

Rapport annuel **2013**

Activité et Développement durable



SOMMAIRE

ENGAGÉS !

1

Message de la direction générale

2

Apporter, partout dans le monde,
le meilleur du fromage et du lait

4

L'engagement, vecteur de notre culture
humaniste et entrepreneuriale

6

Temps forts 2013

8

NOS MARCHÉS ENGAGÉS POUR SATISFAIRE LA DIVERSITÉ

11

Produits fromagers

12

Autres produits laitiers

18

NOS POLITIQUES D'ENTREPRISE : ENGAGÉS POUR UNE PERFORMANCE RESPONSABLE

25

Satisfaire et fidéliser nos consommateurs
et nos partenaires commerciaux

26

Un élevage durable,
des achats responsables

30

Un environnement mieux préservé

34

Réussir avec nos collaborateurs,
solidairement

38

GOVERNANCE ET RÉSULTATS

42

Le gouvernement d'entreprise

43

Les chiffres clés

44

L'action Bongrain SA

46

Activité, résultats et situation financière

47

RSE : enjeux, réponses et voies de progrès

50

Informations environnementales
et sociales

52

Contrôle interne et gestion des risques

66

Compte de résultat consolidé

68

Bilan consolidé

69

Flux de trésorerie consolidés

70

Organigramme juridique consolidé

71

Tables de correspondance GRI

72

Index thématique

III^e



« Pour ce qui est de l'avenir, il ne s'agit pas
de le prévoir, mais de le rendre possible. »
Saint-Exupéry

Engagés !

Innover pour bien nourrir l'homme, privilégier la qualité et respecter la nature, faire progresser ensemble notre développement et celui de nos collaborateurs, investir pour assurer la croissance et la pérennité du Groupe, contribuer au bien commun : ces engagements fondent la stratégie responsable et durable que Bongrain SA met en œuvre depuis sa création.

**N°1 MONDIAL
DES SPÉCIALITÉS**

**4,2 MILLIARDS
DE LITRES DE LAIT
TRANSFORMÉS**

**19 301
COLLABORATEURS
DANS 29 PAYS**

**DES PRODUITS VENDUS
DANS 120 PAYS**

**CHIFFRE D'AFFAIRES 2013
4,408 MILLIARDS
D'EUROS**

**BONGRAIN SA
FROMAGES, CRÈMES, BEURRES, INGRÉDIENTS :
LE MEILLEUR DU FROMAGE ET DU LAIT**

Bongrain SA est l'un des principaux transformateurs de lait mondiaux, le 2^e groupe fromager français et le 5^e mondial.

Centré sur les spécialités fromagères et laitières et sur les ingrédients laitiers à valeur ajoutée, le Groupe produit et commercialise des produits de qualité supérieure, adaptés aux modes de consommation modernes et cautionnés par des marques fortes.

Son développement s'appuie sur une connaissance approfondie des goûts et des usages alimentaires locaux, un savoir-faire fromager d'une grande richesse et une recherche de pointe sur les constituants du lait.

Bongrain SA est un groupe familial indépendant, coté sur Euronext Paris.



*Signataire du Pacte
Mondial de l'ONU,
le Groupe s'engage
à respecter les dix
principes universels
relatifs aux droits de
l'homme, au travail,
à l'environnement
et à la lutte contre
la corruption. Il en
rend compte chaque
année dans sa
Communication sur
le Progrès.*

Le message de la direction générale

L'année 2013 a été marquée par de très fortes hausses des coûts des matières premières, par une grande volatilité monétaire, et par des évolutions économiques contrastées dans le monde.

Dans ce contexte exigeant, notre Groupe a poursuivi le développement de ses activités avec la croissance de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel courant. Le résultat net est en baisse, en raison principalement d'une charge d'impôts accrue.

L'activité Produits Fromagers a enregistré de bons développements et nous avons conforté nos parts de marché grâce à la force de nos marques stratégiques et de notre dynamisme commercial. Dans un monde en crise, les grandes marques sont une indispensable réassurance de qualité pour les consommateurs. Le fromage représente par excellence un plaisir sain, naturel et convivial qui se décline sous toutes les formes et en toutes occasions. L'année a toutefois été marquée en France par la pression exercée sur les marges en raison de la difficulté de répercuter, en temps voulu et au niveau nécessaire, la forte inflation des prix du lait. Pour l'année 2013, le prix du lait payé aux producteurs a augmenté de 9 % et atteint un niveau historique.

L'activité Autres Produits Laitiers a connu une bonne année avec une demande mondiale soutenue et des cotations élevées. La demande globale a permis une bonne valorisation des ingrédients laitiers, en particulier dans le domaine du lactosérum. Nos grandes marques de beurre, de crèmes et de sauces ont continué leur développement.

Nous avons poursuivi nos efforts d'investissements pour préparer l'avenir, ayant élargi depuis plusieurs années le champ de nos activités sur plusieurs fronts. C'est le cas au Brésil où nous accompagnons le développement du marché, et dans le domaine des ingrédients à base protéique, où nous avons investi fortement pour augmenter la valeur ajoutée de notre portefeuille produits.

En France, au 1^{er} octobre 2013, nous avons conclu une alliance avec Terra Lacta, l'un des opérateurs majeurs du secteur des fromages de chèvre avec une part importante de la filière laitière caprine, au cœur d'une région historiquement productrice de l'Appellation d'Origine Protégée Charentes-Poitou. Ce partenariat avec Terra Lacta va nous permettre de nous développer sur des marchés porteurs, en France et à l'international et de renforcer nos capacités dans le domaine des ingrédients laitiers comme dans celui des métiers du beurre et de la crème.

ROBERT BRZUSZAK

Vice-Président Directeur
Général Délégué

59 ans.

Directeur Général de
la Compagnie Laitière
Européenne.

FRANÇOIS WOLFOVSKI

Directeur Général Délégué

55 ans.

Directeur Financier.

JEAN-PAUL TORRIS

Vice-Président Directeur
Général Délégué

61 ans.

Directeur des activités
fromagères.

En fin d'année 2013, nous avons acheté la société Sodilac qui est active dans le secteur du lait infantile. Cette unité rejoint nos activités d'ingrédients destinés à la fabrication de ces aliments infantiles.

Ces actions, et les résultats obtenus en 2013 nous confortent dans notre volonté de poursuivre le développement du Groupe selon les grandes lignes stratégiques que nous nous sommes fixées :

- continuer à miser sur la diversité et sur la différenciation : diversité de notre offre, de nos activités et de nos marchés, différenciation par la qualité, l'innovation et l'adaptation permanente de nos portefeuilles de produits sur chacun de ces marchés,
- nous appuyer sur la force de nos grandes marques pour que celles-ci soient des valeurs sûres, de véritables marques de confiance pour les consommateurs,
- poursuivre avec détermination nos projets de croissance à l'international,
- continuer à investir pour renforcer la compétitivité industrielle,
- amplifier les avancées dans le domaine du développement durable.

L'année 2014 ne sera pas exempte de défis.

En France, la situation de guerre des prix dans la grande distribution rend toujours difficile la répercussion de la hausse de nos matières premières dans les tarifs. Les marques, représentant pour tous les acteurs de la filière une promesse de valorisation importante, il sera plus que jamais souhaitable que toutes les parties concernées prennent la mesure des enjeux et des responsabilités correspondantes.

En Europe, l'environnement économique reste morose, même si une légère amélioration peut être attendue. La situation de plusieurs pays demandera une vigilance accrue.

Dans ce contexte, prenant appui sur une vision stratégique claire pour le long terme et sur un actionnariat familial stable, nous continuerons nos efforts sur la voie d'une croissance rentable, seule garante de la pérennité de l'entreprise, avec le concours, à tous les niveaux et dans toutes nos filiales, d'équipes compétentes et motivées.

Apporter, partout dans le monde, le meilleur du fromage et du lait



Dans chacun des pays où le groupe est présent, nous nous engageons à proposer aux consommateurs des produits conçus pour eux, cautionnés par des marques premium qui ont leur confiance et qui appartiennent souvent au patrimoine de leur pays. Notre approche locale et notre proximité avec nos clients distributeurs, professionnels des métiers de bouche et industriels, nourrissent notre dynamique internationale.

GRANDE CONSOMMATION

Spécialiste des fromages de marque et n° 1 mondial des spécialités fromagères, notre portefeuille couvre toutes les familles de fromages, tous les formats, tous les usages et toutes les attentes en termes de plaisir, de variété, de facilité d'utilisation, de bien-être et de santé.

Nous produisons et commercialisons aussi des beurres, des crèmes, des sauces, des desserts et des préparations pour desserts à base de lait.

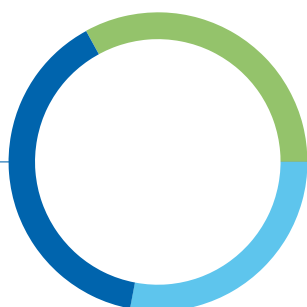
FOOD SERVICE ET INDUSTRIE

Nous formulons des produits et des ingrédients qui facilitent le travail des professionnels des métiers de bouche et de la restauration commerciale.

Spécialistes des ingrédients nutritionnels et fonctionnels issus du lait, nous développons une recherche de pointe et des technologies avancées pour satisfaire les exigences spécifiques des industriels de l'alimentaire, de la diététique et de la santé.

19 301 personnes

EFFECTIFS 2013



39%

France

28%

Autres régions du monde

33%

Autres pays d'Europe

Amérique du Nord

1^{er} IMPORTATEUR ET DISTRIBUTEUR DE FINE CHEESES

Producteur de spécialités américaines

Amérique du Sud

N°1 DES FROMAGES FONDUS AU BRÉSIL

Producteur en Argentine et en Uruguay, importateur au Chili.



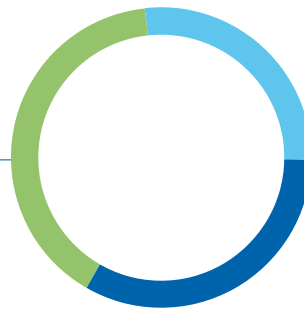
Chavrie



4 408 M€

CHIFFRE D'AFFAIRES 2013

par zones géographiques



27,5 %

Autres pays du monde

40 %

Autres pays d'Europe

32,5 %

France



L'engagement : moteur de notre culture humaniste et entrepreneuriale



Notre Groupe est constitué d'entreprises à taille humaine, le plus souvent situées au cœur de leur bassin laitier, unies par une culture humaniste, familiale et entrepreneuriale. Il s'appuie sur un management décentralisé. Les filiales opérationnelles sont le moteur de son développement. Des organisations communes assurent la mobilisation des synergies administratives, industrielles et commerciales, la performance des systèmes d'information, le partage de l'innovation et des meilleures pratiques, la sélection des projets, l'optimisation du portefeuille de marques et de produits.

La démarche partagée de management par la qualité totale vise la satisfaction des clients et de toutes les parties prenantes du Groupe. Développement économique et social, respect des personnes, préservation des ressources naturelles : Bongrain s'engage avec ses collaborateurs pour une performance équilibrée et inscrit ses décisions dans une perspective de long terme.

Les principes d'action et les règles de conduite du Groupe sont inscrits dans la Charte éthique « Le Groupe et sa culture ». Disponible en 19 langues, elle est remise à chaque collaborateur.

NOS VALEURS

La tolérance : accepter et comprendre les autres.

Le courage : exercer ses responsabilités jusqu'au bout et reconnaître ses erreurs.

L'honnêteté : de respecter la vérité sans la masquer.

La loyauté : envers le Groupe qui, lui-même, soutient ses collaborateurs.

NOS FINALITÉS

Innover : constamment afin d'élaborer et de commercialiser des produits et des services de très haute qualité répondant parfaitement aux attentes des consommateurs.

Favoriser : l'épanouissement professionnel et social des femmes et des hommes qui travaillent dans et pour le Groupe.

Sécuriser : et faire fructifier les capitaux engagés dans le Groupe en préservant son indépendance et son autonomie décisionnelle.

Participer : au développement économique et social des pays qui accueillent le Groupe et servir le bien commun.

NOS PRINCIPES D'ACTION

La subsidiarité : ne pas faire à l'échelon supérieur ce que les unités qui lui sont rattachées peuvent valablement faire.

La collégialité : partager les informations et élaborer les décisions de façon participative pour s'entourer des meilleurs avis.

L'autonomie : exercer pleinement ses responsabilités dans le cadre d'une délégation claire et précise.

NOS ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Différencier par la qualité : et rechercher la supériorité des produits en s'assurant que leur avantage est clairement perçu et apprécié par les consommateurs et les clients professionnels.

Renforcer l'efficacité : dans tous les domaines par la généralisation des meilleures pratiques, la standardisation des processus, la mutualisation des ressources et la consolidation des achats.

Favoriser l'engagement : individuel et collectif en reconnaissant la contribution personnelle et celle des équipes et en permettant à chacun de développer tout son potentiel.



Temps forts 2013

FÉVRIER

TOP EMPLOYEUR EUROPE 2013



Top Employeur France pour la cinquième année consécutive et Top Employeur Espagne pour la quatrième année, Bongrain franchit une nouvelle étape dans la reconnaissance de la qualité de sa politique de ressources humaines en obtenant le label Top Employeur Europe 2013. Il associe à la France et à l'Espagne, l'Allemagne, le Benelux et la Pologne.

MARS

DANS LE TOP 15 DE LA RELATION CLIENT



Avec une note de plus de 16/20, Bongrain figure à la 14^e place des 200 entreprises françaises étudiées pour le Palmarès 2013 de la relation client du Human Consulting Group⁽¹⁾ et au 1^{er} rang des entreprises agroalimentaires de produits frais.

AVRIL

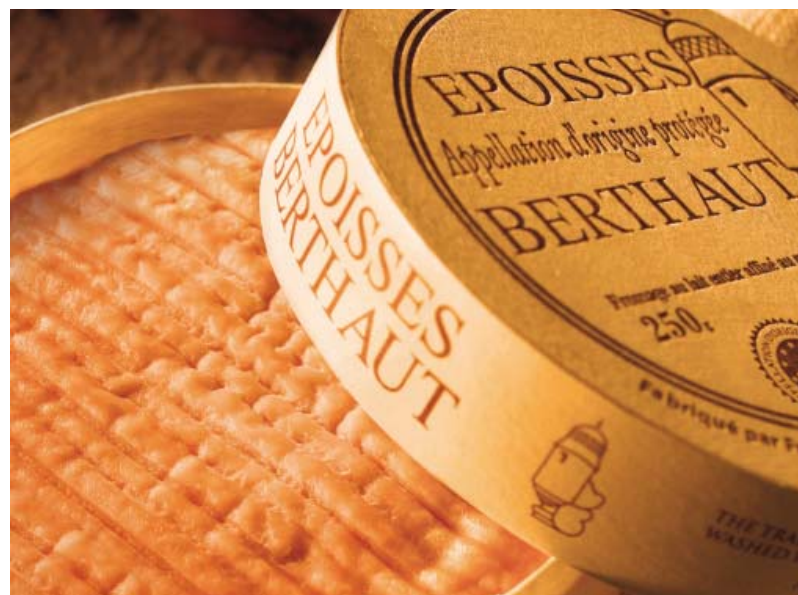
PREMIÈRE SEMAINE MONDIALE DE LA SÉCURITÉ

Pour la première fois, le Groupe a mobilisé, durant une semaine, toutes ses filiales et entités dans 19 pays sur les thèmes de la sécurité et la santé au travail. Cet événement souligne son engagement pour la sécurité et le bien-être des collaborateurs. Il sera reconduit en 2014.



INTÉGRATION DE LA FROMAGERIE BERTHAUT

Installée dans le village d'Époisses en Bourgogne, la fromagerie Berthaut est n° 1 de l'Époisses AOP. Elle vient enrichir le portefeuille de fromages de terroir qui compte notamment le maroilles Fauquet, un autre fromage de lait de vache à pâte molle et croûte lavée, lui aussi n° 1 de son AOP, et Etorki, n° 1 des fromages basques en grande distribution.



(1) Sur la base de tests mystères portant sur l'accueil téléphonique, le courrier, les e-mails, internet, Facebook et Twitter.

JUIN

1^{RE} FORCE DE VENTE POUR LES FROMAGES

Pour la troisième année consécutive, l'Alliance Fromagère est reconnue comme la 1^{re} force de vente pour les fromages en France et la 2^e pour la catégorie des produits laitiers sur les 13 entreprises évaluées par Advantage Group, dont le classement fait référence. Cette étude évalue 22 critères auprès des différents interlocuteurs dans les points de vente, du directeur de magasin au chef de rayon.

OCTOBRE

PARTENARIAT AVEC TERRA LACTA

Bongrain SA a conclu un partenariat avec la coopérative Terra Lacta qui collecte et transforme le quart du lait de chèvre en France ainsi que du lait de vache en Poitou-Charentes et en Vendée.

- La production et la commercialisation de fromages au lait de chèvre et de spécialités au lait de vache de Terra Lacta sont confiées aux Fromageries Lescure, une co-entreprise avec trois usines à Saint-Michel-en-l'Herm, Saint-Loup-sur-Thouet et Caussade. Les principales marques sont Saint-Loup, le Platane, Chavroux et le Mottin Charentais.

- La production et la commercialisation de beurres (dont le beurre AOP Charentes-Poitou), crèmes, fromages au lait de vache et ingrédients laitiers sont apportées à la CLE dont Terra Lacta devient actionnaire. La CLE intègre quatre usines : Saint-Anne-de-Claix, Surgères, Champdeniers (photo ci-dessous) et Saint-Saviol.



Cet accord permet de mobiliser des synergies marketing, commerciales et industrielles, de pérenniser l'activité de transformation laitière locale et de sécuriser les débouchés des 2 000 producteurs de la coopérative Terra Lacta, avec laquelle des contrats d'approvisionnement de longue durée sont signés.

DÉCEMBRE

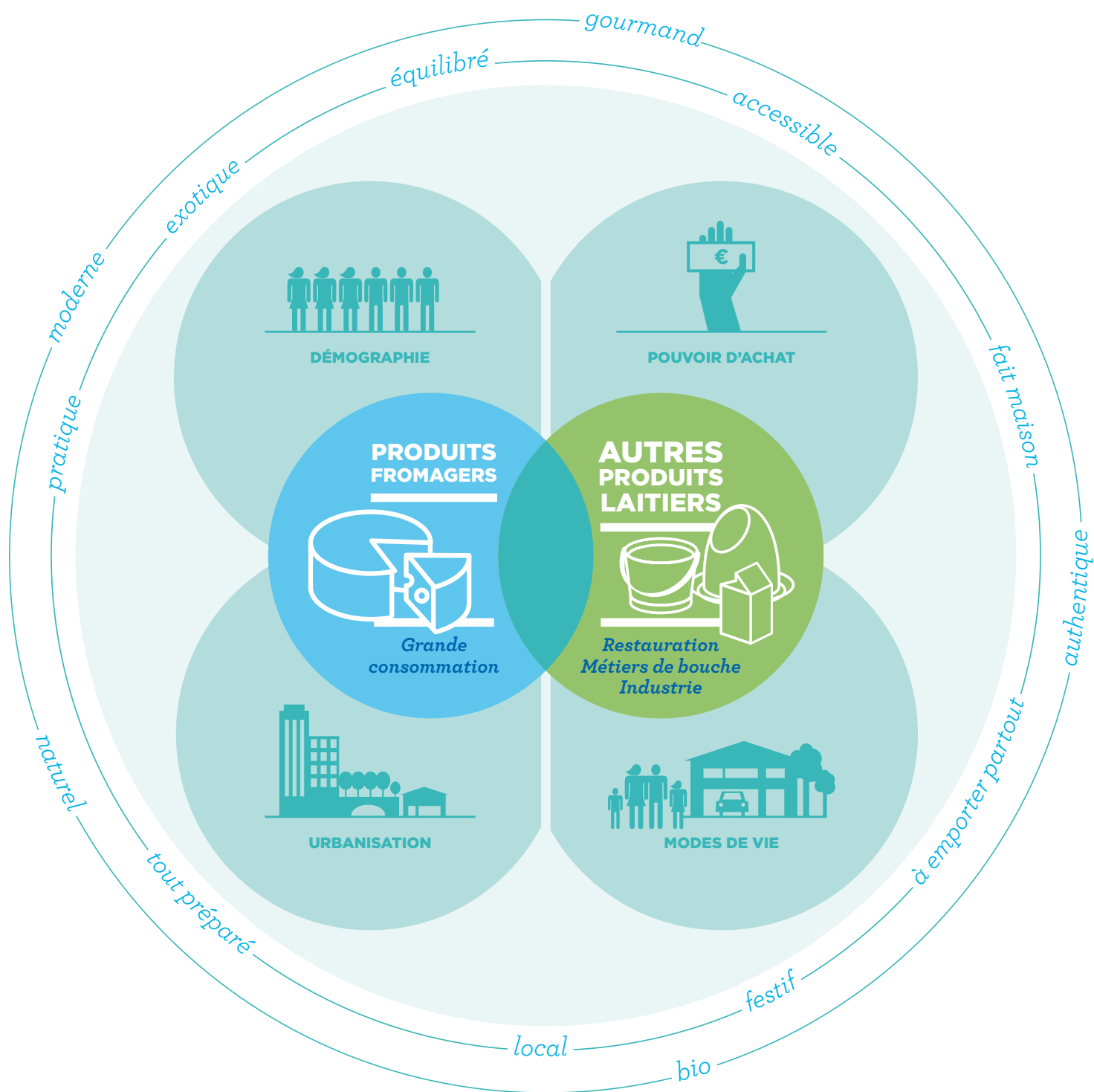
ACQUISITION DE SODILAC

La société Sodilac est présente en France sur le marché des laits infantiles commercialisés sous la marque Modilac. Avec sa filiale Armor Protéines, le Groupe est déjà présent dans la production d'ingrédients destinés à la formulation de laits spécifiques.





Engagés pour satisfaire la diversité



Le désir de variété, la diversité des goûts et des modes de consommation sont les caractéristiques majeures de la demande des consommateurs de fromages et de produits laitiers. À l'écoute de leurs envies, attentif à l'évolution des usages et des modes de vie, Bongrain ne cesse de réinventer le fromage et le fait dans chaque pays pour satisfaire les consommateurs dans toute leur diversité.

Produits fromagers Europe

Bongrain détient d'importantes positions sur tous les segments qu'il a choisi de servir. Il dispose de fromageries dans dix pays d'Europe et de filiales de commercialisation sur les principaux marchés. Dans un contexte économique difficile, le fromage fait figure d'arme anticrise grâce à sa dimension de plaisir, son accessibilité et ses multiples usages.

FRANCE : UN PORTEFEUILLE DE MARQUES LEADERS

Le Groupe développe un portefeuille unique de fromages de marques leaders dans toutes les familles et pour tous les usages : pâtes molles avec Caprice des Dieux, Cœur de Lion, Le Rustique, Saint Albray, fromages bleus avec Saint Agur et Bresse Bleu, fromages frais avec St-Morêt, Tartare, Carré Frais, Chavroux, bouchées apéritives avec Apérivrais, fromages à raclette avec RichesMonts...

Cette gamme s'est encore enrichie, en 2013, en fromages de chèvre, spécialités au lait de vache et fromages de Hollande.

Les ventes des produits de marques ont progressé en volume avec des évolutions contrastées selon les produits. Mais les marges ont été fortement impactées par la guerre des prix entre enseignes et une revalorisation insuffisante au regard de la hausse du prix du lait.

« FIER DES FROMAGES DE CHEZ NOUS »

Succès confirmé pour cette animation nationale de l'ensemble des marques à la coupe.



BIEN RECEVOIR CHEZ SOI

Belles performances pour Saint Albray en plateau, tartine et cuisine, pour la raclette RichesMonts – au menu des grandes tablées d'hiver en plusieurs aromatisations – et pour Apérivrais animé en toute saison par des éditions limitées.

C'EST L'ANNÉE DES PORTIONS

Saint Albray et Saint Agur se mettent en 6, Le Rustique en 8 et Tartare en 16 avec son format familial.

MÉDAILLES DU CONCOURS GÉNÉRAL AGRICOLE 2014

3 MÉDAILLES D'OR

Soumantrain Berthaut, Maroilles Fauquet AOP Mignon, La Raclette RichesMonts en meule de 6,3 kg

4 MÉDAILLES D'ARGENT

Chaumes coupe, Le Paillé, Époisses Berthaut, Esquirou AOC Ossau Iraty.

3 MÉDAILLES DE BRONZE

Brique Vieux Pané, Saint Agur coupe, O'Bouchon.

LES MÉDAILLÉS DU SALON DE L'ALIMENTATION EN RUSSIE, PRODEXO

4 MÉDAILLES D'OR

Fol Epi DUO 140 g, Chavroux 150 g, Saint Agur 125 g, Milkana Islos aux herbes.

4 MÉDAILLES DE BRONZE

Milkana Kidz Milky Snack fraise, Milkana Kidz Milky Snack vanilla, Camembert Milkana Le Crémier 200 g, Milkana Montaver Light 150 g.



Wait until you taste it.



Sinfully
Delicious
Blue



Born of the Auvergne



AUTRES PAYS D'EUROPE : SITUATION CONTRASTÉE

- Les ventes en volumes sont en retrait en Espagne, toujours en crise, et en légère croissance dans les autres pays d'Europe de l'Ouest, avec des évolutions positives pour Passendale en Belgique, Tartare en Suisse et Camoscio d'Oro en Italie.
- Dans les pays d'Europe centrale et orientale, les ventes en volumes progressent globalement, mais plusieurs marques ont souffert de la pression des produits à marques de distributeurs dans un contexte peu favorable à la croissance de la consommation, en particulier en République tchèque, en Slovaquie et en Serbie.
- En Russie, le Groupe a lancé de nouvelles spécialités à pâtes molles. Les importations restent toutefois très tributaires des relations diplomatiques qui peuvent conduire à des fermetures de frontières peu prévisibles.

LA CONSOMMATION DE FROMAGE

En kg par personne et par an et population en millions

France (66)	26,2
Allemagne (80)	24,3
Italie (61)	20,9
Suisse (8)	21,1
Pays-Bas (17)	19,4
République tchèque (11)	16,6
Belgique (11)	15,3
Pologne (39)	11,4
Hongrie (10)	11,5
Royaume-Uni (63)	11,2
Slovaquie (5)	10,1
Espagne (46)	9,3
Russie (143)	6,6
Ukraine (46)	4,2

Sources: IDF données 2012 et Cniel

ALLEMAGNE : N° 1 DES FROMAGES DE MARQUE

Le Groupe a poursuivi une croissance robuste sur le premier marché fromager d'Europe. Dans son portefeuille figurent les premières marques de fromage d'Allemagne:

- Gèramont, Saint Albray et Fol Epi, trois marques françaises produites en France pour les consommateurs allemands;
- Bresso, Milkana, n° 1 des fondus tartinables en fort développement, et Brunch – qui a bénéficié d'un relancement réussi – trois marques allemandes produites en Allemagne.

CROISSANCE soutenue en Allemagne pour Le Rustique en tranches fines très typées.

SAINT ALBRAY récompensé en Allemagne par l'argent et le bronze des Produits de l'année.

EN ITALIE

Camosciare: un nouveau verbe synonyme de plaisir.



