à moins de trois euros en France.

BRÉSIL

ProBio2 : l'innovation au service du bien-être digestif

En février 2024, Batavo a pris un tournant décisif dans le marché des produits laitiers au Brésil avec le lancement de ProBio2. Ce nouveau yaourt répond à une demande croissante des consommateurs à la recherche de solutions efficaces contre les troubles intestinaux. Au Brésil, plus de 30% de la population souffre de troubles intestinaux, un chiffre qui monte jusqu'à 60% chez les femmes. ProBio2 se démarque en associant des probiotiques, ces bactéries bénéfiques qui maintiennent l'équilibre de la flore intestinale, à des prébiotiques, des fibres non digérées par le corps mais servant de nourriture aux probiotiques. C'est cette combinaison qui permet de maintenir la quantité de probiotiques jusqu'à la fin de la durée de vie du produit, lui garantissant une plus grande efficacité.



GÉORGIE, KAZAKHSTAN ET OUBÉKISTAN

Des innovations pour l'immunité et la croissance des enfants

En 2024, Lactalis a lancé avec succès des produits laitiers sains et de haute qualité, axés sur l'immunité et la croissance des enfants en Europe de l'Est et Asie centrale. Parmi ceux-ci, on retrouve la gamme Foodmaster Bio-C Kids, comprenant des yaourts, des yaourts à boire et du lait aromatisé ; elle offre un équilibre entre plaisir gustatif et nutriments essentiels (vitamines, calcium, probiotiques). Lactel Loko Moko, destiné aux enfants, a innové et propose

désormais quatre saveurs originales de lait aromatisé – chocolat, biscuit, bubble gum et tutti frutti – en formats pratiques de 200ml et 1 litre. La gamme Sante Loko Moko a quant à elle diversifié son offre avec des produits allant du matsoni traditionnel (produit laitier fermenté originaire de Géorgie) aux yaourts fruités et desserts au fromage blanc. Les jeunes consommateurs du Kazakhstan, d'Ouzbékistan et de Géorgie ont réservé un très bel accueil à ces nouveautés.



NOUS PARTAGEONS LES SAVEURS



Chez Lactalis, le partage et le plaisir sont au cœur de notre philosophie. Chaque produit est une invitation à la convivialité, à la découverte et à l'émotion, créant des liens et des souvenirs précieux. Nos savoir-faire, transmis de génération en génération, perpétuent des traditions que nous partageons fièrement avec nos consommateurs. Si nous sommes souvent connus pour nos marques internationales (Président, Galbani, Parmalat, Kraft...), nous restons

fidèles à notre engagement en faveur des produits locaux et régionaux, et contribuons à la conservation d'un riche patrimoine gastronomique, issu d'un travail artisanal rare, souvent historique. Nous veillons à respecter et à intégrer les cultures des pays dans lesquels nous sommes présents en proposant, parfois même en sauvegardant, des produits locaux (Ghee, Kefir, Kwark). En diffusant les saveurs locales au-delà des frontières, nous partageons la

richesse et la diversité de nos produits. En effet, en 2024, notre division «Grand Export» a exporté plus de 175 000 tonnes de produits laitiers à travers le monde. Nous nous adaptons aux cultures locales et nous nous engageons à respecter et à valoriser les traditions culinaires de chaque région, contribuant ainsi à un échange culturel enrichissant et à la découverte de nouvelles saveurs.

ÉTATS-UNIS

Kraft Signature Shreds, quand le restaurant s'invite à la maison

En mars 2024, la marque Kraft a lancé Signature Shreds, une nouvelle gamme de fromages râpés épais et naturels, en réponse à la demande des consommateurs souhaitant améliorer leurs repas faits maison et recréer l'expérience d'un restaurant. Ce fromage râpé, décliné en différents saveurs – cheddar, mozzarella et mexicain –, offre un fondant et un nappage parfaits. En combinant les meilleurs fromages Kraft avec la mozzarella Premio de Galbani, spécialement conçue pour les restaurants, Kraft Signature Shreds donne aux plats une texture et une saveur dignes des meilleures tables.



ESPAGNE

Gran Capitán fait peau neuve



En 2024, la marque espagnole Gran Capitán a fait son grand retour sur les écrans TV, avec un nouveau spot publicitaire modernisant l'image de cette marque chère aux cœurs des Espagnols. Parallèlement, la marque a travaillé sur son accessibilité : avec des produits comme le Semi Curado, plus doux et moins onéreux, mais aussi en augmentant sa visibilité (panneaux, exposition en rayon, etc.). Ce retour a aussi été accompagné par le lancement du format Tostado qui a connu un succès considérable, avec plus de 130 tonnes vendues en un an, malgré un marché de l'innovation complexe.



UKRAINE

Président, la qualité reconnue

En 2024, la crème fraîche Président a été honorée du prestigieux prix «Choice of the year» en Ukraine. Avec plus de 7 000 tonnes vendues en 2024, la crème fraîche Président continue de s'imposer comme un choix incontournable pour les consommateurs ukrainiens. Ce succès reflète non seulement la confiance

solide que les consommateurs placent dans notre marque, mais aussi notre savoir-faire : reconnue pour sa texture onctueuse et son goût riche, la crème fraîche Président est devenue un ingrédient essentiel dans de nombreux foyers, contribuant à sublimer les plats du quotidien.



