



DÉMARCHE RSE DU GROUPE BEL

COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2020

* Pour tous. Pour de bon



SOMMAIRE

1	BEL, AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS Saine ET RESPONSABLE POUR TOUS	6
2	UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES	17
3	CONTRIBUER À UNE ALIMENTATION PLUS Saine ...	30
4	PROMOUVOIR UNE AGRICULTURE DURABLE	36
5	CONCEVOIR DES EMBALLAGES RESPONSABLES ...	42
6	LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE ...	46
7	RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DE SES PRODUITS ...	60
8	ANNEXES	62

A PROPOS DE CE DOCUMENT

Ce document présente la démarche de Responsabilité Sociétale du Groupe Bel et les actions qui en découlent dans l'optique d'une création de valeur à court, moyen et long termes. Il précise notamment les progrès accomplis pour mieux intégrer les principes du Pacte Mondial des Nations Unies dont le Groupe Bel est adhérent depuis 2003.

Les données publiées dans ce document concernent l'ensemble des entités et filiales de Bel telles que consolidées dans son Rapport financier annuel. Elles couvrent la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2020 ou sont une photographie au 31 décembre 2020.

Lorsque l'historique est disponible, les données sont renseignées sur les trois derniers exercices afin de donner au lecteur une vision des progrès du Groupe. Concernant les données environnementales Bel considère qu'un historique plus long rend mieux compte de ses progrès. Pour ces données, l'année de référence est 2008.

OÙ TROUVER LES INFORMATIONS ?

Pour donner plus d'informations sur certaines thématiques, le présent rapport effectue des renvois vers le Document d'Enregistrement Universel 2020 du Groupe (disponible sur le site internet www.groupe-bel.com).

Le présent document est disponible sur le site du Groupe www.groupe-bel.com, ainsi que sur le site du Global Compact www.unglobalcompact.org.

DÉCLARATION

DE SOUTIEN AU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES



Antoine FIÉVET

Président-Directeur Général
du Groupe Bel

Le 1^{er} juin 2021

Depuis cinq générations, le groupe Bel se construit en s'appuyant sur une vision de long terme et des valeurs de bienveillance, d'audace et d'engagement. Dès 2003, nous avons choisi de rejoindre le Pacte mondial des Nations unies, démontrant la réalité des valeurs de notre groupe familial et notre volonté d'agir pour le respect de ses dix principes fondamentaux, tels que les droits de l'Homme, les normes internationales du travail, la protection de l'environnement ou encore la lutte contre la corruption.

Cette volonté est plus ancrée que jamais, décuplée même, par la crise traversée en 2020, qui a souligné la nécessité de développer des modèles de croissance responsables. Chez Bel, nous innovons sans cesse, pour construire des marques positives et des offres variées et accessibles au plus grand nombre. Nous pensons que responsabilité et rentabilité sont aussi indispensables à la pérennité de notre entreprise qu'elles sont indissociables. Forts de cette conviction, nous voulons contribuer à construire le modèle alimentaire de demain tout en ayant un impact positif sur notre environnement. C'est le sens de notre mission : offrir une alimentation plus saine et responsable, pour tous.

Cette mission passe par cinq défis prioritaires que nous sommes déterminés à relever avec l'ensemble de notre écosystème : une agriculture durable et régénératrice, une alimentation plus saine, la lutte contre le changement climatique, des emballages responsables et l'accessibilité de nos produits au plus grand nombre.

La présente Communication sur le Progrès, de niveau « Advanced », témoigne des standards élevés que nous nous fixons pour relever ces défis. Vous y trouverez les engagements à court, moyen et long terme que nous prenons dans chacun de ces cinq domaines d'action, et les résultats obtenus.

Ces résultats sont largement à mettre au crédit de nos 12 500 collaborateurs dans le monde et de notre écosystème de producteurs, partenaires, distributeurs, consommateurs, qui œuvrent à ce modèle de croissance que nous voulons inclusif. Ce sont leur mobilisation et leur solidarité qui nous ont permis de traverser une année sans précédent, humainement et économiquement, et qui nous permettent aujourd'hui de regarder vers l'avenir avec confiance.

UN ACTEUR MONDIAL DU SNACKING SAIN, LAITIER, FRUITIER ET VÉGÉTAL

INFORMATIONS CLÉS

5^{ème}

GÉNÉRATION
DE DIRIGEANTS
FAMILIAUX

12 510

COLLABORATEURS



1 865

CRÉATION
DE L'ENTREPRISE

4 500

FOURNISSEURS



2 500

PRODUCTEURS LAITIERS
PARTENAIRES



20 MILLIARDS
DE PORTIONS

PLUS DE **30**
MARQUES

PLUS DE **40**
FILIALES



3 456 M€

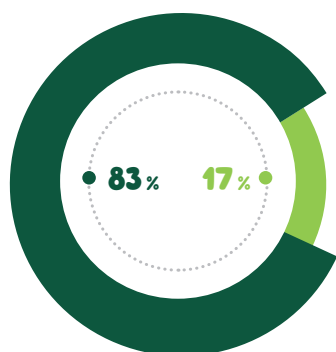
DE CHIFFRE
D'AFFAIRES

33

SITES
DE PRODUCTION



RÉPARTITION PAR SEGMENT MARCHÉS MATURES / NOUVEAUX TERRITOIRES



MARCHÉS
MATURES

2864 M€

NOUVEAUX
TERRITOIRES

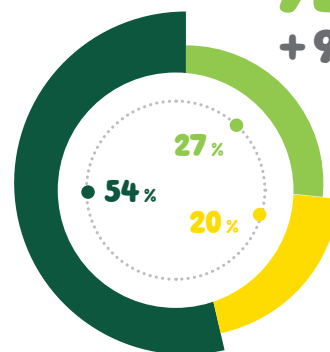
591 M€

* Croissance organique entre 2019 et 2020.

RÉPARTITION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

AMÉRIQUES,
ASIE-PACIFIQUE

920 M€
+ 9,5%*



EUROPE

1858 M€
+ 1,9%*

MOYEN-ORIENT,
GRANDE AFRIQUE

678 M€
- 3,1%*

FAITS MARQUANTS 2020

Publication
de la politique
de biodiversité
**COCONSTRUITE
AVEC WWF FRANCE**

128

RÉNOVATIONS
DE RECETTES

Signature du Pacte
sur les dates de
**CONSUMATION
TOO GOOD TO GO**

NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES CRÉATEUR DE VALEURS POUR TOUS

Depuis 1865, nous nous appuyons sur...

NOS RESSOURCES

DES MARQUES ICONIQUES

reconnues dans le monde entier

DES HOMMES ET DES FEMMES

porteurs de savoirs-faire reconnus et uniques

DES SITES INDUSTRIELS

performants implantés dans des territoires

DES RÉSEAUX

de partenaires qui s'engagent à nos côtés et que nous soutenons

DES RESSOURCES NATURELLES

dont la consommation baisse d'année en année

UNE STRUCTURE FAMILIALE SOLIDE ET STABLE

qui apporte des ressources financières régulières

Un portefeuille de plus de **30 marques**

12 510 collaborateurs dans plus de **40 filiales**

Un savoir-faire industriel déployé dans **33 sites industriels** et **16 pays**

Des territoires aménagés (infrastructures, réseaux, etc)

2 500 éleveurs et **69 %** des achats réalisés auprès de fournisseurs évalués avec un score moyen de **52/100** par Ecovadis

Plus de **6 000 clients** / distributeurs répartis dans **120 pays** générant **3,5 milliards d'euros** de chiffre d'affaires

Coalitions d'acteurs, collectivités et associations expertes

Conso eau / **6,48 m³** par tonne produite

96 % des emballages (papier/carton) certifiés sans déforestation

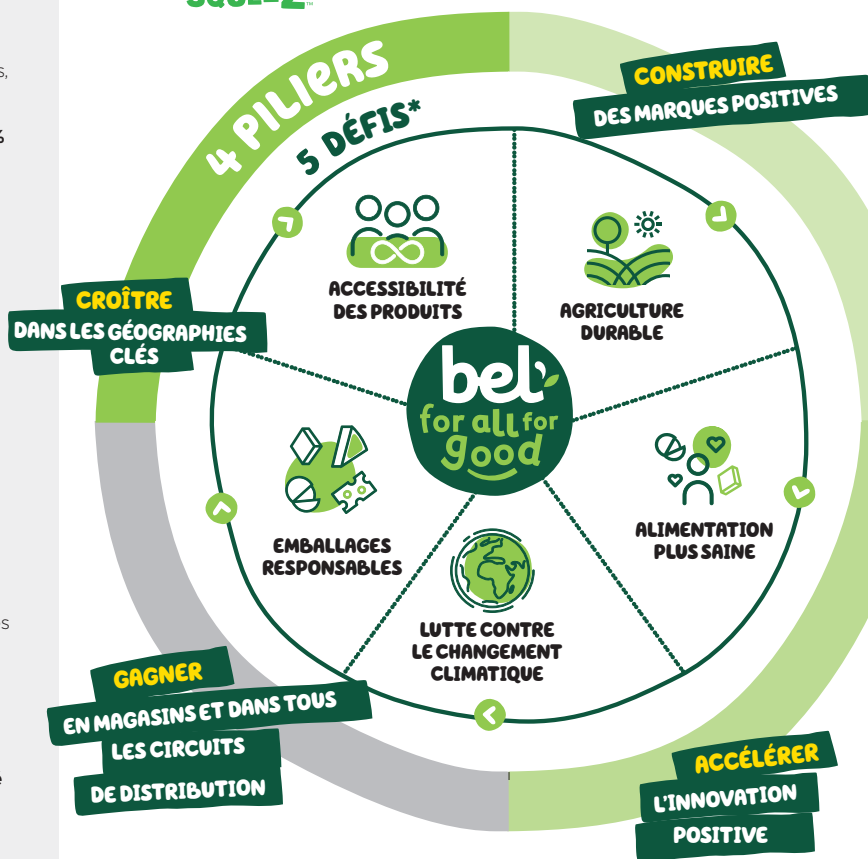
0,72 MWh PCI / tonne produite

Des sols en bonne santé, une biodiversité riche (Agriculture régénératrice)

5^{ème} génération d'actionnaires dirigeants familiaux

820 m€ de lignes de crédit non utilisées et **1 800 m€** de capitaux propres

NOTRE STRATÉGIE



* Identifiés par les analyses de matérialité et des risques.

NOS VALEURS

AUDACE, ENGAGEMENT ET BIENVEILLANCE.

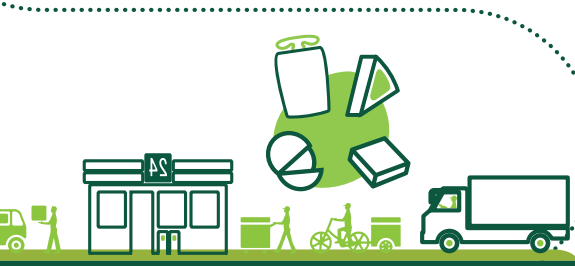
NOS PRINCIPES ÉTHIQUES

NOTRE MISSION

OFFRIR UNE ALIMENTATION PLUS SAIN ET RESPONSABLE POUR TOUS

NOS ACTIVITÉS

Bel produit des aliments sains, responsables et accessibles pour tous, partout, à tout moment, en proposant aux consommateurs du monde entier des snacks en portion et des solutions culinaires, leur permettant de bénéficier des bienfaits des produits laitiers, fruitiers et végétaux.



NOTRE AMBITION
UNE ENTREPRISE
RESPONSABLE
ET RENTABLE

NOS IMPACTS

NOTRE CONTRIBUTION

Pour nos collaborateurs

Des salaires et des avantages sociaux compétitifs, un cadre de travail protégé, et un mode de vie sain

31 filiales ayant mis en place un programme à destination des employés (« *Healthy smiles* »)

Pour nos consommateurs

Une alimentation plus saine pour tous
Six programmes d'éducation nutritionnelle en particulier à destination des enfants

Pour nos clients

Des modèles de distribution innovants pour 7 500 vendeurs de rue et épiciers marocains et une présence dans plus de 120 marchés

Pour nos partenaires

Des liens durables et responsables diffusés dans toute la chaîne de valeur

Pour la planète

De l'eau propre (plus de 6 M€/an pour le traitement des eaux usées), des énergies renouvelables (47 % de l'électricité d'origine renouvelable) et des emballages prêts au recyclage ou biodégradables (82 %)

Pour nos actionnaires

Un dividende récurrent et une croissance régulière

Pour les ONG et experts scientifiques

Nos expériences et nos données

Pour nos collectivités et institutions

Du soutien aux territoires et des impôts payés dans 26 états, représentant 30 % du résultat

NOS RISQUES

Corruption, violation des droits humains et évasion fiscale

Qualité, sécurité alimentaire et réglementation produit

Image et réputation

Produits accessibles et abordables pour tous

Volatilité des prix des matières premières

Gestion de la relation avec les éleveurs

Changement climatique

Durabilité des ressources naturelles et packaging responsable

Environnement géopolitique et répartition géographique de nos activités

NOS AMBITIONS 2025

Pour nos collaborateurs

- 100 % des collaborateurs ont suivi au moins une formation dans l'année
- Tendre vers zéro accidents
- 100 % des filiales ont mis en place des programmes d'éducation nutritionnelle à destination de leurs collaborateurs

Pour nos consommateurs

- 80 % des volumes de produits destinés aux enfants et familles respectent la promesse « Bel Nutri+ »

Pour nos partenaires

- Note moyenne Ecovadis de nos partenaires à 55
- 100 % des éleveurs laitiers partenaires ont accès à des modèles sociétaux innovants
- 80 000 participants à des programmes de business inclusifs

Pour la planète

- Neutralité carbone de nos opérations (Scopes 1 et 2) et réduction de 27,5 % de nos émissions de GES (Scopes 1, 2 et 3) en 2030 (versus 2017) par tonne de produits finis
- - 80 % de consommation d'eau par tonne de produits finis versus 2008
- 100 % de surfaces zéro risque de conversion
- 100 % des emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables

Pour pérenniser nos activités

- des résultats qui permettent de soutenir les territoires, d'investir dans la préservation de nos ressources et de participer au « mieux être » de tous



BEL, AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS SAIN ET RESPONSABLE POUR TOUS

1.1. MODÈLE D'AFFAIRES

Bel est un groupe agroalimentaire familial français, né dans le Jura en 1865. Il est aujourd'hui dirigé par Antoine Fiévet, cinquième représentant de dirigeants familiaux.

À plus de 150 ans, Bel est un des leaders mondiaux du marché des fromages de marque et un acteur majeur du snacking sain. Le Groupe commercialise des produits en portions individuelles sur trois territoires complémentaires : le laitier, le fruitier et le végétal. Il dispose d'un portefeuille de marques internationales, positives et accessibles, telles que La Vache qui rit®, Kiri®, Mini Babybel®, Leerdammer®, Boursin®, Pom'Potes® ou encore GoGo squeeZ®, ainsi qu'une trentaine de marques locales.

Porté par sa mission « offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous », ses valeurs - audace, engagement et bienveillance -, et grâce à la mobilisation de ses 12 510 collaborateurs « activistes », le Groupe entend contribuer à construire l'alimentation de demain : saine, durable et inclusive. Pour cela, il s'appuie sur son modèle d'entreprise, créateur de valeurs pour tous, où responsabilité et rentabilité sont indissociables.

Le Groupe est présent dans 120 pays, compte plus d'une quarantaine de filiales et 33 usines de production dans le monde.

Un modèle d'affaires, créateur de valeurs pour tous

Bel offre à ses consommateurs, les bienfaits des produits laitiers, fruitiers et végétaux, à travers des produits sûrs et de qualité. Le Groupe cherche à avoir un impact positif pour tous ceux qui l'entourent, de l'éleveur au consommateur, et en préservant la planète.

En 2003, le Groupe a choisi de rejoindre le Pacte Mondial des Nations Unies, démontrant sa volonté d'agir en faveur du développement durable. Depuis lors, Bel rend compte chaque année dans son rapport « Communication sur le Progrès », des initiatives menées et des avancées du Groupe, afin de contribuer aux dix principes du Pacte, tels que les droits de l'Homme, les normes internationales du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption.

En 2016, le Groupe a structuré sa démarche plaçant, au cœur de son modèle de croissance, la responsabilité sociétale d'entreprise et la création de la valeur partagée (création de valeur économique par une société et qui profite aussi à la Société, en répondant à ses besoins et ses défis), nouant des relations de confiance, pérennes et profitables pour tous les acteurs de sa chaîne de valeur.

Face aux enjeux climatiques et démographiques grandissants, et pour répondre aux nouvelles attentes de ses parties prenantes, le Groupe a choisi d'aller plus loin pour contribuer à nourrir demain 10 milliards

d'habitants, tout en préservant les ressources de la planète. En 2018, il a initié une transformation profonde et volontariste de son modèle d'entreprise où rentabilité et responsabilité sont indissociables. À cette occasion, le Groupe a fait évoluer sa mission d'entreprise - « offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous » - réaffirmant ainsi son engagement pour une alimentation durable et inclusive.

Un an plus tard, Bel a dévoilé sa nouvelle identité d'entreprise « *For All. For Good* » et ses cinq défis prioritaires :

- contribuer à une alimentation plus saine ;
- promouvoir une agriculture durable ;
- s'engager pour des emballages responsables ;
- lutter contre le changement climatique et réduire son empreinte environnementale ;
- renforcer l'accessibilité de ses produits.

Ceux-ci ont été définis grâce aux enseignements des analyses de matérialité et des risques du Groupe. Ils deviennent le socle du modèle de croissance durable du Groupe Bel, incluant des engagements concrets à 2025 et en complémentarité de la stratégie du Groupe et de ses quatre piliers :

- construire des marques positives ;
- accélérer l'innovation positive ;
- croître dans les géographies clés ;
- gagner en magasins et dans tous les circuits de distribution.

Le Groupe souhaite ainsi se développer en proposant une offre de produits toujours plus responsables et qui réponde aux attentes grandissantes des consommateurs en matière de respect de l'environnement et de naturalité.