ENGAGÉS POUR SATISFAIRE LES GOÛTS DES CONSOMMATEURS ALLEMANDS

En 2013, la marque de fromage préférée des Allemands a fêté 40 ans de succès sur le thème du pique-nique à la française. Produite en France, la marque bénéficie de l'image de la gastronomie française. Tranches, crèmes, snack, mini... Gèramont a donné naissance à une nombreuse famille avec de multiples déclinaisons de saveurs, de consistances et d'aromatisations pour accompagner toutes les occasions de consommation. Leurs points communs: une qualité constante au niveau le plus élevé et une grande proximité avec les consommateurs. Gèramont compte 250 000 amis sur Facebook, sollicités pour choisir la nouvelle recette d'été.

En 2013, l'or des Produits de l'année a, de nouveau, récompensé Gèramont Sündhaft Cremig.



Čistá chuť přírody

Produits fromagers International

Le Groupe produit des fromages adaptés aux goûts et aux usages alimentaires locaux aux États-Unis, en Amérique du Sud et en Asie. Il commercialise dans le monde entier des fromages produits par ses entreprises ou sélectionnés chez des partenaires.

UNE OFFRE PREMIUM AUX ÉTATS-UNIS

Les unités de production sont dédiées aux *cream cheeses* et spécialités fromagères commercialisées sous les marques Alouette, Ile-de-France et Chavrie. Le Groupe est aussi l'un des premiers importateurs de fromages haut de gamme destinés aux circuits sélectifs tels que Saint Agur et Saint André. Les ventes sont impactées par un contexte très concurrentiel.

LES FROMAGES PRÉFÉRÉS DES BRÉSILIENS

Au Brésil, le Groupe poursuit sa croissance avec un portefeuille pour tous les consommateurs et pour toutes les occasions : fromages frais, tartinables, fromages à cuisiner et spécialités.

Après avoir développé la notoriété de Polenghi en portion, devenue la marque de référence de la famille, la classe moyenne et les jeunes font le succès de Polenguinho : deux portions de fromage dans un étui à emporter partout, disponibles en neuf aromatisations.

LA CONSOMMATION DE FROMAGE

En kg par personne et par an et population en millions

États-Unis (316)	15,2
Argentine (40)	11,2
Brésil (201)	3,6
Chili (17)	7,2
Japon (128)	2,1

Sources : IDF données 2012 et Cniel



MILKANA : LA MARQUE GLOBE-TROTTER

Dans de nombreux pays, Milkana signe des fromages de grande consommation fabriqués localement ou produits en longue conservation pour parvenir aux consommateurs les plus éloignés en parfaite condition.



PREMIUM SERVICE FOR PREMIUM FOOD

C'est la promesse de Bongrain Export Overseas qui sert des importateurs et des distributeurs spécialisés dans le monde entier.

BEO propose des sélections de fromages adaptés aux goûts des consommateurs et aux réglementations des pays d'importation.

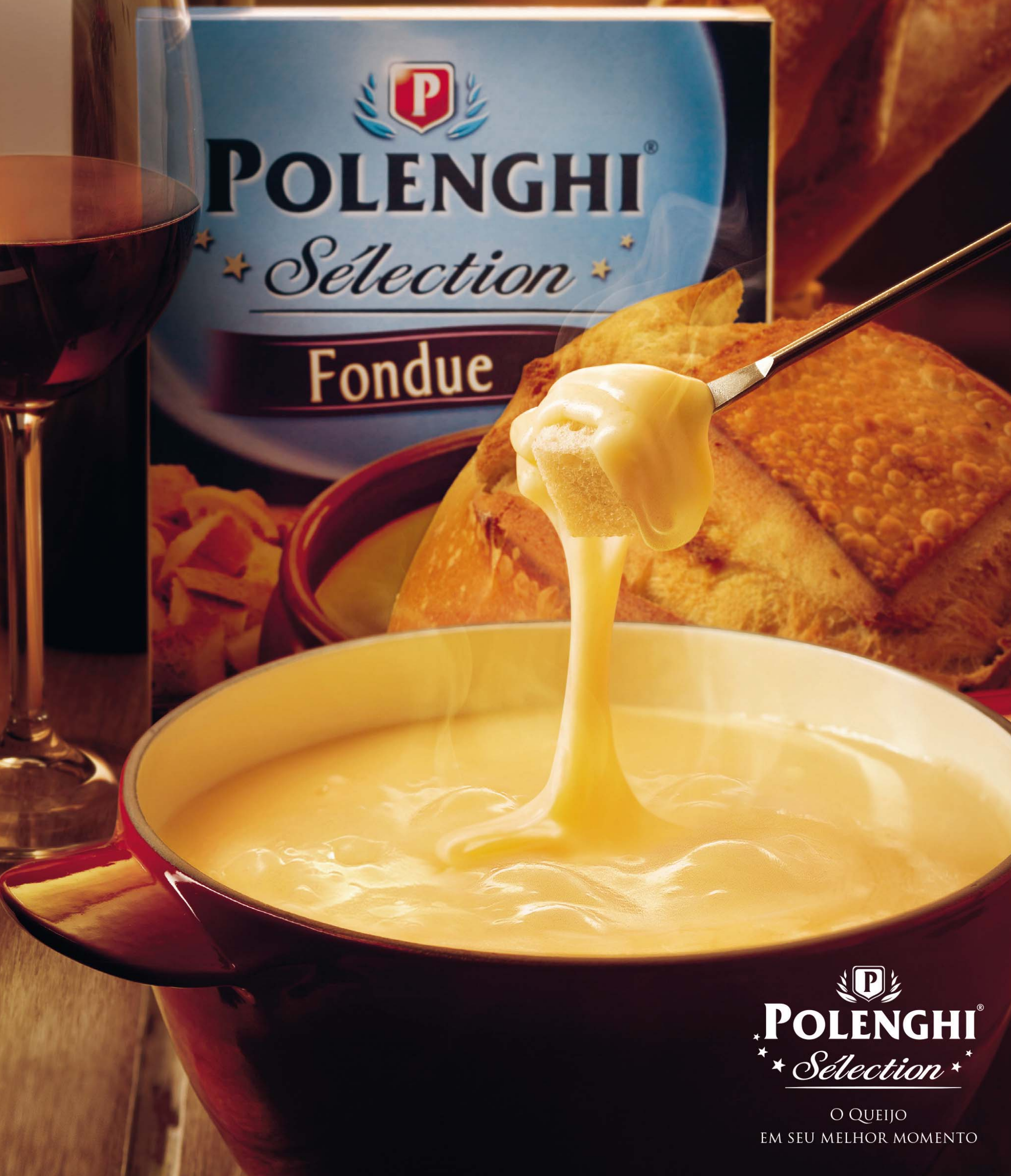


ENGAGÉS POUR RÉUSSIR MALGRÉ LA CRISE

En Argentine, la situation économique difficile catalyse toutes les énergies. Les équipes de Milkaut se sont formidablement mobilisées pour réussir le lancement d'Adler Original dans les temps et les budgets impartis. Résolument nouveau sur le marché argentin, il a été présenté à tous les clients en témoignage de l'engagement de toute l'entreprise pour la qualité.



Até os invernos mais rigorosos
já se derreteram por ele.




POLENGHI
★ *Sélection* ★

O QUEIJO
EM SEU MELHOR MOMENTO

Autres produits laitiers

Grande consommation

Le Groupe poursuit une politique d'innovation soutenue sur les marchés de la crème, du beurre, des sauces et des préparations pour desserts. Il exporte dans le monde entier des crèmes, des boissons et des desserts lactés de longue conservation.

DES RESSOURCES LAITIÈRES DE QUALITÉ

En France, les crèmes et beurres Elle & Vire sont produits en Normandie, dans une unité figurant parmi les plus importantes d'Europe.

En Belgique, Corman produit les beurres de marque Balade et Carlsbourg pour le marché belge et des beurres sous différentes marques pour ses clients à l'exportation.

En Espagne, Arias produit des beurres modernes sous sa marque.

En Argentine, Milkaut valorise ses ressources laitières en produisant une large gamme de produits de grande consommation : confiture de lait, beurre, crème, yaourt, lait de consommation.

ELLE & VIRE INTERNATIONAL : UN DYNAMISME AFFIRMÉ

Elle & Vire International commercialise dans de nombreux pays une large gamme de desserts lactés et de produits laitiers destinés aux consommateurs d'Afrique, des Antilles, du Moyen-Orient et d'Asie.

Ces produits à longue durée de vie se conservent plusieurs mois à température ambiante, ce qui permet de les acheminer par bateau et de les distribuer au plus près des consommateurs dans des pays qui, souvent, ne disposent pas de chaîne de froid.

Grâce à l'expertise des équipes en matière de réglementation des pays importateurs et de logistique internationale, cette activité bénéficie pleinement du dynamisme de la demande de nombreux marchés.



ENGAGÉS POUR LE PLAISIR ÉQUILIBRÉ

Leader mondial du fractionnement des matières grasses, la filiale belge Corman met son expertise en matière d'allègement et d'extraction du cholestérol alimentaire au service de Balade, première marque de beurre et de crème en Belgique. Les produits de la gamme Balade So Light sont sans équivalent par leur allègement, tandis que le procédé physique utilisé préserve leur saveur.

Lancée en 2013, Vital de Balade va encore plus loin dans l'élimination du cholestérol avec des graisses saturées réduites de 80 % par rapport au beurre traditionnel. Cette innovation mondiale est brevetée.

SUR LE MARCHÉ DE LA CRÈME

Elle & Vire poursuit sa stratégie de segmentation avec les lancements d'une première crème entière longue conservation semi-épaisse et de quatre crèmes inspirées de l'univers professionnel : la Crème liquide 35 %, la Crème fraîche épaisse 33 %, La Crème fluide au mascarpone à fouetter et le Fromage blanc & Crème, un mélange justement dosé.

CARLSBOURG : LE BEURRE D'ARDENNE

Élaboré à partir de lait de vaches élevées dans les Ardennes, ce beurre savoureux bénéficie de la seule appellation d'origine protégée en matière de beurre en Belgique : l'AOP Beurre d'Ardenne.

ELLE & VIRE : RÉSOLUMENT NORMANDE

Sur un marché français du beurre porté par les thèmes de l'authentique et du terroir, Elle & Vire a pris position sur le segment des beurres moulés avec le beurre de la laiterie de Condé-sur-Vire 100 % normand, récompensé par une médaille d'or au Concours général agricole 2013. Et le Beurre Tendre demi-sel d'Elle & Vire a obtenu une médaille d'argent au Concours 2014.



Autres produits laitiers Food service

Partenaire des professionnels des métiers de bouche, le Groupe mobilise le meilleur de son savoir-faire pour les aider à réussir et à exprimer leur talent.

CORMAN PROFESSIONAL FACILITE LE TRAVAIL DES ARTISANS

Leader mondial des beurres fonctionnels, Corman a conçu le premier beurre en plaque dédié aux feuilletages et aux croissants. Son département Artisans et Professionnels propose aujourd'hui, aux boulangers-pâtisseries et aux cuisiniers, une gamme complète de beurres et matières grasses de haute qualité et offrant une grande facilité d'emploi : beurres de tourage, d'incorporation et de cuisson, association de matières grasses laitières et végétales ou encore margarines offrant des qualités inédites en termes de goût et de facilité d'emploi.

Bénéficiant de solides positions en Belgique, en France et en Italie, Corman Artisans et Professionnels poursuit son développement international, notamment en Asie avec des beurres clarifiés ou *butterghees* de haute qualité, traditionnels ou réduits en cholestérol alimentaire.

ADVANCED FOOD PRODUCTS : L'ASEPTIQUE À LA DEMANDE

Aux États-Unis, Bongrain est associé au groupe Land O'Lakes dans Advanced Food Products (AFP), l'un des premiers producteurs nord-américains, de sauces au fromage, crèmes dessert, puddings et boissons nutritives.

AFP apporte des recettes et des conditionnements sur mesure à ses grands clients qu'il sert sur tout le territoire : chaînes de restauration, restauration collective, grande distribution et industrie.



GRANDE CUISINE

Elle & Vire Professionnel célèbre le grand retour des mille-feuilles, choux à la crème et Saint-Honoré avec la première crème pâtissière UHT prête à l'emploi, aromatisable selon inspiration.



PARTENAIRE DE LA RESTAURATION RAPIDE

Notre engagement à apporter la meilleure qualité et le meilleur service au meilleur prix nous a permis de nouer des partenariats de long terme avec des chaînes internationales et locales de restauration rapide dans plusieurs pays.



ELLE & VIRE PROFESSIONNEL : ATTEINDRE L'EXCELLENCE ENSEMBLE

La crème Elle & Vire Excellence a conquis les chefs étoilés en France et dans le monde par sa qualité. Du Bocuse d'Or à la coupe du monde de pâtisserie, de l'Asian Pastry Cup au championnat de France du dessert, les professionnels talentueux lui font confiance pour les concours prestigieux. Il en est de même des écoles de cuisine et de pâtisserie les plus renommées. Et lors du Concours Général Agricole 2014, la crème fraîche épaisse a reçu la médaille d'argent.

La crème Excellence est aujourd'hui le porte-drapeau d'Elle & Vire Professionnel, la marque de référence

des chefs pour les crèmes, les beurres, les *cream cheeses* et les préparations pour desserts.

Elle & Vire s'entoure des conseils de grands chefs pour comprendre les nouvelles tendances culinaires et mettre au point de nouveaux produits. En 2013, la gamme de préparations pour desserts a bénéficié d'un nouvel habillage et s'est étoffée de nouvelles recettes, dont la première crème pâtissière UHT. Elle & Vire Professionnel a aussi élargi son offre de *cream cheeses* avec une troisième référence *made in France* en barquette refermable.



ENGAGÉS POUR LA RÉUSSITE DES PROFESSIONNELS

Nous nous appuyons sur une connaissance approfondie des métiers et des contraintes de nos clients pour concevoir des ingrédients et des préparations qui facilitent leur travail, améliorent leurs coûts, enrichissent et sécurisent leur offre. Notre centre de formation et de découverte culinaire permet de tester les produits dans un environnement professionnel et d'expérimenter de nouvelles propositions. Au-delà des produits, nous développons de nombreux services pour aider les professionnels à réussir, des idées de recettes saisonnières aux stages de perfectionnement.

Autres produits laitiers

Industrie

Le Groupe propose une large gamme de solutions fonctionnelles et nutritionnelles aux industries de l'agroalimentaire, de la diététique et de la santé. Ses savoir-faire et ses technologies lui permettent de satisfaire des besoins spécifiques avec des ingrédients de haute qualité.

LA PLUS GRANDE VARIÉTÉ D'INGRÉDIENTS FROMAGERS

Bongrain Cheese Ingredients commercialise des fromages destinés à la production de sandwiches, snacks, biscuits, sauces et plats préparés : emmental, mozzarella, fondus et pâtes fraîches. La grande variété des productions du Groupe lui permet de satisfaire précisément les attentes de ses clients avec des recettes adaptées aux cahiers des charges de chacun, en termes de goût et de fonctionnalité, et des conditionnements qui participent à la facilité d'emploi.

LEADER MONDIAL DES BEURRES FONCTIONNELS

Corman produit et commercialise des beurres, crèmes et matières grasses qui offrent des propriétés physiques, organoleptiques ou diététiques spécifiques : beurres secs pour la production de viennoiseries, beurres de cuisson pour la restauration, beurres frigotartinables, beurres et crèmes allégés ou réduits en cholestérol.

Grâce à ses technologies de pointe, Corman met en œuvre des procédés exclusivement physiques pour adapter la courbe de fusion, la couleur, le taux de cholestérol alimentaire et la fonctionnalité de ses produits, dans le respect de la naturalité et du goût.

Corman fournit aussi des beurres et des crèmes anhydres aux transformateurs de pays à faible production laitière. Ces clients industriels peuvent ainsi proposer aux consommateurs des produits de qualité adaptés aux goûts et aux modes de consommation locaux.



HAMBURGERS, CROQUE-MONSIEUR OU CORDONS BLEUS

Bongrain Cheese Ingredients conçoit pour ses clients des recettes originales à base de fromages.





SPÉCIALISTE DE LA FORMULATION NUTRITIONNELLE

Spécialiste de la formulation nutritionnelle, la division Sofivo Food Ingrédients produit des ingrédients laitiers en poudre et des préparations en remplacement partiel ou total du lait destinés à l'industrie du fromage, des yaourts, des boissons et des préparations lactées.

Sous la marque Elvor, Sofivo fabrique et commercialise, en France et à l'export, des aliments d'allaitement pour l'élevage des veaux, des agneaux et des chevreaux.

DES INGRÉDIENTS LAITIERS À VALEUR AJOUTÉE

Armor Protéines maîtrise toutes les technologies d'extraction pour produire des ingrédients fonctionnels et nutritionnels ainsi que des dérivés du lactosérum.

Parmi les ingrédients fonctionnels, certains conservent leur moelleux aux pains et viennoiseries ; d'autres apportent de l'onctuosité aux recettes allégées. Les protéines nutritionnelles entrent dans des formules diététiques et hyperprotéinées. Les concentrés de minéraux permettent d'augmenter les teneurs en calcium ou encore de réduire la teneur en sel de certains produits tout en leur conservant leur saveur.

Les spécialistes de la formulation et des procédés industriels d'Armor Protéines aident leurs clients à tirer le meilleur parti des nombreuses propriétés des différents extraits du lait.

ELVOR PETITS RUMINANTS :

une nouvelle gamme de 6 produits qui prend en compte les compositions spécifiques du lait maternel animal et les besoins des agneaux, des chevreaux et des chevrettes.

ELVOR ENERGETIC :

un aliment d'allaitement spécialement formulé pour les veaux élevés en conditions climatiques rigoureuses.

ELVOR ADAPTO :

l'aliment complet d'allaitement utilisé pour sécuriser les premiers jours de vie et faciliter l'adaptation du veau.

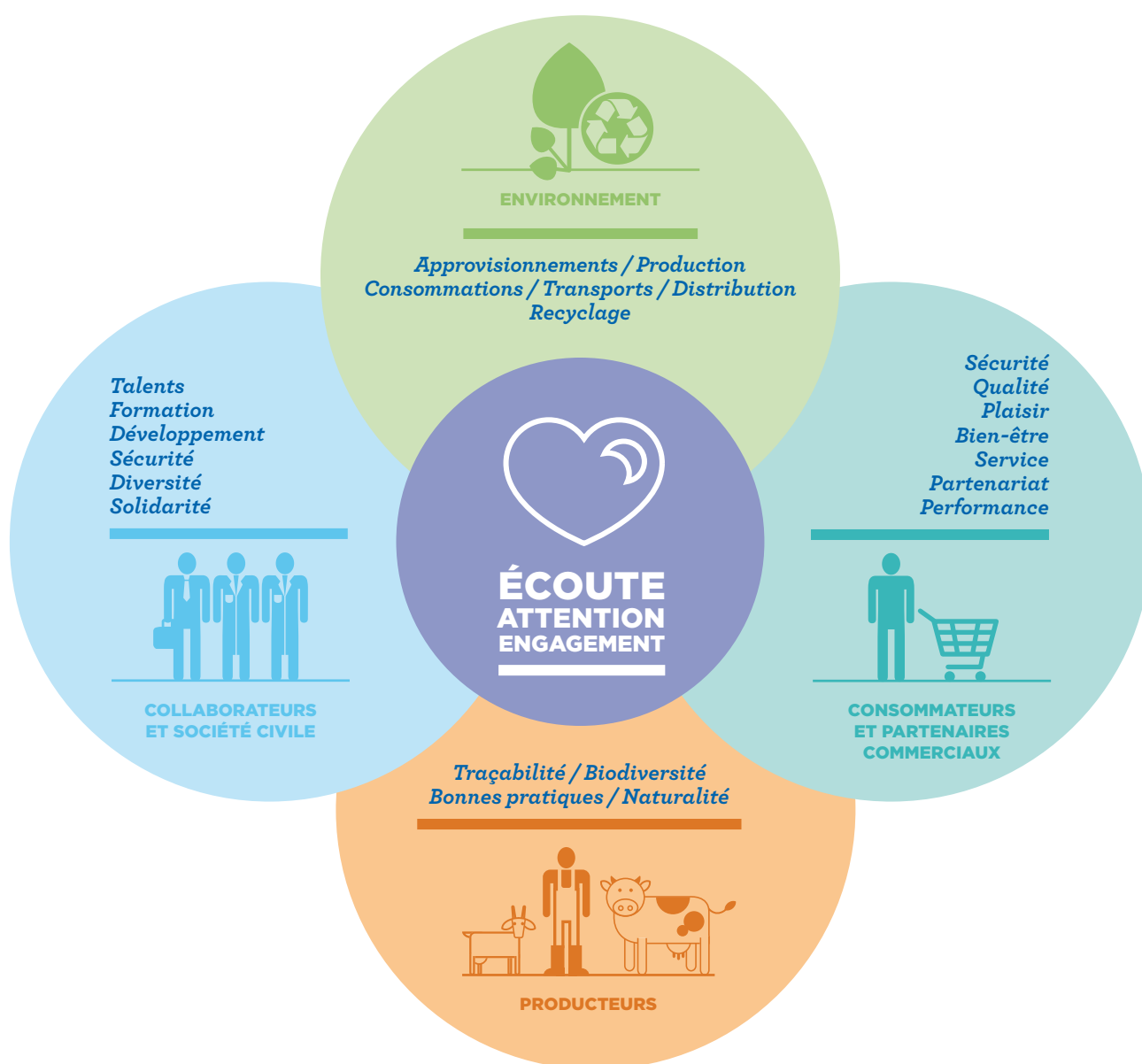


**ENGAGÉS POUR
LA RECHERCHE
SUR LA NUTRITION
ET LA SANTÉ**

Le lait contient de nombreux nutriments qui renforcent les défenses de l'organisme et régulent des fonctions comme la croissance pour les plus jeunes, l'assimilation du calcium à tout âge, l'apparition de l'ostéoporose pour les plus âgés. La recherche de notre pôle ingrédients contribue à améliorer la connaissance de ces mécanismes et à mettre les principes actifs du lait au service de la nutrition et de la santé, deux secteurs en fort développement, grâce à des procédés exclusifs d'extraction et des formulations de haute efficacité.



Engagés pour une performance responsable



Engagés pour les consommateurs que nous voulons satisfaire et fidéliser. Engagés avec nos clients, distributeurs, professionnels des métiers de bouche, industriels, pour mieux répondre ensemble aux attentes des consommateurs. Engagés avec les producteurs pour disposer de lait de qualité et mieux préserver l'environnement. Engagés avec nos fournisseurs pour innover et développer nos avantages compétitifs mutuels. Engagés avec nos équipes pour progresser, réussir ensemble, poursuivre un développement utile et solidaire, servir le bien commun.

...Engagés pour satisfaire et fidéliser nos consommateurs et nos partenaires commerciaux

- ÉTUDES ET PANELS
- SERVICES CONSOMMATEURS
- INFORMATION NUTRITIONNELLE
- RÉSEAUX SOCIAUX

5S

LES 5S DU MANAGEMENT DE LA QUALITÉ

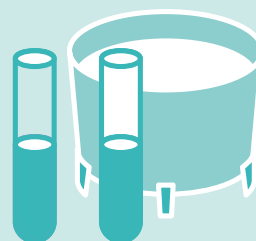
SÉCURITÉ
SANTÉ
SAVOIR-FAIRE
SATISFACTION
SUPÉRIORITÉ

4
ENJEUX

Une offre riche et diversifiée de produits fromagers et laitiers



Des matières premières de grande qualité, une production ISO 22000, IFS/BRC



Une coopération commerciale dynamique au service des consommateurs



**COMPRENDRE
LA DIVERSITÉ
DES GOÛTS
ET DES USAGES**



**INNOVER
POUR SATISFAIRE
LA VARIÉTÉ
DES ATTENTES**

**FIDÉLISER
PAR UNE QUALITÉ
SUPÉRIEURE
ET RECONNUE**

**DÉVELOPPER
DES RELATIONS
DE CONFIANCE
ET DE PROXIMITÉ**



ENGAGÉS POUR LA QUALITÉ DANS TOUTES SES DIMENSIONS

Assurer aux consommateurs une qualité supérieure et reconnue est un engagement partagé par toutes les équipes du Groupe Bongrain qui produit toutes les familles de fromages, sous toutes les formes, pour tous les usages et toutes les envies. Plaisir, constance, facilité d'emploi, valeur nutritionnelle, durée de conservation, prix... Nos marques prennent en compte toutes les dimensions de la qualité pour satisfaire les attentes des consommateurs et accompagner l'évolution des modes de vie et de consommation.

LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE : UNE ABSOLUE PRIORITÉ

Entre la collecte du lait et la libération des produits, chaque production est soumise à plusieurs dizaines de contrôles. La politique d'assurance qualité couvre les processus d'achat, de production et de distribution. La norme ISO 22000 structure la démarche du Groupe. En amont, les processus de production sont standardisés. Ils bénéficient d'équipements de pointe d'ultrafiltration et de thermisation qui contribuent à la maîtrise bactériologique et organoleptique.

Des audits des bonnes pratiques d'hygiène et de sécurité alimentaire sont régulièrement réalisés sur les sites de production par une équipe spécialisée.

En aval, nous contribuons à développer les meilleures pratiques d'hygiène sur les tables de coupe des grandes surfaces et des crémiers en dispensant des formations spécialisées. La gestion des approvisionnements des points de vente intègre les dates optimales de consommation. La traçabilité logistique permet d'opérer rapidement les rappels en cas de nécessité. Un réseau express de mobilisation et d'information contribue à l'efficacité de ces procédures à l'échelle internationale.

À L'ÉCOUTE DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs sont consultés dès la conception des produits. Les produits sont régulièrement évalués par des collaborateurs opérant sur les sites de production, et formés à l'analyse sensorielle, et par des panels de consommateurs qui en notent tous les aspects.

L'écoute des consommateurs, de leurs observations et réclamations contribue à l'amélioration de la qualité et au développement de nouveaux produits.

ALLERGÈNES

Nous développons un programme spécifique et appliquons des procédures rigoureuses pour maîtriser ce risque.



ELLE & VIRE PARTENAIRE DE MASTER CHEF,

l'émission culinaire la plus regardée en France, depuis son lancement.



**CAPRICE DES DIEUX
500 000 FANS
SUR FACEBOOK,**
3,5 fois plus engagés que la
moyenne des fans des pages
fromages.



UNE COMMUNICATION CONVIVIALE ET INTERACTIVE

Le Groupe se place au premier rang des annonceurs de la catégorie fromage sur ses marchés majeurs. Ses marques stratégiques bénéficient de puissants soutiens médias, relayés par une stratégie de communication et d'animation très dynamique sur internet et les réseaux sociaux. En France et en Allemagne, les sites quiveutdufromage.com et ich-liebe-käse.de proposent aux consommateurs des conseils, des recettes, des informations – sur les fromages et leurs propriétés nutritionnelles – des jeux, des concours et des bons de réduction.

Les marques développent aussi une communication événementielle conviviale, notamment sur les réseaux sociaux, pour créer de nouveaux liens de confiance et de complicité, en ligne avec leur positionnement. Quel que soit leur canal d'expression, les demandes et les observations des consommateurs sont toujours traitées avec attention, dans les plus brefs délais et nous répondons à chacun de façon personnalisée.