ITALIE

Parmalat Latte Barista : le plaisir du cappuccino à domicile

En Italie, alors que 91 % de la population prend un petit-déjeuner¹, 70 % opte pour un cappuccino². Ainsi, en avril 2024, Parmalat a lancé son Latte Barista, un lait UHT spécialement conçu pour offrir une mousse parfaite à la maison, comme chez son barista préféré. Partiellement écrémé et riche en protéines (5%), il garantit un meilleur fouettage et une texture crémeuse, testée et validée par des professionnels. Ce produit innovant, qui répond aux attentes de qualité et de plaisir, enregistre un taux de réachat en progression, un succès pour Parmalat.

1. Motivational Map, 2021 + Italia a Tavola e Largo Consumo, 2023
2. CRM - Parmalat



RÉPUBLIQUE TCHÈQUE & SLOVAQUIE

Kunin réinvente son classique Termix en version à emporter

La gamme Termix de notre marque Kunin, véritable référence sur les marchés de la République tchèque et de la Slovaquie, élargit son offre avec le lancement de Termix Shake. Fidèle au goût unique de Termix, cette nouvelle version à boire répond aux attentes des consommateurs en quête de praticité et de plaisir. Source de calcium et de protéines, Thermix Shake se positionne comme une boisson nourrissante à emporter partout, sans sacrifier le goût. Un lancement réussi pour Kunin qui a enregistré de beaux volumes de vente dès les premiers mois de lancement.



ITALIE

Galbani s'engage pour la cuisine maison avec des poches pour la restauration pour cheesecake et tiramisu

L'engouement pour les préparations maison s'est nettement renforcé ces dernières années, notamment après la crise sanitaire. De plus en plus de personnes cherchent à reprendre le contrôle de leur alimentation, mais manquent de temps pour s'y consacrer pleinement. Afin de répondre aux besoins de nos consommateurs italiens, Galbani a lancé des poches pour la restauration pour cheesecake à base de ricotta, et pour tiramisu à base de mascarpone.

Ces formats innovants ont été conçus pour offrir aux consommateurs une base prête à l'emploi garantissant le succès des recettes, y compris pour les cuisiniers les moins aguerris. Ils simplifient la préparation de ces desserts emblématiques tout en assurant une qualité irréprochable des ingrédients utilisés.



PORTUGAL

Sequeira & Sequeira rejoint Lactalis

Cette année, Lactalis a fait l'acquisition du groupe laitier portugais Sequeira & Sequeira, une entreprise qui, comme la nôtre, a été créée en famille. Connue pour sa production fromagère de *Lacticínios do Paiva*, elle fabrique notamment les traditionnels fromages «Flamengo» et «Prato» et comprend des activités de grossiste au Portugal, au Mozambique et au Cap-Vert. Au total, 270 collaborateurs ont rejoint les équipes de Lactalis Portugal, qui compte désormais deux sites. L'intégration de cette entreprise familiale nous permet de développer la production et la vente de fromages locaux au Portugal, complétant ainsi notre offre existante, tout en renforçant nos capacités de distribution et d'exportation.

FRANCE

Lindahls : une entrée remarquée au rayon fromages

En 2024, notre marque Lindahls, déjà bien implantée dans le secteur des yaourts protéinés, a fait son entrée au rayon fromages. La marque, pionnière des produits riches en protéines et faibles en matières grasses, a lancé ses trois premières références en avril, répondant ainsi à l'intérêt croissant des Français pour le sport. Ces produits, parfaits pour les consommateurs soucieux de leur forme, comprennent

des tranches de fromage à pâte pressée, un bloc de pâte pressée et un fromage à tartiner. Après seulement huit mois, le succès est au rendez-vous avec un taux de réachat de plus de 30%. Parallèlement, Lindahls a enrichi son offre avec deux boissons lactées protéinées, renforçant ainsi sa présence dans trois catégories de produits.



BRÉSIL

Galbani s'impose sur le marché brésilien

Suite à l'acquisition de Dairy Partners of America (DPA) en novembre 2023, Lactalis Brésil a lancé la marque Galbani au début de l'année 2024, alliant son expertise fromagère à la puissance de distribution locale. Avec des produits comme la mozzarella, la ricotta, le fromage frais, la mentega (beurre local) ou le parmesan, la marque s'est hissée dans le top 10 de plusieurs segments. Grâce à une campagne TV et digitale de grande envergure, Galbani a renforcé l'engagement et boosté ses ventes. Déjà 7^e marché mondial de Galbani, le Brésil confirme son fort potentiel.



FRANCE

Leerdammer : une stratégie gagnante pour les 50 ans de la marque

En 2024, et à l'occasion de ses 50 ans, notre marque Leerdammer a renforcé sa stratégie de développement en ciblant le segment des fromages «cuisine» qui représente aujourd'hui 38% des volumes en France. La marque a d'abord lancé son râpé «fruité et fondant» qui se distingue par son goût fruité unique et ses gros brins fondants. Puis, ce sont les sticks panés «Crousty» qui ont été introduits sur le marché, s'inscrivant ainsi dans la tendance de la *finger food*. Avec leur panure au riz soufflé et leur cœur fondant au goût caractéristique de Leerdammer, ces sticks ont rapidement conquis les consommateurs grâce à leur simplicité de préparation. Pour ses 50 ans, Leerdammer s'est offert, avec ces innovations, une place de choix dans l'univers culinaire tout en attirant une nouvelle clientèle.