Des outils propres à l'Entreprise sont développés pour guider l'action des collaborateurs Bel et de ses parties prenantes :

- le Code de bonnes pratiques des affaires, qui définit les principes, valeurs et règles de bonne conduite des affaires que le Groupe entend voir respecter partout dans le monde et en toutes circonstances, par ses collaborateurs lorsqu'ils sont confrontés à des interrogations d'ordre éthique dans le cadre de leur activité professionnelle (voir paragraphe 1.4 « L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires ») ;
- la Charte des achats responsables expose les engagements que Bel prend vis-à-vis de ses fournisseurs, ainsi que ce que le Groupe leur demande de respecter en retour sur des enjeux sociétaux majeurs tels que l'éthique des affaires, le respect des droits de l'homme et des enfants, la lutte contre la

corruption, etc. (voir paragraphe 1.4 « L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires » et paragraphe 2.2 « Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires ») ;

- la Charte mondiale Bel pour une filière laitière durable, cosignée par le WWF France, guide les pratiques du Groupe jusqu'en 2025 pour répondre aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux de la filière lait et à l'évolution des attentes des consommateurs sur l'ensemble de ses bassins laitiers (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable ») ;
- le système de profilage nutritionnel « *Bel Nutri+* » fixe l'ambition du Groupe en matière d'amélioration continue de la valeur nutritionnelle des produits Bel (voir paragraphe 3.3 « Améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits ») ;
- la Charte de communication responsable de Bel liste les principes que doivent respecter ses communications sous toutes leurs formes (publicité, packaging, digitale) en particulier lorsqu'elles s'adressent directement aux enfants de moins de 12 ans (voir paragraphe 2.3 « Communiquer de manière responsable et transparente auprès de ses consommateurs ») ;
- la scorecard RSE définit les indicateurs extra-financiers clés du Groupe, à horizon 2025, et visant à soutenir le développement de son modèle de croissance durable.

Des objectifs ambitieux à horizon 2025

Convaincu que compétitivité et durabilité vont de pair, le Groupe Bel s'engage à contribuer positivement à son environnement en plaçant l'innovation positive au cœur de son modèle d'entreprise.

Bel est convaincu que chacun doit contribuer à améliorer de manière durable l'avenir des générations futures. La stratégie et les engagements du Groupe sont ainsi alignés sur les Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par l'Organisation des Nations Unies (ONU) en lien avec son activité (voir Annexe 4).

La sélection des risques et opportunités extra-financiers présentés au titre de la Déclaration de performance extra-financière est assise :

- d'une part sur le dispositif de gestion des risques Groupe. Cinq risques extra-financiers ont ainsi été considérés comme significatifs :
 - risques de corruption, de violation des droits humains et d'évasion fiscale,
 - risques liés aux fournisseurs et défi prioritaire de la promotion d'une agriculture durable,
 - risques de qualité, sécurité des aliments et réglementation produit,
 - risque d'impact des activités directes et indirectes de Bel sur l'environnement et défi prioritaire de l'engagement pour des emballages responsables,
 - risques liés à la durabilité des ressources naturelles et au changement climatique ;

- d'autre part sur la mise à jour, en 2018, de son analyse de matérialité, réalisée en s'appuyant sur des parties prenantes internes et externes représentatives de la diversité de l'écosystème du Groupe.

L'analyse combinée des risques extra-financiers et des résultats de la mise à jour de l'analyse de matérialité a ainsi :

- confirmé la pertinence des engagements de longue date du Groupe visant à conduire ses affaires de manière éthique (voir paragraphe 1.4 « L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires ») et à développer un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes notamment ses collaborateurs et les consommateurs (voir paragraphe 2 « Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes ») ;
- mis en lumière les défis prioritaires à relever à l'avenir par le Groupe qui se traduisent désormais dans sa nouvelle signature *For All. For Good* (voir chapitre 3 « Contribuer à une alimentation plus saine » à 7 « Renforcer l'accessibilité de ses produits ») ;
- La synthèse de cette analyse combinée est présentée en Annexe 2 « Tableau récapitulatif des enjeux extra-financiers matériels pour Bel, politiques de remédiation et objectifs associés »

Pour chacun de ses 5 défis prioritaires, le Groupe a défini des objectifs chiffrés qui guident ses actions à horizon 2025. Ces cinq défis seront le socle de son action et de son programme d'amélioration continue pour rendre ses marques toujours plus innovantes et responsables, de la fourche à la fourchette.

En 2017 Bel a fait le choix d'associer performances financières et extra-financières, ainsi le 21 décembre 2017, il a conclu un avenant qui prévoit l'extension de la maturité de sa convention de crédit renouvelable multidevises et a fait le choix, à cette occasion, d'y intégrer des critères à impact environnemental et social. En octobre 2019, le Groupe Bel a réalisé avec succès un placement privé Euro PP comportant des critères sociaux et environnementaux. Les critères inclus dans la convention de crédit et EuroPP reposent, respectivement sur trois et deux objectifs issus de sa stratégie de développement durable

- déploiement d'un programme d'actions concrètes en faveur d'une filière amont laitier durable ;
- réduction des émissions de gaz à effet de serre ;
- développement de programmes d'éducation nutritionnelle dans les pays clés du Groupe (Convention de crédit).

Le Groupe fait état annuellement de l'avancée de sa démarche dans sa Déclaration de performance extra-financière, auditée par des organismes tiers indépendants.

Afin de donner une vision simple et transparente de l'ensemble de sa démarche à ses parties prenantes internes et externes, Bel a élaboré une *Scorecard* qui permet de suivre l'évolution de ses objectifs année après année. Celle-ci est présentée dans chacun des chapitres suivants.

Faits marquants de 2020

Bel, une entreprise résiliente face aux crises

L'année 2020 a été marquée par plusieurs événements extérieurs à Bel, mais qui ont impacté le Groupe sur tous ses territoires : la pandémie de la COVID-19, l'explosion du port de Beyrouth, ou encore une situation géopolitique compliquée dans certains pays au sein desquels le Groupe opère.

Face à ces situations inédites, Bel a fait de la santé et la sécurité de ses collaborateurs, sa priorité absolue. Le Groupe a aussi soutenu ses partenaires et avec eux, maintenu la chaîne alimentaire. Enfin, fidèle à ses valeurs d'engagement et de bienveillance, le Groupe a choisi de se mobiliser pour ceux qui étaient particulièrement exposés et touchés, à travers des aides financières, des dons de produits ou de matériel d'hygiène.

Face à la crise sanitaire, Bel a été particulièrement attentif à ses partenaires et communautés :

- auprès de ses producteurs laitiers : en France, Bel a maintenu le prix d'achat et les volumes de lait collecté auprès de ses producteurs partenaires de l'Association de Producteurs de Bel Ouest ;
- auprès de ses fournisseurs : Bel a proposé à certaines catégories de fournisseurs, des dispositifs leur permettant de bénéficier de règlements anticipés à des conditions plus favorables ;
- auprès de ses communautés : Le Groupe a permis à ses collaborateurs du siège de s'engager sur leur temps professionnel dans des missions d'urgence nationale identifiées par le Gouvernement ou proposer du mécénat de compétence. Près de 50 missions citoyennes ont ainsi été menées par des collaborateurs du Groupe.

Bel a également organisé une Journée de Solidarité Internationale, où une journée de production de produits La Vache qui rit a été intégralement offerte aux acteurs de terrain (hôpitaux, personnels soignants) et aux populations démunies. Ainsi, les 12 usines La Vache qui rit du Groupe se sont mobilisées pour produire l'équivalent de 20 millions de portions fromagères.

De même lors de l'explosion du port de Beyrouth au Liban, le Groupe - implanté localement depuis 55 ans - a apporté son soutien aux populations impactées en faisant don d'un million de portions de fromage Picon.

L'innovation au service du bien-manger

La portion est au cœur de l'offre Bel. Elle permet d'apporter la juste dose « de bien-manger ». Pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et à la nécessité d'ouvrir la voie à une alimentation plus inclusive, Bel a accéléré en 2020 la transformation de ses marques et de son portefeuille de produits.

Le Groupe a poursuivi la rénovation de ses recettes et lancé de nombreuses innovations pour proposer des produits toujours plus naturels, répondant aux besoins nutritionnels des consommateurs, à leurs usages et leurs pouvoirs d'achat partout dans le monde. Ainsi, de nouveaux lancements de produits et

128 rénovations vers plus de nutrition et naturalité ont été lancés, permettant au Groupe d'atteindre 72 % de son portefeuille (Enfants et Familles) respectueux des engagements BelNutri+ et plus de 98 % de produits (marques cœur) sans colorants et arômes artificiels. Parmi ces réalisations :

- une nouvelle recette de Kiri® simplifiée, avec seulement cinq ingrédients, a été lancée dans toute l'Europe ;
- des gammes fonctionnelles (enrichies en nutriments) : Babybel 5G Proteins a ainsi été lancé en Belgique, Espagne, Portugal, Pays-Bas, République Tchèque, Slovaquie et Ukraine. Les deux références de Babybel Plus (probiotiques et vitamines) ont quant à elles été lancées aux États-Unis et en Grande Bretagne. Sur la plupart de ces marchés, Babybel représente la première offre fonctionnelle de fromages ;
- La Vache qui rit Big 4, en Algérie, au Maroc et en Egypte. Cette nouvelle recette est enrichie en fer, en zinc, en iode et en vitamines (A ou D) pour répondre aux principales déficiences alimentaires des populations locales.

Enfin, Bel a poursuivi sa stratégie de démocratisation du bio. En septembre 2020, Bel s'est associé à McDonald's France pour proposer un Mini Babybel bio dans les menus Happy Meal au sein des 1 490 McDonald's en France. plus de 3,7 millions de portions de Mini Babybel ont ainsi été commercialisées au 31 décembre 2020.

Le défi du végétal

Bel a annoncé sa volonté de devenir un leader du végétal dans sa catégorie. Pour cela, le Groupe mise à la fois sur de la croissance organique consistant à diversifier l'offre de ses marques cœur en proposant des spécialités végétales et mixtes, et sur de la croissance externe, en prenant des participations dans des entreprises ou start-ups, qui développent les innovations de demain (tant sur les ingrédients que sur les technologies...).

En 2020, le Groupe a lancé aux États-Unis son tout premier produit 100 % végétal, sous la marque Boursin. Le Groupe a également annoncé le lancement dès janvier 2021 d'une gamme mixte sur La Vache qui rit, The Laughing Cow Blends. Cette dernière, déclinée en trois références alliant fromage, légumineuses et herbes, sera prioritairement commercialisée aux États-Unis, en Grande-Bretagne, au Canada, en Allemagne et en Australie en début d'année 2021. Un Mini Babybel végétal sera également lancé aux États-Unis en 2021, ainsi qu'une nouvelle marque 100 % végétale, qui complètera le portefeuille des marques cœur du Groupe.

En juin 2020, Bel a acquis 80 % du capital de la société All In Foods, start-up française implantée à Saint-Nazaire et qui développe une large gamme de spécialités végétales, alternatives au fromage et de sauces végétaliennes. En décembre 2020, le Groupe Bel a également rejoint le Fond européen New Protein Funds dédié à l'investissement d'amorçage de technologies *plant-based* et *cell-based* de Big Idea Ventures LLC. Cette dernière est le leader mondial de l'investissement du secteur de la FoodTech, pour identifier et soutenir les entrepreneurs et projets les plus prometteurs, sur les protéines alternatives.

La RSE au cœur de notre modèle responsable et rentable

Le Groupe Bel est convaincu que placer la responsabilité au cœur de ses décisions lui permettra de perdurer et améliorera sa croissance à long terme. Aussi, en 2020, Bel a fait le choix de réunir RSE et Finance au sein d'une même Direction générale et poursuivi ses efforts pour relever ses cinq défis prioritaires : promouvoir une agriculture durable, contribuer à une alimentation plus saine, s'engager pour des emballages responsables, lutter contre le changement climatique et réduire son empreinte environnementale, renforcer l'accessibilité de ses produits.

- Bel a rejoint le Pacte sur les Dates de Consommation lancé par Too Good To Go France, pour réduire le gaspillage alimentaire. Le Groupe a été l'une des premières entreprises à concrétiser son engagement : sensibiliser les Français aux Dates de Durabilité Minimale (DDM). Des explications sur les dates de consommation, la conservation du produit ont été insérées au sein de 17 millions de boîtes de La Vache qui rit. Des pictogrammes ont été apposés sur les intercalaires séparant les fromages, pour inciter les consommateurs à faire confiance à leurs sens, et ainsi observer, sentir, goûter le produit une fois la date dépassée, et déterminer s'il pouvait être jeté. Depuis l'initiative a été déployée au Portugal et le sera en 2021, dans plusieurs autres pays européens ;
- Bel a publié sa politique Biodiversité, coconstruite, avec l'expertise du WWF France. Elle inclut les engagements et objectifs chiffrés et ambitieux que prend le Groupe, sur l'ensemble de sa chaîne de valeur, « de la fourche à la fourchette » pour la préservation, la valorisation et la restauration de la biodiversité. En parallèle, Bel a rejoint l'initiative Act for Nature au niveau international, qui rassemble des entreprises, pouvoirs publics, scientifiques et

associations afin de créer une véritable dynamique collective internationale pour protéger, valoriser et restaurer la biodiversité ;

- Bel a renouvelé pour la 4^e année consécutive son accord avec l'Association des Producteurs Bel de l'Ouest (APBO), dans la continuité des trois premières années de partenariat. Cet accord, reconduit sur toute l'année 2021, prévoit un cadre économique sécurisé pour les 780 producteurs de l'APBO et la poursuite du déploiement de pratiques durables pour favoriser le soin aux animaux et réduire l'empreinte environnementale des fermes ;
- le Groupe Bel s'attache à promouvoir de bons comportements alimentaires et un mode de vie sain pour les enfants et les familles. Il noue des partenariats à long terme avec des ONG et des autorités gouvernementales pour promouvoir des pratiques alimentaires saines et soutenir des programmes d'éducation alimentaire. Le Groupe a pour objectif de mettre en œuvre des programmes d'éducation nutritionnelle dans 10 pays où il est présent d'ici 2025. En 2020, Bel a signé trois nouveaux partenariats : en Égypte avec l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO) et le Ministère de l'Éducation, en Côte d'Ivoire et au Congo avec Action Contre la Faim ;
- pour l'aider concrètement à mieux répondre aux défis alimentaires, le Groupe a réuni un comité d'experts de haut niveau, reconnus en nutrition et en santé publique. Composé de sociologues, nutritionnistes, médecins généralistes ou encore chercheurs en santé publique, ce comité d'experts a pour vocation de challenger le Groupe et de l'accompagner vers une alimentation de qualité, accessible à tous et qui contribue de manière volontaire à baisser ses impacts sur l'environnement.

1.2. UNE GOUVERNANCE DES ENJEUX RSE À TOUS LES NIVEAUX DE L'ENTREPRISE

L'organisation du Groupe facilite la prise en compte des enjeux RSE depuis les instances dirigeantes jusqu'aux équipes opérationnelles. La volonté d'associer responsabilité et performance se traduit jusque dans l'organisation du Groupe, qui a fait le choix en 2020 de réunir RSE et Finance au sein d'une même Direction générale.

Le Conseil d'administration, gardien des engagements

Le Conseil d'administration du Groupe se prononce sur l'ensemble des décisions relatives aux orientations stratégiques, économiques, sociétales, environnementales, financières et industrielles du Groupe et veille à leur mise en œuvre par la Direction générale.

Le Comité d'éthique et de conformité

Le Comité d'éthique et de conformité est en charge de l'arbitrage et du pilotage des politiques de conformité. Il s'appuie sur un coordinateur éthique et rend compte de ses travaux au Comité d'audit du Groupe.

Le Comité Opérationnel RSE, porteur des priorités stratégiques RSE

Le Comité exécutif, présidé par le Président-directeur général et rassemblant l'ensemble des fonctions clés de l'Entreprise, porte le modèle de croissance durable du Groupe.

Pour accompagner le déploiement de ce plan ambitieux, Bel dispose également d'un Comité Opérationnel RSE qui regroupe plusieurs membres du Comité exécutif et se réunit quatre fois par an. Les réunions de ce Comité

ont pour objectif de valider les politiques RSE alignées avec les décisions stratégiques et engagements du Groupe, ainsi que d'assurer un suivi de la Scorecard RSE et de l'évolution des indicateurs de performance. De plus, deux sessions annuelles du Comité exécutif sont plus particulièrement dédiées aux sujets RSE stratégiques de long terme.

Le Comité d'investissement, garant d'une croissance durable

Le Comité d'investissement, rattaché au Président-directeur général, a pour objectif de cadrer et de valider l'ensemble des projets d'investissement du Groupe d'un montant supérieur à 2 millions d'euros. Il se réunit huit à neuf fois par an.

Ce Comité est garant du respect des engagements RSE de Bel sur tous les nouveaux investissements industriels supérieurs à 300 000 euros. En effet, ces projets font l'objet d'une évaluation non seulement sur des critères de performance économique et financière, mais aussi sur des critères extra-financiers correspondant à l'ensemble des enjeux prioritaires – sociaux, environnementaux et sociétaux – du Groupe.

Les Comités spécifiques pour guider les enjeux prioritaires

Le Comité Opérationnel RSE est complété par des Comités de pilotage spécifiques dédiés aux défis prioritaires du modèle de croissance durable du Groupe, tel que le Comité agriculture durable (voir paragraphe 4 « Promouvoir une agriculture durable »). Ils ont ainsi pour objectif de définir une feuille de route ainsi que de suivre le déploiement opérationnel et les progrès de cette dernière. Ces Comités dédiés

se réunissent quatre fois par an et rassemblent des équipes pluridisciplinaires.

Les Comités de pilotage des marques

Les équipes RSE participent à l'ensemble des comités marques, qui sont les instances de management des portefeuilles de projets d'innovation et de rénovation pilotés des marques. En 2020, une matrice d'évaluation RSE des projets a été mise en place, pour passer chaque projet au crible de la stratégie RSE du Groupe.

Des réseaux de collaborateurs, supports du déploiement opérationnel

Deux réseaux complémentaires viennent enrichir le dispositif. Leur rôle est à la fois de soutenir le déploiement des engagements du Groupe à tous les niveaux de l'Entreprise, mais également d'initier de nouvelles approches permettant d'enrichir la démarche d'innovation positive :

- un réseau de collaborateurs « Champions » représentant les différentes fonctions du Groupe, dont la principale mission est de suivre et remonter les KPIs du Groupe ainsi que d'animer la démarche RSE dans leurs fonctions et leur communauté ;
- un réseau constitué de collaborateurs notamment des départements marketing et réglementaire et déployé dans l'ensemble des filiales du Groupe vient également enrichir ce dispositif. Le rôle de ce réseau consiste à accélérer le déploiement de la démarche RSE dans toutes les fonctions et géographies du Groupe. Quatre réunions annuelles sont organisées afin de partager l'actualité des politiques et engagements RSE du Groupe et valoriser les bonnes pratiques déployées dans les différents pays.

1.3. UNE MOBILISATION DE TOUTE L'ENTREPRISE POUR FAIRE FACE À LA CRISE SANITAIRE

L'année 2020 a été marquée par la survenue d'une crise sanitaire mondiale inédite, révélant de nombreux défis sur les plans économiques, sociaux et environnementaux. Dans ce contexte difficile, le Groupe Bel a fait preuve d'une forte mobilisation à l'égard de ses collaborateurs, partenaires et des citoyens, afin de protéger la sécurité et la santé de tous et en particulier des personnes les plus exposées, assurer la continuité de la chaîne alimentaire et apporter son soutien auprès des communautés.