INNOVATIONS, ÉCHANGES, DÉCOUVERTES

À l'écoute des consommateurs, Bongrain innove pour satisfaire leurs envies de découverte avec de nouvelles saveurs, textures et ingrédients. Il répond à leur désir d'authenticité avec des fromages de tradition. Il accompagne leur créativité culinaire avec des tranches, des dés, des sauces, des râpés, des crèmes et des préparations pour plats et desserts. Si les recettes demeurent le plus souvent locales, certains concepts s'internationalisent largement. C'est le cas des crèmes de fromages ou encore des snacks à emporter en tout lieu.

Des équipes marketing et innovation favorisent les échanges et s'attachent à exploiter l'exceptionnel portefeuille de technologies et de savoir-faire fromagers du Groupe.

DYNAMISER TOUTE LA CATÉGORIE FROMAGES

Vendre davantage et mieux en progressant ensemble tout au long de la chaîne de valeur est l'objectif de notre démarche de *category management*. Grâce à la richesse de notre portefeuille de fromages, nos équipes ont une connaissance très complète de la catégorie. Elles offrent une expertise reconnue pour accroître la performance globale des rayons fromagers en libre-service et à la coupe.

À partir de panels et d'études approfondies des consommateurs en situation d'achat, nous proposons des solutions de vente complètes, adaptées aux circuits de distribution et aux profils des enseignes. Les circuits de proximité et les *drive* sont inclus dans notre démarche. Nous innovons pour favoriser la fréquentation des rayons fromages, stimuler les achats d'impulsion et développer la fidélisation.

DES RAYONS MODULABLES ET VENDEURS

Au libre-service, notre rayon « visiomodulaire » propose une organisation de l'offre par usages et une segmentation verticale qui facilitent les choix. Un système breveté de tablettes mobiles permet d'adapter l'espace très facilement. L'implantation de ce concept innovant, récompensé par un Janus du commerce de l'Institut Français du Design, augmente très significativement les ventes.



UNE GESTION OPÉRATIONNELLE EFFICACE

En France, la mutualisation de nos forces de vente permet d'entretenir une relation plus fréquente en magasin et d'assurer le meilleur service sur le terrain.

Le développement de la gestion partagée des données et des approvisionnements réduit les ruptures, facilite la réalisation d'opérations commerciales et contribue à satisfaire les consommateurs avec des produits en rayon au top de leur qualité.



**AU 1^{ER} RANG
DES ANNONCEURS
DE LA CATÉGORIE, DANS
LES GRANDS MÉDIAS
COMME EN MAGASINS.**

LES NOUVELLES TABLES DE COUPE

À la coupe, notre rayon réconcilie liberté de choix et rapidité de service. Tous les fromages sont fraîchement coupés et emballés, puis présentés dans des paniers d'osier. La table de coupe est animée par des dégustations et démonstrations. Ce concept très adaptable en termes de taille et d'implantation génère des progressions des ventes à deux chiffres.

...Engagés pour un élevage durable, des achats responsables

- BONNES PRATIQUES D'ÉLEVAGE
- BONNES PRATIQUES CLIENTS FOURNISSEURS
- COOPÉRATIONS
- INNOVATIONS



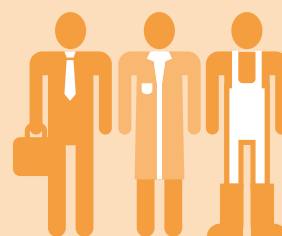
APPROVISIONNEMENTS
LAITIERS RESPONSABLES

4
ENJEUX

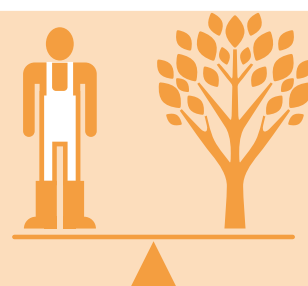
*Solution de
gestion associant
performance
économique et
naturalité*



*Relations de
long terme avec
les producteurs et
les fournisseurs*



*Évaluation
des fournisseurs
intégrant la RSE*

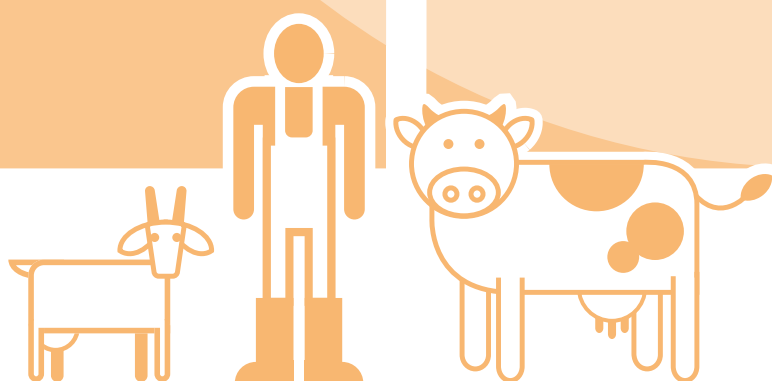


DISPOSER DE
RESSOURCES
LAITIÈRES
DE HAUTE
QUALITÉ

PROMOUVOIR LE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE DES
EXPLOITATIONS

INNOVER AVEC NOS
FOURNISSEURS,
RENFORCER
ENSEMBLE
NOTRE
COMPÉTITIVITÉ

DÉVELOPPER
LES ACHATS
SOLIDAIRES



UN LAIT DE QUALITÉ

La confiance des consommateurs dans nos marques repose sur une matière première irréprochable. Les partenariats avec les producteurs intègrent des prestations de conseil et d'assistance pour mettre en œuvre les meilleures pratiques d'élevage et pour améliorer la qualité du lait et les performances de leurs exploitations.

Des techniciens formés par le Groupe audient les pratiques des producteurs. Sur le terrain, les animateurs des Ressources Laitières (ARL), les conseillent sur l'alimentation et les soins à donner aux animaux et sur l'entretien du matériel de traite et de collecte. Ils s'assurent que le lait répond bien aux critères de qualité fixés.

En France, tous les producteurs collectés par le Groupe adhèrent à la Charte des bonnes pratiques d'élevage. Véritable assurance qualité du lait en matière de traçabilité et de sécurité alimentaire, celle-ci engage aussi les éleveurs à prendre en compte le bien-être des animaux et à respecter l'environnement.

Dans plusieurs pays, les entreprises du Groupe contribuent à moderniser les exploitations en installant des tanks de refroidissement à la ferme et en formant les producteurs de lait aux bonnes pratiques d'élevage et d'entretien.



DES RELATIONS DURABLES AVEC LES PRODUCTEURS

En France, premier pays de collecte du Groupe, Bongrain a poursuivi la mise en place de relations durables avec ses organisations de producteurs. Le prix du lait payé aux producteurs a augmenté de 9 % en 2013 et atteint un niveau historique avec un prix de base supérieur à 340 € les 1 000 litres.

Une partie seulement de cette hausse a pu être répercutée auprès de la grande distribution, mais le Groupe a respecté tous ses engagements contractuels et même consenti aux producteurs des droits à produire supplémentaires. Sa collecte en France ainsi a augmenté de 1,8 % à périmètre constant, alors que la collecte nationale baissait d'environ 0,5 %.

VALORISER LE MIEUX POSSIBLE LE LAIT COLLECTÉ

Bongrain s'engage à valoriser le mieux possible le lait qu'il collecte avec ses produits, ses marques et sa connaissance des marchés. Il accompagne les producteurs dans le développement durable de leurs exploitations en les aidant à améliorer leurs performances économiques et à réduire leur empreinte sur l'environnement.

4,2 MILLIARDS DE LITRES DE LAIT

Le Groupe achète et transforme le lait de vache, de chèvre et de brebis de ses producteurs dans les pays où il est présent industriellement.

65% DES EXPLOITATIONS COLLECTÉES EN FRANCE ONT DÉJÀ ADHÉRÉ À NOTRE DÉMARCHE DE SÉCURITÉ.

COLLECTER EN TOUTE SÉCURITÉ

Afin d'assurer cette collecte en toute sûreté, nos animateurs Ressources Laitières effectuent des visites de sécurité dans les exploitations. Ces visites permettent d'identifier et de prévenir les risques d'accidents en améliorant les flux de circulation et en aménageant les accès aux tanks à lait. Des protocoles transport signés entre les producteurs et les laiteries du Groupe formalisent cette démarche.



APPROVISIONNEMENTS LAITIERS RESPONSABLES : DES RÉSULTATS PROBANTS

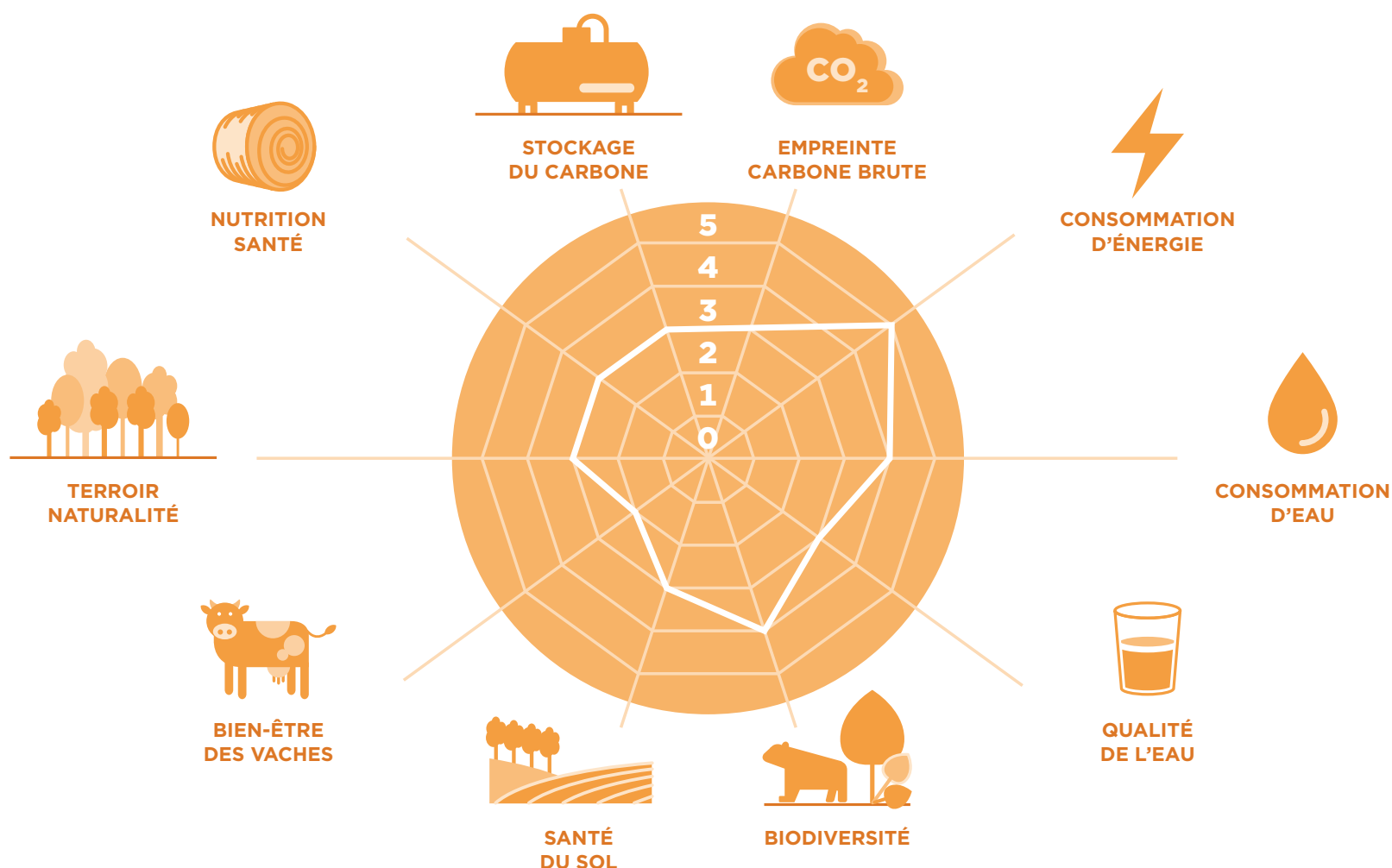
Avec la démarche Approvisionnements Laitiers Responsables, le Groupe accompagne les producteurs de lait dans le développement durable de leur exploitation. L'objectif est de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre et leur empreinte environnementale tout en améliorant leurs performances économiques et la naturalité du lait.

Pour déterminer les axes de progrès, le Groupe propose aux producteurs de lait qui le souhaitent un diagnostic complet de leur exploitation selon

dix indicateurs. À l'issue de ce diagnostic réalisé en partenariat avec les experts indépendants de l'Institut de l'Élevage, de l'Institut de l'Agriculture Durable (IAD) et de la Filière Conseil Ingénierie (FCI), des plans d'actions sont recommandés au producteur qui choisit ceux qu'il mettra en œuvre.

Après deux années de tests sur des fermes pilotes en France, la démarche est entrée en phase de déploiement auprès de plusieurs centaines d'exploitations.

LES 10 ÉLÉMENTS CLÉS DU DIAGNOSTIC



CONJUGUER NATURALITÉ ET RENTABILITÉ

Le développement des productions fourragères et de l'alimentation naturelle du troupeau sont au cœur de la démarche Approvisionnements Laitiers Responsables.

L'herbe est excellente pour la qualité du lait, la santé du troupeau, l'environnement et l'économie des exploitations.

Les prairies stockent le carbone, protègent les sols de l'érosion, filtrent l'eau, maintiennent la biodiversité et recyclent naturellement les déjections des troupeaux. Bien gérées, elles ne demandent quasiment pas de

pesticides ni d'engrais, ce qui favorise l'autonomie des exploitations et réduit leur vulnérabilité à la hausse des prix des intrants.

Économique et résistante à la sécheresse, la luzerne, par exemple, améliore le profil nutritionnel et la typicité du lait et se conserve très bien en foin, en ensilage ou déshydratée.

La démarche Approvisionnement Laitier Responsable promeut aussi les meilleures pratiques d'abreuvement et de nettoyage qui favorisent le bien-être animal tout en réduisant la consommation d'eau des exploitations.

TRANSFORMER LES ACHATS EN ATOUTS COMPÉTITIFS

Le Groupe développe des relations de collaboration sur le long terme avec ses fournisseurs majeurs. Ceux-ci sont sélectionnés sur des critères de qualité, de sécurité, de service et de compétitivité et sur leur capacité d'accompagnement durable dans une logique de progrès continu et d'innovation.

UNE DYNAMIQUE D'INNOVATION

L'analyse fonctionnelle des besoins et l'ouverture à l'innovation sont au cœur de la politique d'achats. Le Groupe privilégie l'approche en coûts complets pour favoriser l'émergence de solutions compétitives et pérennes.

En 2013, le Groupe a organisé un nouveau Forum de l'innovation, conviant ses fournisseurs à présenter leurs offres aux décideurs internes sur les thèmes sélectionnés.

Les relations suivies entretenues avec les équipementiers permettent d'intégrer les innovations les plus récentes et d'engager des co-développements dans le cadre de partenariats durables.

LE GROUPE EST SIGNATAIRE DE LA CHARTE RELATIONS INTER-ENTREPRISES

qui précise les bonnes pratiques entre clients et fournisseurs.

Il veille à l'équilibre économique de ses fournisseurs PME et ETI.

Les acheteurs en poste dans les filiales favorisent l'écoute et la collaboration de proximité.



LE CODE DE CONDUITE ACHATS

Il fixe les engagements des acheteurs dans leurs relations avec les fournisseurs dans quatre grands domaines: éthique et intégrité, communication et collaboration, performance et progrès, achats durables et responsabilité.

LA CHARTE DES ACHATS DURABLES & SOLIDAIRES

Elle précise la politique du Groupe dans le domaine des achats responsables. Diffusée auprès des fournisseurs majeurs, elle fait l'objet de formations spécifiques auprès des acheteurs et des cadres entrants. Plus de 100 cadres ont été sensibilisés en 2013.

Les fournisseurs majeurs sont évalués au regard d'une sélection de critères RSE par un organisme indépendant.

En 2013, le Groupe a décidé d'élargir sa campagne d'évaluation sur les deux ans à venir. Les actions de progrès identifiées sont partagées avec les fournisseurs concernés.

DES ACHATS SOLIDAIRES EN PROGRESSION

Les acheteurs identifient, dans leur région, les entreprises du secteur adapté et les entreprises d'insertion susceptibles de leur fournir les produits et les prestations qu'ils recherchent. En 2013, de nouveaux contrats ont été conclus dans les domaines de l'entretien des espaces verts.

...Engagés pour un environnement mieux préservé

- ÉCO-CONDUITE
- CITERNES DE GRANDE CAPACITÉ
- ENTREPÔTS HQE
- LIVRAISONS GROUPÉES



**TOTAL
PERFORMANCE
MANAGEMENT**

**4
ENJEUX**

*Chaudières bois
à haut rendement*



*Climatisation à l'eau
chaude ou glacée*



*Stations d'épuration
Méthanisation*



**OPTIMISER LES
TOURNÉES DE
COLLECTE ET
DE LIVRAISON**



**ÉCONOMISER
LES MATIÈRES
PREMIÈRES
ET RÉDUIRE
LES REBUTS**

**ÉCONOMISER
L'ÉNERGIE ET
DIMINUER LES
ÉMISSIONS**

**ÉCONOMISER
L'EAU ET
LIMITER
LES REJETS**



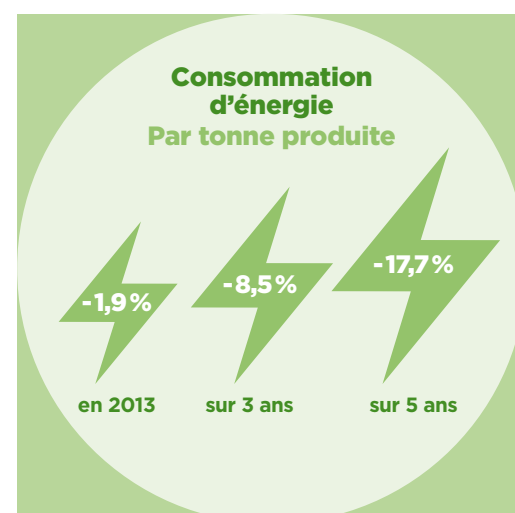
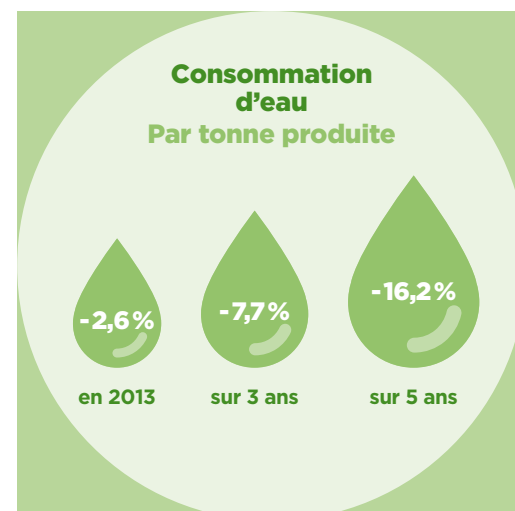
UNE DÉMARCHE D'AMÉLIORATION CONTINUE

La protection de l'environnement s'inscrit naturellement dans la politique industrielle du Groupe dont la plupart des fromageries sont implantées au cœur de leur bassin laitier.

La direction industrielle accompagne les filiales dans la mise en œuvre de leurs plans de prévention et de protection de l'environnement. Elle assure le suivi des programmes d'amélioration et contrôle leurs résultats. La standardisation des procédés et des modes opératoires, la généralisation des équipements les plus performants et le déploiement des meilleures pratiques contribuent à réduire les consommations, les rebuts de fabrication, les émissions et les rejets.



CHAQUE SITE S'ENGAGE CHAQUE ANNÉE À MAÎTRISER SES CONSOMMATIONS D'EAU ET D'ÉNERGIE.



DES CONSOMMATIONS BIEN CONTRÔLÉES

Utiliser de façon optimale les matières premières est l'un des objectifs de la démarche TPM - Total Performance Management - déployée à l'échelle du Groupe. Un logiciel spécifique, opérationnel sur tous les sites laitiers, permet de réaliser un bilan journalier complet des ressources laitières utilisées et de suivre précisément la composition des productions. Ces informations sont restituées aux équipes opérationnelles afin de corriger rapidement d'éventuels écarts par rapport aux standards fixés.

ENGAGEMENT

UNE CHAUDIÈRE À BOIS POUR LA RACLETTE RICHESMONTS

Situé au cœur du parc naturel régional des volcans d'Auvergne, le site de Besse est spécialisé dans la production et l'affinage de la raclette RichesMonts. Depuis 2013, sa production de vapeur est assurée par une chaudière à bois à double combustion, avec un très bon rendement. Cette chaudière fabriquée en Auvergne est approvisionnée en pellets produits dans la région. Elle remplace une chaudière au fioul lourd et permet d'éviter l'émission de milliers de tonnes de CO₂ par an.

En 2012, la fromagerie d'Illood, en Haute-Marne, qui produit Caprice des Dieux, avait déjà mis en service une chaudière à bois évitant l'émission de 7 000 tonnes de CO₂ par an.

Mais c'est le Brésil qui a ouvert la voie : les besoins thermiques des usines sont assurés depuis de nombreuses années par du bois issu de forêts exploitées à cet effet.

7000 TONNES DE CO₂ ÉVITÉES SUR LE SITE D'ILLOUD

UN SCHÉMA DIRECTEUR POUR LE FROID

Les performances énergétiques des installations de froid sont systématiquement évaluées et les équipements rénovés pour éliminer l'usage du R22 – un gaz à effet de serre – et réduire les quantités d'ammoniac utilisées.



TECHNOLOGIES DURABLES

Osmose inverse, ultrafiltration à froid, nanofiltration : le Groupe recourt à des technologies qui permettent à la fois de limiter les pertes de lait ou de sérum, d'économiser de l'eau et de l'énergie et de diminuer la charge des eaux usées. L'osmose inverse concentre le lait ou le sérum en ôtant toutes les molécules d'eau. L'eau, très pure, est réutilisée sur place, ce qui réduit d'autant le besoin d'eau de réseau ou de forage. Le lait et le sérum allégés peuvent être valorisés, transportés et séchés le cas échéant avec moins d'énergie.



PLUS DE 40 STATIONS D'ÉPURATION

Les boues biodégradables issues des rejets d'eau, de caillé, de sérum et de lait sont traitées dans les stations d'épuration et valorisées en engrais en liaison avec les agriculteurs voisins.

L'installation de compteurs et de turbidimètres pour mesurer la charge des eaux usées, de dégraisseurs et de bassins-tampons contribue à maîtriser la demande chimique en oxygène (DCO) dans les stations.

COLLECTE, STOCKAGE, DISTRIBUTION : UNE GESTION OPTIMISÉE

Les flottes de collecte, d'échange de matières entre usines et de distribution sont équipées de tracteurs robustes et économes. Les chauffeurs sont formés à l'écoconduite. Le suivi électronique des consommations et des plans d'entretien contribue à améliorer les performances environnementales et économiques.

En amont, les tournées de collecte et de livraison de lait sont optimisées entre transformateurs. Le Groupe a conçu et équipé ses tracteurs de citernes de ramassage de plus grande contenance.

En aval, les livraisons groupées permettent d'optimiser le remplissage des camions et d'accroître la fréquence des livraisons : un meilleur service avec moins d'émissions.

UNE PLATEFORME HQE

La plateforme logistique des Messageries Laitières en Normandie a été étendue et entièrement construite selon les normes de haute qualité environnementale (HQE).



ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET BIOGAZ

En 2014, la fromagerie Perreault d'Azé, en Mayenne, apportera ses boues à une centrale de méthanisation à cogénération voisine et récupérera une partie de la chaleur produite.



60 TONNES D'EMBALLAGES VALORISÉES

Le site de Pacé, dans l'Orne, a mis en place un système de tri sélectif et loué une presse pour former des balles. Le résultat : plus de 30 tonnes de plastique et 30 tonnes de cartons récupérées pour être recyclées.

ÉMISSIONS D'ÉQUIVALENT CO₂ PAR TONNE PRODUITE :

- **3,8 %** en 2013

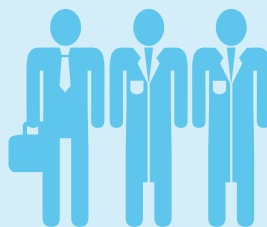
- **11,4 %** sur 3 ans

PROGRAMME ECOPRINT AU SIÈGE DU GROUPE :

le parc d'imprimantes a été réduit et renouvelé de façon à diminuer les consommations de cartouches et de papier.

...Engagés pour réussir avec nos collaborateurs, solidairement

- ALTERNANCE
- FORMATION CONTINUE
- PROMOTION INTERNE
- MOBILITÉ
- PARCOURS PROFESSIONNELS



L'ACADEMY BONGRAIN
L'ÉCOLE FROMAGÈRE
LA COMPAGNIE DES
MAÎTRES FROMAGERS
CQP

4
ENJEUX

*Visites
comportementales
de sécurité*



*TOP Employeurs France
TOP Employeurs Europe*



*Fonds de dotation
« bien nourrir
l'homme »*

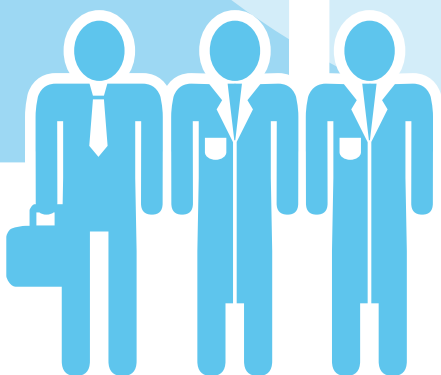


ASSURER
LA SÉCURITÉ
ET LA SANTÉ
AU TRAVAIL

DÉVELOPPER
LES COMPÉTENCES
ET TOUS LES
TALENTS

ENCOURAGER
L'INITIATIVE
ET L'ESPRIT
D'ENTREPRISE

PROMOUVOIR
ET SOUTENIR
DES PROJETS
DE SOLIDARITÉ
PARTAGÉS



DES PARCOURS RICHES ET VARIÉS

Le Groupe s'appuie sur une organisation décentralisée qui assure aux filiales une grande capacité d'action et favorise l'esprit d'entreprise et la



prise de responsabilité. Avec des entreprises dans une trentaine de pays, les opportunités d'évolution professionnelle sont importantes et diversifiées.

La gestion des talents permet à chaque collaborateur de construire sa carrière au sein du Groupe. La promotion interne est privilégiée et la mobilité très ouverte entre filiales, branches et métiers. Toutes les offres d'emploi sont publiées sur l'intranet. Plus de 50 % des postes de managers ont été pourvus par mobilité interne en 2013.

PERMETTRE À CHACUN DE SE DÉVELOPPER

La formation permet à chacun d'améliorer ses performances et d'enrichir ses compétences pour se développer, contribuer à la réussite du Groupe et maintenir son employabilité. Tous les âges et tous les niveaux sont concernés. Un référentiel des métiers et des compétences permet d'optimiser la gestion des formations et des parcours.



LES FORMATIONS QUALifiantES,

reconnues en France par des certificats de qualification professionnelle, sont encouragées : en 2013, une centaine de collaborateurs dans 18 filiales étaient engagés dans ces parcours.



LA CONFIANCE DES COLLABORATEURS

dans le management, leur fierté d'appartenance, l'équité et la convivialité sont régulièrement évaluées dans

les entités. Elles peuvent ainsi s'étalonner, permettre d'identifier les meilleures pratiques et progresser.



L'ACADEMY BONGRAIN A FÊTÉ SES 5 ANS.