NOUS DYNAMISONS LES TERRITOIRES



En tant que premier fabricant de produits laitiers au monde et acteur multilocal, nous investissons dans l'avenir de la transformation laitière et contribuons à faire vivre les territoires de 50 pays. Nos activités contribuent au dynamisme économique local et à la création de milliers d'emplois directs et indirects à travers le monde. 80% de nos équipes vivent d'ailleurs en zone rurale. Notre ancrage régional nous permet également de nous impliquer auprès des communautés locales, notamment

en temps de crise, comme cette année au Brésil, en République tchèque et en Espagne, trois pays particulièrement touchés par de violentes inondations. Enfin, nous poursuivons notre engagement dans les appellations d'origine. En préservant et pérennisant la fabrication de ces produits emblématiques, nous voulons alimenter la richesse culturelle et gastronomique des régions. Fervent défenseur de cette filière d'excellence, nous créons des débouchés et valorisons des produits comme l'Ossau-Iraty, le

Taleggio ou encore la Feta. En France, nos partenariats avec environ 3 000 agriculteurs produisant du lait AOP, mais aussi la mise en lumière de savoir-faire locaux et le développement d'activités touristiques (comme la visite de nos caves à Roquefort qui attire plus de 80 000 visiteurs par an ou encore la Cité du lait à Laval) participent au dynamisme culturel et économique des territoires ruraux.

GRÈCE

La Feta, un levier de développement pour les territoires



La Feta connaît une croissance soutenue, avec des ventes mondiales attendues en hausse de près de 6% au cours des sept prochaines années. Ce dynamisme profite directement aux territoires grecs, où la production laitière joue un rôle clé dans l'économie locale. En 2024, Lactalis a exporté 6 000 tonnes de feta (soit 6,5% de la part mondiale), promouvant ainsi la filière à l'international. Par ailleurs, nous avons renforcé notre ancrage en Grèce grâce à un investissement majeur dans une nouvelle ligne de production dans notre fromagerie de Volos, favorisant ainsi l'emploi local. Avec quatre AOP, nous contribuons au rayonnement du terroir grec sur la scène internationale.

39 AOP et IGP

Présent à travers 39 appellations dans le monde (dont 29 en France), Lactalis est le premier acteur mondial des AOP et IGP.

FRANCE

De nouveaux horaires pour dynamiser le bassin d'emploi de Vallet

Face aux enjeux de recrutement dans un bassin d'emploi très tendu, la laiterie de Vallet (Loire-Atlantique) a mis en place une initiative innovante pour offrir plus de flexibilité à ses équipes. Jusqu'alors les équipes travaillaient en semaine selon une rotation en 3x8 (matin, après-midi, nuit). Désormais, nous proposons aux collaborateurs de choisir entre différents horaires de travail, incluant le 3x8 et le 2x8. Le système 2x8, qui consiste en la

succession de deux équipes sur une période de 16h, permet de réduire la fatigue liée aux horaires de nuit et d'améliorer l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Nous répondons ainsi mieux aux attentes de nos équipes, tout en maintenant notre efficacité opérationnelle. Ce nouvel horaire a non seulement amélioré leur satisfaction, mais a également facilité le recrutement de nouveaux profils.



MEXIQUE

Solidarité alimentaire avec Esmeralda

Au Mexique, nos équipes ont noué un partenariat avec la Fondation de la Banque Alimentaire locale. Chaque mois, 25 kg de fromage de notre marque Esmeralda sont offerts pour soutenir les familles en situation de vulnérabilité. Ces dons permettent à la banque alimentaire de préparer des plats locaux, tels que les *quesadillas*, dans ses cuisines communautaires gratuites.

UKRAINE

Un rayon de soleil pour l'éducation

Depuis le début de la guerre, les équipes de Lactalis Ukraine effectuent un travail remarquable pour continuer à collecter et fabriquer des produits laitiers dans nos différents sites. Pour apporter son soutien à la population locale, Lactalis s'est engagé dans différentes initiatives, comme Energize Ukraine, soutenue par nos marques Loco Moco et Lactel. Grâce à notre contribution, trois écoles ont été équipées de centrales solaires, assurant ainsi la continuité des cours même en cas de coupures de courant.



NOUS NOUS ENGAGEONS POUR LES TALENTS



Nos 85 500 collaboratrices et collaborateurs sont au cœur de toutes nos réussites, fruit d'un effort collectif où chaque individu joue un rôle essentiel. Avec 69 % des postes promus en interne, nous valorisons les talents en leur offrant des opportunités d'évolution. La transmission des savoir-faire est une valeur ancrée dans notre ADN. En France, Lactalis a fortement développé l'alternance, avec plus de 1000 alternants et 380 stagiaires en 2024. Au niveau international, le Campus Lactalis, inauguré en 2024,

transmet la passion et le savoir-faire de l'entreprise aux apprenants, offrant des formations professionnalisantes et répondant aux enjeux de recrutement prioritaires de notre secteur. Nous nous engageons à offrir les meilleures conditions de travail à nos collaboratrices et collaborateurs, en réduisant la pénibilité et en garantissant leur sécurité. Dans une démarche d'amélioration continue, Lactalis a mis en place depuis plusieurs années un baromètre permettant de mesurer le taux d'engagement des collaborateurs.