Organiser la gestion de crise à travers le Groupe

Dès le mois de janvier 2020, le Groupe s'est organisé en mode gestion de crise avec pour objectifs de suivre globalement l'évolution de la pandémie et ses conséquences sur chaque marché, protéger les collaborateurs et assurer la continuité d'activité et celle de la chaîne alimentaire,

Une cellule de crise Groupe plurifonctionnelle s'est mobilisée rassemblant toutes les fonctions clés de l'Entreprise. En parallèle, dans chaque pays, des cellules de crise ont été mobilisées soit en mode gestion de crise, soit en mode veille suivant la situation sanitaire des pays.

La stratégie de gestion de crise a reposé sur l'anticipation, la préparation avec un partage de mesures prises à chaque niveau de l'organisation et l'adaptation progressive aux instructions des autorités sanitaires et aux conséquences de la crise dans chaque pays.

Assurer la sécurité et la santé des collaborateurs, une priorité absolue du Groupe Bel

Dès le début de la pandémie, Bel a adopté des mesures préventives très strictes conformes aux procédures

de santé et sécurité internes du Groupe et aux recommandations de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS). Sur la base de ces préconisations, une liste de 80 mesures à déployer dans l'ensemble des sites Bel a été établie.

Dans ses 33 usines, le Groupe a ainsi systématisé la prise de température avant toute entrée sur site, mis à disposition du matériel sanitaire (gants, masques, gels hydroalcooliques...) et installé des structures de protection.

Pendant les périodes de confinement, les accès aux autres sites du Groupe ont été limités, en faveur du télétravail. Le savoir-faire et les mesures clés appliquées en usine (prise de température, masques, distanciation, nettoyage et désinfection...) ont été étendues aux autres sites et une formation obligatoire de 15 minutes rappelant les gestes à appliquer a été dispensée à chacun.

Au-delà des mesures de sécurité, le Groupe a développé de nombreuses initiatives pour soutenir ses collaborateurs dans cette période difficile. Ainsi, Bel a mis à la disposition des collaborateurs différents modules de formation relatifs à l'organisation du travail à distance, à une alimentation saine, et à l'activité physique. L'équipe formation a par ailleurs incité les collaborateurs présentant des emplois du temps dégradés à cause de la pandémie, à se former. Un dispositif d'écoute et de soutien a également été mis à la disposition des salariés de Bel dans plusieurs pays (ex : France, Italie, Grèce, Canada) en cas de besoin.

Fidèle à ses valeurs de responsabilité, le Groupe a fait le choix de ne pas avoir recours aux dispositifs de chômage partiel durant toute la période la crise. Par ailleurs, durant cette période, Bel a prêté une attention particulière au soutien financier de ses collaborateurs. Ainsi, toutes les personnes travaillant en usines contraintes de rester à domicile pendant la crise ont pu maintenir leur salaire de base. Par ailleurs, Bel a décidé de geler les décomptes des absences des collaborateurs en arrêts de travail, pour que leurs prime et participation ne soient pas affectées. Enfin, conformément au cadre législatif français, tous les collaborateurs éligibles ont bénéficié d'une prime.

Aider les partenaires à surmonter les crises et maintenir la chaîne alimentaire

En tant qu'acteur majeur de l'industrie alimentaire, Bel s'est pleinement mobilisé pour assurer la continuité

de la chaîne alimentaire, en soutenant ses producteurs et fournisseurs.

En France, Bel a maintenu ses engagements sur le prix d'achat du lait, révélant toute l'importance de l'accord négocié avec l'Association des Producteurs Bel de l'Ouest.

Par ailleurs, Bel a offert la possibilité à certains de ses fournisseurs de la zone euro de bénéficier de conditions de paiement adaptées, pour les aider à surmonter la crise. Ainsi, sur demandes des fournisseurs, les délais de paiement ont été réduits (10, 20 ou 30 jours au lieu de 60 jours habituels), sans escomptes sur leurs factures.

Rester mobilisés et solidaires

Fidèle à ses valeurs, le Groupe Bel a tenu à s'engager auprès des populations particulièrement exposées et touchées par la crise.

Partout dans le monde, les équipes de Bel se sont mobilisées pour répondre aux besoins liés à la crise à travers une aide financière, des dons de produits et/ou de matériel d'hygiène, pour les hôpitaux situés à proximité des sites de production du Groupe ou en faveur d'associations.

Ainsi, le 16 avril 2020, le Groupe Bel a dédié une journée de production de La Vache qui rit, soit l'équivalent de 20 millions de portions, à des dons (financiers ou en produits) aux personnels soignants et aux personnes les plus démunies. 12 usines et 20 pays ont été mobilisés pour cette opération.

De plus, au Maroc, où le Groupe est fortement implanté et depuis longtemps, 5 millions de dirhams ont été reversés au Fonds Spécial de lutte contre la Covid-19.

Par ailleurs, en France, le Groupe s'est associé à la plateforme « Tous confinés, Tous engagés » pour permettre à ses collaborateurs de s'engager sur leur temps professionnel dans des missions d'urgence nationale identifiées par le Gouvernement ou proposer du mécénat de compétences. Plus de 200 heures de travail ont pu être dédiées à ces missions citoyennes.

Enfin, Bel a donné la possibilité à ses collaborateurs en France de faire dons de leurs jours de congés et a abondé chacun de ces dons, permettant de reverser plus de 100 000€ aux établissements de santé situés à proximité des usines et du siège social, afin de soutenir le personnel médical soignant et l'acquisition de matériel ou équipements.

1.4. L'ÉTHIQUE, SOCLE COMMUN DANS LA CONDUITE DES AFFAIRES

Définition de l'enjeu

Fermement attaché à lutter contre les risques d'atteintes à l'environnement, aux droits humains ou encore de corruption, Bel a depuis toujours placé l'éthique au cœur de la conduite de ses activités.

Par ailleurs, le législateur en adoptant les lois Sapin II et Devoir de vigilance est venu encore renforcer la nécessité de placer l'éthique des affaires au cœur de la conduite des activités du Groupe au niveau mondial. Plus qu'un enjeu spécifique, il s'agit d'asseoir une culture et une pratique de l'éthique au quotidien à tous les niveaux du Groupe.

Gouvernance

Afin d'assurer le respect de l'éthique tout au long de sa chaîne de valeur, le Groupe s'est doté depuis plusieurs années d'instances de gouvernance robustes, assurant l'application des valeurs et principes de Bel à tous les niveaux du fonctionnement de l'Entreprise.

Créé en 2012, le Comité d'Éthique et Conformité du Groupe s'appuie sur un Coordinateur éthique et un réseau de Référents éthiques désignés au sein des Départements ressources humaines de filiales pour promouvoir la mise en œuvre des engagements et leur application opérationnelle. Il interagit tant que de besoin avec le Comité des risques et rend compte de ces travaux au Comité d'audit du Groupe. Une fois par an, ce dernier présente ces travaux au Conseil d'administration. Cette gouvernance a été arrêtée par le Comité exécutif.

Ce Comité est en charge de l'arbitrage et du pilotage des politiques de conformité, notamment en matière de respect des droits humains, de leur déploiement effectif et du suivi des dispositifs de formation y afférents. Il peut en outre traiter toute alerte en matière d'éthique notamment lorsqu'elles ne peuvent l'être à un échelon hiérarchique. Il peut également être sollicité pour avis sur toutes questions en matière de conformité.

Le Coordinateur éthique a pour mission de coordonner la définition et le déploiement des actions de conformité, notamment en matière de corruption et de respect des droits humains et de l'environnement au niveau local avec le support des référents éthiques. Il rend compte de ses actions sur des bases régulières au Comité d'éthique et Conformité.

Les Référents éthiques sont chargés de déployer les actions nécessaires à la sensibilisation et à la formation des collaborateurs locaux au Code de bonnes pratiques des affaires et aux politiques attachées. Ils sont l'indispensable relais local de toutes les initiatives menées au niveau du Groupe en matière d'éthique des affaires.

Politiques

Bel a adopté depuis 2012 un Code de bonnes pratiques des affaires fixant le cadre général dans lequel doit s'inscrire le comportement professionnel de chaque collaborateur du Groupe. Les sept principes de ce Code sont les suivants :

- respecter les lois et règlements et prendre en compte les normes internationales ;
- protéger les consommateurs ;
- respecter l'environnement ;
- protéger les droits essentiels des collaborateurs ;
- prévenir les conflits d'intérêts, la fraude et la corruption ;
- promouvoir des relations commerciales loyales ;
- assurer l'exactitude et protéger la confidentialité, de l'information professionnelle et financière.

Le code précise toutefois que les principes énoncés ne se substituent pas aux lois et règlements nationaux en vigueur que les équipes sont toujours tenues de

respecter, et lorsque la réglementation d'un pays est plus rigoureuse qu'une règle éthique stipulée dans le Code, cette réglementation nationale doit prévaloir.

Pour une meilleure appropriation par toutes les équipes, ce Code est traduit et diffusé dans l'ensemble des langues du Groupe. Il est accessible en version française et anglaise sur le site internet du Groupe, et présenté à l'occasion des formations spécifiques à l'éthique des affaires.

Afin de décliner et préciser certains principes, le Code de bonnes pratiques a été complété par des politiques dédiées à la lutte contre la corruption et aux règles du Groupe en matière de cadeaux.

Ces politiques ont fait l'objet en 2017 d'une révision à la lumière des dispositions de la loi « Sapin II ». Elles ont été intégrées aux Règlements intérieurs des sites français, communiquées aux sites étrangers, et sont le cas échéant en cours d'intégration dans les règlements intérieurs des sites étrangers.

Enfin, les politiques ou chartes « métiers » intègrent systématiquement les principes du Code de bonnes pratiques des affaires et les traduisent à l'aune d'un domaine d'activité. Elles sont partagées avec les parties prenantes concernées (voir paragraphe « 2.2 Promouvoir des pratiques responsables auprès de nos partenaires d'affaires »).

Plan d'actions

Outre la vigilance et les actions mises en place pour prévenir les risques de corruption, d'atteinte aux droits humains et à l'environnement dans l'ensemble des pays d'opération de Bel (voir paragraphe « 1.5 Plan de Vigilance »), Bel s'est également engagé dans plusieurs initiatives volontaires en matière d'éthique depuis plusieurs années. Le Groupe a en effet adhéré au Pacte Mondial des Nations Unies dès 2003, bien avant l'adoption de son Code de bonnes pratiques des affaires. Depuis, le Groupe réaffirme chaque année ses engagements et rend compte de ses progrès sur quatre principes fondamentaux : le respect des droits de l'homme, le respect des normes de travail, la lutte contre toute forme de corruption et le respect de l'environnement. En regard du positionnement de la plupart de ses marques, Bel fait du respect du droit des enfants un axe de vigilance spécifique. Les dix Principes directeurs sur les droits de l'enfant et les entreprises, élaborés conjointement par le Pacte Mondial des Nations Unies, l'UNICEF et l'organisation *Save the Children*, constituent son cadre de référence et sont intégralement repris dans son Code de bonnes pratiques des affaires.

Système d'alerte

Outre les canaux de remontées d'alertes traditionnels (sollicitations des référents ressources humaines, instances de représentation du personnel ou référents éthiques), le Groupe a mis en place depuis 2015, un système d'alerte permettant de déclarer d'éventuels manquements aux principes énoncés dans le Code de bonnes pratiques des affaires. Ce système d'alerte permet aux collaborateurs, partenaires du Groupe, et à tout tiers en relation avec le Groupe de faire état de

tout fait contraire à l'éthique dont il serait le témoin ou la victime. Les alertes sont traitées conformément aux dispositions légales, notamment en termes de protection du lanceur d'alerte. Les modalités de traitement des alertes sont détaillées dans un guide spécialement élaboré à cet effet. Toute alerte remontée est traitée par le référent éthique local, tenu d'informer étroitement le coordinateur éthique Groupe des

résultats d'investigation et des mesures proposées en réponse. Lorsque le traitement de l'alerte ne peut être géré localement (nature de l'alerte ou identité des personnes visées), l'alerte est traitée directement par le Comité d'éthique et de conformité du Groupe. En 2020, trois situations ont fait l'objet d'une alerte. L'une des alertes a été remontée en décembre 2020 et a fait l'objet d'un traitement en 2021.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2019	2020
Promouvoir l'éthique comme socle commun	Nombre d'alertes enregistrées	2	3
	Nombre d'alertes traitées	2	2
	Nombre de collaborateurs formés au risque de corruption (présentiel)	500	500
	Nombre de collaborateurs formés au risque de corruption (e-learning)	594	652

1.5. PLAN DE VIGILANCE

L'adoption en 2016 du volet anti-corruption de la loi « Sapin II » et en 2017 de la loi relative au « Devoir de vigilance » a conduit le Groupe à renforcer son dispositif de vigilance en matière de lutte contre la corruption, contre les atteintes aux droits humains et à la santé et la sécurité des personnes et de lutte contre les atteintes environnementales liées à son activité.

L'engagement de longue date du Groupe quant à la conduite éthique de ses activités lui a permis de s'appuyer efficacement sur un ensemble de politiques et points de contrôle d'ores et déjà en place pour construire et améliorer de manière continue les plans de vigilance requis par ces deux textes.

1.5.1. L'identification des risques comme pierre angulaire du dispositif

Les risques de corruption, et d'atteintes aux droits humains, à la santé et à la sécurité des personnes et à l'environnement sont des risques suivis dans le cadre du dispositif de gestion des Risques du Groupe *Enterprise Risk Management* (ERM).

Néanmoins, dès l'adoption des lois « Sapin II » et « Devoir de Vigilance », le Groupe a choisi de mener un exercice dédié de cartographie des risques sur l'ensemble de ces sujets, qui vient alimenter le dispositif de gestion des Risques du Groupe (ERM). Une méthodologie commune a été arrêtée pour identifier ces risques.

Sur les activités propres du Groupe

Afin d'identifier et de hiérarchiser les risques bruts en matière de corruption, d'atteintes aux droits humains, à la santé et à la sécurité des personnes ou à l'environnement, le Groupe a réalisé une première cartographie des risques en 2017, mise à jour en 2019 en tenant compte de trois critères :

- la localisation de ses activités ;
- la nature de ses activités (production, commercialisation, services) ;
- le poids de ses activités (en termes de chiffre d'affaires, nombre d'employés et volume d'activité).

Conformément aux exigences légales, l'exercice de cartographie a été décliné dans toutes les filiales du Groupe et couvre ses territoires d'export.

Cette première phase d'étude a été complétée par une analyse approfondie des politiques et points de contrôle en vigueur au sein du Groupe et permettant de limiter ces risques, afin d'adopter les plans d'actions appropriés. C'est dans le cadre du déploiement de ces premiers plans d'actions que le Groupe a notamment renforcé la gouvernance attachée à l'éthique et à la conformité (voir paragraphe 1.4 « L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires ») afin de disposer d'une organisation de référence à la hauteur des enjeux.

Cette méthodologie a été déclinée localement tout d'abord grâce à des formations dispensées à tous les Comités de Direction des filiales du Groupe, visant à sensibiliser les équipes locales aux enjeux attachés. À l'issue de ces séances de formation, des questionnaires d'autoévaluation sur les risques de corruption, d'atteintes aux droits humains, à la santé et à la sécurité des personnes et à l'environnement, ont été complétés et analysés pour mesurer le risque réel à la lumière des politiques et points de contrôle en vigueur dans les filiales.

L'analyse de ces questionnaires d'autoévaluation a conduit dès 2018 à l'élaboration de plans d'actions déployés dans les filiales du Groupe.

La cartographie des risques bruts et l'analyse de la conformité et de l'efficacité de ses politiques et points de contrôle ont fait l'objet de mises à jour en 2019 et 2020, afin de mesurer les progrès réalisés. La mise

en place de politiques additionnelles et de points de contrôle renforcés entre 2018 et 2019 a ainsi permis de constater une nette amélioration dans la maîtrise de ces risques.

Enfin, le Groupe s'est doté en 2019 d'un outil digital de cartographie des risques qui lui a permis de réaliser en 2020 un nouvel exercice complet de cartographie sur le volet corruption. Une approche qualitative a été privilégiée basée essentiellement sur la formalisation de scénarios de corruption spécifiques à chacune des filiales du Groupe Bel en tenant compte de facteurs exogènes aggravants le cas échéant (pour plus de détails, voir paragraphe 1.5.2 « Les actions mises en œuvre »). L'implication active de tous les comités de Direction locaux dans la détermination des scénarios de risques de corruption, l'identification de facteurs aggravants et enfin l'évaluation du niveau de maîtrise de ces risques a permis une réelle appropriation de ces enjeux par les opérationnels locaux qui demeurent les garants de l'éthique du Groupe dans leurs activités quotidiennes.

Sur les activités de ses partenaires d'affaires

Bel a toujours été particulièrement vigilant quant aux risques liés à sa chaîne d'approvisionnement. Fin 2017, le Groupe a complété son dispositif d'évaluations réalisées par EcoVadis depuis 2009, par une cartographie des fournisseurs dédiée aux risques RSE en matière d'environnement, de droit du travail, de droits de l'homme et d'éthique des affaires, puis par une cartographie dédiée aux risques en matière de corruption.

Les résultats de première cartographie ont permis d'identifier les couples « Catégorie d'achat/Pays » les plus exposés et de renforcer la vigilance requise préalablement aux référencements des fournisseurs entrant dans ces catégories.

En 2020, le Groupe a mis à jour la cartographie de risques fournisseurs grâce à un outil digital lui permettant d'analyser en masse son portefeuille et, sur la base d'un niveau de risque théorique, d'identifier les fournisseurs nécessitant des diligences plus poussées. L'outil digital précité permet alors de disposer, sur ce panel à risque théorique, de rapports détaillés permettant une prise de décision éclairée quant au maintien ou non de la relation d'affaires avec le fournisseur concerné. Ces rapports et la teneur des diligences réalisées sont conservés et accessibles sur la plateforme digitale dédiée. Il est précisé à cet égard que les sous-traitants, intermédiaires ou autres conseils sont des fournisseurs et entrent donc dans la catégorie précitée, ayant fait l'objet d'une nouvelle cartographie des risques en 2020.

La même approche sera déployée en 2021 sur l'ensemble des clients du Groupe Bel.

1.5.2. Les actions mises en œuvre

En matière de lutte contre la corruption

Le Groupe a complété son Code de bonnes pratiques des affaires par une politique cadeaux et une politique anticorruption revue en 2017 à la lumière des dispositions de la loi « Sapin II ». Elles ont été intégrées au Règlement intérieur des sites français après consultation des instances représentatives du personnel et communiquées à toutes les filiales du Groupe.

Vis-à-vis de ses parties prenantes internes

Le Groupe a établi au niveau *corporate* une typologie de ses risques de corruption par transaction et activité risquée avec l'ensemble des Directions métiers concernées.

Dans le cadre de l'exercice de cartographie des risques réalisé en 2017 et 2018, les Comités de Direction des filiales du Groupe ont une première fois, été sensibilisés aux enjeux attachés à la lutte contre la corruption et aux comportements attendus de tous les collaborateurs du Groupe sur ce sujet. La réalisation d'ateliers de travail avec les Comités de Direction locaux a permis l'analyse des questionnaires d'autoévaluation et l'élaboration d'une typologie des risques de corruption spécifique en confrontant la liste des risques identifiés en central à la réalité de chacune des filiales, en tenant compte de leur environnement exogène.