Elle accueille des promotions de cadres de la filière industrielle de tous les pays pour un cursus centré sur les savoir-faire fromagers et laitiers.



SENIORS

Les plus de 55 ans bénéficient d'une seconde partie de carrière qui leur permet de transmettre leurs connaissances et de valoriser leur expérience, notamment par le tutorat.

HANDICAP

Bongrain s'engage pour l'intégration et le maintien dans l'emploi des personnes handicapées. En Espagne, la filiale Arias a été récompensée en 2013 pour l'insertion de personnes handicapées intellectuelles.

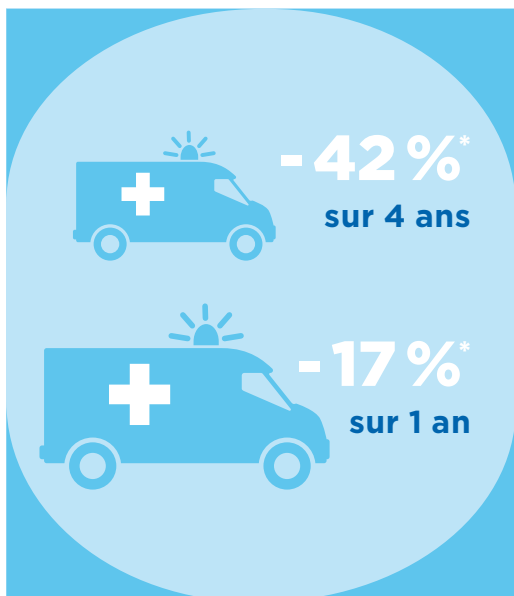
230 800 HEURES DE FORMATION, **70%** DES SALARIÉS FORMÉS EN 2013.

51% DES EFFECTIFS PERMANENTS ONT PLUS DE **10 ANS** D'ANCIENNETÉ.

15 000 GILETS DE SÉCURITÉ DISTRIBUÉS



LES CHIFFRES DE LA SÉCURITÉ



*taux de fréquence des accidents

L'APPRENTISSAGE DES GESTES DE PREMIERS SECOURS : UNE FORMATION DISPENSÉE DANS DE NOMBREUX SITES.

PRÉVENTION DES RISQUES PSYCHOSOCIAUX : UN SERVICE D'ÉCOUTE TÉLÉPHONIQUE EST À LA DISPOSITION DES SALARIÉS DU SIÈGE 24 H/24, 7 J/7.

OBJECTIF SÉCURITÉ !

Le Groupe a engagé un important programme de mobilisation, de formation et de gestion pour améliorer durablement et de façon décisive la sécurité au travail.

Ce programme se fonde sur l'engagement de chacun à changer de comportement pour prendre pleinement en compte sa sécurité et celle des autres.

Des règles d'or sont établies pour chaque métier.

Un référentiel sert de guide à toutes les unités.

Les situations à risques sont systématiquement inventoriées. Les dirigeants, les managers et les opérateurs se mobilisent ensemble pour les éradiquer avec les Visites Comportementales de Sécurité (VCS) déployées à l'échelle du Groupe.

Toutes les filiales ont défini et mis en œuvre des plans d'action avec des objectifs chiffrés, et leurs résultats sont régulièrement contrôlés.



PREMIÈRE SEMAINE MONDIALE DE LA SANTÉ ET DE LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Cet événement a mobilisé, du 22 au 28 avril, tous les collaborateurs sur l'ensemble des sites du Groupe dans 19 pays, matérialisant ainsi son engagement à assurer sa sécurité et le bien-être de ses collaborateurs.

Inauguration de panneaux à l'entrée des sites indiquant les accidents de travail survenus dans l'année et le nombre de jours sans accident, affichage des résultats sécurité sur tous les sites, réunions explicatives, ateliers, sensibilisation à la sécurité routière et aux conduites à risque, interventions de pompiers, secouristes, médecins, nutritionnistes, ergonomes... De nombreuses animations ont été réalisées et cette semaine mondiale sera reconduite en 2014.



DES CENTIMES ENTREPRENANTS

Le Groupe adhère en France au programme de l'arrondi solidaire. Les collaborateurs volontaires offrent les centimes de leur salaire net et Bongrain abonde leur don du même montant. Les sommes collectées sont versées à l'Adie et à PlaNet Finance. Les deux associations les redistribuent sous forme de microcrédits à des personnes qui peuvent ainsi concrétiser leurs projets de création d'activité et d'emploi.

En Allemagne, un programme similaire, Restcent-Aktion, finance des actions en faveur d'enfants gravement malades ou hospitalisés.



APPRENDRE À CONSERVER LE LAIT

À l'initiative de collaborateurs retraités, From'Alliance Agrique aide les femmes peules du Sénégal à transformer le lait excédentaire à la saison des pluies. De nombreuses femmes ont été formées qui, elles-mêmes, à leur tour, en forment d'autres. Ce programme s'est poursuivi en 2013.



PRÉVENIR L'OBÉSITÉ INFANTILE

Apprendre à bien se nourrir dès le plus jeune âge pour prévenir l'obésité est la vocation de l'association Sapere avec les classes du goût. Soutenue par le fonds Bien nourrir l'homme, Sapere apporte des outils pédagogiques aux enseignants de classes primaires dans plusieurs pays d'Europe.



UNIS CONTRE LE NOMA

En 2013 un groupe de salariés français du Groupe crée l'association Vaincre Noma, qui s'associe à l'action de Gegen Noma, association allemande soutenue par Edelweiss, pour déployer un programme de prévention de la maladie. Le Noma frappe, dans des conditions terribles, les jeunes enfants souffrant de malnutrition et de problèmes d'hygiène bucco-dentaire en Afrique.



BIEN NOURRIR L'HOMME

Le fonds de dotation du Groupe contribue au développement humain par l'amélioration de la santé par la nutrition, la recherche et le partage des connaissances sur la nutrition et la sécurité alimentaire, l'aide au développement de la production et de la transformation laitières dans des régions en développement, l'aide alimentaire dans les situations d'urgence. Il soutient en priorité des projets pilotés depuis la France et proposés ou portés par des collaborateurs. En 2013, il a ainsi contribué au soutien d'agriculture vivrière en Centrafrique, à la création d'un potager pédagogique à Madagascar, au creusement de puits au Niger et au développement de petits élevages de chèvres au Maroc.

RÉUSSITE SCOLAIRE ET SOCIALISATION

Bongrain Allemagne prend en charge des cours de soutien en faveur d'enfants et d'adolescents défavorisés. Parallèlement, des collaborateurs font office de parrains et s'engagent à pratiquer des activités extra-scolaires avec leurs filleuls.

Gouvernance et résultats

43	Le Gouvernement d'entreprise
44	Chiffres clés
46	2013 en Bourse
47	Rapport d'activité
50	RSE - Enjeux, réponses et voies du progrès
52	Informations environnementales et sociales
66	Contrôle interne et gestion des risques
68	Compte de résultat consolidé
69	Bilan consolidé
70	Tableau des flux de trésorerie consolidés
71	Organigramme juridique consolidé
72	Table de correspondance GRI
73	Index thématique

Le Gouvernement d'entreprise

Le Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé de dix membres. Leur mandat est d'un an renouvelable. Cinq administrateurs sont indépendants au regard des critères du rapport

Viénot-Bouton. Le Conseil arrête le calendrier de ses réunions dont la périodicité, sauf réunion urgente ou nécessaire dans l'intérêt de la société, est bimestrielle.

Les Comités spécialisés

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

Le Comité d'Audit et des Risques

Il comprend au moins trois membres nommés par le Conseil d'Administration et exerce sa mission dans les domaines du contrôle externe et du commissariat aux comptes, du contrôle interne, des états financiers semestriels et annuels, des publications financières. Dans chacun de ces domaines, il apprécie les besoins du Groupe, les moyens techniques et humains mis en œuvre et leur adéquation. Il fait part au Conseil d'Administration de toute observation ou recommandation qui lui semble utile.

Membres

Jean-Michel Strasser, Président,
Dominique Damon, Bernard Houlot,
Martine Liautaud.

Le Comité de Management et des Rémunérations

Il comprend au moins trois membres du Conseil d'Administration à l'exclusion du Président. Il assiste le Conseil sur l'organisation et les structures du Groupe, la composition et l'évolution des membres de la Direction Générale, la sélection de nouveaux administrateurs, la politique de rémunération des membres de la Direction Générale et les questions d'ordre éthique qui pourraient se poser aux dirigeants.

Membres

Bernard Houlot Président,
Armand Bongrain, Dominique Damon, Ignacio Osborne.

Le Comité Stratégique

Il comprend au moins trois membres. Il a pour missions, notamment, d'informer le Conseil d'Administration des orientations à long terme proposées par la Direction Générale, d'analyser les dossiers de cessions et d'acquisitions les plus importants soumis pour décision au Conseil d'Administration.

Membres

Élisabeth Lulin, Présidente,
Martine Liautaud, Xavier Paul-Renard,
Thomas Swartele.

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Alex Bongrain

Président

Armand Bongrain

Administrateur

Membre du Comité de Management
et des Rémunérations

Dominique Damon

Administrateur indépendant

Membre du Comité de Management
et des Rémunérations

Membre du Comité d'Audit et des Risques

Bernard Houlot

Administrateur

Président du Comité de Management
et des Rémunérations

Membre du Comité d'Audit et des Risques

Martine Liautaud

Administrateur indépendant

Membre du Comité d'Audit et des Risques
Membre du Comité Stratégique

Élisabeth Lulin

Administrateur indépendant

Présidente du Comité Stratégique

Ignacio Osborne

Administrateur indépendant

Membre du Comité de Management
et des Rémunérations

Xavier Paul-Renard

Administrateur

Membre du Comité Stratégique

Jean-Michel Strasser

Administrateur indépendant

Président du Comité d'Audit et des Risques

Thomas Swartele

Administrateur

Membre du Comité Stratégique

Chiffres clés

Chiffre d'affaires 2013

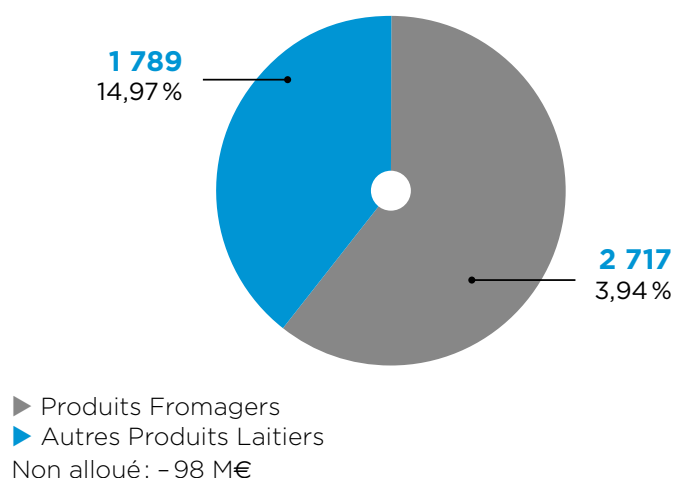
En millions d'euros



Le chiffre d'affaires progresse de 7,9 %. La croissance organique s'élève à 7,6 %, l'effet de structure à 2,8 % avec l'intégration de Berthaut en avril, Söbbeke à compter d'août et les activités Terra Lacta sur le dernier trimestre 2013. L'effet de change est de -2,5 %. Le chiffre d'affaires réalisé hors de France représente 67,5 %.

Chiffre d'affaires 2013 et variation 2012-2013

Par activité et en millions d'euros



■ Les Produits Fromagers représentent 61,6 % du chiffre d'affaires consolidé. La croissance organique s'élève à 3,4 %. L'effet de change est négatif de 2 % et l'effet de structure positif de 2,6 %.

■ Les Autres Produits Laitiers représentent 40,6 % du chiffre d'affaires consolidé avec une croissance organique de 14,7 %, un effet de structure de 3,3 % et un effet de change négatif de 3,1 %.

Résultat net part du Groupe

En millions d'euros



Le résultat net part du Groupe est en baisse de 23 %. Les charges non récurrentes s'accroissent de 2,9 M€ ainsi que les charges financières de 2,6 M€. La contribution des sociétés en équivalence diminue de 2,6 M€ et l'impôt sur les sociétés s'alourdit de 14,7 M€.

Résultat opérationnel courant

En millions d'euros

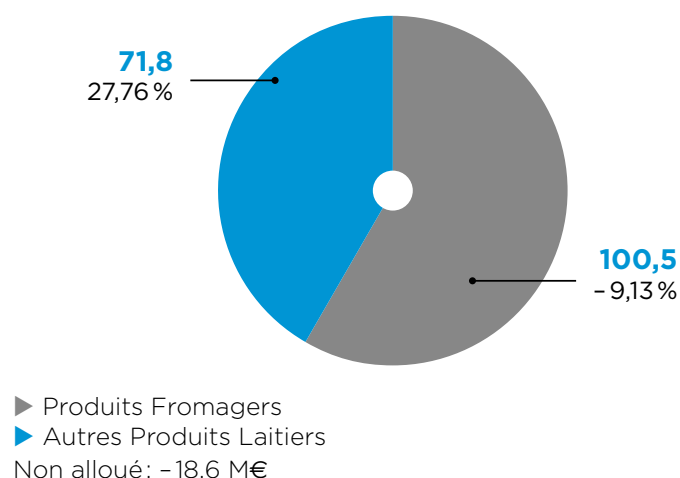
et marge opérationnelle courante en % du chiffre d'affaires



La progression du résultat opérationnel courant est de 2,3 %, limitée par des coûts matières élevés et par les effets de l'intégration des activités de Terra Lacta.

Résultat opérationnel courant 2013 et variation 2012-2013

Par activité et en millions d'euros



■ Le résultat opérationnel courant des Produits Fromagers est en retrait de 9,1 %. Le taux de marge opérationnelle courante passe de 4,2 % à 3,7 % qui s'explique essentiellement par la difficulté à répercuter les fortes augmentations du prix du lait dans les prix de vente.

■ Le résultat opérationnel courant des Autres Produits Laitiers progresse de 27,8 %, grâce à la bonne combinaison des effets volumes-mix et l'augmentation des cotations mondiales des produits industriels.

Endettement net/fonds propres

En pourcentage

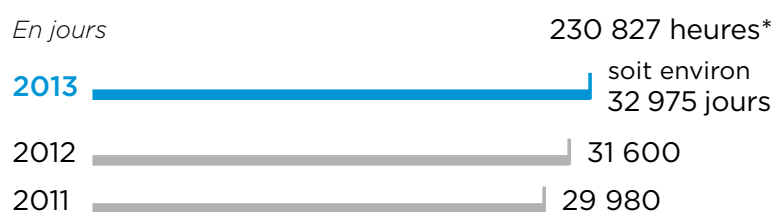


Les investissements corporels et incorporels se sont élevés à 183,1 M€ en hausse de 26 % et les acquisitions de sociétés à 74,3 M€ contre 8,9 M€ en 2012.

La dette financière nette s'établit à 490,9 M€ en hausse de 161,6 M€. Les fonds propres augmentent de 26,4 M€ par rapport à 2012 (comptes retraités).

Effectifs*Effectifs moyens totaux y compris les intérimaires*

L'effectif moyen est en hausse de 2,3 %, et de 0,9 % à périmètre constant. La moitié des salariés a une ancienneté supérieure à dix ans et plus du quart supérieure à vingt ans, ce qui témoigne de l'attachement à l'entreprise.

Formation*En jours*

* En 2013, changement d'unités de l'indicateur pour répondre aux exigences du Grenelle 2.

68,8 % des collaborateurs ont suivi au moins une formation. Les formations qualifiantes sont encouragées.

Sécurité*Nombre d'accidents avec arrêt par million d'heures travaillées (TFI)*

* 16 à périmètre comparable

Le taux de fréquence des accidents du travail est en baisse de 17 %. Le taux de gravité s'établit à 0,5 contre 0,6 en 2012.

Consommation d'eau*(à périmètre comparable/tous sites confondus) en millions de m³*

La consommation d'eau à la tonne produite diminue de 2,6 % à périmètre comparable. 95,1 % des eaux rejetées sont traitées avant rejet dans le milieu naturel.

Consommation d'énergie*GJ/tonne produite*

La consommation d'énergie spécifique à la tonne produite est en baisse de 1,89 %

En 2013, la consommation totale d'énergie s'élève à 7 835 GJ. À périmètre comparable, cette quantité a augmenté de 0,21 % par rapport à 2012.

Déchets industriels non dangereux*En milliers de tonnes*

Le tonnage des déchets industriels non dangereux des sites de production, qui constituent l'essentiel des déchets générés, augmente de 7,6 % à périmètre comparable.

2013 en Bourse

- Euronext Paris - Eurolist Compartiment B
- Code ISIN FR0000120107
- Valeur nominale: 1 €
- Nombre d'actions: 14 032 930
- Capitalisation boursière au 31.12.2012: 706,80 M€
- Cours clôture Euronext 31.12.2013: 56,3 €
- Capitalisation boursière au 31.12.2013: 790,05 M€

Bongrain SA figure parmi les 70 entreprises sélectionnées dans l'Index GAIA, le 1^{er} indice ISR des Valeurs Moyennes de l'agence de notation extra-financière EthiFinance.

Données par action

en euros	2013	2012	2011	2010	2009
Situation nette	85,59	78,20	76,53	75,34	71,08
Résultat net	3,49	4,49	3,07	5,68	3,15
Dividende net	1 ⁽¹⁾	1,3	1,2	1,6	1,2
Rendement global ⁽²⁾	1,78 %	2,84 %	2,48 %	2,66 %	2,27 %

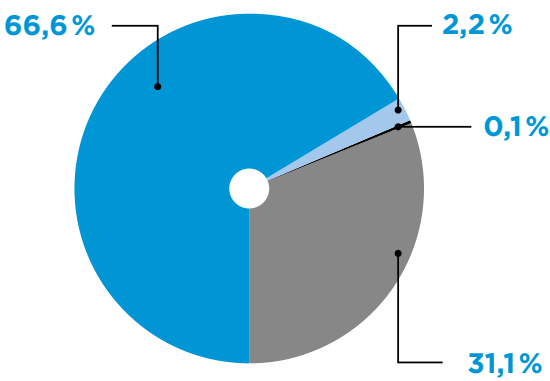
(1) Proposition à l'Assemblée Générale du 24 avril 2014

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

Données boursières

en euros	2013	2012	2011	2010	2009
Plus haut ajusté	58,3	53,5	70	61,6	54,9
Plus bas ajusté	45,8	42	44	50	32,07
Cours au 31.12	56,3	45,8	48,41	60,25	52,95
Capitalisation boursière au 31.12 en millions d'euros	790,05	706,80	747,07	929,79	817,14

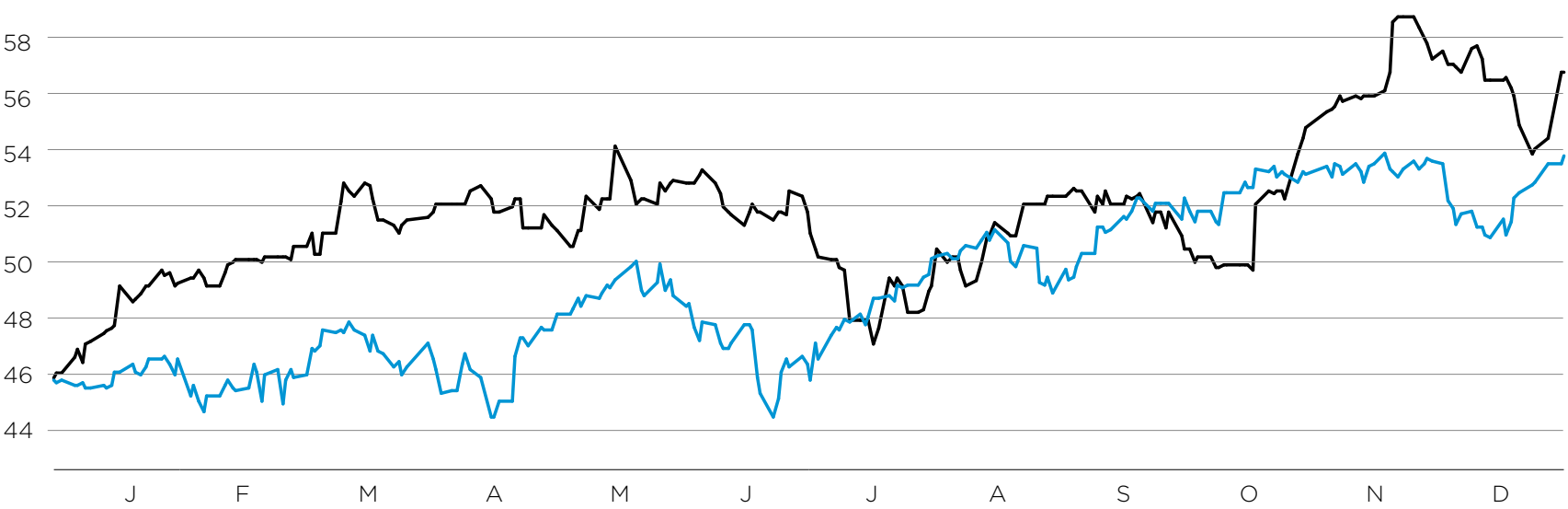
Répartition du capital 2013



- ▶ Soparind SCA
- ▶ FCP salariés
- ▶ Autocontrôle
- ▶ Autres actionnaires

Cours ajusté 2013

en euros



Calendrier de l'actionnaire

Assemblée Générale	24 avril 2014
Mise en paiement du dividende	14 mai 2014

Information financière

Chiffre d'affaires annuel	Février 2014
Chiffre d'affaires du 1 ^{er} trimestre	Avril 2014
Résultats semestriels	Août 2014
Chiffre d'affaires du 3 ^e trimestre	Octobre 2014
Comptes annuels	Mars 2015

Rapport d'activité

Au cours de l'exercice 2013, Bongrain SA a poursuivi le développement de ses activités avec une croissance de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel courant. Cette progression s'appuie sur une bonne résistance des marques majeures dans un environnement laitier inflationniste et une conjoncture économique difficile. La bonne orientation des cotations mondiales des produits industriels ainsi qu'une demande soutenue a permis le renforcement du développement des Autres Produits Laitiers.

NORMES COMPTABLES

Les comptes consolidés de Bongrain SA ont été établis en appliquant les normes IFRS telles qu'adoptées par l'Union européenne. Le Groupe a appliqué les amendements aux normes applicables à compter du 1^{er} janvier 2013, notamment les amendements d'IAS1 sur la présentation des autres éléments du résultat global, d'IAS19 sur les avantages du personnel et d'IFRS13 sur l'évaluation de la juste valeur et les informations à fournir relative à cette évolution.

PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

Le **périmètre de consolidation** inclut la société Dutch Cheese Masters depuis janvier 2013 et la société Fromagerie Berthaut depuis le 19 mars 2013. Le Groupe a exercé en juillet 2013 son option pour le rachat de 55,1% de Söbbeke GmbH et 67,6% de Rogge KG conférant respectivement un contrôle exclusif de 90% et 92,49% de ces sociétés. Dans le cadre d'un partenariat avec Terra Lacta, la société Fromageries Lescure a été constituée le 1^{er} octobre 2013 dans laquelle le Groupe détient 51%. Cette société regroupe les activités de production et de commercialisation de fromages au lait de chèvre ainsi que des fromages de spécialités au lait de vache. D'autre part, à compter du 1^{er} octobre 2013, Terra Lacta a apporté à la Compagnie Laitière Européenne, filiale de Bongrain SA, ses activités de production et de commercialisation de beurre, crème, fromages au lait de vache et ingrédients laitiers. En contrepartie de ses apports, Terra Lacta devient actionnaire de la CLE à hauteur de 4,35%. Enfin, le Groupe a acquis en décembre la société Sodilac, spécialiste de poudre de lait élaborée.

ACTIVITÉ ET RÉSULTAT

La diversité de ses métiers et de ses marchés permet à Bongrain SA de supporter les aléas conjoncturels pouvant survenir tant sur la demande consommateur que sur les différentes composantes des prix de revient. La demande des consommateurs n'évolue pas de la même façon sur les marchés matures et sur les zones en développement. Elle peut varier en fonction du type de produits de grande consommation et de l'intensité des actions commerciales entreprises. Les variations des cotations mondiales des produits industriels n'affectent pas les activités de Produits Fromagers et d'Autres Produits Laitiers en même temps, avec la même ampleur et quelquefois dans le même sens. La répercussion d'éventuelles hausses des prix de revient s'appuie sur la force des marques et le caractère souvent innovant des offres faites aux consommateurs.

Au 31 décembre 2013, le chiffre d'affaires consolidé de Bongrain SA s'établit à **4 407,5 millions d'euros** contre **4 084,1 millions d'euros** pour la même période de l'année précédente soit une évolution favorable de **+7,9%**.

Celle-ci provient d'une croissance interne de +7,6%, d'un effet de structure de +2,8% et d'un effet de change défavorable de -2,5%.

Cette croissance du chiffre d'affaires est principalement liée au développement des marques de spécialités, ralentie cependant par une baisse de la consommation sur certains marchés en crise économique ainsi que par une amélioration du mix-produit sur les activités industrielles et par l'effet favorable des marchés de matières grasses.

La part du chiffre d'affaires réalisé hors de France passe de 68,6% en 2012 à 67,5% en 2013.

Le résultat opérationnel courant progresse de 2,9% par rapport à 2012. Il s'élève à **153,7 millions d'euros**.

La marge opérationnelle courante est de 3,5%. Elle s'élevait à 3,7% du chiffre d'affaires en 2012. Cette évolution résulte :

- de la bonne résistance des volumes des marques stratégiques et une demande soutenue sur l'activité Ingrédients ;
- des cotations favorables du sérum, des poudres de lait et de la matière grasse sur l'ensemble de l'année ;
- de la poursuite des actions de rationalisation.

Ces effets favorables ont cependant été affectés par :

- un contexte économique difficile sur de nombreux marchés ;

- la forte hausse des coûts matières ;
- la pression continue exercée sur les prix de vente des produits de grande consommation notamment en France. L'évolution des deux secteurs d'activité au cours de l'exercice 2013 a donc été contrastée puisque :
- le résultat opérationnel courant des Produits Fromagers est en recul de 1,6 % en croissance organique par rapport à l'exercice 2012. La marge opérationnelle courante de ce secteur d'activité passe de 4,2 % à 3,7 % ;
- le résultat opérationnel courant des Autres Produits Laitiers a augmenté de 38,6 % en croissance organique. Le taux de marge opérationnelle passe de 3,6 % en 2012 à 4 % en 2013.

Produits Fromagers

Le **chiffre d'affaires des Activités fromagères** est en progression de 3,9 % par rapport à 2012, à **2 717 millions d'euros**, soit 61,6 % du chiffre d'affaires consolidé total de Bongrain SA. Cette part relative était de 64 % en 2012.

L'évolution du chiffre d'affaires résulte principalement d'une évolution positive des volumes de produits de nos marques principales, malgré des difficultés rencontrées dans certains pays fortement exposés à la crise économique.

La variation de chiffre d'affaires se décompose en :

- un effet de croissance de 3,4 % ;
- un effet de change défavorable de -2 % qui provient principalement de la dépréciation par rapport à l'euro du peso argentin, du real brésilien et du dollar américain ;
- un effet de structure favorable de +2,6 %.