Plus de 40 000 collaborateurs ont été interrogés à l'échelle mondiale en 2024, des sites de production aux bureaux, offrant ainsi une vision complète et précise des enjeux et attentes au cœur de notre organisation. Nous favorisons la diversité au sein de nos équipes, convaincus qu'elle fait notre force. Nous nous engageons à garantir l'équité et à créer un environnement inclusif et bienveillant, et nous formons tous nos collaborateurs aux enjeux de diversité, d'équité et d'inclusion pour poursuivre nos progrès.

COLOMBIE

La technologie industrielle au service du bien-être des collaborateurs

En Colombie, une démarche de modernisation de nos outils industriels a été engagée, en vue d'améliorer le bien-être de nos équipes et réduire les facteurs de risque pour leur santé. C'est en ce sens que nous avons acquis une nouvelle machine pour nos laiteries de Chia et Medellin, conçue pour la manipulation sécurisée de charges allant de 25 à 50 kg. Cette machine, qui utilise un système de bras articulé avec une technologie de succion, permet une manipulation ergonomique des matériaux lourds avec un effort physique minimal de la part de l'opérateur. Résultat : une réduction de la charge physique des collaborateurs, une plus grande efficacité et rapidité dans la manipulation des matériaux, ainsi qu'une minimisation des risques d'accidents du travail. Inaugurée le 17 décembre, le lancement de cette machine a été accompagné de sessions de formation pour nos équipes afin d'en garantir une utilisation sécurisée.



EUROPE DU SUD

Talent Mobility offre de nouveaux horizons à l'international



En 2024, Lactalis Europe du Sud (LES) a renforcé son programme *Talent Mobility*, développé par un groupe de travail international. Ce programme permet aux collaborateurs de se déplacer entre les pays de la zone Europe du Sud pour des missions de courte durée, jusqu'à six mois. L'objectif est de faciliter la mobilité à court terme selon les besoins de chaque pays, favorisant ainsi le transfert de connaissances et le partage des bonnes pratiques. En 2024, ce programme a été étendu à la France, l'Allemagne et la Pologne, renforçant ainsi l'interculturalité et les échanges entre différentes cultures laitières.



69 % de nos postes font l'objet de promotions internes.