Cet exercice de cartographie des risques a été renouvelé en 2020 et sera mis à jour sur des bases régulières conformément aux exigences légales.

Par ailleurs, outre les formations présentiels ayant visé plus de 500 collaborateurs depuis 2015, un module de *e-learning* dédié à la lutte contre la corruption a été déployé fin 2018 et a fait l'objet de nouvelles vagues de déploiement en 2019 et 2020. Tous les membres des Comités de Direction des filiales du Groupe Bel y ont participé en 2020, préalablement à l'exercice de cartographie de risques dédié à leur filiale. Ce module de *e-learning* a ainsi été suivi à date par plus de 650 collaborateurs du Groupe.

Enfin, l'ensemble du dispositif de lutte contre la corruption a fait l'objet d'un audit interne en 2019. Les conclusions du rapport ont été présentées au Comité d'Audit du Groupe et plans d'actions y afférents font l'objet d'un suivi régulier.

Vis-à-vis de ses parties prenantes externes

Concernant ses fournisseurs, et comme précisé plus haut, outre l'exercice de cartographie des risques RSE, le Groupe a affiné l'identification de ces risques par une cartographie dédiée aux risques de corruption dont les conclusions ont permis d'asseoir le niveau de vigilance sur le niveau de risque identifié par catégorie d'achat/Pays (voir paragraphe 2.2 « Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires »).

Concernant ses autres parties prenantes externes, le Groupe a pris des mesures visant à être alerté en cas de condamnation, d'expositions politiques ou d'inscription sur des listes noires en matière d'embargo de ses distributeurs, clients ou agents et va compléter ce dispositif de surveillance permanente par des évaluations poussées sur les parties prenantes les plus exposées en 2021 grâce à un outil digital dédié (voir paragraphe 1.6.1 « L'identification des risques comme pierre angulaire du dispositif »).

Outre ces plans d'actions spécifiques, le Groupe est engagé depuis 2014 dans la *Supply Chain Initiative* dans 16 pays européens⁽¹⁾ qui représentent plus de 40 % de son chiffre d'affaires. Il s'agit d'un Code volontaire d'autorégulation qui énonce 10 principes à respecter dans le cadre des relations commerciales et qui couvre notamment la corruption. La majorité d'entre eux est aussi énoncée dans son Code de bonnes pratiques des affaires.

Enfin, dans le cadre de son plan d'actions anti-corruption, le Groupe a de nouveau communiqué à l'ensemble de ses partenaires les plus significatifs sa politique anti-corruption et a introduit dans ses conditions générales d'achats et dans sa Charte des achats responsables une clause anti-corruption. Par ailleurs, le système d'alerte du Groupe a été ouvert aux parties prenantes externes via le site internet Groupe, dont l'ergonomie a été revisitée afin de leur permettre un accès intuitif au système. Le traitement de ces alertes est similaire au traitement des alertes remontées par les parties prenantes internes (voir paragraphe 1.4 « L'éthique, socle de la conduite des affaires »).

En matière de lutte contre les atteintes aux droits humains, à la santé et à la sécurité des personnes

Dès 2012, le Groupe s'est engagé dans une démarche proactive en matière de respect des droits humains avec l'adoption de son Code de bonnes pratiques des affaires. Le respect des droits humains, en ce inclus la santé et la sécurité des personnes, est un des sept principes édictés et fait expressément référence à la déclaration universelle des droits de l'homme et aux conventions de l'Organisation internationale du travail. Le réseau des Référents éthiques sous l'autorité des Directeurs des filiales est responsable de sa mise en œuvre et de son respect dans chacun des sites (voir paragraphe 1.4 « L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires »).

Vis-à-vis de ses parties prenantes internes

La protection des droits essentiels des collaborateurs est une préoccupation constante. En effet, la répartition de ses effectifs notamment dans des pays présentant des risques d'atteinte au respect des droits de l'homme et à la santé et à la sécurité des personnes conduit le

Groupe à mettre en place des politiques de ressources humaines très vigilantes sur le respect des normes de travail et la sécurité de ses collaborateurs.

En 2017, le Groupe a mené un chantier visant à détecter et mesurer les risques d'atteinte aux droits humains, en ciblant notamment les risques d'esclavage moderne, de travail forcé, de travail d'enfants, d'atteintes à la santé et à la sécurité des personnes, à la liberté syndicale ou au droit à la négociation collective. Les Comités de Direction locaux ont été sensibilisés à ces enjeux à l'occasion de ces travaux. En 2018, et à l'instar des travaux relatifs à la lutte contre la corruption (voir 1.5. « Plan de vigilance »), des questionnaires d'autoévaluation couvrant les risques listés ci-dessus ont été complétés par les filiales du Groupe. Leur analyse a permis l'élaboration de plans d'actions dédiés.

En 2019, le Groupe a réalisé une mise à jour de cette cartographie des risques d'atteintes aux droits humains mettant en lumière une amélioration de la maîtrise de ces risques notamment grâce à l'adjonction de points de contrôles additionnels dédiés au respect des politiques du Groupe en la matière.

La sensibilisation des collaborateurs est au cœur des actions du Groupe en la matière : la crise sanitaire n'ayant pas permis en 2020 d'assurer un programme de formation en présentiel aussi riche que les autres années, un *e-learning* dédié au respect des droits humains et à la présentation des politiques du Groupe destinées à assurer leur protection est en cours de déploiement et le respect des droits humains et des politiques associées sont systématiquement présentés lors des formations présentielles relatives au Code de bonnes pratiques des affaires.

Enfin, le Groupe a naturellement poursuivi les initiatives sociales amorcées de longue date (voir 2.1 « Construire un avenir durable avec ses collaborateurs ») et a encore appuyé en 2020 ses démarches d'amélioration continue visant à garantir la santé et la sécurité de ses collaborateurs avec son objectif ambition du Zéro Accident (voir paragraphe 2.1.1 « Assurer la santé, la sécurité et le bien-être au travail »).

Vis-à-vis de ses parties prenantes externes

Bel porte également une attention particulière aux pratiques de ses fournisseurs en matière de respect des droits humains, ce critère faisant l'objet d'une évaluation dédiée au travers des critères « social » et « éthique » dans le cadre du dispositif d'évaluation EcoVadis.

Ce dispositif a été complété par l'exercice de cartographie des risques RSE visant à définir les catégories d'achats les plus exposés au risque d'atteinte aux droits humains (voir paragraphe 2.2 « Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires »).

Le respect de ces principes a par ailleurs été réaffirmé de manière spécifique dans la Charte des achats responsables revue en 2019.

⁽¹⁾ En 2018, Bel était signataire de la Supply Chain Initiative dans les pays suivants : Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Pays-Bas, Portugal, République tchèque, Royaume-Uni, Slovaquie et Suède.

En matière de respect de l'environnement

Bel est conscient que le périmètre de sa responsabilité environnementale s'étend des activités de son amont agricole jusqu'à la consommation de ses produits par le consommateur final, ainsi qu'à la valorisation de ses déchets d'emballages. Dans le cadre de sa cartographie des risques, le Groupe a identifié les risques majeurs pour la pérennité de ses activités et les risques pesant sur son écosystème.

Dans le cadre de ses opérations

En sus de l'exercice de cartographie des risques Groupe, Bel a mené en 2017 une cartographie des risques environnementaux dédiée à ses activités propres, au terme de laquelle ont notamment été évalués les risques relatifs aux émissions de gaz à effet de serre, au changement climatique, au stress hydrique, à la biodiversité, à la déforestation et au traitement des déchets.

Pour répondre à ces enjeux, le Groupe a adopté des objectifs très ambitieux et met en œuvre des plans d'amélioration continus, visant à mitiger l'ensemble des risques identifiés (voir paragraphe 6 « Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale »).

Ainsi, le Groupe a adopté de longue date une politique environnementale stricte qui fixe les ambitions du Groupe et les lignes directrices pour les atteindre, notamment sur les enjeux relatifs à l'empreinte carbone et à la consommation d'eau. Depuis 2017, le Groupe est en outre engagé dans l'initiative *Science-Based Targets* (SBT), initiée par le *Carbon Disclosure Project* (CDP), le *World Resources Institute* (WRI), le WWF et le *Global Compact* des Nations Unies, pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble de sa chaîne de valeur (Scopes 1, 2 et 3).

En 2019, le Groupe a également formalisé une politique sur la protection des forêts et des écosystèmes naturels, visant à s'assurer qu'aucune de ses matières premières clés ne contribue à la déforestation ou à la conversion d'écosystèmes naturels d'ici 2025.

L'ensemble des politiques adoptées est assorti d'objectifs, et les plans d'actions correspondants font l'objet d'un suivi rigoureux (pour le détail des plans d'actions, voir paragraphes 6.1 « Lutter contre le changement climatique », 6.2 « Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes » et 6.3 « Utiliser durablement la ressource en eau »).

Tout au long de sa chaîne de valeur

Conscient de l'impact majeur des matières premières agricoles sur le bilan Carbone du Groupe (72 %), Bel a fait de son engagement pour une filière laitière responsable un axe prioritaire de sa stratégie de responsabilité sociétale notamment pour atteindre les objectifs définis dans le cadre de l'initiative *Science-Based Targets*.

L'accélération du positionnement stratégique du Groupe sur le segment végétal participe également aux objectifs de réduction des émissions de GES.

En 2020, le Groupe a par ailleurs adopté une politique Biodiversité intégrant l'ensemble des enjeux attachés à toutes les étapes de sa chaîne de valeur (voir paragraphe 6.2 « Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes »).

Plus généralement, Bel est pleinement mobilisé pour réduire les émissions directes et indirectes générées par les activités présentes tout au long de sa chaîne de valeur.

Son engagement se caractérise notamment par ses travaux visant à limiter les risques d'atteinte à la biodiversité et de déforestation dans sa chaîne d'approvisionnement, lutter contre le gaspillage alimentaire de la production à la consommation, et inscrire ses emballages dans l'économie circulaire (voir paragraphe 6.1 « Lutter contre le changement climatique », 6.2 « Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes », 6.3 « Utiliser durablement la ressource en eau » et 6.4 « Lutter contre le gaspillage alimentaire »).

1.5.3. Des contrôles dédiés

Afin de s'assurer de la mise en œuvre effective des actions déployées, Bel a inséré des points de contrôle correspondants à chacune de ces actions dans son dispositif existant de contrôle interne dès 2018. Des contrôles additionnels ont été ajoutés en 2019, et ont vocation à être mis à jour sur des bases annuelles en tant que de besoin.

En effet, les filiales du Groupe réalisent annuellement, sous la responsabilité de leur Directeur général, une autoévaluation réalisée à partir d'un protocole de contrôles. Les contrôles dédiés à la lutte contre la corruption et aux atteintes aux droits humains ont été spécifiquement insérés dans ce dispositif, en sus des contrôles préexistants qui participent au contrôle de ce risque.

Les résultats sont partagés avec le Comité d'audit, le Coordinateur Éthique, et les Directions concernées pour actions et adaptation des plans correctifs le cas échéant.

FAITS MARQUANTS 2020

- Mise en place des Comités marques pour piloter les feuilles de route RSE des marques.
- Forte mobilisation du Groupe auprès de ses collaborateurs, partenaires et communautés pendant la pandémie de Covid-19.

PRIORITÉS 2021

- Déployer le processus d'évaluation des clients.

2

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

Pour Bel, dont les activités et le modèle d'affaires reposent sur des interactions entre un grand nombre de parties prenantes, entretenir des relations pérennes, bénéfiques et durables avec ces dernières constitue un enjeu crucial.

Bel a ainsi fait le choix de s'inscrire dans un modèle de création de valeur partagée avec l'ensemble de ses parties prenantes, à la fois internes et externes, avec une attention particulière envers :

- ses collaborateurs ;
- ses partenaires d'affaires ;
- ses consommateurs.

Avec son écosystème

Progresser ensemble dans une démarche d'innovation positive créatrice de valeur pour tous.



2.1. CONSTRUIRE UN AVENIR DURABLE AVEC SES COLLABORATEURS

Définition de l'enjeu

La mission de Bel – « Offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous » – guide ses 12 510 collaborateurs dans le déploiement d'un modèle d'entreprise durable et profitable, qui place le consommateur et la création de valeur partagée au cœur de ses décisions.

Le capital humain de Bel constitue le socle indispensable à l'accomplissement de ce projet d'Entreprise. C'est pourquoi le Groupe œuvre pour offrir à ses collaborateurs des conditions de travail propices au bien-être et à la sécurité, et s'attache à développer leur employabilité en leur proposant des perspectives d'avenir attractives et équitables.

Politique

Fin 2020, le Groupe a défini un nouveau modèle social innovant et ambitieux, afin d'accompagner la transformation de l'Entreprise sur les dix prochaines années. Ce programme, dit « Nurture », définit les engagements RH que l'Entreprise souhaite prendre vis-à-vis de ses collaborateurs, ainsi que les comportements attendus et le nouveau modèle de management qui seront déployés pour accomplir son ambition. Construit autour de trois valeurs clés historiques du Groupe – Audace, Bienveillance et Engagement –, ce programme exprime la valeur unique que Bel souhaite apporter à ses collaborateurs.

Les engagements RH s'articulent autour des cinq dimensions suivantes :

- la formation et le développement des personnes ;
- l'environnement de travail ;
- la reconnaissance ;
- l'épanouissement personnel ;
- le soutien aux familles.

En 2021, Bel initie le déploiement du programme « Nurture » dans les différentes entités du Groupe. Les priorités de la feuille de route opérationnelle porteront notamment sur l'écoute et la mesure de la satisfaction des collaborateurs et le modèle managérial. Sur les sujets relatifs au développement des personnes et

à l'environnement de travail, des actions sont déjà déployées depuis de nombreuses années, et font l'objet de paragraphes dédiés dans la présente Déclaration de Performance Extra-Financière.

Effectifs

Au 31 décembre 2020, le Groupe comptait 12 510 collaborateurs répartis dans plus de 30 pays. Les effectifs de Bel (contrats à durée indéterminée et déterminée présents au 31 décembre 2020) ont augmenté de 72 personnes, les effectifs sont donc stables par rapport au 31 décembre 2019.

Effectifs par type de marché ^(a)	2018	2019	2020
Marchés matures	11 330	11 091	11 058
Nouvelles géographies ^(b)	1 307	1 347	1 452
TOTAL GROUPE	12 637	12 438	12 510

(a) Contrats à durée indéterminée et contrats à durée déterminée actifs au 31 décembre.

(b) Chine, Mexique, Côte d'Ivoire, Afrique du Sud, MOM.

Effectifs par status ^(a)	2018	2019	2020
Managers ^(b)	2 521	2 498	2 676
Non-managers	10 118	9 940	9 834

(a) Contrats à durée indéterminée et contrats à durée déterminée actifs au 31 décembre.

(b) La définition de « manager » s'appuie sur un système de grading standardisé au niveau de toutes les filiales : les grades 1 à 7 ainsi que les membres du Comité exécutif sont considérés comme des managers, qu'ils encadrent ou non des équipes.

Embauches et départs (hors variation de périmètre)

Dans un environnement de marché particulièrement exigeant, Bel adapte en permanence ses métiers et ses ressources humaines à ses besoins pour maintenir sa compétitivité et accélérer le développement de ses

marques marché tant sur le marché des produits laitiers et fromagers que sur le segment porteur du snacking sain. Le Groupe a ainsi embauché 1 615 collaborateurs en 2020. Parmi les 1 516 départs qui ont eu lieu en 2020, la majeure partie a été volontaire (démissions et départs en retraite).

Embauches et départs	2018	2019	2020
Nombre d'embauches	1 524	1 563	1 615
Nombre de départs	1 691	1 698	1 516
Dont nombre de licenciements	171	276	229

Licenciements par type de marché	2018	2019	2020
Marchés Matures	165	211	218
Nouvelles géographies ⁽¹⁾	6	65	11
TOTAL GROUPE	171	276	229

Taux de Précarité ^(a)	2018	2019	2020
Marchés Matures	10,3 %	11,4 %	11 %
Nouvelles géographies ^(b)	29,2 %	26,3 %	34 %
TOTAL GROUPE	12,2 %	13,0 %	12,0 %

(a) Part des contrats à durée déterminée ramenée à l'ensemble des contrats (en équivalent temps plein).

(b) Chine, Mexique, Côte d'Ivoire, Inde, Afrique du Sud, MOM.

Le taux de précarité moyen du Groupe est de 12 % (calculé hors intérimaires). Ce taux tient compte des emplois à durée déterminée par rapport à l'ensemble des ressources réelles travaillées (CDD + CDI).

Cette moyenne cache des disparités locales importantes. Ainsi, dans certains pays du Moyen-Orient et de l'Afrique, la pratique légale la plus courante est celle du contrat à durée déterminée et n'est donc pas synonyme de précarité.

2.1.1. Assurer la santé, la sécurité et le bien-être au travail

Politiques

La santé et la sécurité sont des priorités absolues pour Bel, tant pour ses collaborateurs que pour toute autre personne qui serait amenée à travailler au sein de l'Entreprise. Bel dispose d'une politique santé – sécurité qui vise à atteindre le « Zéro accident et maladie professionnelle », en s'engageant :

- à garantir des conditions de travail sûres et saines pour limiter les accidents et les maladies professionnelles par la prévention et la maîtrise des risques et par une démarche de progrès continue ;
- à satisfaire à toutes les exigences réglementaires ;
- à éliminer les dangers et à réduire les risques en matière de santé et de sécurité.

Cette politique appelle à l'engagement et à la participation active de tous les collaborateurs. Leur exemplarité, leurs comportements et actions en faveur de la prévention et de l'élimination de toutes les opérations ou comportements dangereux sont encouragés par un système d'incitations.

Cette politique est revue tous les deux ou trois ans et validée par le Comité exécutif du Groupe. En 2020, cette dernière a été mise à jour et diffusée à l'ensemble des sites. Bel a également mis en place une nouvelle organisation sécurité, alignée sur celle de ses opérations, afin de gagner en efficacité dans le déploiement des

plans d'actions et de mieux capitaliser les bonnes pratiques et incidents identifiés dans le Groupe.

Par ailleurs, une politique Sécurité a été nouvellement définie et a pour objectif de protéger notamment ses collaborateurs vis-à-vis des actes de malveillance d'origine matérielle ou immatérielle (voir paragraphe 3.1. « Proposer des produits de qualité et de sécurité optimales »).

Plan d'actions

Assurer la santé et la sécurité de ses collaborateurs durant la pandémie de Covid-19

Face à la pandémie de Covid-19, le Groupe Bel s'est fortement mobilisé avec des mesures exceptionnelles pour protéger ses collaborateurs (voir paragraphe 1.3 « Une mobilisation de toute l'Entreprise pour faire face à la crise sanitaire »).