En **France**, le chiffre d'affaires présente une évolution modérée avec une bonne résistance des marques stratégiques.

Sur les autres pays **d'Europe de l'Ouest**, le chiffre d'affaires est globalement en croissance avec cependant des évolutions différenciées selon les pays. En particulier, les volumes en Espagne continuent à être impactés défavorablement par une conjoncture économique difficile.

Le chiffre d'affaires en **Europe Centrale et Orientale** progresse principalement grâce à une évolution favorable des volumes, l'effet prix positif étant quant à lui, largement compensé par un effet devises défavorable.

Le chiffre d'affaires à l'**International** est pénalisé par un effet de change très défavorable. En croissance organique, le chiffre d'affaires de la zone progresse, tant en raison de l'effet prix que de l'effet volume, en particulier sur les zones Amérique du Sud et Asie-Pacifique.

Le **résultat opérationnel courant** ressort à **100,5 millions d'euros**, en baisse de 10,1 millions d'euros par rapport à 2012 (110,6 millions d'euros) et un taux de marge opérationnelle en baisse de 4,2 % à 3,7 % en 2013. Ce recul du résultat opérationnel provient :

- d'un effet de structure défavorable correspondant à l'effet dilutif à court terme du développement externe ;
- d'une forte hausse des coûts matières que n'arrivent pas à couvrir les augmentations tarifaires ;
- de la pression constante exercée sur le prix de vente des produits de grande consommation ;
- d'une croissance modérée des volumes.

Autres Produits Laitiers

Le **chiffre d'affaires** des **Autres Produits Laitiers** ressort à **1 788,5 millions d'euros**, en croissance de 14,9 % par rapport à 2012. Cette variation de chiffre d'affaires se décompose en :

- un effet de croissance positif de + 14,7 %, l'activité de produits industriels est favorisée par le niveau élevé des cotations mondiales de produits industriels assortie à un bon dynamisme des volumes ;
- un effet de structure favorable de 3,3 % dû au changement de périmètre ;
- un effet de change défavorable de -3,1 % provenant principalement de la dépréciation du peso argentin et du dollar US par rapport à l'euro.

Le **résultat opérationnel courant des Autres Produits Laitiers** ressort à **71,8 millions d'euros contre 56,1 millions d'euros en 2012**. Cette amélioration résulte d'une demande et de prix soutenus sur l'activité Ingrédients ainsi que du bon dynamisme des volumes sur l'activité Produits de Grande Consommation, ceci dans un contexte de coûts matières élevés.

Éléments non affectés aux activités

Le **résultat opérationnel courant** des éléments non affectés s'élève à -18,6 millions d'euros contre -17,3 millions d'euros en 2012. Il représente principalement les charges des sociétés holdings.

Les **éléments non récurrents** s'établissent à **-20,2 millions d'euros**, contre **-17,3 millions d'euros** en 2012. Ils sont liés pour l'essentiel à la constatation de pertes de valeur de certains actifs opérationnels exploités dans les pays d'Europe Centrale et Orientale en raison de la situation économique difficile, à des charges et provisions de restructuration résultant des plans d'amélioration des performances engagés ainsi qu'à la comptabilisation des conséquences de différents litiges.

Le **résultat opérationnel** s'élève à **133,5 millions d'euros**, en hausse de 1,1 % par rapport à 2012.

Les **charges financières nettes** de Bongrain SA ressortent à **-24,7 millions d'euros** pour l'année 2013 comparées à -22,1 millions d'euros en 2012.

La **quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence** net d'impôt ressort à **1,6 million d'euros** contre 5,1 millions d'euros en 2012. Cette évolution traduit l'impact de réorganisations au sein de deux entités partenaires.

L'**impôt sur les résultats** s'élève à **57,7 millions d'euros**, en hausse de 14,7 millions d'euros par rapport à 2012. Le taux effectif ressort à 51,1 % contre 36,9 % en 2012. Cette évolution résulte de la dépréciation d'impôts différés actif et de l'effet de charges non déductibles.

Le **résultat net des activités poursuivies** s'établit à **55,1 millions d'euros**, à comparer à 73,6 millions d'euros en 2012.

Le **résultat net des activités cédées, en cours de cession ou abandonnées** est non significatif.

Le **résultat de l'exercice** revenant aux actionnaires de Bongrain SA s'établit à **48,9 millions d'euros. Il était de 63,6 millions d'euros en 2012.**

EFFECTIFS

Les **effectifs moyens totaux**, y compris les intérimaires, des sociétés intégrées globalement représentent **19 301 collaboratrices et collaborateurs en 2013** contre **18 870 collaboratrices et collaborateurs en 2012**, soit une hausse de 2,3%. À périmètre constant, les effectifs sont en hausse de +0,9%.

Ils se répartissent entre :

- Produits Fromagers pour 74,9% ;
- Autres Produits Laitiers pour 21,5% ;
- effectifs non affectés pour 3,6%.

INVESTISSEMENTS

Les **investissements corporels & incorporels** de Bongrain SA sont en hausse de 37 % par rapport à 2012, leur montant s'élève à 183,1 millions d'euros en 2013, par rapport à un montant de **145,3 millions d'euros** en 2012.

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

- Produits Fromagers pour 61,6% ;
- Autres Produits Laitiers pour 23,6% ;
- non affectés pour 14,8%.

Les **acquisitions** de filiales s'élèvent à **74,4 millions d'euros** en 2013 contre 8,9 millions d'euros en 2012.

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Bongrain SA a de tout temps considéré ses dépenses de recherche et développement comme un atout fort permettant d'assurer l'innovation et par conséquent la croissance de ses différents métiers. En cohérence avec sa culture et ses principes généraux de fonctionnement, les opérations de développement sont décentralisées au sein des entités opérationnelles afin de s'adapter aux besoins spécifiques de chaque marché. Ces opérations sont cependant coordonnées dans le cadre de programmes transversaux. Ces programmes sont dirigés en priorité vers l'alimentation équilibrée et l'exploitation des qualités nutritionnelles du lait.

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

SITUATION FINANCIÈRE

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

Les **fonds propres**, à **1 205,3 millions d'euros**, varient de -1,5 million d'euros par rapport aux comptes 2012 publiés.

L'endettement net, à **490,9 millions d'euros**, est en hausse de 161,5 millions d'euros. Il représente **40,7% des capitaux propres**, contre 27,3% au 31 décembre 2012.

Les ratios financiers imposés par les covenants sont respectés.

Bongrain SA ne présente pas d'exposition significative aux risques des marchés financiers.

Les risques de change sont, comme par le passé, limités par la politique d'implantation d'unités de production sur les marchés de commercialisation. Les risques de taux sont gérés dans le cadre d'une politique de couverture prudente.

ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Aucun événement d'importance significative n'est intervenu depuis la clôture de l'exercice.

PERSPECTIVES

Dans un environnement économique rendu difficile par des crises économiques impactant directement le pouvoir d'achat des consommateurs, les stratégies des distributeurs, une volatilité des cours de matières premières et une concurrence renforcée entre industriels, Bongrain SA, tout au long de l'année 2014, continuera à développer la mise en œuvre de sa stratégie, basée sur la force de ses marques et son savoir-faire sur les spécialités fromagères et laitières. Cette politique permettra de poursuivre et sécuriser le développement de chacun de ses marchés appuyés en cela par la poursuite des investissements, mais dans le cadre d'une situation financière maîtrisée. De même, les efforts et projets engagés en termes de performance opérationnelle depuis plusieurs années seront poursuivis.

Nos enjeux, nos réponses et nos voies de progrès

LES CONSOMMATEURS	NOS PARTENAIRES COMMERCIAUX ET NOS FOURNISSEURS	LES PRODUCTEURS DE LAIT
LES ENJEUX		
<ul style="list-style-type: none">■ Valoriser le statut de nos marques grâce à une qualité irréprochable.■ Informer clairement sur les propriétés nutritionnelles des produits et sur leur impact environnemental.■ Promouvoir une alimentation saine et équilibrée.	<ul style="list-style-type: none">■ Développer des relations loyales et mutuellement bénéfiques.■ Contribuer aux performances opérationnelles de nos clients.■ Associer nos clients et nos fournisseurs à nos objectifs de performance.	<ul style="list-style-type: none">■ Faire adhérer à nos objectifs de qualité, de naturalité et de responsabilité.■ Aider les producteurs à conforter l'expertise de leur métier.■ Valoriser le mieux possible le lait que nous achetons.
NOS RÉPONSES		
<ul style="list-style-type: none">■ Une sélection rigoureuse des matières premières.■ Une politique qualité fondée sur les principes de l'ISO 9001 et une politique de sécurité des aliments qui appliquent la norme ISO 22000 et, selon les marchés, des certifications de type BRC⁽¹⁾ ou IFS⁽²⁾, en complément des dispositifs qualité et sécurité existants.■ Une qualité organoleptique des produits constamment mesurée par des panels composés d'experts et de consommateurs.■ Des services consommateurs garantissant une plus grande relation de proximité.■ Une information nutritionnelle précise et détaillée sur chaque produit.■ Des conseils en faveur d'une alimentation équilibrée.	<ul style="list-style-type: none">■ Des démarches de <i>category management</i> innovantes pour développer les ventes.■ Des études comportementales des consommateurs directement effectuées sur les lieux de vente.■ Des revues d'affaires régulières avec nos clients.■ Des formations à la table de coupe pour le personnel en magasin.■ Des solutions de merchandising innovantes et précurseurs.■ Des services d'information et de formation pour les professionnels des métiers de bouche.■ Des démarches de gestion collaborative des approvisionnements.■ Une charte d'achats durable et responsable.■ La vérification de l'application des critères de la politique RSE de nos fournisseurs par un organisme indépendant.	<ul style="list-style-type: none">■ La démarche Approvisionnements Laitiers Responsables, pour réduire l'empreinte des producteurs sur l'environnement, tout en améliorant la performance économique des exploitations.■ Des ateliers et des journées « portes ouvertes » pour présenter la démarche■ Une politique de transformation du lait privilégiant la valeur ajoutée.■ Une politique active d'information et de formation aux bonnes pratiques d'élevage.■ Une traçabilité totale du lait par des contrôles rigoureux et systématiques, et un engagement bien au-delà des obligations réglementaires.■ Des démarches pilotes d'alimentation naturelle et de gestion durable des exploitations.■ Une politique d'information sur la filière laitière et ses enjeux.■ Un nouveau cadre contractuel d'approvisionnement avec les producteurs.
NOS AXES D'AMÉLIORATION		
<ul style="list-style-type: none">■ Développer l'étiquetage environnemental des produits.■ Une écoute consommateurs plus large, s'appuyant sur de bonnes pratiques spécifiques.■ Développer l'information qualitative des consommateurs par les applications numériques.	<ul style="list-style-type: none">■ Être proactif et développer l'innovation commerciale.■ Être à l'écoute des attentes et des comportements des consommateurs en situation d'achat pour développer les meilleures démarches d'innovation commerciale.■ Promouvoir nos critères de responsabilité sociale et environnementale.	<ul style="list-style-type: none">■ Soutenir toujours plus largement la production laitière durable.■ Encourager la production de lait de haute qualité nutritionnelle.■ Accompagner l'adaptation des agriculteurs à la fin des quotas laitiers en 2015.

1 - BRC: British Retail Consortium
2 - IFS: International Food Standard

L'ENVIRONNEMENT	NOS COLLABORATEURS	LA SOCIÉTÉ
LES ENJEUX		
<ul style="list-style-type: none">■ Intensifier la mise en œuvre des systèmes de management environnemental.■ Poursuivre la réduction de nos consommations d'eau et d'énergie.■ Diminuer les rejets à la source et développer le recyclage des déchets.■ Renforcer la protection de la biodiversité.	<ul style="list-style-type: none">■ Assurer la sécurité au travail.■ Favoriser l'épanouissement le bien être des collaborateurs.■ Promouvoir la diversité.■ Développer les compétences de nos collaborateurs et favoriser leur employabilité notamment par la formation.■ Encourager la prise d'initiative.■ Reconnaître à sa juste valeur la performance et l'engagement.	<ul style="list-style-type: none">■ Encourager l'engagement local et sociétal des collaborateurs.■ Sensibiliser à l'équilibre nutritionnel.■ Contribuer au développement économique et social des régions qui nous accueillent.■ Pratiquer une solidarité de proximité.
NOS RÉPONSES		
<ul style="list-style-type: none">■ La réduction des consommations d'eau, d'énergie et des déchets.■ Le suivi de la qualité du traitement des eaux usées ainsi que des rejets atmosphériques.■ Le recours à des énergies plus propres et renouvelables, comme l'exploitation de chaufferies à bois■ La réalisation de bilans carbone et d'analyses du cycle de vie des produits.■ La réalisation journalière d'un bilan matière complet des sites de production.■ L'allègement des emballages.■ L'optimisation des tournées de collecte et de livraison et la formation à l'éco conduite.■ La mise en œuvre de bonnes pratiques comme l'adhésion à la Charte: «Objectif CO₂, les transporteurs s'engagent».■ La démarche Approvisionnement Laitier Responsable.■ De nouvelles mesures pour la préservation de la biodiversité.■ Des constructions BBC⁽³⁾ et une plateforme logistique HQE⁽⁴⁾.	<ul style="list-style-type: none">■ L'obtention du label «Top Employeur Europe» en 2013.■ Des enquêtes d'opinion internes qui permettent d'identifier les progrès réalisés et les axes d'amélioration.■ Un guide de bonne conduite «diversité» (égalité hommes/femmes et seniors, handicap) issu des plans d'action des groupes travail.■ L'organisation de la première semaine mondiale de la santé et de la sécurité au travail.■ Un référentiel de compétences pour accompagner les plans de développement des collaborateurs.■ La diffusion d'un catalogue de bonnes pratiques en formation.■ Le soutien et la promotion de la mobilité interne et du développement des compétences.■ La mise en place d'un dispositif spécifique d'aide et d'écoute psychologique des collaborateurs.■ La signature d'un accord améliorant les conditions d'accès et les garanties de la couverture complémentaire santé.■ Un management par objectif et une rémunération variable en fonction de la performance individuelle et des résultats de l'entreprise pour tous les cadres.	<ul style="list-style-type: none">■ Le programme de l'arrondi solidaire permettant aux salariés qui le souhaitent de soutenir des projets humanitaires via le don de centimes sur leur bulletin de paie.■ Un Fonds de dotation «bien nourrir l'homme» pour soutenir des actions à forte portée nutritionnelle, environnementale ou sociétale dans les domaines laitiers et fromagers.■ La participation croissante des collaborateurs aux projets du Fonds de dotation.■ Le soutien à l'association Sapere, qui participe à la lutte contre l'obésité infantile à travers l'apprentissage du goût.■ Une politique active de coopération avec les écoles professionnelles locales, et d'insertion des jeunes dans l'entreprise.■ Des dons de produits destinés à des personnes dans le besoin.
NOS AXES D'AMÉLIORATION		
<ul style="list-style-type: none">■ Poursuivre les certifications environnementales.■ Continuer à promouvoir la réduction des consommations d'eau et d'énergie.■ Accroître la réduction des rejets à la source et améliorer la qualité des eaux usées.■ Généraliser l'écoconception des emballages.■ Réduire les nuisances olfactives et sonores.	<ul style="list-style-type: none">■ Améliorer la sécurité au travail pour atteindre un taux de fréquence des accidents inférieur à 5.■ Continuer à fédérer les filiales autour de la Semaine mondiale de la santé et de la sécurité au travail.■ Développer les programmes d'accueil et d'intégration des collaborateurs handicapés.■ Accélérer le déploiement des programmes de professionnalisation et de développement des compétences.	<ul style="list-style-type: none">■ Associer nos collaborateurs aux actions du Fonds «Bien nourrir l'Homme».■ Encourager l'engagement des filiales et des marques dans des actions de solidarité.■ Soutenir l'implication des filiales dans la vie locale.

3 - BBC: Bâtiment en basse consommation énergétique
4 - HQE: Haute qualité environnementale

Informations environnementales et sociales

Bongrain SA est engagé dans une démarche d'excellence et de progrès durable avec la volonté de prendre en compte les intérêts de ses parties prenantes, collaborateurs, consommateurs, producteurs, actionnaires, clients, partenaires, société civile, et de respecter l'environnement. Cette stratégie s'inscrit dans la démarche de responsabilité sociétale qui vise à « *répondre aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* » (extrait du rapport Bruntland).

Signataire du Pacte Mondial de l'ONU depuis 2003, Bongrain SA s'engage à respecter les dix principes universels relatifs aux droits de l'Homme, aux normes du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Afin d'assurer la maîtrise de cette démarche et le suivi des résultats, le Groupe s'appuie sur un outil de reporting commun à l'ensemble de ses filiales. Le reporting environnemental et social est assuré de manière structurée grâce à un outil dédié. Un questionnaire annuel est adressé et renseigné par l'ensemble des filiales dans le monde. Il permet de collecter et de consolider les informations pour analyses et commentaires.

Depuis 2002, le processus de reporting des informations recueillies est révisé par ses commissaires aux comptes, KPMG Audit et PRICEWATERHOUSECOOPERS Audit, ce qui garantit un contrôle indépendant.

En 2013, l'ensemble des informations sociales, environnementales et sociétales a fait l'objet d'une revue par les commissaires aux comptes.

Les acquisitions réalisées en 2013 ne sont pas intégrées au reporting social et environnemental à l'exception de :

- Söbbeke dont les informations environnementales et sociales ont été intégrées à partir de sa date d'entrée dans le Groupe ;
- trois sites liés à l'activité Terra Lacta rattachés à des filiales juridiques existantes pour les informations sociales, à partir de la date d'acquisition.

Le périmètre d'information retenu est précisé en regard de chaque indicateur communiqué dans les parties consacrées à l'information sociale et environnementale de ce rapport.

Les variations par rapport à l'année 2012 sont calculées à périmètre comparable, ce qui correspond aux filiales présentes sur les deux exercices.

RAPPORT ENVIRONNEMENTAL

POLITIQUE GÉNÉRALE ET ENJEUX

Le Groupe Bongrain est un acteur industriel responsable : il s'attache à minimiser son empreinte sur l'environnement depuis la gestion des matières premières jusqu'à la livraison des produits finis.

En amont, cette démarche s'appuie sur l'instauration de relations durables avec les producteurs laitiers, la mise en œuvre d'un protocole de bonnes pratiques d'élevage, la promotion de pratiques raisonnées de nature à réduire l'empreinte environnementale des exploitations et à améliorer leur bilan carbone et l'optimisation des tournées de ramassage du lait.

Dans son activité industrielle, le Groupe s'attache à maîtriser l'impact de l'ensemble de ses opérations sur l'environnement. Les principaux enjeux portent sur la maîtrise des consommations d'eau, d'énergie et d'emballages ainsi que sur l'utilisation optimale des matières premières. La concentration des rejets dans les eaux usées, le suivi de la qualité du traitement des eaux usées ainsi que des rejets atmosphériques sont également sous surveillance.

Un système d'évaluation du niveau de sécurité des sites industriels et de leur respect de la réglementation permet

aux unités opérationnelles de mettre en œuvre des politiques de prévention et de protection adaptées.

Toutes les filiales sont tenues de respecter les mêmes engagements.

Il n'y a pas de provisions et de garanties du Groupe pour risques en matière d'environnement

MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

Organisation

Dans chaque filiale, la mise en œuvre opérationnelle des mesures de protection de l'environnement est confiée à un collaborateur cadre. Lorsque les filiales ont plusieurs sites de production, le responsable Hygiène, Qualité, Sécurité et Environnement (HQSE) est généralement chargé de cette mission.

La Direction Industrielle Groupe accompagne les filiales dans la mise en œuvre opérationnelle des mesures de protection de l'environnement, assure le suivi de leurs plans d'amélioration, favorise le partage des bonnes pratiques et suit l'évolution des indicateurs environnementaux.

Référentiels

Le Groupe s'appuie sur les référentiels ISO pour la mise en œuvre des systèmes de management dans ses filiales. Il priorise les référentiels en relation directe avec son cœur de métier : l'hygiène et la sécurité alimentaire des produits. Le système ISO 22000, lié à la sécurité alimentaire, est l'outil de référence de sa démarche de maîtrise générale.

Pour progresser durablement dans la maîtrise de leur empreinte environnementale, les filiales sont également encouragées à obtenir la certification ISO 14001 pour leurs systèmes de management environnemental.

Des référentiels internes, appelés *Guides des Bonnes Pratiques*, sont développés afin d'être déployés dans les sites de production sur divers sujets liés à la maîtrise de l'environnement :

- *Guide des Bonnes Pratiques de gestion des rendements matière;*
- *Guide des Bonnes Pratiques de gestion des énergies;*
- *Guide des Bonnes Pratiques de prévention des dommages.*

Ces guides sont le plus souvent accompagnés de questionnaires d'autodiagnostic qui permettent d'évaluer l'avancement de chaque entité.

Santé et sécurité des consommateurs

L'essentiel de la production est réalisée à partir du lait que le Groupe collecte lui-même ou à travers les coopératives associées. La traçabilité du lait est totale et les contrôles sont rigoureux et systématiques. Tous les fournisseurs d'ingrédients sont référencés sur la base de cahiers des charges conjointement signés et conformes aux normes réglementaires.

L'exigence de qualité intrinsèque fait partie intégrante de notre culture d'entreprise. Le Groupe consacre des ressources et des moyens très importants afin d'exceller dans les 5 domaines de la qualité Bongrain que sont : la sécurité – la santé – le savoir-faire – la satisfaction – la supériorité.

Le Groupe considère que l'engagement portant sur la sécurité alimentaire doit être assuré de façon permanente pour aller toujours au-delà des obligations réglementaires. Toutes les actions menées dans ce domaine sont fortement soutenues par le management du Groupe et constituent le socle de sa politique industrielle.

À ce titre, des audits internes sont assurés régulièrement sur tous les sites, un contrôle libératoire des produits est également réalisé et une procédure d'approbation des nouveaux produits avant mise sur le marché est opérationnelle.

De plus, des audits externes reconnus internationalement et centrés sur l'ISO 22000 sont menés régulièrement dans les sites.

La qualité perçue par les consommateurs est pilotée particulièrement au travers de deux outils :

- le panel : un panel permanent de consommateurs note tous les aspects des produits. Les souhaits, les observations et les réclamations sont suivis attentivement et font l'objet de synthèses hebdomadaires et d'actions correctives ;

- l'analyse sensorielle : les produits sont régulièrement évalués par des collaborateurs formés à l'analyse sensorielle, en 2013 un travail important de formation des jurys d'usines a d'ailleurs été réalisé.

En matière de supériorité produit, un diagnostic est réalisé entre les différents métiers techniques et marketing. La démarche met l'accent sur l'amélioration de la qualité relative du produit dans son univers concurrentiel.

Gestion des événements environnementaux

Un système de gestion de crise est opérationnel dans l'ensemble des sites industriels, logistiques et administratifs du Groupe. En cas d'incident ou d'accident environnemental, les procédures requises sont immédiatement mises en œuvre par les filiales. Des exercices réguliers permettent d'en vérifier la réactivité et d'en perfectionner le fonctionnement.

Le *Guide des Bonnes Pratiques de prévention des dommages* est régulièrement remis à jour et diffusé à l'ensemble des sites. Ce document recense notamment les bonnes pratiques en matière de prévention des risques incendie, d'explosion, d'inondation et de tremblement de terre de façon à réduire leurs impacts s'ils devaient se produire. Ce guide est réalisé en partenariat avec l'assureur du Groupe : ses auditeurs sécurité effectuent régulièrement des audits dans le monde en utilisant ce document comme référence.

Par ailleurs, ces actions de prévention sont complétées par des investissements de prévention et de protection : mise en place de protections sprinklage et de réserves d'eau, sécurisation des installations électriques, installation de bassins de rétention de produits détergents, réfection des réseaux d'effluents industriels, amélioration des stations d'épuration, etc.

Collecte des informations environnementales

Le reporting environnemental couvre 100 % de la production du Groupe, tous types de sites confondus : production, logistique et commercial. Il est parfaitement intégré dans les processus des filiales.

Formation, information des salariés

Chaque site s'engage chaque année à maîtriser ses consommations d'eau et d'énergie.

En complément des *Guides de Bonnes Pratiques*, plusieurs sites ont mis en œuvre en 2013 des actions de formation et d'information des salariés en matière de protection de l'environnement :

- suivi et affichage des indicateurs ;
- réunions d'information expliquant aux salariés les résultats ;
- sensibilisation des nouveaux entrants à l'aide d'un diaporama et d'un quizz QHSE ;
- formation à la gestion des déchets, aux économies d'énergie et dans le cadre de projets spécifiques.

Un parcours de formation interne destiné à l'ensemble du personnel d'encadrement renforce le dispositif de sensibilisation. Au-delà du développement personnel et professionnel des collaborateurs, cette formation permet de déployer une véritable culture de bonnes pratiques au sein du Groupe.

UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

Maîtrise des consommations

L'engagement du Groupe dans la maîtrise de ses impacts environnementaux se traduit par une implication de tous les niveaux de responsabilité et pour tous les flux susceptibles d'avoir un impact environnemental.

Pour accompagner, encourager et suivre les plans d'action, des commissions transversales spécialisées favorisent l'échange des bonnes pratiques, les synergies et les initiatives dans chaque usine.

Optimiser la consommation de matières premières

Le Groupe travaille de façon permanente sur les procédés afin de maximiser la transformation du lait qui constitue la matière première essentielle de son activité.

En 2013, un projet majeur de maîtrise des flux matières a été mis en place : la réalisation journalière d'un bilan matière complet des sites de production au moyen d'un outil informatique dédié. Il permet en particulier aux équipes opérationnelles d'identifier et de corriger très rapidement les dysfonctionnements éventuels.

Réduire la consommation d'eau

Pour cet indicateur, le périmètre 2013 représente 100 % de la production

Évolution de la consommation

La consommation d'eau s'élève à 15,3 millions de m³ à périmètre comparable, soit une baisse de 0,5 % pour une production en hausse de 2,2 %.

La consommation d'eau à la tonne produite diminue ainsi de 2,6 % en 2013, une tendance qui se confirme depuis 3 ans.

Évolution de la consommation d'eau

(à périmètre comparable / tous sites confondus) en millions de m³



Ces résultats concrétisent l'engagement des sites et l'efficacité de leurs actions :

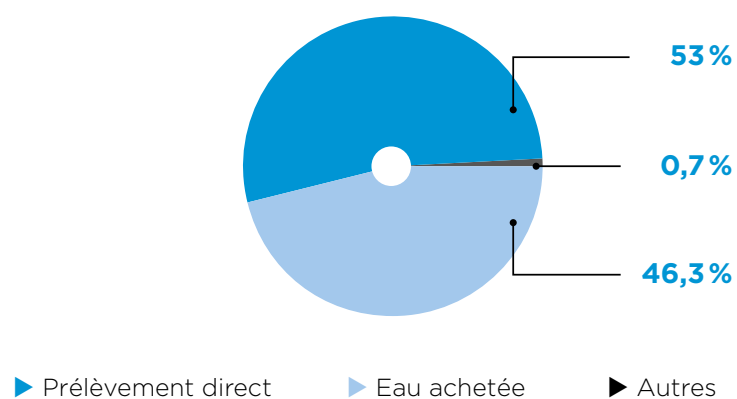
- élimination des utilisations d'eau en circuit ouvert ;
- récupération d'une partie du sérum qui est filtré puis utilisé pour les lavages, ce qui évite ainsi le recours à l'eau du réseau ou de forage ;
- amélioration de tous les comptages, de leur suivi quotidien et définition de consommations cibles par atelier ;
- optimisation des processus de nettoyage : installation de pistolets sur les tuyaux souples, récupération des eaux de rinçage des camions-citernes et des eaux de refroidissement des pompes ;
- sensibilisation du personnel par la formation et les actions de progrès continu.