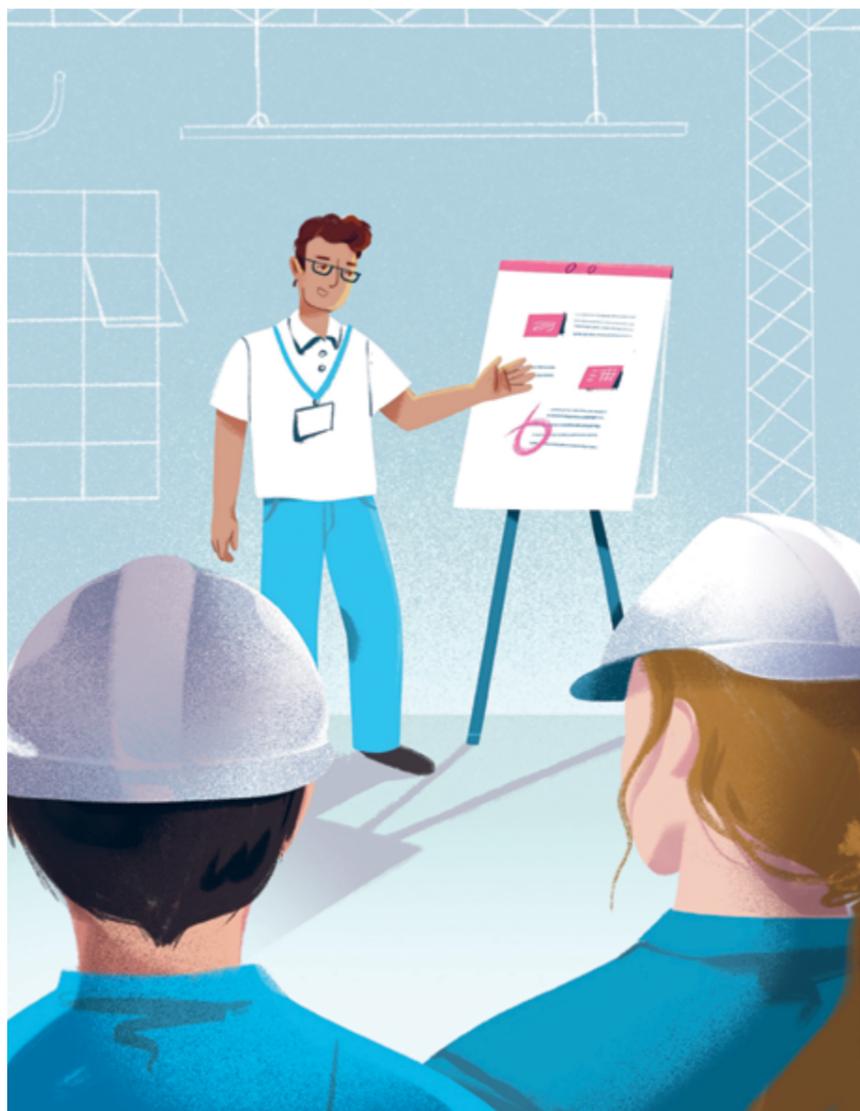
AFRIQUE DU SUD

De nouveaux programmes pour soutenir nos jeunes talents



En Afrique du Sud, en 2024, nos équipes RH ont lancé quatre programmes stratégiques à destination de stagiaires, alternants, apprentis et jeunes diplômés afin d'attirer, de fidéliser les jeunes talents et de développer leurs compétences. Les premiers résultats sont probants : au-delà du recrutement, les programmes ont permis une meilleure représentativité démographique et une amélioration de la note BBBEE (*Broad-Based Black Economic Empowerment*)¹, ainsi qu'une forte augmentation des candidatures. Grâce à ce programme, les candidatures provenant des universités ont augmenté de 179 % par rapport à l'année précédente et 100 % des jeunes diplômés ayant participé au cursus dédié ont été recrutés dans des postes permanents.

1. Le *Broad-Based Black Economic Empowerment* (BBBEE) est une initiative du gouvernement sud-africain visant à mieux répartir les richesses pour toucher plus largement la société, en réponse aux critiques du programme *Black Economic Empowerment* (BEE) de 2003, qui avait principalement enrichi une minorité parmi les groupes précédemment défavorisés.



BRÉSIL

Industrial Academy : former les leaders de demain

Pour continuer à exceller dans la transformation laitière, il est essentiel de renforcer et de transmettre certains principes qui nous ont menés au succès et qui garantiront notre durabilité. C'est dans cette optique que Lactalis Brésil a lancé l'*Industrial Academy*, un modèle de formation déployé au niveau groupe. Pendant un an, les directeurs industriels sélectionnés suivent un programme intensif de 152 heures de formation qui leur permet de mieux déployer le modèle Lactalis et ses différents outils.

CROATIE

Le projet Shadow Board, un nouveau regard sur la stratégie

Chez Lactalis, nos collaboratrices et collaborateurs sont au cœur de notre stratégie. Le projet *Shadow Board* réunit neuf jeunes talents issus de toutes les fonctions du Comité exécutif croate, à l'origine de ce projet dont l'objectif est de renforcer notre planification à long terme en intégrant les perspectives des jeunes générations.

Les membres de ce *Shadow Board* se réunissent régulièrement avec les cadres dirigeants pour discuter des initiatives stratégiques et opérationnelles clés. Ce format apporte un regard neuf sur les décisions importantes et favorise la collaboration au sein de l'entreprise. Les premiers résultats sont prometteurs : une meilleure compréhension, l'identification des défis futurs et le développement de compétences telles que le leadership, l'organisation, le travail d'équipe, la créativité et l'empathie.



CANADA

L'excellence au travail récompensée

En décembre 2024, Lactalis Canada a été primé par Mediacorp Canada Inc. comme l'un des meilleurs employeurs du Grand Toronto. Cette reconnaissance distingue l'entreprise pour ses pratiques remarquables en matière de gestion des ressources humaines. L'évaluation a porté sur des critères essentiels tels que l'environnement de travail, les avantages sociaux, le développement

professionnel et l'engagement communautaire. Lactalis Canada confirme ainsi son engagement à créer un cadre professionnel propice à l'épanouissement de ses collaborateurs. En poursuivant cette voie, nous renforçons notre rôle d'acteur clé dans le développement économique et social des communautés locales.



100%

Nous œuvrons pour former en continu 100 % de nos collaborateurs aux enjeux de diversité, d'équité et d'inclusion.

NOUS NOUS TRANSFORMONS



Chez Lactalis, nous nous inscrivons dans une démarche de progrès continu pour nous assurer que nos organisations, nos méthodes et nos outils soient toujours plus efficaces et performants. Convaincus que les produits laitiers sont un choix d'avenir, nous investissons massivement dans nos infrastructures industrielles pour accompagner leur évolution technologique. En 2024, nous avons dépassé, pour la première

fois, le milliard d'euros investis dans nos fromageries et laiteries, une augmentation de 14% *versus* 2023. Environ 20% de ces investissements sont dédiés à l'énergie et à l'environnement, afin que performance industrielle rime avec performance environnementale. Nous avons l'objectif de contribuer à l'atteinte de la neutralité carbone à l'échelle planétaire à horizon 2050 : en 2023, nous avons diminué nos émissions de 10,3% par rapport à 2019. Nous adoptons

systématiquement une approche multilocale pour répondre aux enjeux environnementaux, en identifiant des solutions adaptées aux contextes des pays dans lesquels nous opérons. Nous transformons également nos pratiques en matière de packaging. Nos équipes R&D travaillent constamment à améliorer la recyclabilité de nos packagings et à réduire l'utilisation de matériaux vierges.