Faire évoluer le comportement des personnes et prévenir les risques d'accidents

Pour tendre vers l'objectif ambitieux du « Zéro accident », le Groupe a mis en place de nombreuses actions, et suit de près leur performance via un suivi du taux de fréquence de tous les accidents de travail faisant l'objet d'un acte médical, qu'ils soient ou non suivis d'un arrêt de travail, et dont sont victimes non seulement ses collaborateurs, mais aussi toutes les personnes présentes sur ses sites : visiteurs, sous-traitants et intérimaires. Les incidents nécessitant des premiers soins et les « presque accidents » sont également pris en compte.

Le taux de fréquence (TF) Bel est ainsi en baisse constante depuis 2013. Le Groupe s'est également fixé pour objectif d'atteindre un TF de 3 à 2025.

	2018	2019	2020
Taux de fréquence des accidents ^(a) TF Bel			
Accidents avec et sans arrêt de toute personne présente sur les sites Bel	6,6	5,45	4,75
Taux de fréquence des accidents ^(a) TF1			
Accidents avec arrêt des collaborateurs Bel	4,1	3,72	2,87
Taux de gravité des accidents ^(b) des collaborateurs Bel	0,15	0,11	0,10

(a) Nombre d'accidents de travail exprimé par millions d'heures travaillées.

(b) Nombre de jours non travaillés suite à des accidents d'employés Bel pour 1 000 heures travaillées.

Le comportement des personnes reste un facteur majeur dans la prévention des accidents et des maladies professionnelles. C'est pourquoi Bel a mis en place sur l'ensemble de ses sites un programme de visites comportementales de sécurité (VCS). Ces visites sont basées sur l'observation d'un collaborateur ou d'un sous-traitant sur son poste de travail par deux personnes, suivi d'un échange constructif entre visiteurs et « visité ». L'objectif est de faire évoluer les

comportements, renforcer la communication sécurité et la confiance entre les employés et les managers. Malgré la Covid-19, plus de 23 000 VCS ont ainsi pu être réalisées en 2020 dans le respect des gestes barrières.

En plus du suivi des accidents de travail, il est également obligatoire de signaler et d'enquêter sur les presque accidents de la même façon que ceux entraînant une blessure ou un dommage, afin d'éviter que des situations à risque ne se reproduisent.

Pour aller plus loin, le Groupe a également recours à des audits (internes, réalisés par des auditeurs certifiés, et externes, conduits par des cabinets d'audit) permettant de contrôler la correcte application des principes de sa politique santé – sécurité.

Enfin, une feuille de route établie au niveau du Groupe est communiquée à l'ensemble des filiales et des sites, et prévoit un certain nombre d'actions à mener. En 2020, quelques actions clés de la feuille de route 2019-2021 ont ainsi été menées :

- l'accélération du programme « LOTO », visant à installer des protections sécurisant les machines des sites, avec un objectif d'installer des protections sur les machines de l'ensemble des sites d'ici 2022 ;
- la formation « Safety Leadership » à destination des managers, visant à leur apporter les compétences pour influencer positivement les comportements de leurs collaborateurs afin qu'ils deviennent plus sûrs ;
- une campagne Groupe sur la protection des mains ;
- le déploiement graduel du programme « Dry plant-Safe Plant », visant à réduire le risque de glissades liées à un sol mouillé ;
- la révision et l'amélioration des 32 Standards Sécurité existants et du process d'audit interne croisé.

Réduire la pénibilité et prévenir les maladies professionnelles

En réduisant les manutentions de charge et les postures pénibles par l'amélioration ergonomique et utilisation progressive des « cobots », Bel agit pour prévenir

l'apparition de maladies musculosquelettiques. Le Groupe a par ailleurs identifié – entre autres – trois facteurs de pénibilité pouvant affecter les collaborateurs travaillant dans ses usines : le bruit, le travail de nuit et les tâches répétitives.

Les sites mettent en place de manière progressive des plans d'actions pour réduire ces facteurs de pénibilité et offrir un environnement de travail sain pour les collaborateurs. Dans ce cadre, l'amélioration de l'ergonomie des postes de travail est un critère d'évaluation de tous les projets d'investissement du Groupe.

Offrir une organisation plus propice au bien-être au travail

Dans un contexte socio-économique qui conduit à une recherche constante d'amélioration de la productivité, Bel prend en considération les facteurs qui influent directement sur le bien-être au travail de ses collaborateurs, notamment l'organisation des espaces de travail et de détente, l'organisation des temps de travail et de trajet, l'évolution des modes de travail, etc.

Le Groupe est également convaincu qu'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée est un prérequis indispensable à l'épanouissement de ses collaborateurs et à la réussite de l'Entreprise.

Dès lors, le Groupe accorde dans la plupart de ses filiales des durées de congés payés allant au-delà du socle minimum imposé par les lois et réglementations nationales

	2018	2019	2020
% de collaborateurs bénéficiant d'au moins trois semaines de congé par an	95 %	98 %	96 %

Si les causes de l'absentéisme sont multiples, celui-ci peut, dans certains cas, être directement corrélé à une situation de mal-être au travail. C'est pourquoi le Groupe vise par ses diverses actions à le réduire durablement. L'augmentation du taux d'absentéisme observée en 2020 est quant à elle directement liée à l'épidémie de Covid-19.

Afin d'améliorer le bien-être au travail, Bel a mis en place pour les collaborateurs rattachés à son siège social un e-learning, des ateliers et une formation visant à les sensibiliser aux risques psycho-sociaux et à la Qualité de Vie au Travail (QVT). Le déploiement des formations QVT destinées aux managers a démarré en 2020.

Taux d'absentéisme	2018*	2019*	2020
Heures d'absence pour cause de maladie/heures de travail théoriques	2,11 %	2,05 %	2,85 %

* Hors MOM.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Travailler vers zéro accident sur les sites	TF Bel (taux de fréquence des accidents Bel)	6,6	5,45	4,75	3,0	

2.1.2. Favoriser l'égalité des chances et la diversité

Politiques

Le Groupe Bel est engagé dans la lutte contre toute forme de discrimination, œuvre pour la diversité et l'inclusion, et promeut l'égalité des chances dès l'embauche et tout au long du parcours de ses collaborateurs. Afin d'appuyer cette démarche, un programme « Diversité & Inclusion » a été déployé en 2016 avec des objectifs à horizon 2020 et 2025 sur des sujets tels que la mixité et la multiculturalité au sein de l'Entreprise. Ce programme fera l'objet d'une révision en 2021 visant à accélérer la transformation du Groupe. Celui-ci repose sur trois piliers :

- **créer une culture d'entreprise inclusive**, en s'appuyant notamment sur un réseau de collaborateurs volontaires permettant l'adaptation locale de la stratégie du Groupe, l'identification d'enjeux locaux et la mise en place d'actions adaptées, ainsi que la formation et la sensibilisation des collaborateurs sur le sujet ;
- **attirer, retenir et développer les différents talents** en adaptant l'ensemble des politiques et processus RH pour promouvoir la diversité et l'égalité des chances (diversification des canaux de recrutement, gestion de carrière pour tous, passerelles transversales entre

métiers, augmentation de la représentation des femmes au sein des dirigeants, augmentation des non français dans les métiers du siège, etc.);

- **conduire un suivi efficace de la performance du Groupe sur ces sujets**, en organisant le suivi de la perception des collaborateurs à travers l'enquête d'engagement Groupe et en apportant les outils de suivi/reporting management nécessaires aux leaders locaux (directeurs pays, directeurs d'usines, directeurs métiers...).

Des programmes « Diversité & Inclusion » ont été lancés dans différents pays du Groupe pour répondre aux enjeux locaux, notamment aux États-Unis en 2020. Les réussites de ces projets locaux permettent de nourrir le programme Groupe « Nurture » qui sera déployé sur 2021.

Plan d'actions

Égalité Hommes - Femmes

Au sein de la population non-managers, les contextes culturels des implantations du Groupe, auxquels s'ajoute l'organisation des équipes de travail, voire des réglementations locales (travail de nuit par exemple), sont des facteurs explicatifs de la faible proportion de femmes.

Répartition hommes/femmes	2018	2019	2020
Effectifs totaux	69 %/31 %	69 %/31 %	69 %/31 %
Effectifs non-managers	72 %/28 %	73 %/27 %	72 %/28 %
Effectifs managers	57 %/43 %	57 %/43 %	56 %/44 %

Répartition des embauches hommes/femmes	2018*	2019 ^(b)	2020
Hommes	933	1 026	975
Femmes	591	537	640
TOTAL EMBauchES	1 524	1 563	1 615

*Données hors Safilait et avec MOM.

Même si dans la population des managers, les femmes représentent environ un tiers des effectifs, leur proportion est plus faible (25 %) dans les grades les plus élevés (1, 2 et Comité exécutif). Afin d'améliorer cette situation, le Groupe s'était fixé dès 2016 l'objectif d'atteindre 30 % de femmes dans ces niveaux de poste d'ici 2020, et 40 % d'ici 2025. En plus d'une démarche globale, des objectifs spécifiques ont été déclinés par famille de profession.

En 2020, la progression du Groupe dans la féminisation des instances dirigeantes est illustrée par l'atteinte de la parité au niveau du Comité exécutif. Le taux de femmes parmi le middle management⁽¹⁾ a également augmenté de façon significative depuis 2017,

constituant progressivement un vivier de candidates potentielles pour des postes plus seniors. Cependant, Bel n'a pas atteint son objectif sur l'ensemble du Top Management, et a donc révisé son programme en vue d'accélérer la transformation du Groupe et d'atteindre son objectif à 2025. Dans ce cadre, deux actions-clés ont été menées :

- plus de 85 collaboratrices ont été formées spécifiquement à la thématique « Leadership au féminin » au cours des dernières années, dont 16 collaboratrices en 2020 ;
- Bel a également rejoint le réseau européen LEAD Network, dont l'objectif est de faire progresser le leadership féminin dans l'industrie du commerce de détail et des biens de consommation. Ce réseau permet à Bel d'identifier les bonnes pratiques du secteur et de donner accès à des ressources pédagogiques à l'ensemble de ses collaborateurs.

⁽¹⁾ Grades « manager », « non manager » et « worker ».

Répartition hommes-femmes par grade	2018 ^(a)	2019 ^(a)	2020
Conseil d'administration ^(b)	5/2	3/2	5/2
Comité exécutif ^(b)	4/1	6/2	3/3
Grade 1	87 %/13 %	80 %/20 %	77 %/23 %
Grade 2	74 %/26 %	79 %/21 %	77 %/23 %
Grade 3	67 %/33 %	63 %/37 %	59 %/41 %
Grade 4	59 %/41 %	60 %/40 %	56 %/44 %
Grade 5	56 %/44 %	54 %/46 %	57 %/43 %
Grade 6	52 %/48 %	55 %/45 %	53 %/47 %
Grade 7	52 %/48 %	53 %/47 %	53 %/47 %

(a) Données hors MOM et Safilait.

(b) Valeurs absolues.

Bel a signé en France en 2018 un accord en faveur de la valorisation des compétences et de la diversité pour une durée de trois ans. Cet accord fusionne l'accord en faveur de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, l'accord relatif au contrat de génération et l'accord relatif à la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences. Il reconduit l'essentiel des mesures des précédents accords et a pour vocation d'accroître la diversité. Un nouvel accord sera renégocié dès le début 2021.

Par ailleurs, Bel considère qu'un écart de salaire supérieur à 5 % à pays et grade équivalents refléterait un problème de discrimination salariale entre hommes et femmes. Sur les managers en France, seul échantillon représentatif à l'échelle du Groupe, le ratio moyen du salaire des femmes par rapport à celui des hommes est actuellement de 1,03.

	2018	2019	2020
Ratio moyen du salaire des femmes par rapport au salaire des hommes ^(a)	0,97	0,98	1,03

(a) Managers à grades équivalents en France. Les données des autres pays sont jugées non représentatives de par le nombre d'hommes et femmes à grades équivalents.

En tant qu'entreprise de plus de 1 000 salariés, Bel a répondu à son obligation de publier son index d'égalité hommes - femmes et obtient en 2020 la note de 98/100, en progression de 4 points par rapport à 2019. Cet index tient compte du calcul de cinq indicateurs :

- l'écart de rémunérations entre les hommes et les femmes dans l'Entreprise ;
- l'écart de taux individuels d'augmentation de salaire ;
- l'écart de promotions ;
- le taux de salariées bénéficiant d'une augmentation de salaire dans l'année qui suit leur retour de congé maternité ;
- le nombre de salariés du sexe sous-représenté parmi les 10 plus hautes rémunérations dans l'Entreprise.

Bien que n'étant appliqué qu'au périmètre français de l'Entreprise, ce résultat constitue un indicateur des efforts déployés par Bel pour lutter contre la discrimination entre les hommes et les femmes.

Multiculturalité

Présent dans plus de 130 pays, Bel est attentif à la diversité du monde dans lequel il évolue. Le Groupe a l'ambition de mieux comprendre ses consommateurs en intégrant les différences de toutes natures au sein de ses équipes.

Bel croit aux dynamiques de créativité et aux nouvelles combinaisons de connaissances impulsées par la diversité. Le Groupe considère que la diversité est un élément moteur de l'innovation et de l'agilité des équipes. En ce sens, elle est une source de création de richesse indissociable des objectifs ambitieux du Groupe.

Ainsi, dans le cadre de son programme « Diversité et Inclusion », Bel s'est fixé comme objectif d'atteindre 45 % de managers non français dans les grades les plus élevés (1, 2 et Comité exécutif) en 2025. En 2020, 29 % des managers dans les grades les plus élevés (1,2, Comex) ont une autre nationalité que la nationalité française.

Handicap

Bel a la volonté d'être un acteur engagé en matière d'emploi et d'intégration de personnes en situation de handicap. Ainsi, dès 2011, le Groupe a mis en place en France une convention de partenariat avec l'Association de gestion du fonds pour l'insertion des personnes handicapées (AGEFIPH), et dès 2014, un premier Accord Handicap agréé pour une durée de trois ans est signé avec les partenaires sociaux. En 2020, un troisième Accord Handicap a été conclu entre Bel et ses partenaires sociaux, avec l'ambition


d'atteindre, a minima, un taux d'emploi direct de 6 % sur l'ensemble de ses sites français, et de permettre aux personnes en situation de handicap, ou susceptibles de l'être, d'évoluer dans un environnement favorable à leur développement professionnel et personnel. Cet accord s'appuie sur quatre principaux leviers :

- l'implication et la sensibilisation de tous les collaborateurs ;
- la participation ou mise en place d'actions reflétant une image handi-accueillante de Bel ;

- le recrutement de salariés en situation de handicap ;
- les actions de prévention et de maintien dans l'emploi.

Par ailleurs, Bel collabore avec de nombreux établissements et services d'aide par le travail (ESAT, EA), pour la plupart localisés à proximité des sites du Groupe. Ces services peuvent concerner des activités telles que l'entretien d'espaces verts, les impressions, le tri des déchets, les activités de restauration en cafétéria, de conciergerie, ou encore des métiers en lien avec les activités des usines Bel tels que l'activité de copacking.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Promouvoir la diversité Hommes - Femmes	Part des femmes dans le Top Management	21 %*	21 %*	25 %*	40 %	

* Périmètre Groupe hors MOM.

2.1.3. Développer les talents de ses collaborateurs

Programme de formation

Bel a pour ambition de créer les conditions d'une organisation apprenante, qui permette à ses collaborateurs de se développer et d'évoluer. Chaque année, Bel définit une note de cadrage en collaboration avec les métiers et les pays, pour identifier les priorités en matière de formation, compte tenu des besoins des collaborateurs et des compétences et métiers clés de demain à développer.

Le Groupe se fixe pour objectif que 100 % de ses collaborateurs participent à au moins une formation au cours de l'année d'ici 2025⁽¹⁾.

En 2020, le plan de formation du Groupe s'articulait autour des priorités suivantes :

- l'augmentation du niveau général de culture financière ;
- le développement de compétences métier critiques ;
- la gestion de projet ;
- l'appui à l'évolution culturelle de Bel, en lien avec les grands enjeux de transformation.

Plan d'actions

Offre de formations présentielles et digitales

Le Groupe utilise depuis 2018 la plateforme de formation (Learning Management System LMS) fournie par SuccessFactors, qui permet d'héberger une offre très complète de formations avec :

- d'une part, un catalogue de formations sur mesure et sur étagère aligné avec la stratégie du Groupe en matière de développement de compétences clés et dont l'essentiel est construit avec le soutien des métiers ;

Dans ce catalogue, les formations du Groupe au format présentiel et digital, s'articulent autour de trois axes :

- Culture Bel et Transformation,
- Expertise Fonctionnelle,

- Compétences managériales, de leadership et transversales ;

- et d'autre part une plateforme de contenus digitaux en libre-service pour soutenir le développement personnel des collaborateurs selon leurs envies et à leur rythme. Cette offre est ouverte à l'ensemble des collaborateurs connectés de Bel.

En 2020, la plateforme de formation a été optimisée (nouvelle identité visuelle et nouvelles fonctionnalités) de manière à être plus orientée vers l'apprenant (Learner-centric).

Malgré l'accessibilité et l'optimisation des outils de formation, de nombreux cours en présentiel n'ont pas pu être assurés cette année en raison de la Covid-19. Par conséquent, 76 % des collaborateurs ont pu suivre au moins une formation en 2020.

Zoom sur la Formation digitale

Plusieurs formations de grande ampleur ont été déployées en 2020.

Si l'organisation des formations présentielles a largement été impactée (annulations/reports) par la Covid-19, l'année 2020 a été cependant marquée par une montée importante du *Digital Learning*, avec l'arrivée de nouvelles modalités de formation comme la classe virtuelle, l'apprentissage vidéo et par le jeu, le SPOC, etc.

Ainsi, Bel a notamment sensibilisé les managers à la gestion des flux de trésorerie, pour répondre à des besoins opérationnels, à travers une formation *e-learning* dite « **Cash Culture** », suivie par près de 2 750 collaborateurs à travers le monde.

Par ailleurs, le Groupe a pour la première fois proposé un SPOC (Small Private Online Course) à la communauté Sales, Finance et Marketing. Cette formation toujours en cours de déploiement, a la volonté d'offrir de nouvelles compétences clés de vente, de manière progressive et avec des formats pédagogiques innovants et engageants.

⁽¹⁾ Cet objectif tient compte à la fois des formations au format digital, auquel les employés auront accès de façon illimitée via le Bel Training Book et Pick N Learn, ainsi que des formations en présentiel.

Enfin, le Groupe a tenu à accompagner au mieux ses collaborateurs dans la période de crise sanitaire mondiale, en mettant à leur disposition des modules digitaux sur différents sujets (ex : gestes barrières face à la Covid-19, travail à distance et pratiques

collaboratives, les risques psychosociaux et résilience, etc.). Un programme de formation « **S'adapter c'est la clé** », compilant l'ensemble de ces modules, a d'ailleurs été développé pour les collaborateurs en France.