Structure de l'approvisionnement en eau

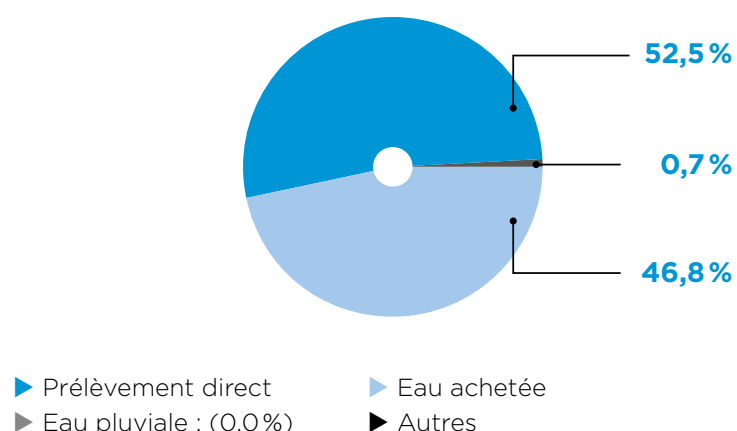
À périmètre comparable, la structure de l'approvisionnement 2013 est quasiment inchangée avec 46,3 % d'eau achetée et 53,7 % de prélèvements dans le milieu naturel.

Les contraintes locales relatives à l'approvisionnement en eau sont peu nombreuses et à caractère essentiellement saisonnier : 10 % des sites sont concernés.

Structure des approvisionnements en eau 2013
(à périmètre comparable/tous sites confondus)



Structure des approvisionnements en eau 2012
(à périmètre comparable/tous sites confondus)



Réduire la consommation des emballages et papiers

Pour cet indicateur, le périmètre 2013 représente 100 % de la production.

Évolution de la consommation des emballages et papiers

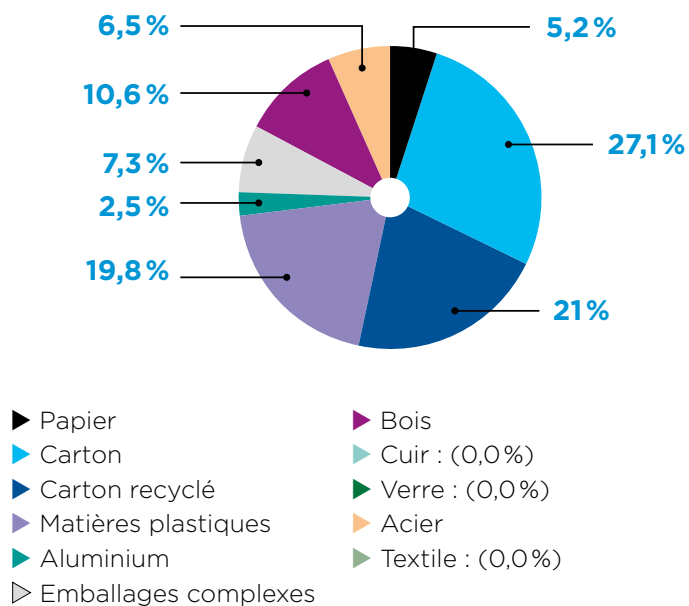
En 2013, la consommation de matière d'emballage et de papiers, tous matériaux et tous types de produits confondus, a augmenté de 5,4 % à périmètre comparable, hausse liée à l'augmentation des volumes et au développement de nouveaux produits en adéquation avec les usages des consommateurs.

Sur ce même périmètre, la part des emballages recyclables s'établit à 21,0 % contre 22,0 % en 2012.

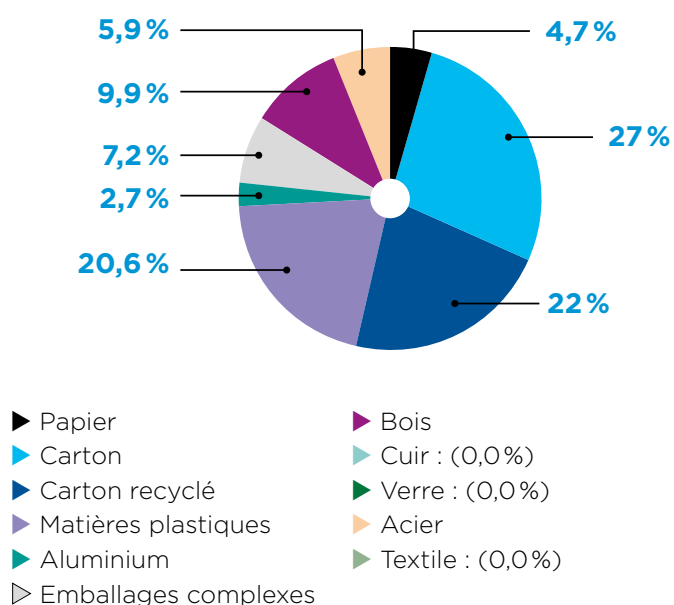
Comme pour les années précédentes, les actions continuent de porter sur l'écoconception des emballages et l'optimisation de l'organisation de la production. Des partenariats sont réalisés avec différents organismes nationaux chargés de la collecte, du tri et du recyclage des emballages.

Structure de la consommation des emballages et papiers

Structure des consommations en papier et emballages 2013
(à périmètre comparable/tous sites confondus)



Structure des consommations en papier et emballages 2012
(à périmètre comparable/tous sites confondus)



Améliorer l'efficacité énergétique

Pour cet indicateur, le périmètre 2013 représente 100% de la production.

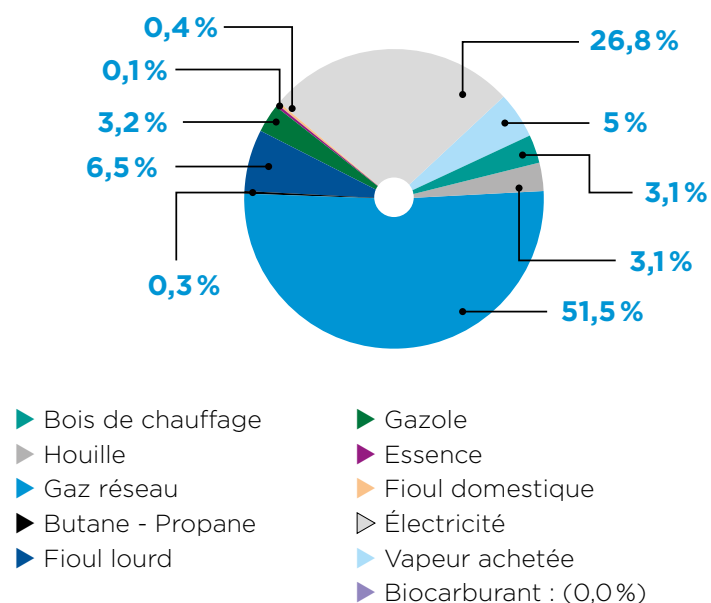
Évolution de la consommation énergétique

En 2013, la consommation totale d'énergie s'élève à 7 845 GJ à périmètre comparable, en hausse de 0,2% par rapport à 2012.

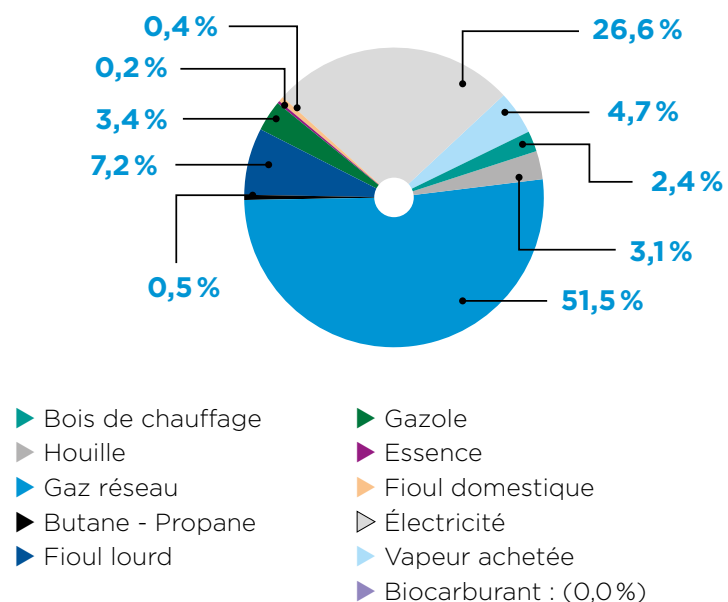
La consommation d'énergie spécifique à la tonne de produit fabriquée diminue globalement de 1,9%, ce qui confirme la tendance des dernières années.

Structure de la consommation énergétique

Structure des consommations d'énergie 2013 en GJ
(à périmètre comparable/tous sites confondus)



Structure des consommations d'énergie 2012 en GJ
(à périmètre comparable/tous sites confondus)



Les principales évolutions sont :

- d'une part, la forte hausse de la consommation de bois, + 27,1%, liée à l'exploitation d'une chaudière à bois sur un site français majeur ;
- d'autre part, la baisse significative de la consommation de fioul lourd, - 9,8%.

Maîtriser les consommations au quotidien

Un comité de pilotage Énergie recense toutes les bonnes pratiques énergétiques afin de les déployer sur tous les sites. Un suivi périodique est assuré pour accélérer la dynamique de progrès dans 3 domaines principaux :

Production et transformation d'énergie

- Mesure systématique du rendement des chaufferies assortie d'un bilan de fonctionnement réalisé par un consultant spécialisé ;
- Remplacement des chaudières anciennes par des chaudières neuves à rendements plus élevés ;
- Rénovation des groupes de production de froid à l'ammoniac pour réduire les quantités de NH_3 utilisées et augmenter la performance des installations ;
- Évaluation des installations de froid sur la quasi-totalité des sites avec l'appui de consultants externes et mise en place de plan d'actions avec d'excellents résultats sur de nombreux sites.

Consommation d'énergie

Développement des systèmes de comptage des énergies et bilans périodiques.

Distribution d'énergie

Amélioration des réseaux de distribution : calorifugeage, recherche systématique des fuites d'air comprimé, installation de variateurs de vitesse sur les pompes, ventilateurs et compresseurs et de systèmes de pression variable sur des réseaux.

Développer les énergies renouvelables

En 2013, l'un des sites majeurs en France a achevé la première année d'exploitation de sa nouvelle chaufferie à bois. Cette chaudière a fourni plus des deux tiers de l'énergie nécessaire au fonctionnement du site. Le bois utilisé provient de forêts exploitées de façon durable par l'Office National des Forêts en privilégiant la fourniture locale.

L'exploitation d'une autre chaudière à bois a également démarré sur un autre site en France en cours d'année. Le procédé utilisé est particulièrement innovant puisqu'il s'agit d'une chaudière à double combustion permettant la formation de vapeur d'eau.

Utilisation des sols

Un nombre limité de sites (8%) est implanté dans des zones dites « protégées » comme, par exemple, les parcs naturels, les zones Natura 2000 et les forêts.

Différentes actions sont mises en œuvre afin de préserver ces zones parmi lesquelles la conservation de secteurs forestiers par la plantation d'espèces endémiques et la diminution des émissions dans l'air par l'exploitation de chaudières biomasse.

REJETS ET GESTION DES DÉCHETS

Limiter les émissions dans l'air

Pour cet indicateur, le périmètre 2013 représente 100% de la production

À périmètre comparable sur les sites de production, les émissions en kg équivalent CO₂ diminuent de 1,6% par rapport à 2012 alors que la production augmente de 2,2%.

Cette amélioration résulte de la mise en œuvre de bonnes pratiques telles que l'adhésion à la charte « Objectif CO₂, les transporteurs s'engagent » avec un impact très positif sur les émissions liées à la collecte du lait, aux échanges de matières entre usines et à la distribution des produits.

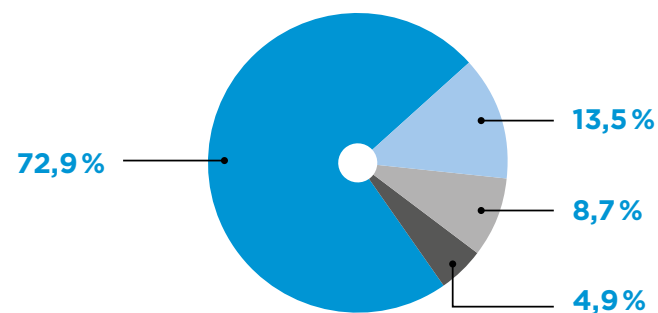
Réduire les rejets et améliorer la qualité des eaux usées

Pour cet indicateur, le périmètre 2013 représente 100% de la production

Les rejets d'eaux usées s'élèvent à 13,9 millions de m³ à périmètre comparable, en augmentation de 1,8% par rapport à 2012, pour une production en hausse de 2,2%. 95,1% des eaux rejetées sont traitées avant rejet dans le milieu naturel.

Destination des rejets d'eaux 2013

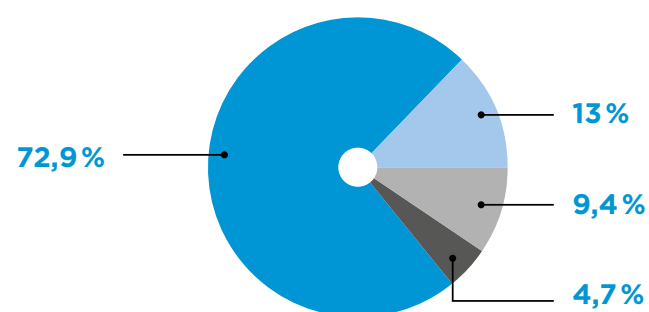
(à périmètre comparable/tous sites confondus)



- ▶ Réseaux collectifs d'assainissement sans traitement
- ▶ Réseaux collectifs d'assainissement après traitement
- ▶ Milieu naturel sans traitement
- ▶ Milieu naturel après traitement

Destination des rejets d'eaux 2012

(à périmètre comparable/tous sites confondus)



- ▶ Réseaux collectifs d'assainissement sans traitement
- ▶ Réseaux collectifs d'assainissement après traitement
- ▶ Milieu naturel sans traitement
- ▶ Milieu naturel après traitement

Ces résultats s'appuient sur des dispositifs reconduits et améliorés chaque année :

Maîtrise des procédés amont en usine avec :

- réduction des volumes d'eau consommée et donc des eaux usées rejetées;
- réduction de la charge des eaux à l'entrée de la station d'épuration grâce à des contrôles renforcés et systématisés;
- installation de compteurs des eaux usées et de turbidimètres pour en mesurer la charge et en surveiller l'évolution.

Maîtrise des procédés d'épuration avec :

- application des bonnes pratiques éprouvées au sein du Groupe;
- installation de procédés membranaires comme l'osmose inverse pour traiter les sérums et les eaux usées;
- installation d'échantillonneurs afin d'objectiver la DCO (demande chimique en oxygène);
- mise en œuvre de nouvelles solutions pour optimiser le traitement des stations d'épuration;
- utilisation de nouveaux procédés comme la méthanisation.

Réduire les nuisances olfactives et sonores

Plusieurs mesures concourent à réduire les nuisances olfactives :

- la mise en place de contrôles des odeurs ;
- l'arrêt des aérateurs des bassins de stockage de boues pendant les journées chaudes ;
- le nettoyage régulier du réseau d'égouts des sites ;
- l'installation de systèmes de contrôle optique de leur propreté.

En 2013, une évaluation du niveau sonore des postes de travail a été réalisée sur l'ensemble des sites du Groupe afin d'estimer leur pénibilité. Des plans d'action sont en cours de définition. Plusieurs sites ont déjà pris des mesures concrètes pour réduire le bruit comme l'installation de générateurs d'énergie plus silencieux.

Limiter les déchets industriels

Pour ces indicateurs, le périmètre 2013 représente 100 % de la production

(Les quantités de déchets communiquées correspondent aux quantités de déchets évacués en 2013 ; les produits non conformes et déclassés ne sont pas pris en considération)

Les déchets industriels sont en très grande majorité des déchets non dangereux (DIND) générés par la production. À périmètre comparable, le tonnage de DIND des sites de production a augmenté de 7,6 %. 73,7 % des DIND sont valorisés.

L'augmentation des déchets non dangereux est en lien avec la hausse des emballages. Des mesures sont prises afin de réduire les quantités de déchets, parmi lesquelles figurent le tri sélectif par type de déchets et l'action auprès de nos fournisseurs afin de diminuer les emballages (achats de containers repris par le fournisseur par exemple).

Quantité de déchets non dangereux

(à périmètre comparable / sites de production)
en milliers de tonnes



Les déchets industriels dangereux (DID) des sites de production sont en baisse de 7,4 % à périmètre comparable. En 2012 de nombreuses opérations d'évacuation des DID avaient en effet été réalisées. En 2013, la priorité est donnée à l'achat des produits les moins dangereux à qualité égale, ainsi qu'au recyclage des contenants.

Quantité de déchets dangereux

(à périmètre comparable / sites de production)
en milliers de tonnes



Préserver les sols

Plusieurs actions concourent à la préservation des sols, en particulier :

- l'installation de bacs de rétention ;
- la rénovation des canalisations des eaux résiduelles ;
- la récupération des eaux de lavage des installations industrielles et des aires de lavage des véhicules et parkings ;
- le respect des périodes et des techniques d'épandage afin d'éviter la détérioration des sols cultivés et de réduire les phénomènes de lessivage.

CONTRIBUTION À L'ADAPTATION ET À LA LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Bilan Carbone et Analyse de Cycle de Vie

En 2010, le Groupe a réalisé des Analyses de Cycle de Vie (ACV) sur certains de ses produits afin de préciser les principales sources d'empreinte environnementale de son activité, et d'adapter sa stratégie.

75 % de l'impact environnemental étant lié à l'approvisionnement en lait, une démarche « Approvisionnement Laitier Responsable » a été mise en place. Elle vise à l'amélioration des impacts environnementaux et de réduction de l'empreinte carbone auprès des producteurs de lait.

Elle s'appuie sur un diagnostic reposant sur 10 indicateurs clefs :

- Consommation d'énergie
- Consommation d'eau
- Qualité d'eau
- Biodiversité
- Santé du sol
- Bien-être des vaches
- Terroir et neutralité
- Nutrition et santé des troupeaux
- Stockage carbone
- Empreinte carbone brute

Des axes de progrès sont ensuite proposés aux éleveurs.

À ce titre, des partenariats ont été conclus avec plusieurs organismes (Institut de l'agriculture durable, Institut de l'élevage et une société de conseil sur l'alimentation des animaux et l'impact environnemental). De plus, les techniciens du Groupe ainsi que des structures telles que les chambres d'agriculture ou les organismes de contrôles laitiers sont formées pour assister les producteurs dans cette démarche innovante.

Plusieurs plans d'action sont mis en œuvre pour, notamment, favoriser la couverture des sols, limiter les traitements phytosanitaires et préserver des haies.

Après avoir testé la démarche sur un panel de fermes pilotes en 2011, puis de fermes de référence en 2012, le déploiement de cette démarche d'amélioration a démarré en 2013.

À la fin 2013, plusieurs centaines d'exploitations laitières françaises fournissant le groupe étaient impliquées dans la démarche. Les premiers plans d'action mis en œuvre ont permis d'économiser 9 000 tonnes d'équivalent CO₂ par rapport au démarrage en 2011.

De plus, par sa participation à différentes structures professionnelles et interprofessionnelles au niveau national et régional, le Groupe contribue aux réflexions visant à l'amélioration des méthodes de calcul des indicateurs environnementaux du métier de l'élevage et favorise ainsi l'établissement de Bilan Carbone dans les exploitations laitières.

Enfin, certaines flottes de collecte de lait et de transports inter-usines de matières laitières du Groupe adhèrent à la charte « CO₂, les transporteurs s'engagent ».

Dans l'activité industrielle

Le Groupe s'attache parallèlement à réduire les émissions de gaz à effet de serre de ses activités de production. Les actions qui y concourent le plus fortement sont :

- l'amélioration de l'efficacité énergétique des transports liés à la collecte du lait, aux échanges entre usines et à la distribution des produits : optimisation des tournées, du choix, de l'équipement et de l'entretien des poids lourds, conception de nouvelles citernes de lait, formation des chauffeurs à l'écoconduite ;
- l'amélioration de l'efficacité énergétique des usines ;
- la mise en place de plusieurs osmose inverses qui permettent de réduire les dépenses énergétiques d'évaporation et de transport ;
- l'installation de nanofiltrations pour réduire les coûts évaporatoires ;
- l'optimisation des processus d'écémage pour réduire les impacts énergétiques et les rejets en stations.

À l'échelle du Groupe

En complément des Bilans Carbone réalisés par certains de ses sites, le Groupe développe en interne un outil de calcul d'un Bilan Gaz à effet de serre, scope 1 (*émissions directes des sources fixes et mobiles*) et scope 2 (*émissions indirectes associées à l'énergie liées à l'activité*). Cet outil est en cours de test et sera, à terme, généralisé à l'ensemble des sites.

À l'échelle de l'interprofession

Le Groupe participe activement à la définition d'un référentiel commun pour le secteur laitier portant sur les modes de calcul des analyses de cycle de vie pour les gaz à effet de serre et sur l'information des données environnementales concernant les produits.

Ce référentiel a été présenté avec succès au sein de la commission Afnor.

Protection de la biodiversité

Le Groupe s'investit dans la protection de la biodiversité au moyen de sa démarche Approvisionnements Laitiers Responsables. La biodiversité est l'un des dix indicateurs du diagnostic des exploitations proposé aux producteurs de lait.

Le développement des prairies, une meilleure couverture des sols, la limitation des traitements phytosanitaires et la préservation des haies comptent parmi les axes de progrès préconisés, de façon personnalisée pour chaque exploitation. Toutes ces mesures concourent à la préservation de la biodiversité.

Les effets sont d'autant plus favorables que les prairies bien gérées ne demandent quasiment pas de pesticides et d'engrais.

L'ALR s'attache également à promouvoir les meilleures pratiques d'abreuvement et de nettoyage afin de réduire la consommation d'eau des exploitations, ce qui participe également au maintien d'un meilleur équilibre des écosystèmes.

Parmi les exemples de mesures concrètes prises par les sites peuvent être cités le repeuplement d'un étang par la réintroduction de poissons ou bien encore la fenaison tardive sur les prairies naturelles attenantes à un de nos sites.

Des mesures préventives visant à réduire ou à limiter l'impact de l'activité des sites sur les milieux naturels et les écosystèmes sont prises telles que :

- la réduction de la consommation des produits de nettoyage : un poste de travail est par exemple dédié à la préparation des doses nécessaires de produits qui seront ensuite utilisés en production ;
- la rénovation des réseaux d'eaux usées.

Des actions d'intégrations paysagères sont également mises en œuvre, notamment la plantation d'arbres et de haies autour des stations d'épuration ainsi que la dépose de terres de remblais en tenant compte des courbes naturelles du terrain.

DÉMARCHES GÉNÉRALES EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

Conformité et veille réglementaire

Le Groupe, les filiales et les sites veillent rigoureusement à la maîtrise de leur conformité réglementaire.

Une société de conseil spécialisée apporte son appui au suivi de l'évolution législative et réglementaire au quotidien. Un outil informatisé dédié, un bulletin périodique et des entretiens trimestriels permettent aux sites de disposer d'une information constamment actualisée sur la réglementation les concernant et ses modalités d'application.

Programmes d'action et investissements 2013

- Réduction de la consommation d'énergie : 42 sites
- Réduction de la consommation d'eau : 37 sites
- Réduction de la génération de déchets : 35 sites

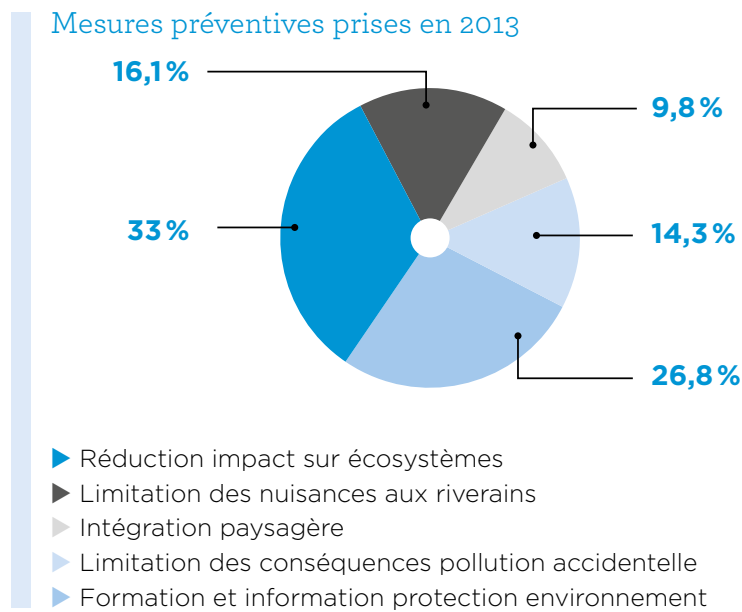
Investissements:

- 38 sites ont investi dans la protection de l'environnement : nouveaux équipements pour la production de chaleur et de froid, la mesure et la maîtrise des consommations et des rejets, équipements de prévention, optimisation des installations d'évacuation et de traitement ;
- 29 sites ont investi pour réduire les risques de dommages, en particulier d'incendie : détection, sécurité électrique et maîtrise des risques.

Dépenses:

- 59 sites ont engagé des dépenses afin de protéger l'environnement, notamment de contrôle et de maintenance des installations techniques, des épandages et de traitement des déchets ;
- 55 sites ont réalisé des dépenses afin de réduire les risques de dommages aux biens.

De nombreuses mesures préventives visant à maîtriser les risques ou réduire leurs conséquences ont été déployées sur les thèmes suivants :



Relations avec les parties prenantes

Trente neuf sites ont identifié leurs parties prenantes qui sont principalement les consommateurs, les salariés, les agriculteurs, les riverains, les organismes de tutelles, les mairies et les pompiers.

Des rencontres sur site, des enquêtes de satisfaction et des audits permettent, selon les publics, d'apprécier leurs attentes. Les sites du Groupe s'attachent à les satisfaire en développant des relations de confiance avec une communication adaptée.

Des mesures préventives spécifiques visant à réduire et à limiter les nuisances aux riverains sont d'ailleurs mises en place. Ces actions portent essentiellement sur deux domaines.

Le domaine sonore :

- modification d'un quai d'expédition ;
- réalisation d'études acoustiques ;
- mise en place d'un caisson anti bruit sur l'aspiration d'un ventilateur.

Le domaine olfactif :

- introduction de bactéries spécifiques dans les eaux de la station d'épuration afin d'accélérer le processus de biodégradation et d'éviter ainsi la formation d'odeurs ;
- limitation de l'aération des boues de la station.

Relations avec les fournisseurs

Transformer les achats en atouts compétitifs

Le Groupe développe des relations de collaboration sur le long terme avec ses fournisseurs majeurs.