ITALIE

Près de 4 millions d'euros investis dans notre fromagerie de Certosa

Lactalis Italia modernise sa fromagerie de Certosa avec l'ouverture d'une nouvelle ligne de fabrication dédiée aux tranches de fromage fondu à marque Kraft « Fettine Classiche ». Lancé en juin 2023, ce projet ambitieux représentant un investissement de près de 4 millions d'euros permet le développement de l'activité, en augmentant significativement la capacité de production. Les tranches « Fettine Classiche » de Kraft, sans conservateur ajouté, sont idéales pour garnir les toasts et les sandwiches, apportant goût et onctuosité. Lactalis s'engage ainsi à offrir des produits savoureux et de qualité, tout en répondant aux attentes en matière de durabilité et de transparence.

INDE

Une gestion plus durable des eaux industrielles à Shrirampur

Face à la raréfaction de l'eau en Inde, nos équipes locales ont mis en place un processus de recyclage des eaux industrielles afin de minimiser l'impact environnemental du site de Shrirampur. Avec une capacité de recyclage de 1100 m³ par jour, nous optimisons l'utilisation de cette ressource précieuse. Actuellement, entre 500 et 600 m³ d'eau, principalement issus des évaporateurs et des tours de refroidissement, sont recyclés chaque jour, ce qui permet de réduire les achats externes et de diminuer l'eau rejetée dans la station d'épuration. Cette eau recyclée est principalement utilisée pour la chaudière du site et les stations de lavage. Un projet qui s'inscrit dans la démarche globale de Lactalis vers une gestion plus durable des eaux industrielles.



AUSTRALIE

Bendigo développe sa production de yaourts et se renforce sur le marché des gourdes

En Australie, d'importants investissements ont été réalisés sur le site de Bendigo dans le but d'accroître ses capacités de fabrication. Cette modernisation s'est traduite par une extension de plus de 600 m², incluant l'installation d'un nouveau palettiseur, de quatre nouveaux tanks à lait, et d'un pasteurisateur. Au-delà de l'augmentation des capacités de production actuelle du site, ces investissements ont permis l'ouverture d'une nouvelle ligne fabriquant des gourdes de yaourt, en réponse à la forte demande des consommateurs australiens pour les yaourts et desserts nomades.

1 Md€
investis dans nos
fromageries et laiteries
en 2024.



CROATIE

Dukat et *Don't Waste Food*, une victoire contre le gaspillage alimentaire

En Croatie, le projet pédagogique de la marque Dukat, *Don't Waste Food*, a été récompensé par le prestigieux « Golden Grand Prix » de l'Association croate de relations publiques. Cette distinction récompense l'aboutissement d'efforts continus de Dukat depuis 2015 pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Grâce à une approche stratégique visant à minimiser les pertes et le gaspillage, diverses mesures ont été mises en place, parmi lesquelles l'optimisation continue des processus tout au long de la chaîne d'approvisionnement, la vente de produits approchant de leur date de péremption à prix réduits dans les magasins de déstockage Dukat, ainsi que le don de produits excédentaires proches de leur expiration. Lancé fin 2023, le projet *Don't Waste Food* témoigne de l'engagement fort de l'entreprise en faveur du changement des comportements et de la réduction du gaspillage.

ROUMANIE

Un projet d'automatisation pour renforcer la productivité

Notre site d'Oiejdea, le plus important de Roumanie qui fabrique lait UHT, crèmes, yaourts, kefirs et beurres, a franchi un nouveau cap en 2024 avec une production atteignant près de 200 000 tonnes. Cette réussite est le fruit d'un projet ambitieux qui s'est déroulé sur plusieurs années et qui a consisté à déployer 5 robots et 7 navettes guidées (AGV) sur 8 lignes de conditionnement, automatisant ainsi les fins de ligne et améliorant la liaison avec l'entrepôt. Avec un investissement de plusieurs millions d'euros, ce projet a permis d'améliorer la sécurité, les conditions de travail, la qualité des palettes et la productivité, consolidant ainsi la position d'Oiejdea parmi les sites les plus compétitifs d'Europe pour les produits laitiers.

BRÉSIL

Uberlândia : une station de traitement des eaux usées en pleine expansion

À Uberlândia, la station de traitement des eaux usées se modernise pour répondre à l'augmentation de la production de notre nouvelle fromagerie. Cette extension vise à augmenter la capacité de traitement des effluents, avec d'abord la construction d'un nouveau décanteur secondaire et d'un bassin d'égalisation, puis la rénovation du système d'aération en juin 2024. Les résultats sont probants : conformité totale des rejets d'effluents et une efficacité optimale du système. De plus, la consommation de produits chimiques a été réduite de 60%, un grand pas vers une gestion plus durable des eaux usées. Ces infrastructures modernisées, qui représentent un investissement total d'environ 7 millions de réels, ont contribué à une gestion des eaux usées plus durable et plus efficace sur la fromagerie d'Uberlândia.

20 %

des investissements 2024 ont été dédiés à l'énergie et à l'environnement.

ROYAUME-UNI

De nouvelles initiatives pour la réduction de plastique dans nos emballages

En 2024, Lactalis UK a intensifié ses efforts en faveur d'emballages plus durables. Du papier recyclable a notamment été introduit pour l'emballage des fromages à pâte molle Somerset, fabriqués dans notre fromagerie de Lubborn. Les tranches de cheddar Galloway sont désormais recouvertes d'un film recyclable contenant 30 % de matières recyclées. Les équipes ont également réussi à réduire de 40 % les emballages plastiques de nos blocs de cheddar Seriously.