Formation des collaborateurs	2018	2019	2020
% de collaborateurs qui ont participé à au moins une formation au cours de l'année	75 %	76 %	76 %
Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur	21	18	17,1

Les temps forts annuels au service de l'employabilité des collaborateurs

Programme d'intégration Groupe

Bel a déployé, à l'été 2020, un programme d'intégration digital dit « Bel'Come » à destination de l'ensemble des nouveaux collaborateurs connectés. Composé d'un large éventail de contenus interactifs, ce programme est un élément clef pour découvrir l'ADN Bel et faciliter l'intégration des collaborateurs, en plus des temps dédiés avec le manager, le département et l'équipe RH.

Entretiens annuels d'évaluation & de développement

Chaque année, un entretien d'évaluation et de développement a lieu pour l'ensemble des collaborateurs ayant le statut cadre et employé. Le processus est accessible sur le SIRH⁽¹⁾. Un formulaire est également mis à disposition pour les ouvriers. L'entretien d'évaluation représente un moment privilégié pour partager avec le manager les réussites, les difficultés rencontrées et évaluer les compétences de leadership ou personnelles et techniques. C'est également l'opportunité d'échanger sur les aspirations professionnelles du collaborateur et de coconstruire un plan de développement individuel adapté, par le biais de la formation, du mentoring ou par la mise en situation professionnelle.

Évaluation de la performance individuelle	2018	2019	2020
% de managers éligibles ^(a) bénéficiant d'un entretien d'évaluation de performance individuelle (base annuelle)	96%	90 %	87 %

(a) Les managers éligibles sont les managers en CDI inscrits à l'effectif et présents dans le Groupe l'année complète N ou entrés avant le 1^{er} juillet de l'année N-1 et sortis après le 1^{er} juillet de l'année N.

Le feedback continu

Bel a développé des fonctionnalités au sein du SIRH afin d'encourager le *feedback* continu. Afin d'étayer l'entretien d'évaluation et de développement, le manager peut demander du *feedback* 360 à des collaborateurs du même département, d'une équipe projet transverse ou ayant un lien fonctionnel avec le collaborateur concerné. L'ensemble des collaborateurs du Groupe peut également partager du feedback tout au long de l'année à la suite d'une présentation ou d'un projet.

People Review et Plans de succession

Les processus *People Review* et Plans de succession sont gérés et animés par les équipes RH et les managers. Il s'agit d'une approche prospective afin de s'assurer de l'adéquation entre les ressources actuelles et les futurs besoins organisationnels. En fonction des écarts identifiés, les équipes RH et les managers peuvent


construire des plans d'actions adaptés. Ces processus ont également pour vocation de promouvoir les mobilités au sein du Groupe et d'anticiper les besoins en termes de recrutement et de rétention.

Mobilité Interne et parcours de carrière

Pour éviter toute forme de discrimination, et dans un souci de transparence vis-à-vis des équipes, les postes ouverts sont systématiquement proposés aux collaborateurs du Groupe (intranet, panneaux d'affichage sur site...), avant d'être ouverts à l'externe – sauf contrainte de confidentialité ou inexistence des compétences en interne.

Bel renforce la visibilité sur les parcours professionnels qu'il peut offrir à ses managers : référentiels de compétences, guides de parcours de carrières, passerelles possibles entre les postes, etc.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Développer les talents des collaborateurs	Collaborateurs ayant suivi au moins une formation au cours de l'année	75 %	76 %	76 %	100 %	

⁽¹⁾ Système d'information de gestion des ressources humaines.

2.1.4. Assurer un système de rémunération équitable

Politiques

Bel est convaincu que proposer un système de rémunération juste, motivant et équitable permet de combiner attractivité et compétitivité. La politique salariale du Groupe est déterminée par la Direction des ressources humaines et les équipes locales ont la responsabilité de la mettre en œuvre.

Plan d'actions

Équité interne et compétitivité externe

Le Groupe respecte toujours les minima fixés par les lois locales et veille à appliquer des pratiques salariales non discriminantes. À responsabilités comparables, s'il existe des différences de rémunération, elles doivent toujours pouvoir être expliquées (parcours

personnel, contexte local, etc.). Pour attirer et retenir ses collaborateurs, Bel veille à leur offrir des salaires et des avantages sociaux compétitifs. Ainsi, les filiales du Groupe sollicitent régulièrement une enquête salariale pour identifier les pratiques du marché, notamment auprès de cabinets spécialisés qui fournissent à Bel chaque année une analyse comparative des salaires et avantages sociaux des entreprises du même secteur d'activité.

Avantages sociaux

Au-delà du socle minimum imposé par les lois et réglementations nationales, Bel veut assurer à l'ensemble de ses collaborateurs dans le monde un bon standard en matière de protection sociale. La protection sociale supplémentaire Bel est comparée aux pratiques de marché. C'est une façon d'octroyer des rémunérations et d'autres avantages supérieurs aux minima sociaux.

	2018	2019	2020
% de collaborateurs ^(a) qui bénéficient d'une couverture santé	93 %	93 %	93 %
% de collaborateurs ^(a) qui bénéficient d'une couverture décès et invalidité	92 %	91 %	92 %

(a) Collaborateurs en CDI et CDD.

Reconnaissance de la performance individuelle et collective

La reconnaissance de la performance individuelle est fondée sur le mérite. La rémunération variable des managers de grades 1 à 6 et des Vice-Présidents (soit 67 % des managers) représente à minima 8 % de leur rémunération fixe. Au moins 10 % de cette rémunération variable est liée à l'atteinte d'objectifs extra-financiers et 10 % supplémentaires sont liés au

respect de la politique de sécurité du Groupe, en lien avec la démarche RSE.

En raison de la coexistence de sociétés juridiquement distinctes, le Groupe n'a pas un système unique d'intéressement et de participation. Toutefois, pour renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté des équipes, les filiales adoptent progressivement des systèmes de rémunération prenant en compte leurs performances collectives.

	2018	2019	2020
% de collaborateurs concernés par un système de rémunération prenant en compte la performance globale de la filiale ou du Groupe	66 %	59 %	59 %

2.1.5. Promouvoir un dialogue positif

Politiques

Le climat social positif de Bel repose sur de multiples politiques et pratiques de ressources humaines, locales ou harmonisées au niveau Groupe sur des sujets tels que le dialogue social, la formation, la mobilité, la sécurité et la rémunération.

Plan d'actions

Relations sociales

Un dialogue régulier et de qualité est un levier essentiel d'amélioration de la vie en entreprise. Le Groupe favorise ainsi le dialogue constant entre l'ensemble des parties prenantes de l'Entreprise : collaborateurs, managers, représentants du personnel et membres de la Direction.

Dans cet écosystème entourant le Dialogue social, la place des représentants du personnel élus ou désignés par les collaborateurs est reconnue comme clé. À ce titre, Bel reconnaît à tous ses collaborateurs, dans son

Code de bonnes pratiques des affaires, le droit de bénéficier d'une instance de représentation.

Le cadre peut différer en fonction des géographies (Comité d'entreprise, value committee, comité syndical, représentants de proximité...) mais l'objectif est toujours le même : favoriser les échanges.

Au-delà des instances locales, un Comité d'entreprise au niveau européen a été mis en place depuis 2019, composé de 24 représentants du personnel représentant ensemble 13 pays. La richesse des débats indique un fort intérêt pour cette instance, qui continue de se réunir à distance durant la crise sanitaire.

Bel a par ailleurs mis en place en 2016 une Charte du dialogue social au niveau mondial, qui vient structurer sa démarche autour de principes essentiels à implémenter ou à nourrir dans chacune de ses géographies. Ces derniers soulignent l'importance du respect des législations, du dialogue ouvert et éclairé avec les instances représentatives, mais aussi avec les managers et salariés.

Bel a créé en 2019 un poste de responsable des affaires sociales internationales en charge notamment d'animer le dialogue social au niveau du Groupe.

Enquête d'engagement des collaborateurs

Afin de mieux percevoir et évaluer le niveau d'engagement de ses collaborateurs, Bel conduit des enquêtes de satisfaction.

La dernière enquête, diffusée en 2019 auprès de l'ensemble des collaborateurs connectés, a généré un taux global de participation de 45 %.

Sa structure en quatre vagues successives (février, avril, juin et octobre 2019) a permis de noter une amélioration de l'engagement des collaborateurs au cours de l'année, avec une première note d'engagement de 7,3/10 à l'issue de la première enquête et de 7,8/10 à l'issue de l'enquête diffusée en octobre 2019.

A compter de 2021, cette enquête sera conduite annuellement au niveau du Groupe et plus régulièrement selon les besoins des pays d'implantation de Bel.

2.2. PROMOUVOIR DES PRATIQUES RESPONSABLES AUPRÈS DE SES PARTENAIRES D'AFFAIRES

Définition de l'enjeu

Ambassadeur d'un modèle d'entreprise responsable, Bel est convaincu qu'il est possible et indispensable de concilier gestion rigoureuse et pratiques exemplaires, rentabilité et intégrité, croissance et éthique. Le Groupe favorise des relations commerciales pérennes et de confiance avec l'ensemble de ses partenaires d'affaires (fournisseurs, sous-traitants, distributeurs), et œuvre pour des pratiques environnementales, sociales et éthiques exemplaires tout au long de sa chaîne de valeur.

Politique

Depuis plus de 10 ans, la Charte des achats responsables de Bel⁽¹⁾ expose les engagements du Groupe à ses partenaires fournisseurs en matière d'enjeux environnementaux, sociaux et d'éthique des affaires, mais également les engagements que Bel attend d'eux. Cette charte a fait l'objet d'une révision en 2019 visant à renforcer le processus de sélection et de suivi de la performance des fournisseurs mais aussi l'engagement requis de leur part en termes de plans de vigilance.

Plan d'actions

Compte tenu de la spécificité des enjeux liés à l'amont laitier et de leur importance stratégique pour Bel, les actions mises en place pour promouvoir des pratiques responsables auprès des producteurs laitiers sont présentées dans un paragraphe dédié (voir paragraphe 4 « Promouvoir une agriculture durable »).

Identification des risques dans la chaîne d'approvisionnement

Dans le cadre des lois relatives au Devoir de Vigilance et à Sapin II, le Groupe a réalisé une cartographie des risques RSE puis une cartographie des risques de corruption liés à sa chaîne d'approvisionnement, cartographies basées sur des données exogènes : ces travaux menés en 2017-2018 ont permis d'affiner l'identification des catégories d'achats et zones géographiques nécessitant une vigilance particulière (voir paragraphe 1.5 « Plan de vigilance »).

Le niveau de risques RSE et de corruption associé à ces achats est évalué sur la base de la combinaison « catégorie d'achats/pays du fournisseur ». Les combinaisons à haut risque RSE représentent moins de 4 % du montant d'achats réalisés en 2017, les combinaisons à haut risque de corruption moins de 2 %, celles à haut risque RSE et de corruption représentent moins de 5 %.

Un outil spécifique utilisant les résultats de ces cartographies a été développé et déployé en 2019 auprès de la communauté des acheteurs du Groupe. Ce dernier leur permet de déterminer les niveaux de risques du portefeuille de fournisseurs actuels et potentiels et ainsi d'établir un plan de priorité des évaluations de la performance RSE des fournisseurs.

Bel prévoit de mettre à jour ses cartographies des risques en 2021 étant précisé que sur le volet corruption le Groupe a mis à jour une cartographie de risques fournisseur dédiée grâce à un outil digital lui permettant d'analyser en masse son portefeuille (voir paragraphe 1.5 « Plan de Vigilance ») et de revoir son approche pour tous les risques relatifs à la corruption.

Déploiement d'un dispositif d'évaluation et de contrôle des fournisseurs

Dès la phase d'appel d'offres, tous les fournisseurs reçoivent la Charte des achats responsables du Groupe. Pour s'assurer de son respect ainsi que celui du Code de bonnes pratiques des affaires, une clause « RSE et Éthique » est introduite dans les appels d'offres, les contrats passés avec les fournisseurs et dans les conditions générales d'achats du Groupe. Cette clause a fait l'objet d'une révision en 2019 visant à renforcer le respect des règles éthiques par les fournisseurs, leur devoir de vigilance sur leur propre chaîne d'approvisionnement et à exposer les conséquences en cas de manquement de leur part. La capacité des fournisseurs à s'engager et à traduire ces engagements dans la durée au travers de pratiques adaptées fait partie des critères d'évaluation retenus par Bel dans la sélection de ses fournisseurs. En outre, des exigences RSE spécifiques à chaque catégorie d'achats peuvent être intégrées dans les cahiers des charges des appels d'offres et contrats, en fonction des principaux enjeux ou risques identifiés.

⁽¹⁾ Pour plus d'informations, la Charte achats responsables est accessible sur le site internet du Groupe Bel (charte-des-achats-responsables-sept-2019.pdf (groupe-bel.com)).

Depuis 2009, le Groupe évalue par ailleurs la performance RSE des fournisseurs qu'il considère prioritaires au regard de leur volume d'affaires, du risque potentiel associé aux produits et services fournis et de leur implantation géographique. Menée avec EcoVadis, prestataire spécialisé dans le domaine des achats responsables, cette évaluation est basée sur 21 critères regroupés en quatre thèmes : environnement, social et droits de l'homme, éthique et achats responsables. Bel a défini une approche corrective graduelle en fonction de la note obtenue par le fournisseur ; dans certains cas, un plan d'action obligatoire peut-être exigé par le Groupe ainsi qu'une réévaluation anticipée.

Depuis 2016, les fournisseurs évalués représentent en moyenne 65 % du montant des achats du Groupe. En 2020, le taux de couverture atteint 69 %.

Depuis 2017, MOM évalue également la performance de ses fournisseurs via EcoVadis : en 2020, les fournisseurs évalués depuis moins de deux ans représentent 59 % du montant total des achats de MOM (hors producteurs de lait et de pommes fraîches).

En 2016, Bel est devenu membre de l'AIM-Progress, un forum d'entreprises majeures du secteur des produits de grande consommation et de fournisseurs communs de premier plan, qui vise à influencer positivement la vie des populations sous l'effet conjugué de pratiques d'achats responsables robustes appliquées à l'ensemble de leurs chaînes d'approvisionnement. Au sein de l'AIM-Progress, Bel et six autres membres se sont engagés depuis 2017 au sein de l'initiative EcoVadis AIM-Progress dont l'ambition est d'améliorer la transparence et les pratiques responsables et durables dans le secteur alimentaire.

Ainsi les membres de l'initiative partagent entre eux les évaluations de leurs fournisseurs, ce qui permet – tant pour les membres que pour les fournisseurs – de simplifier les processus et d'éviter de dupliquer les

efforts. À fin 2020, près de 6 600 évaluations EcoVadis sont partagées au sein de cette initiative.

Déploiement d'un dispositif d'évaluation et de contrôle des sous-traitants

Les sous-traitants de produits finis permettent aux marques de développer leur présence sur de nouvelles géographies. Ils fabriquent environ 7 % du volume de fromage commercialisé par le Groupe, 7 sous-traitants majeurs du Groupe représentant à eux-seuls 90 % du volume sous-traité.

Bel exige que tous ses sous-traitants de produits finis soient évalués par EcoVadis avec les mêmes règles de gestion que les autres fournisseurs. En 2020, le score moyen des sous-traitants de produits finis est de 49,3 / 100, aucun sous-traitant évalué ne présentant de risque élevé (score EcoVadis inférieur à 25 / 100).

Formation des acheteurs

Bel a développé et déployé en 2019 avec EcoVadis une formation à destination de tous les acheteurs du Groupe. Depuis début 2020, cette formation est disponible en permanence sur l'outil de formation Groupe et doit être réalisée par les nouveaux acheteurs dans les trois mois après leur arrivée. L'objectif de cette formation est de montrer aux acheteurs comment intégrer la RSE et les évaluations EcoVadis tout au long du processus achat et ainsi améliorer la performance de leur chaîne d'approvisionnement. Plus de 95 % des acheteurs ont suivi cette formation.

En 2020, Bel a également mis à la disposition des acheteurs un Guide EcoVadis, récapitulant toutes les informations nécessaires sur le fonctionnement des évaluations et de la plateforme associée pour leur permettre d'intégrer au mieux la RSE dans leurs pratiques.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

BEL	2018 ^(a)	2019 ^(b)	2020 ^(c)
Nombre de fournisseurs Bel évalués (hors lait collecté)	508	559	614
Score moyen des fournisseurs Bel évalués (hors lait collecté)	50,8/100	51,7/100	51,8/100
Score moyen des entreprises évaluées par EcoVadis dans l'année	43,4/100	45,1/100	46,1/100
Taux de couverture du montant d'achats (hors lait collecté)	65 %	64,7 %	69 %

(a) Fournisseurs évalués entre 2015 et 2018 - Données hors MOM et Safilait.

(b) Fournisseurs évalués entre 2016 et 2019 - Données hors MOM et Safilait.


(c) Fournisseurs évalués entre 2017 et 2020 - Données hors MOM et Safilait.

MOM	2018 ^(a)	2019 ^(b)	2020 ^(c)
Nombre de fournisseurs MOM évalués (hors lait collecté et pommes fraîches)	97	153	155
Score moyen des fournisseurs Bel évalués (hors lait collecté et pommes fraîches)	53,2/100	55,7/100	56,6/100
Taux de couverture du montant d'achats (hors lait collecté et pommes fraîches)	61 %	58 %	59 %

(a) Fournisseurs évalués entre 2017 et 2018.

(b) Fournisseurs évalués entre 2017 et 2019.

(c) Fournisseurs évalués entre 2017 et 2020.

Les objectifs de Bel	KPI	2018 ^(a)	2019 ^(b)	2020 ^(c)	Objectif 2025	Avancement
Promouvoir des bonnes pratiques sociales et environnementales auprès de ses fournisseurs	Score moyen « EcoVadis » des fournisseurs (sur 100)	50,8 ^(d)	51,7 ^(d)	51,8 ^(e)	55	
		53,2 ^(f)	55,7 ^(f)	56,6 ^(f)		
<p>(a) Fournisseurs évalués entre 2015 et 2018.</p> <p>(b) Fournisseurs évalués entre 2016 et 2019.</p> <p>(c) Fournisseurs évalués entre 2017 et 2020.</p> <p>(d) Hors MOM, hors Safilait.</p> <p>(e) Hors MOM.</p> <p>(f) Données MOM.</p>						

Une vigilance à l'égard des distributeurs, clients et agents

Dans le cadre des dispositions relatives aux lois Sapin II et Devoir de vigilance (voir paragraphe 1.5 « Plan de vigilance »), le Groupe a pris des mesures pour mieux connaître l'ensemble de ses parties prenantes (principe du « Know your Customer »). Ces mesures permettent

au Groupe d'être alerté si ses distributeurs, clients ou agents font l'objet d'une condamnation, d'expositions politiques ou d'inscription sur listes noires en matière d'embargo. Quand jugés pertinents, les prestataires logistiques et banques de certains pays sont également couverts par ces mesures.