Il sélectionne ses fournisseurs sur la base de critères de qualité, de sécurité, de service et de compétitivité, mais aussi sur leur capacité d'accompagnement durable dans une logique de progrès continu et d'innovation. Le Groupe veille à l'équilibre économique, gage de la pérennité des relations d'affaires, tout particulièrement pour les PME et ETI.

Afin de renforcer la compétitivité, l'analyse fonctionnelle des besoins et la recherche de solutions innovantes sont au cœur de politique d'achats du Groupe. Raisonner en valeur d'usage, c'est-à-dire en coûts complets, permet de favoriser l'émergence de solutions compétitives et pérennes.

La gestion des risques fournisseurs est au cœur du dispositif afin d'assurer la pérennité des sources d'approvisionnement tant sur le plan quantitatif que qualitatif. La stratégie des achats vise à couvrir, dans la durée, les risques identifiés en étroite collaboration avec le marché fournisseurs et les utilisateurs. L'audit périodique de plus de 100 sites de production de fournisseurs contribue à la sécurité et à l'amélioration continue des produits entrant dans les usines.

Innovation & communication au cœur de la collaboration

Conforté par le succès des initiatives passées, le Groupe a organisé en 2013 un nouveau forum dédié à l'innovation. Comme pour les forums précédents, l'opportunité a été donnée aux fournisseurs conviés de présenter leur expertise et savoir-faire sur les thèmes sélectionnés, auprès d'un auditoire large rassemblant les parties prenantes de l'entreprise. Dans le respect des droits de propriété intellectuelle, les innovations et les actions de progrès se déploient dans les filiales du Groupe en collaboration avec les fournisseurs concernés. Les fonctions achats localisées en filiales permettent de favoriser une écoute et une collaboration actives sur le terrain.

Achats responsables

La politique d'achats du Groupe s'exprime au travers de sa Charte Achats Durables & Solidaires diffusée largement en 2013 auprès des fournisseurs majeurs. À partir de formations spécifiques, les acheteurs et tous les nouveaux cadres entrants sont sensibilisés aux exigences du Groupe en termes de politique d'achats responsables. Au titre de l'exercice 2013, plus de 100 cadres ont pu bénéficier de ce programme de sensibilisation. Plus spécifiquement, un code de conduite est déployé à travers lequel les acheteurs s'engagent à respecter les principes qui régissent les relations avec les fournisseurs dans les quatre grands domaines définis : intégrité et éthique, communication et collaboration, progrès et performance, responsabilité et achats durables.

De nombreux fournisseurs majeurs ont été évalués par un organisme indépendant, à partir d'un choix de critères RSE. En 2013, le Groupe a élargi sa campagne d'évaluation auprès d'un large panel de fournisseurs, avec trois vagues successives étalées sur les deux ans à venir. Les actions de progrès identifiées sont partagées avec les fournisseurs concernés. Dans la sélection des fournisseurs, les exigences du Groupe en termes de RSE sont intégrées sur la base d'un processus de notation innovant. En France, le Groupe est signataire de la Charte de la médiation interentreprises.

RAPPORT SOCIAL

Bongrain SA est une entreprise engagée au quotidien auprès de toutes ses parties prenantes. La diffusion de sa Charte éthique en 2012 a permis de renforcer auprès de chacun des collaborateurs les valeurs et les principes d'action du Groupe.

Dans le respect de ses valeurs, la politique Ressources Humaines du Groupe s'organise autour de trois axes stratégiques : Compétitivité, Compétences et Culture. Elle a pour objectif de soutenir et d'accompagner le Groupe et ses collaborateurs dans leurs développements grâce à un engagement réciproque.

Le Groupe réalise depuis plusieurs années des enquêtes d'opinion régulières auprès de ses collaborateurs dans chacune des filiales. Un même questionnaire est utilisé dans tous les pays. Parmi les thématiques abordées, la fierté d'appartenance, la convivialité et le partage permettent de mesurer l'attachement des salariés.

Le Groupe a organisé, pour la première fois en 2013, une semaine mondiale de la sécurité et de la santé au travail. Dans chacune des filiales, plusieurs événements ont mobilisé et fédéré les collaborateurs autour de ces deux thématiques.

Le Groupe a reçu le label Top Employeur France pour la cinquième année consécutive, accompagné en 2013 du label Top Employeur Europe. Ce label souligne l'engagement du Groupe pour les bonnes pratiques Ressources Humaines, notamment en matière de culture d'entreprise, de pratiques managériales, de formation et développement des collaborateurs, de politique de rémunération et avantages sociaux ainsi que de conditions de travail.

L'épanouissement des collaborateurs est placé au cœur des processus avec une politique volontariste de développement professionnel. Les nombreuses implantations géographiques et les différents métiers du Groupe permettent d'encourager les évolutions des collaborateurs et la mobilité interne avec des moyens et des outils accessibles à tous.

L'engagement sociétal est également un axe important d'engagement conjoint du Groupe et de ses collaborateurs, notamment à travers le programme de l'arrondi solidaire qui permet aux salariés de soutenir des actions conduites par deux associations.

LE GROUPE ET SES COLLABORATEURS

Les effectifs globaux équivalents temps plein (y compris intérimaires et intégrant les effectifs des acquisitions 2013) atteignent 19 301 collaborateurs en 2013 (18 870 en 2012).

L'ensemble des informations communiquées ci-après couvre le périmètre spécifié dans la partie introductive du chapitre « Informations environnementales et sociales ».

Les effectifs permanents (CDI) et non permanents (CDD et contrats en alternance) inscrits au 31 décembre 2013 s'élèvent à 18 457 contre 18 065 à fin 2012. Cette évolution s'explique notamment par l'intégration de Söbbeke au 26 juillet 2013 et de trois usines de Terra Lacta dans les sociétés Elvir (site de Claix), Armor Protéines (site de Surgères) et Sofivo (site de Champdeniers) au 1^{er} octobre 2013.

Répartition des effectifs inscrits au 31.12.2013

Par zone géographique

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100 % des effectifs inscrits au 31.12.2013.

Comme en 2012, les effectifs inscrits se répartissent comme suit :

- 39 % en France ;
- 33 % dans les autres pays d'Europe ;
- 28 % dans le reste du Monde.

Par statut

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100 % des effectifs inscrits au 31.12.2013.

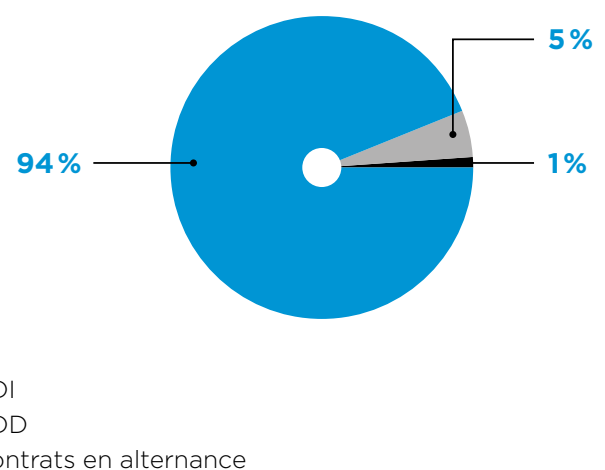
Le nombre de cadres s'élève à 2 707 collaborateurs soit un taux d'encadrement de 14,7 %. Ce taux s'élève en France à 16,7 %.

À périmètre comparable, le taux d'encadrement diminue de 1 %.

Par type de contrat

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100 % des effectifs inscrits au 31.12.2013.

Répartition des effectifs inscrits par type de contrat



À périmètre comparable, la part des contrats permanents dans les effectifs inscrits est en hausse de 0,8 % par rapport à 2012.

En France, la part des contrats permanents dans les effectifs inscrits s'élève à 94,8 %. Le nombre de contrat permanent est en hausse de 2,8 %.

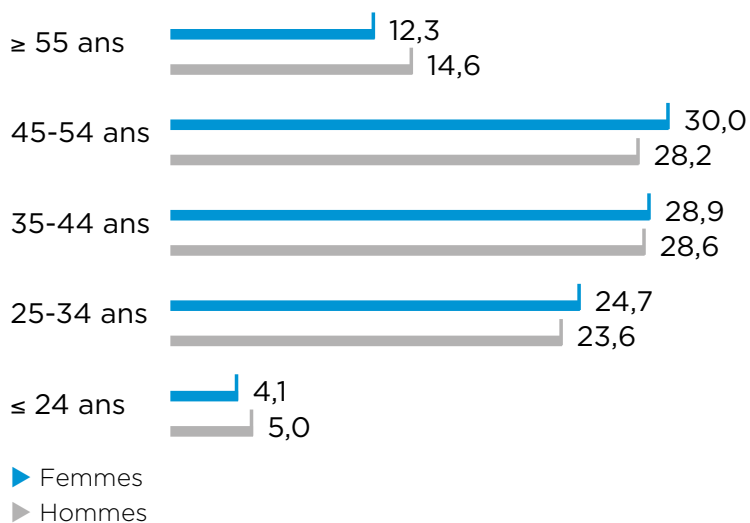
Au 31 décembre 2013, le Groupe compte 1 408 intérimaires et assimilés, soit 7,2 % des effectifs totaux.

Par âge

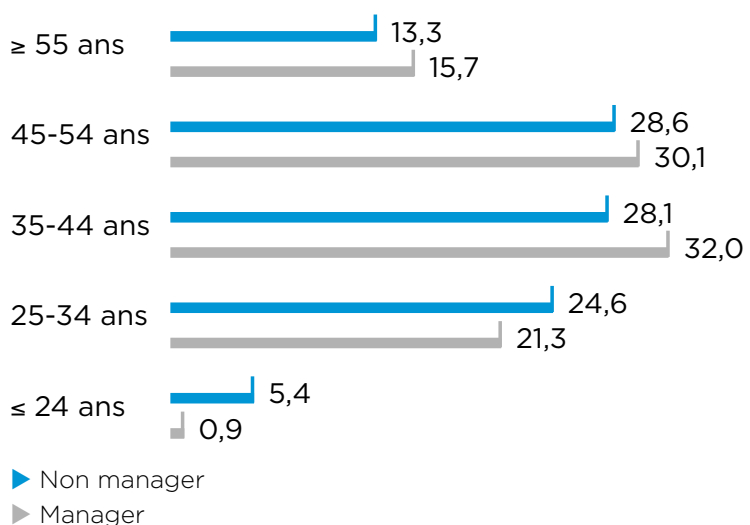
Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs permanents au 31.12.2013.

La part des jeunes (≤ 24 ans) et des seniors (≥ 55 ans) a augmenté par rapport à 2012 de respectivement 0,1 point et 1 point.

Répartition des effectifs permanents par sexe et par âge en pourcentage



Répartition des effectifs permanents par statut et par âge en pourcentage

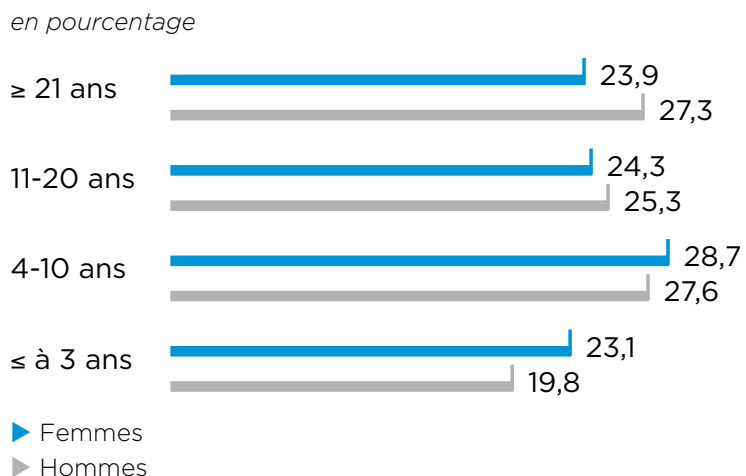


À périmètre comparable, le nombre des salariés de plus de 55 ans est en hausse de 8,6%.

Par ancienneté :

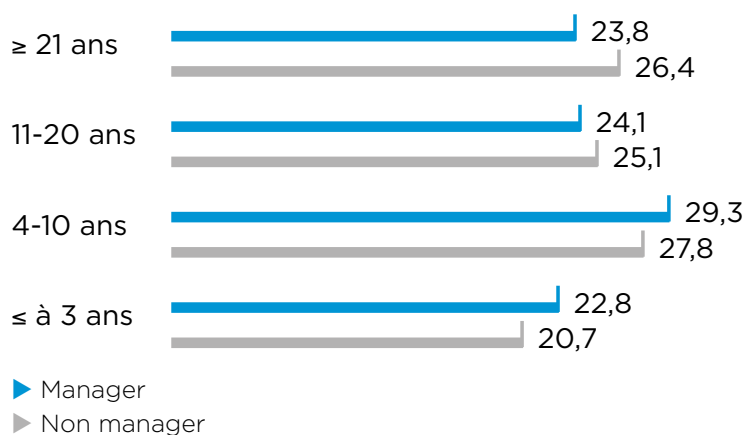
Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs permanents au 31.12.2013.

Répartition des effectifs permanents par tranche d'ancienneté et par sexe en pourcentage



Répartition des effectifs permanents par ancienneté et par statut en pourcentage

en pourcentage



ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

Les heures travaillées

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs inscrits au 31.12.2013.

Chaque salarié du Groupe a travaillé en moyenne 1 681 heures en 2013.

Les heures supplémentaires en France

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs inscrits en France au 31.12.2013.

En France, le nombre moyen d'heures supplémentaires par salarié s'élève en 2013 à 15 heures par an. 39,3% des salariés ont réalisé des heures supplémentaires en 2013. Chaque salarié en France a travaillé en moyenne 1 446 heures.

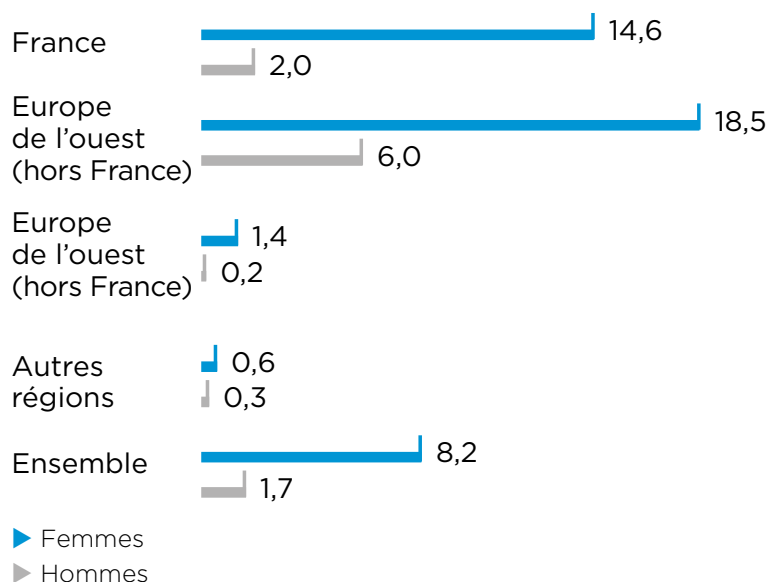
Travail à temps partiel

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs permanents au 31.12.2013.

Le temps partiel concerne 4,2% des effectifs permanents du Groupe.

Répartition du temps partiel par zone géographique et par sexe en pourcentage

en pourcentage



Les femmes ont davantage recours au temps partiel que les hommes : respectivement 8,2 % contre 1,7 % des effectifs permanents.

Le temps partiel est choisi majoritairement par les salariés. Le Groupe porte une attention particulière au respect de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée pour ses collaborateurs.

Travail en équipes et travail de nuit en France

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100 % des effectifs inscrits en France au 31.12.2013.

En France, 50,1% des effectifs inscrits travaillent en équipes successives. Le travail de nuit concerne 20,6 % des salariés. Il est stable par rapport à 2012 (20,8 %).

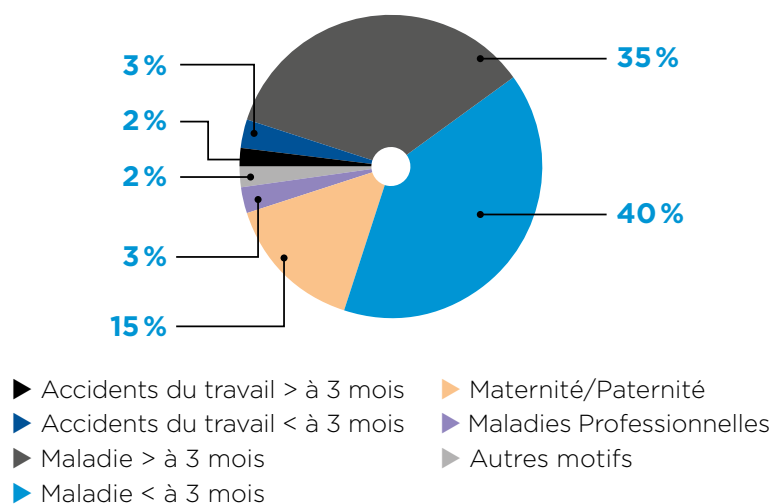
Les absences

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100 % des effectifs inscrits au 31.12.2013.

Le Groupe compte en moyenne 17 jours calendaires d'absence par salarié et par an. À périmètre comparable, le nombre de jours d'absence diminue de 1,4 % par rapport à 2012.

Les maladies de courte et longue durée représentent environ trois quarts des jours d'arrêt.

Répartition des motifs d'absence



EMPLOI ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL DES COLLABORATEURS

Développement des collaborateurs : une priorité pour le Groupe

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 96,4 % des effectifs inscrits au 31.12.2013, deux filiales n'ayant pas pu reporter les informations à la date de clôture.

Formation

Bongrain SA a pour volonté de développer tous les collaborateurs afin de faciliter leurs évolutions internes. Le Groupe développe tous les ans de nouvelles actions de formation. Le Groupe s'appuie sur des outils innovants et a mis en place une plateforme de *e-learning* proposant de nombreux modules de formation.

En 2013, le Groupe a diffusé à l'ensemble des filiales un catalogue de bonnes pratiques de formation qui leur permet de connaître l'ensemble des actions mises en œuvre.

Pour le personnel de production, des formations qualifiantes (certificat de qualification professionnelle) sont proposées à ceux qui souhaitent valoriser leurs acquis professionnels à travers un diplôme.

L'université interne créée par le Groupe pour faire progresser ses compétences dans son cœur de métier permet aux managers industriels de renforcer leur savoir-faire en matière de production, de qualité et de recherche.

Le Groupe veille à la bonne intégration de tous les nouveaux entrants qui bénéficient de formations dédiées. Dans certaines filiales, un système de parrainage permet aux nouveaux arrivants de s'intégrer plus rapidement et le mieux possible dans leur nouvel environnement de travail.

En 2013, le nombre d'heures de formation est de 230 827 heures. Cela se traduit par un investissement en formation qui représente 2,0 % de la masse salariale. Les 3 971 sessions de formation qui ont eu lieu en 2013 ont permis de former 68,8 % des salariés*.

L'augmentation des heures de formation et des coûts de formation (respectivement de 4,2 % et de 10,2 % par rapport à 2012) reflète la politique volontariste du Groupe dans ce domaine.

Stages et alternances

Le Groupe propose des offres de stage dans différents métiers pour tous les niveaux d'études. Dans les métiers du lait, il développe des classes d'apprentis en partenariat avec des centres de formation. Les stages effectués par ces étudiants sont souvent suivis d'une embauche.

En France, le nombre de contrats en alternance représente 1,5% des effectifs inscrits et le nombre de stagiaires représente 1,1%. Ces taux sont stables par rapport à 2012. Le Groupe considère l'alternance, qui fait le lien entre les études et la formation professionnelle, comme un moyen efficace d'intégrer de futurs collaborateurs.

Mobilité interne

Le processus de développement soutenu par le Groupe permet de réaliser plus de la moitié des recrutements de managers en interne, au sein des filiales et entre les filiales.

La Direction Participative Par Objectifs mise en place au sein du Groupe permet de déléguer les objectifs annuels aux collaborateurs et de les responsabiliser sur l'atteinte de ces objectifs.

L'entretien annuel de développement permet à chaque collaborateur d'échanger avec son manager et de construire un plan de développement personnel : identification des pistes de progrès et élaboration des actions de développement à mettre en œuvre.

Tous les moyens sont mis en place pour favoriser la mobilité interne. Un film a été réalisé pour rappeler aux managers les outils existants et la politique encouragée

*Le taux de salariés formés correspond au nombre de salariés formés au cours de l'année sur l'effectif inscrit au 31/12.

par le Groupe en matière de gestion des carrières. Ce film, illustré de nombreux témoignages de managers, montre l'engagement du Groupe pour le développement de ses collaborateurs.

Pour faciliter l'accès aux opportunités de mobilité interne, une base de données accessible à tous les collaborateurs centralise les postes à pourvoir dans le Groupe. Des revues de carrières annuelles permettent d'échanger à différents niveaux de l'organisation et favorisent les parcours internes entre filiales, métiers et pays.

Mouvements du personnel, recrutements et contexte

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs permanents au 31.12.2013.

Le taux d'embauche des effectifs en contrat permanent s'élève à 12,0% et le taux de départ à 10,5% sur l'effectif au 31.12 et en tenant compte des mutations intra-groupe. Le taux de départs motivés par l'entreprise est de 3,3%.

Dans un contexte économique difficile, le Groupe poursuit une politique de recherche et de recrutement des talents qui porteront ses ambitions, ce qui passe notamment par une présence active auprès des écoles.

SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs inscrits au 31.12.2013.

Le projet « la sécurité c'est mon affaire » est une priorité pour le Groupe. L'objectif est d'assurer à chaque collaborateur et à chaque personne travaillant pour le Groupe « des conditions de travail qui garantissent son intégrité physique et mentale » conformément à la Charte éthique.

En 2013, le Groupe a souhaité fédérer davantage encore autour de la sécurité au travail en créant la première semaine mondiale de la santé et de la sécurité au travail. Chaque site du Groupe a invité ses collaborateurs à participer à des actions pédagogiques et festives sur ces thématiques. Un film a été réalisé pour lancer cette semaine et rappeler les engagements du Groupe en matière de sécurité au travail.

En 2013, les visites de sécurité comportementales et les audits du référentiel ont continué à se développer. Afin de rappeler à chacun que la sécurité est primordiale pour tous, des panneaux sécurité ont été mis en place à l'entrée de plusieurs sites en France afin de communiquer sur les accidents de travail survenus dans l'année et le nombre de jours sans accident. La communication active et prioritaire accordée à la sécurité dans toutes les réunions de chaque instance de direction et l'affichage des résultats dans tous les sites contribuent à sensibiliser les collaborateurs au quotidien.

Le nombre de maladies professionnelles reconnues en 2013 en France est de 69. Du fait de l'hétérogénéité des définitions à l'international sur cette problématique, le périmètre de communication ne s'applique qu'à la France. Le Groupe s'est doté d'un logiciel dédié à l'accidentologie. Il est déployé dans toutes les filiales France et en cours de déploiement à l'international.

Au niveau du Groupe, le taux de fréquence s'établit à 11,6, en baisse de 17% par rapport à 2012 et le taux de gravité à 0,5 en baisse de 23% par rapport à 2012.

	2012	2013
Taux de fréquence	14,0	11,6
Taux de gravité*	0,6	0,5

** Les jours d'arrêt pour accident du travail sont comptabilisés en jours calendaires.*

DIVERSITÉ

Le Groupe veille au respect quotidien de l'égalité des chances et de la non-discrimination, notamment à travers la Charte éthique.

Accords de génération

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs permanents au 31.12.2013.

Les effectifs permanents de plus de 55 ans représentent 13,7% des effectifs. La part des jeunes de moins de 24 ans est de 4,7%. Ces chiffres en hausse montrent l'engagement du Groupe en faveur du maintien de l'emploi des seniors et de l'intégration et la formation des jeunes.

En France, le contrat de génération est venu prolonger et renforcer les actions antérieures en faveur des seniors : tutorat, formation tout au long de la vie, amélioration des conditions de travail et prévention des situations de pénibilité. Les mesures d'accompagnement et d'intégration pour les jeunes ont été enrichies : référent, parcours d'intégration...

Les femmes

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100% des effectifs inscrits au 31.12.2013.

Représentativité des femmes

La part des femmes dans les effectifs inscrits est stable par rapport à 2012 (38,9%). Elle atteint 49,7% dans les sièges et sociétés de services.

Dans l'encadrement, la part des femmes s'élève à 37,8%, stable par rapport à 2012. En France, à périmètre comparable, le taux de féminisation des cadres est en hausse de 2,5%.

Égalité professionnelle hommes-femmes

Le Groupe s'attache à promouvoir l'égalité des chances en veillant à la non-discrimination en matière d'embauche, de formation et d'évolutions de carrière.

Un guide de bonne conduite est diffusé aux cabinets de recrutement qui doivent proposer des listes mixtes de candidats.

Les bonnes pratiques en faveur de l'égalité professionnelle ont été recensées et sont largement appliquées :

- accès égal à la formation professionnelle ;
- mixité encouragée ;
- prise en compte des éléments de parcours conduisant à des écarts ;
- gestion des responsabilités facilitées pendant les périodes de fortes contraintes familiales ;
- promotion de la diversité par la communication interne et une formation dédiée ;
- organisation du travail conciliant vie professionnelle et personnelle ;
- services favorisant la conciliation des temps professionnels et personnels (crèches, baby-sitting, transports...).

Une mobilisation en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap

Pour ces indicateurs, le périmètre d'information retenu représente 100 % des effectifs inscrits au 31.12.2013.

La Charte éthique du Groupe rappelle que « le respect des personnes » et « l'égalité des chances » sont des piliers de notre culture. Fort de ses valeurs humanistes, le Groupe s'attache à donner sa chance à chaque talent.

Pendant la semaine du handicap, le Groupe a participé à l'émission « Handichat » afin de faire connaître ses métiers et ses actions auprès des personnes en situation de handicap. Les internautes ont pu poser leurs questions et, par la suite, postuler au sein du Groupe.

Chaque filiale du Groupe s'investit pour favoriser l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap à travers plusieurs actions :

- collaboration avec des établissements et services d'aide par le travail (ESAT) ;
- processus de recrutement adapté ;
- aménagement des lieux, des postes et du temps de travail ;
- accueil et intégration individualisés ;
- accompagnement et formation ;
- maintien dans l'emploi ;
- animation d'atelier avec les entreprises de travail temporaire.

En 2013, la part des salariés déclarés en situation de handicap est de 2,7 %. En France, elle est de 4,2 %.

RESPONSABILITÉ SOCIALE ET SOCIÉTALE

Gestion responsable des restructurations et des évolutions d'organisation

Le Groupe veille à l'adaptation et au développement des compétences de ses collaborateurs afin qu'ils puissent accompagner l'évolution des organisations et des métiers. La Charte éthique rappelle que « dans les situations de restructuration, le Groupe s'engage à ne jamais laisser un collaborateur seul face à un problème d'emploi ».

Avec les partenaires sociaux, le Groupe privilégie une politique active de formation, de mobilité et de suivi des collaborateurs. Il favorise les formations qualifiantes pour contribuer à leur employabilité. Lorsqu'aucune solution de mobilité n'est possible ou souhaitée, le Groupe met en œuvre un ensemble de mesures d'accompagnement au changement : bilan de compétences, formation d'adaptation ou de reconversion, antenne emploi, aide à la création d'entreprise... Dans cette situation, tous les collaborateurs font l'objet d'un suivi personnalisé.