ESPAGNE

La décarbonation en marche : plus de 65 000 m² de panneaux solaires

En Espagne, nous avons franchi une étape significative dans le processus de décarbonation de nos activités. Grâce à un accord signé avec Engie, 50 % de l'électricité fournie à notre entreprise provient désormais de sources renouvelables. Nous avons également augmenté notre part d'énergie propre en installant des panneaux photovoltaïques sur plusieurs de nos sites. Le projet le plus conséquent a concerné la laiterie de Grenade, où plus de 40 500 m² de panneaux solaires ont été installés, pour une puissance totale de près de 9 mégawatts. Au total, ce sont plus de 65 000 m² de panneaux solaires qui ont été déployés cette année dans nos laiteries et fromageries espagnoles.



ÉTATS-UNIS

Une nouvelle ligne de fromage de type feta à Tulare

Cette année, Lactalis USA a lancé une nouvelle ligne de production de fromage de type feta dans notre fromagerie de Tulare, en Californie. Grâce à cet investissement stratégique, notre fabrication locale annuelle fera plus que doubler d'ici trois ans. Dès 2024, la nouvelle ligne a permis d'augmenter notre production de 3 000 tonnes supplémentaires, répondant ainsi à la demande croissante du marché américain. Un investissement clé pour notre croissance continue sur le continent.



- 10,3 %

En 2023, nous avons diminué nos émissions de 10,3 % par rapport à 2019.

NOUS SOUTENONS NOS PARTENAIRES



Fournisseurs, producteurs, distributeurs, nous sommes tous des contributeurs essentiels à la qualité et l'accessibilité de l'alimentation mondiale. Chez Lactalis, nous sommes donc pleinement engagés à accompagner nos partenaires en construisant des relations durables, basées sur la confiance et le développement mutuel de nos activités. Nous facilitons la transition vers des pratiques agricoles plus durables en apportant à nos producteurs un soutien technique et financier. Partout dans le monde, nous mettons en place des

solutions adaptées aux contextes locaux : modèles d'incitation en Europe, collecte facilitée dans les zones reculées du Brésil ou d'Espagne et financement de projets environnementaux. Nous accompagnons aussi les nouvelles générations de producteurs avec des subventions et des aides à l'installation, aux États-Unis, au Royaume-Uni et en France, entre autres. Avec nos distributeurs, nous développons des modèles innovants pour accroître l'attractivité des produits laitiers. Au Brésil, notre nouveau

programme *Loja Modelo* permet par exemple d'optimiser la mise en rayon en magasin et de réduire les ruptures de stock. Cette solution locale, intégrée à des plans de développement communs, renforce la performance et agit positivement sur la satisfaction des consommateurs. Forts de nos collaborations construites au fil de notre histoire, et dans le respect des ambitions de chacun, nous nous attachons à pérenniser une filière laitière plus performante et durable, au bénéfice de tous.



TURQUIE

Changer la collecte avec Milk tainer

Cette année, l'équipe turque en charge de collecter le lait cru a lancé le projet *Milk tainer* pour améliorer la collecte dans le pays, où la géographie rend difficile l'utilisation de remorques standard. *Milk tainer* améliore l'efficacité de la collecte avec des remorques de taille réduite, ce qui contribue également à baisser les émissions de carbone. La capacité de transport est passée de 24 400 litres à 27 500 litres, permettant ainsi d'éviter un trajet sur neuf, soit une réduction des émissions de carbone de 293 tonnes par an. Ce projet offre à nos producteurs partenaires, y compris ceux basés dans des zones difficiles d'accès, une solution de collecte plus flexible et efficace, soutenant leur activité agricole et améliorant leur rentabilité.

MONDE

Renouvellement de notre partenariat avec MANE



Sélectionnée dans le cadre de notre politique d'achat stratégique parmi de nombreux fournisseurs, l'entreprise MANE fait partie de nos partenaires clés, avec lesquels nous nous engageons sur le long terme. En 2024, nous avons renforcé notre collaboration avec cette entreprise familiale et indépendante située au Bar-sur-Loup près de Grasse, et leader français du secteur des arômes et parfums. Cette relation de confiance, consolidée cette année aux États-Unis, illustre notre exigence en matière de qualité. Partenaire de Lactalis à l'échelle mondiale depuis plus de vingt ans, MANE dispose de 31 sites de production et 52 centres R&D et nous accompagne en Europe, aux États-Unis, en Afrique du Sud et en Amérique du Sud. Grâce à son expertise en arômes, MANE contribue à sublimer les saveurs de nos produits et participe à leur excellence.

CROATIE

Dukat lance la Milk Academy pour relancer la production laitière en Croatie

La production laitière croate diminue depuis 2009, couvrant seulement 40 % des besoins nationaux, ce qui la place au dernier rang des pays de l'Union européenne en termes d'autosuffisance laitière. Pour améliorer cette situation, notre marque Dukat a lancé en mai 2024 la *Milk Academy*, un programme rassemblant acteurs privés, experts externes, et institutions académiques. Cette académie propose des conférences et des formations pratiques, délivrées dans des fermes des pays voisins, sur l'alimentation des vaches laitières, les technologies de traite, la production du fourrage, le bien-être animal, etc. Tous les techniciens laitiers de Dukat y participent. Les premiers résultats montrent déjà une augmentation de la production et une amélioration des résultats financiers des exploitations participantes.