2.3. COMMUNIQUER DE MANIÈRE RESPONSABLE ET TRANSPARENTE AUPRÈS DE SES CONSOMMATEURS

Définition de l'enjeu

Plus de 400 millions de personnes consomment les produits Bel à travers le monde, et parmi eux de nombreux enfants. Cette confiance confère au Groupe et à ses marques, une responsabilité : celle de communiquer de manière responsable et avec transparence, pour protéger la santé des consommateurs et encourager des modes de vie plus sains.

Politiques

Bel s'est doté dès 2009 d'une Charte de communication responsable incitant le Groupe à valoriser des comportements alimentaires sains (tailles de portion adaptées, promotion de modes de vie active, etc.) dans toutes ses prises de parole. Cette charte s'applique à toute forme de communication (publicité, communication corporate, emballages, prises de paroles digitales, etc.).

Plan d'actions

Communiquer de manière responsable

Une prise en compte des enjeux RSE dès la conception des publicités

Les différents services du Groupe (marketing, nutrition, Développement Durable, légal, communication) collaborent activement dès la phase de conception des communications des marques pour s'assurer de la véracité des informations communiquées et de leur conformité aux principes du Groupe. Un outil dédié dit « Validcom » permet aux fonctions concernées de revoir et valider toutes les formes de communication (emballages, publicités télévision, promotion en

magasins, site internet) portant sur tout le portefeuille des marques du Groupe.

Des marques positives, véhicules de la signature *For All. For Good*

Les marques sont les ambassadrices de la signature du Groupe *For All. For Good* : par leur proximité avec les consommateurs, elles constituent les meilleurs relais de communication du Groupe sur les sujets de responsabilité. Ainsi, en plus de répondre aux attentes et préoccupations des consommateurs, les marques ont l'ambition de mettre à profit la confiance tissée avec eux pour les guider vers des comportements alimentaires équilibrés et plus respectueux de l'environnement et des pratiques sociales responsables. Dans cette perspective, toutes les marques cœur du Groupe ont adopté des feuilles de route RSE à trois ans, avec des objectifs sur les cinq défis prioritaires RSE.

En 2020 le Groupe a ainsi poursuivi la croissance du chiffres d'affaire des produits positifs passant de 73,4 % à 76 %.

Une communication responsable auprès des enfants

Bel porte une attention particulière aux communications adressées aux enfants. C'est pourquoi, en plus de la Charte de communication nutrition interne, Bel s'est engagé depuis 2016 avec le mouvement volontaire européen EU Pledge. À travers cette initiative, Bel s'engage à ne diffuser auprès des enfants de moins de 12 ans que les publicités (télévision, presse ou digital) des produits répondant aux critères nutritionnels de l'EU Pledge (*Nutrition White Paper*⁽¹⁾).

Apporter des informations transparentes et pertinentes aux consommateurs

Les consommateurs s'interrogent de plus en plus sur l'impact social et environnemental de leur alimentation. C'est pourquoi le Groupe est engagé dans une démarche de transparence afin d'expliquer ses actions tout au long de sa chaîne de valeur, de la ferme à l'assiette.

Sur l'agriculture durable

Le Groupe cherche à fournir toujours plus de transparence à ses consommateurs quant à l'amont laitier, notamment sur l'origine des matières premières, les modes de production et le suivi des engagements de la Charte mondiale pour un amont laitier durable (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »). En 2020, Bel a valorisé son engagement auprès des éleveurs français pour une filière laitière durable à travers un plan de communication multicanaux (en magasins, sur le digital, en presse, etc.) mettant particulièrement en avant l'origine française du lait et la juste rémunération coconstruite avec les éleveurs de l'APBO.


Sur la nutrition

Afin de répondre aux exigences de ses consommateurs, Bel communique systématiquement sur ses produits des informations concernant les ingrédients entrant dans la composition des recettes et leur contribution nutritionnelle, en allant bien souvent au-delà des exigences réglementaires. Les informations nutritionnelles déclarées sont construites en accord avec les réglementations en vigueur selon les pays, relatives à l'information alimentaire pour les consommateurs.

Sur l'environnement

Le Groupe communique également sur la protection de l'environnement, via notamment la fin de vie des emballages : des consignes de tri sont communiquées dans les pays où des filières de recyclage sont en place ; des gestes citoyens sont préconisés dans les autres pays (voir paragraphe 5 « Concevoir des emballages responsables »).

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018 ^(a)	2019 ^(b)	2020 ^(c)	Objectif 2025	Avancement
Offrir des produits positifs aux consommateurs	Part du chiffre d'affaires généré par la vente de produits positifs ^(a) (%)	72,9 %	73,4 %	76 %	N/A ^(b)	

(a) Les produits considérés comme positifs dans le cadre du calcul de cet indicateur sont les produits qui présentent au moins l'une des caractéristiques suivantes :

- origine biologique ;
- conforme à « Bel Nutri+ » ;
- contenant au maximum 1 additif ;
- issu d'une alimentation animale sans OGM.

(b) Cet indicateur est en cours de construction, un objectif sera à terme fixé.

FAITS MARQUANTS 2020

- Adoption d'un nouveau programme de gestion des ressources humaines dit « Nurture ».
- Gestion des implications RH de la Covid-19.
- Mise à disposition d'un Guide EcoVadis pour les acheteurs.
- Déploiement de la marque Bel comme marque ombrelle des différentes marques cœur dans les communications (emballages, publicité, digital).

PRIORITÉS 2021

- Mettre à jour la cartographie des risques fournisseurs.
- Décliner le programme Nurture en politiques et feuilles de route opérationnelles.
- Mettre en œuvre la refonte des politiques RH du Groupe, dont le programme « Diversité & inclusion » avec 2 enjeux clés : « user centricity » et simplification.
- Déployer le programme de mentorat pour les femmes travaillant dans les métiers industriels.
- Lancer la nouvelle enquête mondiale salarié, du programme d'engagement des collaborateurs et le nouveau modèle de management.
- Déployer la charte du droit à la déconnexion dans le monde.
- Gérer la crise Covid-19, anticiper l'après-Covid.

^(c) https://eu-pledge.eu/wp-content/uploads/EU_Pledge_Nutrition_White_Paper.pdf.

3

CONTRIBUER À UNE ALIMENTATION PLUS SAINES

« Offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous » constitue la mission de Bel, inscrite au cœur de sa stratégie d'entreprise. En tant qu'Entreprise de l'agroalimentaire, Bel est en effet conscient de sa responsabilité de :

- s'inscrire dans l'objectif de développement durable n° 2 de l'ONU « Faim Zéro », visant à éliminer la faim d'ici 2030 et de faire en sorte que chacun, en particulier les personnes en situation vulnérable, ait accès tout au long de l'année à une alimentation saine, nutritive et suffisante ;
- proposer des produits sûrs et sains en encourageant de meilleures habitudes alimentaires. En quantité raisonnée, une portion de produit Bel peut tout à fait contribuer à une alimentation équilibrée. Les fromages sont notamment une source importante de calcium, un nutriment essentiel à la croissance des enfants, et sont compatibles avec les besoins alimentaires de tous ;
- répondre aux attentes de ses consommateurs, qui en plus des exigences organoleptiques et sécuritaires, sont de plus en plus attentifs à la qualité, l'origine et la naturalité des ingrédients.

3.1. PROPOSER DES PRODUITS DE QUALITÉ ET DE SÉCURITÉ OPTIMALES

Définition de l'enjeu

Proposer des produits alimentaires sûrs constitue un enjeu de santé publique de premier ordre. Bel met donc en œuvre les dispositions nécessaires pour assurer un niveau de qualité et de sécurité alimentaire strict, conforme aux exigences réglementaires. Pour cela, le Groupe travaille en étroite collaboration avec tous les acteurs de la chaîne alimentaire, depuis l'approvisionnement en matières premières, jusqu'à la transformation des produits et leur distribution.

Politiques

Bel a adopté plusieurs politiques structurantes pour garantir une qualité et une sécurité alimentaires optimales et se prémunir des risques identifiés à toutes les étapes de sa chaîne de valeur :

- sa politique de management des opérations industrielles, déclinée dans toutes les usines, réaffirme l'exigence de Bel à assurer la qualité et la sécurité des aliments de tous ses produits ;
- sa politique *Food Fraud* vise à prévenir toute tentative de fraude alimentaire à l'égard des matières premières et ingrédients utilisés par le Groupe, des procédés sous-traités, et depuis 2019 des emballages primaires. Cette politique est pilotée par la Direction qualité et réglementation Groupe et déployée localement par les achats ;
- sa nouvelle politique *Sûreté* visant à protéger le Groupe et ses produits de tout acte de malveillance, d'origine matérielle ou immatérielle. Celle-ci énonce huit engagements portant sur des mesures de prévention, et intègre la politique *Food Defense* qui a pour objectif de protéger la chaîne alimentaire contre les risques d'actions malveillantes, criminelles ou terroristes, pouvant entraîner une contamination des produits. Cette dernière est pilotée par la Direction qualité et réglementation Groupe et déployée localement par chaque Directeur de site.

En plus de ces politiques, Bel a révisé et amélioré en 2020 un ensemble de standards visant à harmoniser les

procédures de qualité relatives à la sûreté des aliments (contaminants, allergènes, flux douaniers...) au sein du Groupe.

Plan d'actions

Assurer un contrôle strict des matières premières et emballages dès l'amont

Un accompagnement des producteurs laitiers

Dès l'élevage, les producteurs laitiers sont garants de la qualité sanitaire et de la conformité du lait qu'ils produisent. Pour prévenir tout risque, notamment bactériologique, les techniciens de production laitière de Bel diffusent de façon continue auprès des producteurs des bonnes pratiques pour produire un lait de qualité. Des échantillons sont prélevés lors de la collecte du lait pour vérifier que celui-ci est conforme aux critères de composition et d'hygiène et ne contient pas de traces d'antibiotiques. Lorsque le lait est d'une qualité inférieure aux standards du Groupe, Bel propose et met en place des actions ciblées auprès des producteurs concernés comprenant :

- un audit de l'exploitation ;
- une proposition de plans d'actions pour améliorer la qualité du lait concerné ;
- un suivi de ces plans afin d'accompagner le producteur dans sa démarche d'amélioration.

Si la qualité du lait est insuffisante, celui-ci n'est pas utilisé. Ces cas restent très rares néanmoins.

Par ailleurs, pour conserver les qualités du lait, Bel le collecte dans un délai maximum de 72 heures après la traite. Bel accompagne également l'équipement de certains producteurs en tanks réfrigérés.

Un contrôle des fournisseurs d'autres matières premières stratégiques ou d'emballages

Par ailleurs, des audits qualité sont réalisés auprès des fournisseurs majeurs de matières premières ou d'emballages les plus sensibles. Lorsque des non-conformités mineures sont constatées sans remettre

en cause la sécurité sanitaire des produits fournis, les fournisseurs s'engagent auprès du Groupe sur des actions correctives dans un horizon de temps défini.

Chaque année, Bel revoit son dispositif de contrôle des fournisseurs selon les risques émergents nouvellement identifiés. Ainsi, en 2020, un contrôle renforcé a été mené sur l'oxyde d'éthylène sur l'ensemble des approvisionnements en graines.

Des contrôles sanitaires rigoureux lors de l'arrivée des matières premières dans les usines

Tous les composants entrant dans les recettes de Bel, notamment toutes les matières premières laitières, qu'elles soient liquides ou solides, sont soumises à de nombreux contrôles sanitaires dès leur entrée sur les sites de fabrication, puis à nouveau avant leur entrée en production, au niveau microbiologique, physicochimique et organoleptique. En 2020, le plan de contrôle des allergènes a été étendu à de nouvelles substances allant au-delà de la réglementation et intègre désormais les produits végétaux et mixtes.

Tous les emballages, et notamment ceux qui entrent en contact direct avec les produits, suivent des procédures de contrôle comparables à leur arrivée dans les usines du Groupe.

Déployer des procédures exigeantes dans les sites de production

Une démarche de certification des sites de production

Le Groupe est engagé dans une démarche de certification qualité de ses sites industriels selon les normes GFSI reconnues (BRC, IFS, FSCC 22000). 25 sites industriels du Groupe sont ainsi certifiés GFSI.

En 2020, Bel a obtenu le statut douanier d'opérateur économique agréé « sécurité/sûreté » (OEA FULL) pour l'ensemble de ses sites français et pour le siège social, afin de renforcer la sécurité et la sûreté des flux de marchandises entrant ou sortant de l'Union européenne. Cette démarche continuera d'être progressivement déployée aux autres sites industriels dans les prochaines années. En plus de la certification, Bel dispose de procédures strictes détaillant les rôles et les responsabilités de chacun et d'un service entièrement dédié au pilotage et à la veille réglementaire des opérations douanières. Ce dernier conduit également les audits auprès des référents douanes et exports, des transporteurs et des brokers.

Des processus de qualité robustes et harmonisés

Bel met en place un système HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*) dans l'ensemble de ses sites industriels pour identifier, évaluer et maîtriser les dangers significatifs relatifs à la sécurité des aliments. En 2019, Bel a élaboré un standard HACCP Groupe présentant les exigences de qualité génériques, qui doivent ensuite être déclinées au niveau des sites industriels. Ce standard est revu chaque année suivant l'évolution des réglementations et des risques émergents identifiés par le Groupe.

Par ailleurs, les politiques *Food Fraud* et *Food Defense* sont communes aux sites industriels et mises en œuvre localement. Pour prévenir les risques de malveillance, chaque site est tenu de déployer un Plan de *Food Defense* comprenant une évaluation exhaustive des risques et menaces identifiés et des plans d'actions dédiés pour maîtriser et diminuer ces risques. En 2020, la politique *Food Fraud* a été complétée par une analyse de vulnérabilité afin d'identifier les produits, les matières premières et les emballages les plus exposés au risque de fraude et qui nécessitent par conséquent des contrôles approfondis et réguliers.

Des contrôles sanitaires stricts

Bel met en œuvre des plans de contrôles de ses produits tout au long de la chaîne de fabrication afin de garantir leur conformité aux exigences réglementaires sur de nombreux critères, notamment microbiologiques, chimiques, corps étrangers, nutritionnels et allergènes.

Ces contrôles qualité portent sur les produits semi-finis (en cours de fabrication) et les produits finis, mais aussi sur l'environnement de production (air, eau, machines, locaux de fabrication, personnel, etc.). Ils sont réalisés par des laboratoires d'analyse internes et, autant que nécessaire, par des laboratoires externes indépendants sous accréditation. L'évaluation HACCP permet de déterminer la fréquence de ces contrôles, qui sont adaptés à la matière première ou à l'ingrédient considéré et dont les enregistrements sont conservés par les sites.

Par ailleurs, des plans de surveillance sont menés sur l'intégralité des usines et des produits autour d'une thématique identifiée chaque année. En 2020, 42 contaminants issus des huiles minérales avaient été étudiés.

Des conditions de conservation adéquates

Les processus de pasteurisation mis en œuvre dans les sites de Bel assurent une bonne conservation du lait collecté et des produits fabriqués, la conservation de ces derniers étant renforcée par l'emballage protecteur des portions individuelles.

Des exigences similaires pour les produits sous-traités et/ou associés à des produits partenaires

Les exigences du Groupe en termes de qualité, sécurité et traçabilité produit sont reportées sans exception sur ses produits sous-traités et sur les produits de cobranding. Un soin particulier est apporté à ces derniers afin que l'association d'un produit de marque Bel avec un produit d'une autre marque soit toujours à la hauteur des attentes des consommateurs du Groupe.

Par ailleurs, des audits qualité sont réalisés chez les sous-traitants dont les produits véhiculent les marques de Bel et lorsque des non-conformités mineures sont constatées sans remettre en cause la sécurité sanitaire des produits fournis, les sous-traitants audités s'engagent auprès du Groupe sur des actions correctives dans un horizon de temps défini.

Assurer la qualité et sécurité des produits lors du transport aval

Bel réalise des audits de la chaîne de distribution de ses produits afin d'assurer le respect de la chaîne du froid et des conditions de transport et de conservation de ses produits. Une Charte des bonnes pratiques de stockage et de distribution a été partagée avec les distributeurs de Bel, dans ses différentes zones de commercialisation. Bel travaille également à la création d'un réseau de coordinateurs qualité, de coordinateurs logistiques et de sous-traitants afin de contrôler le respect des exigences de stockage et de façonnage. Par ailleurs, dans le cadre de sa certification d'opérateur économique agréé, le Groupe réalise de nombreux contrôles sur sa chaîne logistique (audits des transporteurs, contrôle de l'intégrité du véhicule à l'arrivée et au départ de l'usine...).

Un système de traçabilité robuste pour prévenir les risques

Une traçabilité des produits tout au long de la chaîne alimentaire...

Bel met en place les mesures nécessaires pour garantir la traçabilité depuis l'achat des matières premières jusqu'à la distribution des produits aux consommateurs.

Concernant les matières premières, des tests de traçabilité réguliers sont réalisés et les fournisseurs sont appelés à respecter un délai optimal d'obtention des résultats de traçabilité.

La traçabilité des produits est quant à elle assurée par des marquages obligatoires sur les unités de vente consommateur (codes lots, date limite d'utilisation optimale ou date limite de consommation, etc.). Toutes les unités logistiques sont identifiées par un marquage faisant le lien avec le code lot du produit.

Un outil unique utilisé par le Groupe répertorie en outre les lieux de stockage de tous ses produits, chez le client final et dans l'ensemble de son réseau de distribution.

... permettant de prévenir et gérer les risques efficacement

Les méthodes appliquées permettent d'identifier à tout moment les lots de produits dans lesquels un lot de composants a été signalé et assurent ainsi l'efficacité des éventuels retraits et rappels. Ce suivi et les divers tests de traçabilité réalisés permettent de connaître les flux, de stocker les informations relatives à la sécurité des aliments qui pourraient être nécessaires aux autorités, d'identifier un risque ou d'isoler une production.

Afin de prévenir et gérer les risques, le Groupe a également élaboré et mis en place une procédure de gestion des alertes qualité et sécurité alimentaire. Celle-ci intègre notamment une procédure de rappel pour gérer de manière organisée et avec la rapidité de réaction nécessaire une potentielle crise sanitaire/qualité qui aurait été déclenchée par une alerte grave.

Protéger la santé/sécurité de ses consommateurs et garantir un lien de confiance

En fournissant des informations transparentes et pertinentes aux consommateurs

Voir paragraphe 2.3 « Communiquer de manière responsable et transparente auprès des consommateurs ».

En offrant un service consommateur proactif

Pour améliorer la satisfaction de ses clients et la qualité de ses produits, Bel a mis en place une gestion efficace des réclamations qualité qui permet d'alerter le Groupe quand les produits commercialisés ne répondent pas aux exigences qualité attendues (identité, intégrité, fiabilité, sécurité, etc.).