Respect des conventions de l'Organisation Internationale du Travail et leur promotion auprès des sous-traitants

Engagement du Groupe

Le Groupe adhère depuis 2003 au Pacte Mondial de l'ONU. Il s'engage ainsi à respecter les dix principes relatifs aux droits de l'Homme, aux normes du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Ces dix principes fondamentaux sont rappelés dans la Charte éthique Groupe, traduite en 19 langues et remise à chaque collaborateur. La Charte précise que chaque collaborateur a un devoir d'alerte : « *quand un collaborateur estime que l'éthique du Groupe n'est pas respectée, il a le devoir d'alerter son supérieur hiérarchique direct et, si nécessaire, un des dirigeants du Groupe* ».

Promotion auprès des sous-traitants

La Charte éthique rappelle à chacun qu'il est essentiel de « *privilégier les fournisseurs qui partagent ses engagements et qui en acceptent les principes, notamment en matière de bonnes pratiques professionnelles, de conditions de travail, de respect des droits de l'Homme et de l'environnement* ».

La Direction des achats du Groupe veille aux respects de ces valeurs dans ses relations avec les sous-traitants.

Le Groupe ne sous-traite pas sa production de manière significative : les activités sous-traitées sont essentiellement le nettoyage et la maintenance.

Chaque sous-traitant est accompagné pour faciliter son intervention : présentation de la filiale, sensibilisation aux règles d'hygiène et de sécurité, etc.

Engagement local, sociétal ou environnemental

Depuis 2011, le Groupe propose à ses salariés d'adhérer au programme de l'Arrondi solidaire. Celui-ci permet aux salariés volontaires de faire don des centimes de leur salaire net à payer chaque mois. Ce don, abondé par le Groupe du même montant, permet de soutenir des projets entrepreneuriaux par le microcrédit.

En 2013, des filiales ont signé des accords avec leurs salariés pompiers volontaires qui facilitent l'adéquation entre leur travail et l'exercice de cette responsabilité. Cette démarche a été récompensée pour l'une d'entre elles par l'obtention du label « employeur partenaire des sapeurs-pompiers ».

La Charte éthique spécifie que « *le Groupe encourage ses entités et leurs collaborateurs à soutenir les initiatives locales* ». Les filiales, implantées en milieu rural, ont un rôle actif en matière d'emploi, de développement économique et social des territoires.

À ce titre, de nombreuses actions sont conduites en collaboration avec les instances locales et régionales, notamment dans les domaines de :

- l'emploi : partenariat avec les agences nationales pour l'emploi, accueil de stagiaires et apprentis et diffusion des postes à pourvoir dans les écoles ;
- la formation : coopération avec les écoles et universités, versement de la taxe professionnelle, parrainages, interventions d'enseignement dans le milieu scolaire ;
- l'insertion des populations en difficulté : recours aux ESAT et aux associations de travailleurs en situation de handicap.

Localement, des actions sont menées par les filiales pour venir en aide à des associations culturelles ou humanitaires (Restos du Cœur, banques alimentaires...) et aux victimes de catastrophes naturelles.

RÉMUNÉRATIONS

La politique de rémunération de Bongrain SA permet de garantir l'équité interne, de soutenir l'attractivité, et la mobilité interne en attirant et en retenant les talents.

Le salaire fixe est accompagné pour certains collaborateurs selon leur niveau de responsabilité, d'une part variable individuelle qui dépend de l'atteinte d'objectifs fixés lors de l'entretien annuel de développement. Cette rémunération est complétée par la participation et l'intéressement.

En 2013, la masse salariale a augmenté de 3% par rapport à 2012. Cette hausse s'explique par les augmentations individuelles et collectives et par l'augmentation du nombre de salariés.

Une protection sociale (prévoyance et complémentaire maladie), harmonisée pour toutes les filiales France en 2011, garantit aux collaborateurs une couverture équitable du risque santé. Ce régime permet à chaque salarié de faire face à des situations de maladie, d'incapacité ou d'invalidité et de préserver ses proches en cas d'invalidité permanente et de décès.

En 2013, un accord améliorant les conditions d'accès et les garanties de la couverture complémentaire santé a été signé en France avec l'ensemble des organisations sociales.

ÉPARGNE SALARIALE EN FRANCE

La réserve spéciale de participation de l'année 2013 s'élève à 7 531 698€ en France.

Le Groupe a mis en place en 2008 un plan d'épargne Groupe ouvert à tous les collaborateurs en France et investi dans différents fonds communs de placement (FCP) dont le fond d'actionnariat FCPE Bongrain SA. Afin de soutenir l'effort d'épargne de ceux qui misent sur le développement du Groupe et de valoriser l'actionnariat salarié, le Groupe complète le FCPE Bongrain SA par un abondement favorisant les petits versements.

QUALITÉ DES RELATIONS SOCIALES

Relations sociales

Le dialogue social est placé au plus près du terrain pour s'adapter à chaque métier et aux spécificités des organisations.

Des instances représentatives du personnel sont en place à tous les niveaux : établissements avec les comités d'entreprise, France avec le Comité de Groupe, Europe avec le Comité d'entreprise européen.

Des règles et procédures de consultation, d'information et de négociation contribuent à favoriser le dialogue social.

Accords collectifs

En 2013, des accords annuels de rémunération ont été signés dans 49% des filiales. Les autres filiales ne sont pas concernées en raison de règles locales spécifiques ou de leur taille.

Les filiales françaises ont engagé et pour certaines finalisé un travail sur la pénibilité qui s'est traduit en 2013 par des accords ou des plans d'action. Par ailleurs, dans le cadre de la démarche sur le « contrat de génération », les filiales ont soit signé des accords soit mis en œuvre des plans d'action en faveur des jeunes et des seniors.

Œuvres sociales en France

En France, le budget des œuvres sociales est principalement géré par le comité d'entreprise de chaque filiale.

La majorité des entreprises prend en charge, partiellement ou totalement, l'assurance complémentaire maladie, les frais de transport, les tickets restaurant ou les chèques vacances. L'assurance complémentaire maladie est la prise en charge la plus répandue.

Communication interne

La communication interne se décline au niveau du Groupe et des filiales. Des journaux internes, dont un journal Groupe diffusé ou accessible à l'ensemble des collaborateurs, des bases intranet et des affichages dans les espaces communs permettent à chacun de bénéficier de l'information de sa filiale et du Groupe.

En 2013, le Groupe a déployé en France une information dédiée à la rémunération globale. Un relevé social individualisé synthétise tous les éléments de rémunération directes et différés, permettant ainsi au collaborateur d'avoir une vue globale sur sa rémunération. Ce dispositif continuera d'être activement déployé en 2014.

À l'écoute des collaborateurs

Le Groupe réalise régulièrement, dans chacune de ses filiales, une enquête d'opinion des collaborateurs « Great Place To Work ». Les réponses de chaque collaborateur sont recueillies de façon anonyme. Un questionnaire permet de mesurer le climat social : en lien avec la culture du Groupe, il porte sur la fierté d'appartenance, la crédibilité du management, le respect, l'équité et la convivialité. Les collaborateurs sont informés des résultats de l'enquête. Des plans d'action et de progrès sont définis et mis en œuvre par chaque filiale en fonction des résultats.

Cette démarche participe à l'amélioration continue des bonnes pratiques des ressources humaines en impliquant la Direction et l'ensemble des collaborateurs.

En 2013, le Groupe s'est doté d'un dispositif spécifique d'accompagnement à destination de ses collaborateurs en France. Il comprend un dispositif d'accompagnement psychologique sur site en cas de choc traumatique et, dans certaines filiales, un service d'aide et d'écoute psychologique à la disposition des salariés sous forme d'appel téléphonique anonyme.

Contrôle interne et gestion des risques

GÉNÉRALITÉS

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

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

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

Elles contribuent également à prévenir et à détecter les erreurs et fraudes.

Comme tout système, ces procédures de contrôle interne ne peuvent fournir une garantie absolue de l'exhaustivité de la connaissance et de la maîtrise des risques.

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

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

CARTOGRAPHIE DES RISQUES

Le Groupe dispose d'une cartographie des risques élaborée par la Direction des Risques, en coordination avec le management. Cette cartographie a pour objectif d'identifier les principaux risques ainsi que leur évaluation en termes d'impact possible sur la situation financière ou l'image du Groupe. La formalisation, par les principales entités opérationnelles, de leur démarche ERM est en cours, en partant de l'établissement d'une cartographie de leurs principaux risques, leur permettant ainsi d'affiner la connaissance de leurs risques et de mieux les maîtriser et les gérer.

MODALITÉS DU CONTRÔLE

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

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

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

Dans le cadre d'un plan pluriannuel, le Département d'Audit interne, rattaché à la Direction Générale du Groupe, porte une appréciation sur la maîtrise du contrôle interne de chacune des entités, ainsi que des processus transverses de plus en plus présents dans le Groupe, s'appuyant pour cela sur le cadre international de référence défini par la profession, le « référentiel COSO » (*Committee of Sponsoring Organizations*). Les missions contribuent à apprécier les risques majeurs spécifiques à l'activité de chaque entité, en s'appuyant sur la cartographie des risques élaborée dans le cadre de la démarche ERM en cours de déploiement dans le Groupe. Le rapport établi à l'issue de la mission fait ressortir les points d'amélioration du contrôle interne. Les entités sont ensuite tenues d'établir et de déployer des plans d'action visant à mettre en place les améliorations ainsi recommandées, et de rendre compte périodiquement de leur état d'avancement. L'avancement de ces plans d'action est supervisé par les Directeurs d'activité, et fait l'objet d'un suivi annuel par le Département d'Audit interne.

Par ailleurs, toujours dans le cadre de son plan pluriannuel, le Département d'Audit interne vérifie également la qualité et la fiabilité des processus d'élaboration de l'information financière, dans le respect des règles comptables et de gestion.

Concernant l'information financière, le processus d'élaboration des comptes de chaque filiale repose sur :

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

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

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

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

Pour que ces opérations de consolidation soient assurées dans de bonnes conditions de contrôle interne, des procédures ont été établies et visent à garantir l'intégrité

des données collectées au moyen d'un outil unique dont les accès sont strictement contrôlés. La fiabilité des traitements de consolidation et l'image fidèle des restitutions consolidées sont garanties par des procédures visant à séparer les tâches et à assurer la supervision des opérations.

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

DILIGENCES EFFECTUÉES EN VUE DE LA PRÉPARATION DE CE RAPPORT

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

Ce dernier a ainsi établi un rapport de synthèse sur les auditions auxquelles il a procédé au cours de l'année 2013 et ce rapport a été remis et délibéré lors de la séance du 6 mars 2014 du Conseil d'Administration.

De plus, ce même Comité s'est réuni spécialement le 4 mars 2014 pour entendre les différents responsables des fonctions de support concourant à la production de l'information comptable et financière, ce dont il a rendu compte et débattu lors de la réunion du Conseil d'Administration du 6 mars 2014.

Compte de résultat consolidé

en milliers d'euros	31.12.2013	31.12.2012 retraité
CHIFFRE D'AFFAIRES	4 407 548	4 084 080
Consommations externes	- 2 889 530	- 2 610 293
Frais de personnel	- 801 103	- 773 788
Dotations aux amortissements et provisions	- 115 468	- 112 586
Autres charges d'exploitation	- 447 755	- 437 074
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	153 692	150 339
Autres charges opérationnelles	- 33 342	- 41 774
Autres produits opérationnels	13 140	24 449
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	133 490	133 014
Charges financières	- 38 525	- 42 155
Produits financiers	13 792	20 009
Quote-part de résultat des entreprises associées	4 052	6 668
RÉSULTAT AVANT IMPÔTS	112 809	117 536
Impôts sur les résultats	- 57 671	- 43 325
Résultat net des activités poursuivies	55 138	74 211
Résultat net des activités abandonnées ou en cours de cession	96	- 41
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	55 234	74 170
Part revenant aux actionnaires de la société-mère	48 893	64 151
Participations ne donnant pas le contrôle	6 341	10 019
RÉSULTAT PAR ACTION (en euros)		
Part du Groupe :		
• de base	3,49	4,53
• dilué	3,38	4,38
Des activités poursuivies :		
• de base	3,48	4,53
• dilué	3,37	4,38

Le Groupe a appliqué, à compter du 1^{er} janvier 2013 avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2012, la norme IAS 19 amendée concernant les avantages au personnel. En conséquence, les états financiers de l'exercice 2012 ont été retraités conformément à la nouvelle norme.

État résumé du résultat global

en milliers d'euros	31.12.2013	31.12.2012 retraité
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	55 234	74 170
Autres éléments du résultat global :		
Écart de conversion	- 34 023	- 7 246
Variation de juste valeur des actifs financiers disponibles à la vente	45	- 271
Variation de juste valeur des couvertures de flux de trésorerie ⁽¹⁾	- 2 512	- 2 440
Total des éléments recyclables en résultat net	- 36 490	- 9 957
Gains et pertes actuariels liés aux régimes de retraite (IAS19R)	5 296	- 10 933
Autres mouvements ⁽²⁾	- 1 717	- 1 632
Total des éléments non recyclables en résultat net	3 579	- 12 565
Total des autres éléments du résultat global nets d'impôts	- 32 911	- 22 522
TOTAL DU RÉSULTAT GLOBAL NET D'IMPÔTS	22 323	51 648
Part du Groupe	16 963	42 843
Participations ne donnant pas le contrôle	5 360	8 805

(1) Concerne pour l'essentiel les couvertures de taux d'intérêts et de matières premières.

(2) Concerne pour 2013 des ajustements liés aux avantages long terme du personnel; pour 2012 des ajustements IFRS sur une société mise en équivalence.

Bilan consolidé

ACTIF

en milliers d'euros	31.12.2013	31.12.2012 retraité
Immobilisations incorporelles	480 140	423 810
Immobilisations corporelles	846 718	744 336
Autres actifs financiers	33 490	44 401
Participations dans les entreprises associées	132 407	133 534
Instruments financiers dérivés non courants	1 691	1 517
Actifs d'impôts différés	83 549	93 221
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	1 577 995	1 440 819
Stocks et en-cours	453 469	368 538
Clients et autres créances	842 286	731 696
Créances d'impôts	16 979	14 234
Instruments financiers dérivés	4 937	6 154
Autres actifs financiers courants	94 559	72 837
Trésorerie et équivalents trésorerie	387 899	416 820
TOTAL ACTIFS COURANTS	1 800 129	1 610 279
Actifs des activités abandonnées ou en cours de cession	1 066	1 283
ACTIFS	3 379 190	3 052 381

PASSIF ET CAPITAUX PROPRES

en milliers d'euros	31.12.2013	31.12.2012 retraité
Capital apporté	94 100	33 091
Autres réserves	- 40 292	- 9 875
Résultats non distribués	1 048 507	1 089 415
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	1 102 315	1 112 631
Participations ne donnant pas le contrôle	102 969	66 231
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	1 205 284	1 178 862
Provisions	97 260	100 036
Emprunts et dettes financières non courants	374 566	455 397
Autres passifs non courants	20	21
Instruments financiers dérivés non courants	11 445	2 679
Passifs d'impôts différés	126 640	114 454
TOTAL PASSIFS NON COURANTS	609 931	672 587
Fournisseurs et autres créditeurs	952 998	821 996
Impôts sur les résultats à payer	10 204	13 019
Instruments financiers dérivés	1 760	2 035
Emprunts et concours bancaires	598 760	363 586
TOTAL PASSIFS COURANTS	1 563 722	1 200 636
Passifs des activités abandonnées ou en cours de cession	253	296
PASSIFS	2 173 906	1 873 519
PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES	3 379 190	3 052 381

Tableau des flux de trésorerie consolidés

en milliers d'euros	Exercices se terminant le	31.12.2013	31.12.2012 Retraité
Résultat net des activités abandonnées ou en cours de cession		96	- 41
Résultat net des activités poursuivies		55 138	74 211
Impôts sur les bénéfices		57 671	43 325
Amortissements et provisions		115 468	112 586
Plus ou moins-values de cession		191	- 11 218
Quote-part dans le résultat des entreprises associées		- 4 052	- 6 668
Charges financières nettes		16 003	16 510
Autres charges et produits sans incidence sur la trésorerie		9 754	22 993
Marge brute opérationnelle		250 173	251 739
Intérêts financiers payés		- 26 559	- 30 113
Intérêts financiers reçus		10 628	14 942
Impôts sur les résultats payés		- 50 828	- 33 734
Variation du BFR		- 72 254	9 455
Flux de trésorerie liés aux opérations d'exploitation des activités poursuivies		111 160	212 289
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'exploitation des activités abandonnées ou en cours de cession		- 42	- 41
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS PAR L'EXPLOITATION		111 118	212 248
Acquisitions de filiales, d'unités opérationnelles et de participations ne donnant pas le contrôle		- 74 351	- 8 912
Cessions d'activités nettes de la trésorerie cédée		4 706	13 981
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		- 183 111	- 145 334
Produits résultant de cessions		4 195	4 015
Acquisition/cession d'actifs financiers et variations des autres actifs financiers courants		- 26 046	- 25 655
Variation des incidences des apports fusion		- 3 000	126
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence		1 569	3 538
Flux nets provenant des investissements des activités poursuivies		- 276 038	- 158 241
Flux nets provenant des investissements des activités abandonnées ou en cours de cession		-	-
FLUX NETS DE TRÉSORERIE UTILISÉS POUR LES INVESTISSEMENTS		- 276 038	- 158 241
Flux de trésorerie provenant des activités de financement			
Levée d'options d'achat		-	-
Rachat net d'actions propres		1 156	- 6 785
Variation du capital de la société-mère		- 1 399	-
Souscription au capital d'une société mise en équivalence		- 2 158	-
Émission d'emprunts		211 317	73 527
Remboursement d'emprunts		- 92 538	- 123 212
Dividendes versés		- 22 700	- 21 042
Flux nets provenant du financement des activités poursuivies		93 678	- 77 512
Flux nets provenant du financement des activités abandonnées ou en cours de cession		-	-
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS DANS LES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		93 678	- 77 512
Incidences des variations de change		501	560
Augmentation/diminution de la trésorerie		- 70 741	- 22 945
Reclassement de trésorerie des activités abandonnées ou en cours de cession		8	- 20
Trésorerie à l'ouverture		336 314	359 279
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE		265 581	336 314

Organigramme juridique consolidé

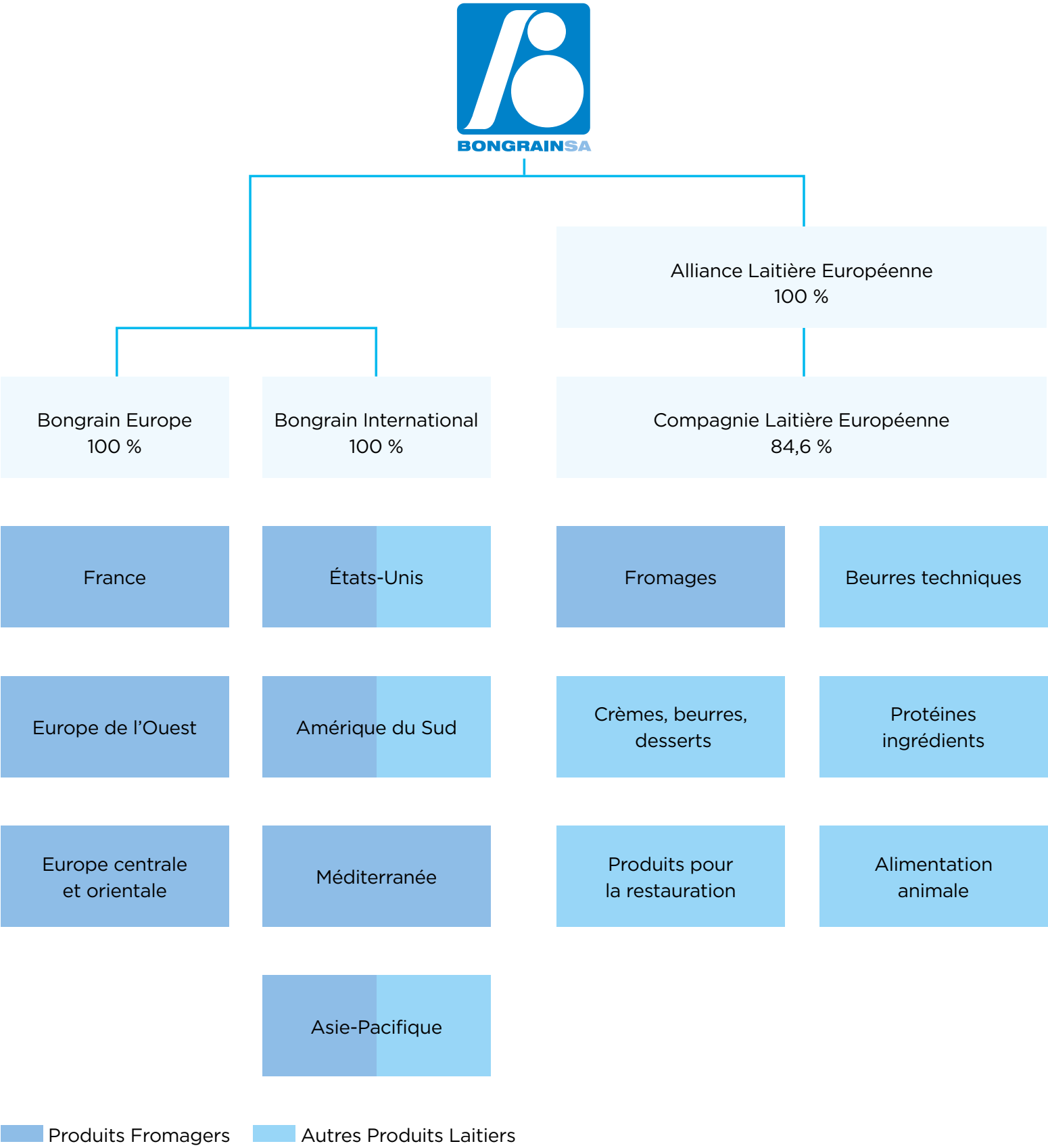


Table de correspondance GRI

La Global Reporting Initiative (GRI), mise en place par la coalition pour les économies environnementales responsables (CERES) en association avec le programme d'environnement des Nations Unies (PNUE), met à disposition des entreprises des lignes directrices leur permettant de rendre compte de leurs performances environnementales et sociales. Le tableau de correspondance ci-dessous croise les indicateurs NRE et les indicateurs GRI correspondants. Il permet de se reporter aux pages de ce rapport d'activité.

NRE		Rapport d'activité
	INDICATEURS DE PERFORMANCE SOCIALE	pp. 60-65
NRS 1a	Effectif total	p. 60
	Embauches CDD et CDI	p. 63
	Difficultés de recrutement	p. 63
	Licenciements et motifs	pp. 60-65
	Heures supplémentaires	p. 61
	Main-d'œuvre extérieure à la société	pp. 60-65
NRS 1b	Plans de réduction des effectifs et de sauvegarde des emplois, efforts de reclassement, réembauches et mesures d'accompagnement	pp. 62, 63
NRS 2	Durée du travail	pp. 61, 62
	Absentéisme et motifs	p. 62
NRS 3	Rémunération, charges sociales, intéressement et participation	p. 65
	Égalité hommes-femmes	p. 63
NRS 4	Relations professionnelles/bilan des accords collectifs	p. 65
NRS 5	Conditions d'hygiène et de sécurité	p. 63
NRS 6	Formation	p. 62
NRS 7	Insertion des travailleurs handicapés	pp. 39, 64
NRS 8	Œuvres sociales	pp. 41, 65
NRS 9	Importance de la sous-traitance, relations avec les fournisseurs	pp. 33, 59
NRS 10a	Manière dont l'entreprise fait la promotion des dispositions des conventions de l'OIT auprès des fournisseurs et s'assure de leur respect par ses filiales	p. 64
NRS 10b	Manière dont l'entreprise prend en compte l'impact de ses activités en matière d'emploi et de développement régional	p. 64
	Relations de l'entreprise avec ses parties prenantes (associations d'insertion, établissements d'enseignement, associations de défense de l'environnement, consommateurs, populations riveraines)	p. 64
	INDICATEURS DE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE	pp. 52-59
NRE 1	Consommation d'eau	p. 54
	Consommation d'énergie	p. 55
	Consommation de matières premières	p. 54
	Mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	p. 55
	Mesures prises pour améliorer les conditions d'utilisation des sols	p. 56
	Mesures prises pour diminuer les rejets dans l'air, dans l'eau, dans le sol	pp. 56, 57
	Mesures prises pour diminuer les nuisances sonores et olfactives	p. 57
	Mesures prises pour diminuer les déchets	p. 57
NRE 2	Limiter les atteintes à l'équilibre biologique, aux milieux naturels, aux espèces animales et végétales protégées	p. 58
NRE 3	Démarche d'évaluation ou de certification entreprise en matière d'environnement	pp. 52-53
NRE 4	Assurer la conformité de l'activité de la société aux dispositions législatives réglementaires applicables en cette matière	pp. 52-53
NRE 5	Dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité de la société sur l'environnement	-
NRE 6	Existence de services internes de gestion de l'environnement au sein de la société	pp. 52-53
	Formation et information des salariés sur l'environnement	p. 53
	Organisation en place pour faire face aux accidents de pollution ayant des conséquences au-delà des établissements de la société	p. 52
	Moyens consacrés à la réduction des risques	p. 52
NRE 7	Montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement	NA
NRE 8	Montant des indemnités versées au cours de l'exercice judiciaire en matière d'environnement et actions menées en réparation de dommages causés à celui-ci	NA
NRE 9	Objectifs que la société assigne à ses filiales à l'étranger	p. 52

Index thématique

	Pages
Actionnariat	46
Bilan	69
Biodiversité	58
Clients et Consommateurs	11 à 24, 26 à 29, 50
Compte de résultat	68
Conseil d'Administration	43
Contrôle interne	66, 67
Démarche qualité	27, 31
Développement Durable	25 à 41, 50,51
Direction Générale	2,3
Diversité	39, 51
Environnement	34 à 37 , 52 à 59
Etats des flux de trésorerie	70
Finalités et valeurs	6
Formation	39
Fournisseurs	33
Gestion ressources humaines	38 à 41, 60 à 65
Gouvernement d'entreprise	43
Ingrédients	23
Internet et réseaux sociaux	28
Jeunes et emploi	51
Nutrition	23, 51
Producteurs laitiers	30 à 33
Rapports NRE	52 à 65
Société civile	41
Sécurité Alimentaire	26
Sécurité au travail	8, 40, 45
Traçabilité	27, 31



Cette publication a été imprimée dans le respect de l’environnement avec des encres végétales.

Document conçu et réalisé par la Direction de la Communication

Société Anonyme au capital de 14 032 930 €

Édition: **POLYNOME**

Crédit photos: Bongrain SA, Franck Castel, CF & R, Cheese Ingredients, Raphaël Creton, Agence Doner, Fotolia, Jacques Gavard, Getty Images / Monica Rodriguez / Christine Schneider, JM Guérin, Hugh Johnson, Istock, Patricia Kettenhofen, Michel Labelle, Lucie Lepleux, Agence Mosquito, Agence Omedia, PMS, Polenghi, Polynôme, Matthieu Raffard, Studio Gala, Sophie Taillade, ULN UK.

BONGRAIN SA
« L'Alliance »
42, rue Rieussec
78220 Viroflay
Tél.: 00 33 (0)1 34 58 63 00