BRÉSIL

Avec Lactaleite, la croissance au rendez-vous



Au Brésil, *Lactaleite*, un projet d'assistance technique et de gestion pour 900 producteurs, a été lancé en 2021. Son objectif principal est d'augmenter la rentabilité des agriculteurs tout en renforçant leur fidélité. *Lactaleite* doit permettre d'accroître la production laitière de 15 % par an. En 2024, le projet a d'ores et déjà permis une augmentation significative de 22 millions de litres et les fermes participantes ont connu une croissance cinq fois supérieure à celle des fermes non participantes. Concrètement, des consultants externes et des techniciens de Lactalis collaborent pour analyser les indicateurs économiques et offrir des conseils aux producteurs lors de visites mensuelles. Ils utilisent ensuite l'application *Lactaleite* pour consolider et surveiller efficacement les indicateurs clés, techniques et financiers, de l'exploitation.

NOUS NOUS OUVRONS À TOUS



Nourrir l'avenir, c'est aussi nous ouvrir à tous. Nous voulons construire le futur de notre secteur en étant à l'écoute de l'ensemble des acteurs qui le constituent. C'est pourquoi nous nous engageons à maintenir un dialogue avec toutes nos parties prenantes, de nos consommateurs et de nos clients, mais aussi des milieux éducatifs et de formation professionnelle, des associations locales et des institutions publiques. À titre d'exemple, depuis

plusieurs années et grâce à une collaboration étroite avec d'autres partenaires industriels, Lactalis a contribué à la mise en place dans plusieurs pays européens d'une chaîne de recyclage à boucle fermée pour le polystyrène (utilisé principalement pour les pots de yaourt) afin qu'il puisse être recyclé en polystyrène neuf. Nous avons également mis en place des chaires universitaires, comme avec Institut Agro Rennes-Angers, pour développer la recherche sur la

performance industrielle appliquée à l'industrie laitière. Nous croyons enfin que la diversité et l'inclusion sont des piliers essentiels pour un avenir prospère. En soutenant activement les communautés et en favorisant un environnement inclusif, nous nous engageons à créer des opportunités pour toutes et tous.

BOSNIE HERZÉGOVINE

Avec SOS Villages d'Enfants, offrir de l'espoir aux jeunes générations

Depuis le début de l'année 2024, Lactalis Bosnie Herzégovine s'engage auprès de SOS Villages d'Enfants et organise des activités éducatives, créatives et sportives à destination des enfants orphelins. En novembre, les enfants ont eu la surprise de rencontrer l'ambassadrice de ce programme, Lana Pudar, nageuse olympique spécialiste du papillon. Sa présence et son soutien ont fortement inspiré les enfants. C'est pour l'ensemble des collaborateurs locaux une grande fierté de voir que l'engagement de Lactalis Bosnie Herzégovine contribue à offrir un meilleur avenir aux enfants défavorisés.

ESPAGNE

S'ouvrir aux étudiants pour stimuler l'innovation



Lactalis España, en partenariat avec l'Université de Grenade, a organisé le *Innovation Hackathon*. Au total, 240 étudiants, principalement en gestion des entreprises, ont développé 73 projets : tous devaient inclure une proposition de marque, le consommateur cible, la recette, le positionnement du produit, le budget, la distribution, la communication et les compétences internes à mobiliser. Ce dialogue avec les jeunes talents illustre notre engagement pour l'innovation collaborative.

ITALIE

Lactalis Italia et Insuperabili unissent leurs forces

2024 a marqué le début du programme *DISrACTIVE* en partenariat avec Insuperabili, un club sportif fondé par l'ancien footballeur de la Juventus, Giorgio Chiellini. Insuperabili n'est pas seulement un club de football, mais un environnement inclusif où les activités sportives, alliant plaisir et santé, contribuent à des améliorations significatives de la santé psychophysique et de la qualité de vie des athlètes, tout en favorisant leur développement sportif et professionnel. Lactalis Italia soutiendra plusieurs initiatives avec Insuperabili, en commençant par le financement de bourses pour 50 athlètes sur une saison sportive complète de 10 mois. Ces bourses couvriront les interventions de professionnels et d'entraîneurs ayant une formation multidisciplinaire dans les domaines de la psychologie et du sport, ainsi que les frais de vêtements et de déplacement pour les matches.



COLOMBIE

Nos équipes se mobilisent pour les enfants de Bogotá

Nos équipes colombiennes ont organisé une collecte de jouets et de vêtements au profit d'enfants défavorisés de la communauté de Ciudad Bolívar à Bogota. Cette journée, empreinte de sourires et de solidarité, a permis de renforcer nos liens avec la communauté locale. En parallèle, nos boissons lactées Like Parmalat ont été distribuées à plus de 300 enfants.



Crédits photos : Manuel Braun, Sylvain Malmouche,
Alexis Scholtz, Katsiaryna, Donson (Adobe Stock),
Catherine Falls Commercial (Getty Images).
Illustrations : Marina Astudillo
Conception et réalisation : Abmo
Rédaction : Direction de la communication Lactalis
Imprimé sur un papier 100 % recyclé, issu de forêts
gérées durablement.



Nourrir l'avenir

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