Les remontées des consommateurs sont centralisées dans un outil dédié dit « *We care* », déployé dans toutes les filiales du Groupe (hors MOM et Safilait).

3.2. ENCOURAGER DE MEILLEURES HABITUDES ALIMENTAIRES ET INCITER A DES MODES DE VIE PLUS SAINS

Définition de l'enjeu

Fort de sa responsabilité de participer à nourrir plus sainement les populations et conscient que l'évolution des habitudes alimentaires passera par l'éducation des familles et de leurs enfants, Bel souhaite aller plus loin, en faisant la promotion de modes de vie plus sains. Bel a ainsi développé des programmes d'éducation nutritionnelle pour ses collaborateurs et consommateurs.

Politiques

Bel a développé des programmes d'éducation nutritionnelle et projets qui structurent sa démarche de sensibilisation :

- le programme « Healthy Smiles », à destination des collaborateurs ;
- le projet « Educanut », à destination des consommateurs.

Plan d'actions

Favoriser de meilleures habitudes alimentaires auprès de ses collaborateurs

Le Groupe poursuit le déploiement du programme d'éducation nutritionnelle « Healthy Smiles », avec pour objectif qu'il soit mis en œuvre dans 100 % des filiales d'ici 2025. Ce programme est structuré autour de deux fondamentaux : la promotion d'un bon équilibre alimentaire et d'un mode de vie plus sain, et l'incitation à l'activité physique. L'objectif a été revu à la hausse, avec 100 % des filiales d'ici 2025 au lieu de 30 filiales, car toutes les filiales se sont engagées à améliorer l'offre alimentaire sur tous nos sites avant 2025, pour que nos collaborateurs aient accès à une alimentation plus saine au quotidien, sur leur lieu de travail.

De plus, chaque année, plusieurs actions de sensibilisation sont organisées (distribution d'outils pédagogiques, jeux, compétitions sportives, etc.). En 2020, Bel a organisé un Active Challenge virtuel avec le soutien d'un coach sportif, pour inciter ses collaborateurs à bouger plus. Les efforts des collaborateurs ont permis de lever 3 000 euros reversés à des associations engagées en matière d'éducation alimentaire, de bien-être ou d'alimentation. Cette action va être reconduite en 2021.

Favoriser de meilleures habitudes alimentaires auprès des consommateurs et enfants

Bel soutient des programmes d'éducation nutritionnelle à destination de ses consommateurs à travers son projet « Educanut ».

Ces programmes ont pour but d'aider enfants et parents à mieux appréhender l'importance de la nutrition et de l'activité physique pour leur santé. Ils sont conduits en partenariat avec d'autres acteurs (associations en matière de santé publique, organisations gouvernementales et non gouvernementales, universités, etc.) et peuvent prendre différentes formes (distributions d'outils pédagogiques, organisation d'événements, sensibilisation

par des nutritionnistes/diététiciens etc.). Bel s'est fixé pour objectif de soutenir des programmes dans 10 pays clés pour le Groupe d'ici 2025. En 2020, Bel :

- a mis en place un programme en partenariat avec Action Contre la Faim en Côte d'Ivoire, afin de soutenir le personnel médical sur place et prévenir les risques liés à la malnutrition,
- a établi un partenariat entre Bel Egypte et la FAO, pour sensibiliser aux bons comportements alimentaires.

En 2020, la Fondation Bel et le Groupe Bel ont soutenu également le projet « Vivons en forme », un programme unique en France de promotion de la santé et de la forme, axé sur l'alimentation, l'activité physique et le bien-être. Bel déploie également des programmes d'éducation nutritionnels dans certaines écoles en Afrique du Sud.

Bel est par ailleurs engagé dans le réseau international SUN (*Scaling Up Nutrition*) dont l'objectif est de lutter contre la malnutrition dans les pays en voie de développement. Bel souhaite participer à l'éducation nutritionnelle d'au moins 50 000 enfants par an jusqu'en 2025. Le Groupe agit aussi pour une meilleure alimentation des enfants à travers sa Fondation d'entreprise, engagée depuis plus de 10 ans sur cette thématique.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Encourager des habitudes de consommation et modes de vie sain	Pays majeurs ayant mis en place un programme à destination des consommateurs (« Educanut »)	4	5	6	10	😊
	Nombre de filiales ayant mis en place un programme à destination des employés (« Healthy Smiles »)	25	29	31	30 (100 %)*	😊

* Objectif mis à jour.

3.3. AMÉLIORER LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE DE SES PRODUITS

Définition de l'enjeu

La qualité nutritionnelle des produits alimentaires constitue une préoccupation croissante des autorités de santé publique et des consommateurs, alors que des problèmes de malnutrition continuent d'exister dans les pays en voie de développement et que le taux d'obésité est en constante augmentation. Parallèlement, la naturalité est une attente forte et en constante augmentation chez ses consommateurs du monde entier, qui cherchent des produits avec des listes d'ingrédients plus courtes, plus simples. C'est une part importante de la perception de la qualité et de la naturalité d'un produit alimentaire.

Ainsi, le Groupe Bel poursuit sa stratégie de transformation des marques de son portefeuille, pour offrir à ses consommateurs des produits qui associent plaisir, bienfaits nutritionnels et qualité des ingrédients.

Politiques

En 2019, afin d'accélérer la transformation de ses marques dans la lignée de sa nouvelle identité For All. For Good, Bel a adopté une politique structurante, dite « Healthier »⁽¹⁾ qui repose sur deux piliers :

- la nutrition, afin de cadrer le développement de nouveaux produits et améliorer en continu la qualité nutritionnelle des produits existants ;

⁽¹⁾ Plus d'informations sont disponibles sur le site internet du Groupe Bel (exe-200630-brochure-bel-nutrition-hd-franais.pdf (groupe-bel.com)).

- la naturalité, afin d'utiliser des ingrédients plus naturels et limiter le recours aux additifs.

Cette politique est complétée par des notes de position sur les arômes et colorants.

Par ailleurs, en accord avec l'ambition du Groupe d'accélérer le développement du végétal, Bel a adapté fin 2020 la politique « *Healthier* » à la catégorie végétale, afin d'accompagner la transformation des marques cœur et de cadrer le développement de nouveaux produits sur ce segment. Pour cela, il a été décidé de créer un cahier des charges encadrant la composition nutritionnelle de ces produits, coconstruit avec un comité d'experts international. Celui-ci précise les seuils des nutriments à limiter (lipides, AGS, sucres), et ceux à favoriser (protéines, calcium...) par rapport à des contributions journalières, et selon la place que le produit va occuper dans le repas. En effet, le végétal est un univers très vaste qui présente des caractéristiques nutritionnelles très diverses : fruits, légumes, légumineuses, céréales. Les produits étant très différents (ingrédients/usages/formats), les seuils nutritionnels du cadrage ont donc été adaptés selon si le produit est consommé comme un substitut de fromage ou un tartinable de légumes. Bel a aussi l'objectif de proposer des produits avec des listes d'ingrédients plus courtes, et s'engage donc à ne mettre aucun colorant, ni arôme artificiel dans les produits végétaux de ses marques cœur, au même titre que les produits laitiers de son portefeuille.

Plan d'actions

Améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits

Un travail ciblé sur les nutriments clés

Les fromages sont une source importante de calcium, un nutriment essentiel à la croissance des enfants et compatible avec les besoins alimentaires de tous. En quantité raisonnée, les produits de Bel peuvent ainsi contribuer à une alimentation équilibrée. Depuis plusieurs années, Bel axe ses efforts principalement sur les quantités présentes au sein d'une unité de consommation (une portion) de trois nutriments clés :

- le calcium : Bel ajuste progressivement les apports en calcium de ses recettes lorsque les taux semblent trop faibles et que des déficiences sont avérées dans la population locale ;
- les matières grasses : Bel propose pour trois de ses cinq marques cœurs (La Vache qui rit, Leerdammer, Babybel) des versions allégées ;
- le sodium : Bel travaille à réduire le taux de sel dans ses formulations, tout en veillant à la qualité sanitaire des produits et en respectant les contraintes des processus de fabrication.

Un système de profilage nutritionnel et des objectifs d'amélioration

En 2017, en s'appuyant sur les recommandations nutritionnelles de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), ainsi que plusieurs experts internationaux en nutrition, et pour renforcer la démarche nutritionnelle lancée depuis plusieurs années par le Groupe, Bel a lancé un système de profilage nutritionnel appelé « *Bel Nutri+* ».

Ce système a pour objectif de structurer l'approche nutritionnelle de Bel en matière de développement et de rénovation produits, en fixant des seuils par catégorie de produits (fromages, lait, yaourt, snacks salés, snacks sucrés) et par cible (adultes, enfants), pour six nutriments :

- les nutriments à favoriser : calcium, protéines ;
- les nutriments à limiter : matières grasses, acides gras saturés, sucres ajoutés, sel.

En accord avec ce nouveau système, Bel s'est fixé pour objectif que 80 % des volumes de son portefeuille de produits destinés aux enfants et familles respectent la promesse « *Bel Nutri+* » d'ici 2025. Fin 2020, c'était le cas pour 72 % de ces volumes, l'objectif à 2020 étant ainsi atteint.

En 2020, Bel a par exemple lancé :

- le nouveau Mini Babybel® Protein, riche en protéines, dans plusieurs pays d'Europe ;
- une nouvelle recette Kiri « Greek Style » enrichie en protéines et en calcium et allégée en matières grasses, pour les pays du GCC⁽¹⁾ ;
- une nouvelle recette de La Vache qui rit pour le Maroc, l'Algérie et l'Égypte, enrichie en fer, en zinc, en iode et en vitamine A ou D.

Par ailleurs, afin d'améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits, le Groupe MOM propose à présent, pour la majorité de ses gammes, une offre additionnelle de produits sans sucres ajoutés. Ainsi, en 2020, 67 % des produits proposés par les marques Maternelle et Pom'Potes sont sans sucres ajoutés. MOM s'est fixé l'objectif d'accroître cette part à 80 % en 2021, puis à 100 % d'ici 2025.

En juin 2020, ces deux marques ont lancé deux nouvelles gammes à destination des adultes, « Pom'Potes Recettes du Monde » et « Maternelle Céréales & Graines », élaborées sans sucres ajoutés, sans conservateurs et sans arômes artificiels.

S'engager pour toujours plus de naturalité

La mission de Bel est d'offrir des produits plus sains et plus responsables pour tous. Au sein de la stratégie Nutrition du Groupe Bel, un pilier entier sur la naturalité a été inclus pour guider les développements, les rénovations et les innovations du Groupe. L'objectif est d'offrir des produits plus simples, avec des listes d'ingrédients plus courtes, tout en continuant de garantir une sécurité sanitaire optimale et le goût des produits du Groupe tant apprécié par des millions d'enfants et de familles au quotidien.

⁽¹⁾ Conseil de Coopération du Golf.

Les additifs étant devenus une source de préoccupation majeure pour les consommateurs, le Groupe s'est volontairement engagé dans un programme vaste de rénovation de ses recettes, afin de réduire ou supprimer les additifs, tout en garantissant la sécurité et la qualité des produits. En 2018, Bel a pris un nouvel engagement, de sorte que toutes les marques cœur soient sans colorants ni arômes artificiels d'ici à fin 2021, comme par exemple pour Apéricube et La Vache qui rit. Cet engagement est obligatoire pour toute innovation, et les produits existants en contenant sont rénovés dans un programme progressif jusqu'à fin 2021.

Les recettes d'un grand nombre des produits du Groupe, comme Mini Babybel Original et Leerdammer Original sont historiquement très simples, composées de quatre ingrédients seulement (du lait, du sel, des ferments et de la présure) et sans additifs ni conservateurs ajoutés.

Pour d'autres produits, comme La Vache qui rit et Kiri, un travail important est réalisé depuis plusieurs années pour améliorer les recettes en réduisant et/ou supprimant des additifs ajoutés. La priorité du Groupe est évidemment de répondre aux attentes de ses consommateurs au sujet de la naturalité, sans compromis sur le goût, la sécurité ou la qualité.


Plusieurs innovations et rénovations emblématiques ont été conduites en 2020 :

- une nouvelle recette de Kiri® sans additif a été lancée dans toute l'Europe, avec uniquement des ingrédients laitiers, de l'eau, du sel et des ferments ;
- les recettes des gammes Kiri Goûter et Apéricube ont été simplifiées et le nombre d'additif réduit (1 additif au lieu de 3) ;
- tous les arômes et colorants artificiels ont été supprimés de toutes les recettes Apéricube.

Par ailleurs, au printemps 2021, une toute nouvelle recette La Vache qui rit® sera également mise sur le marché avec une liste d'ingrédients également très courte.

Par ailleurs le Groupe travaille avec des experts externes en nutrition afin d'adapter les produits aux besoins des pays émergents. Dans certaines régions du monde, où les conditions climatiques et de conservation posent de réels enjeux, Bel est engagé à n'utiliser que les additifs nécessaires strictement à la conservation et à la qualité optimale du produit (voir paragraphe 7.1 « Adapter ses produits aux besoins de tous »).

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Améliorer de façon continue la qualité nutritionnelle de ses produits	Portefeuille produit enfants et familles respectant les critères « Bel Nutri+ »*	65 %	69 %	72 %	80 %	

* Hors MOM.

FAITS MARQUANTS 2020

- Formalisation d'une politique Sûreté.
- Mise en place de standards harmonisant les procédures qualité au sein du Groupe.
- Obtention de la certification d'Opérateur Économique Agréé « sûreté/sécurité » sur l'ensemble des sites français.
- Mise en place d'un programme « Educanut » en partenariat avec Action contre la Faim en Côte d'Ivoire et la FAO en Egypte.
- Lancement de produits présentant des recettes améliorées pour plusieurs marques du Groupe (Mini Babybel, Kiri, Apéricube, Pom'Potes, Maternelle).

PRIORITÉS 2021

- Créer un réseau de coordinateurs qualité, de coordinateurs supply chain et de sous-traitants.
- Continuer à améliorer la qualité nutritionnelle des produits du Groupe en accord avec la promesse Bel Nutri+ et la supériorité concurrentielle.
- Atteindre l'objectif de 100 % des produits sans arômes ni colorants artificiels.
- Continuer à accompagner la qualité nutritionnelle et le choix des ingrédients des produits végétaux.



PROMOUVOIR UNE AGRICULTURE DURABLE

En érigeant l'agriculture durable comme l'un des cinq défis prioritaires de sa signature *For All. For Good* dévoilée en 2019, Bel réaffirme son engagement historique en faveur d'une agriculture plus durable et régénératrice. Le Groupe a ainsi pour ambition d'améliorer l'impact environnemental, sociétal et social de l'amont agricole de ses activités.

La priorité de Bel sur cette partie de la chaîne de valeur est de promouvoir des pratiques agricoles vertueuses, démontrant un impact positif pour les Hommes, l'environnement et plus globalement pour l'ensemble de l'écosystème dans lequel le Groupe évolue. Cette approche s'inscrit dans l'Objectif de Développement Durable n° 12 « Communication et Production durables » des Nations-Unies. Il s'agit pour Bel de promouvoir des formes d'agriculture dites régénératrices, c'est-à-dire participant à la lutte contre et à l'adaptation au changement climatique, à la restauration de la biodiversité, à la santé des sols et à l'optimisation du cycle de l'eau.

Bel a ainsi développé des politiques relatives à l'amont laitier durable et à l'utilisation des matières premières

végétales. Conformément à l'ambition du Groupe de proposer une offre végétale pour chacune de ses marques cœur, Bel travaille actuellement à la définition d'une politique d'engagement sur les ingrédients végétaux. Un cadre de développement durable des filières végétales qui s'applique à tous les produits fabriqués par le Groupe a été élaboré en 2020.

Gouvernance

Depuis 2019, un Comité de pilotage Agriculture Durable, regroupant différents départements du Groupe, a été mis en place et se réunit quatre à six fois par an. Ce Comité définit la feuille de route Agriculture Durable de Bel et suit les progrès des plans d'actions mis en place.

Dans son effort de promouvoir une agriculture durable, le Groupe a mis en place des actions engageantes sur les matières premières clés dans son portefeuille : le lait et les matières premières végétales.

4.1. AGIR POUR UN AMONT LAITIER DURABLE

Définition de l'enjeu

Le lait est l'ingrédient de base de la fabrication des fromages : Bel collecte chaque année près de deux milliards de litres de lait auprès d'environ 2 500 producteurs ou centres de collecte répartis dans ses 11 bassins laitiers à travers le monde.

Pour contribuer à nourrir dans un avenir proche plus de 10 milliards d'individus de manière responsable, le Groupe doit continuer à encourager une production laitière préservant les ressources de la planète et entretenir des relations durables avec ses producteurs partenaires.

Politiques

Pour formaliser cette volonté, Bel a adopté en 2018 une charte d'engagements coconstruite avec le WWF France pour un amont laitier durable⁽¹⁾. Cette charte intègre les aspects économiques, sociaux et environnementaux, couvre l'ensemble des bassins laitiers du Groupe à travers le monde et s'articule autour de six axes stratégiques :

- modèle de production durable ;
- bien-être animal ;
- accès au pâturage ;
- alimentation animale durable et locale ;

- empreinte environnementale ; et
- qualité nutritionnelle et sécurité alimentaire.

Chacun d'entre eux est décliné sous forme d'actions et d'objectifs ambitieux à horizon 2025.

D'autre part, la thématique spécifique du bien-être animal fait également, depuis 2019, l'objet d'une charte Bel Bien-être animal⁽²⁾ elle-même déclinée en cinq axes :

- garantir la liberté de mouvement des animaux ;
- assurer de bonnes conditions de vie ;
- prodiguer des soins et suivre dans une démarche d'amélioration continue la bonne santé et le bien-être du troupeau ;
- assurer le bien-être des veaux ; et
- accompagner la fin de vie du troupeau.

Cette charte a été développée en faisant appel à l'expertise du CIWF⁽³⁾ et de référentiels tels que Welfarm, l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) ou encore le Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (CNIEL). L'objectif de Bel est de déployer cette charte sur tous ses bassins laitiers à horizon 2025 et faire certifier l'ensemble des élevages partenaires par un tiers indépendant.

⁽¹⁾ Pour plus d'informations, la Charte amont laitier est accessible sur le site internet du Groupe Bel (<https://www.groupe-bel.com/wp-content/uploads/2019/10/charte-lait-wwf-fr.pdf>).

⁽²⁾ Pour plus d'informations, la Charte bien-être animal est accessible sur le site internet du Groupe Bel (<https://www.groupe-bel.com/wp-content/uploads/2019/10/charte-bien-etre-animal-fr.pdf>).

⁽³⁾ Compassion In World Farming, ONG visant à promouvoir des pratiques d'élevage respectueuses du bien-être animal.

Les deux chartes précédemment citées, ainsi que la politique Biodiversité du Groupe, promeuvent différents principes de l'agriculture régénératrice. Ainsi, la mise en œuvre d'un ensemble de pratiques agricoles innovantes permet d'améliorer la santé des sols et la biodiversité sur toute la chaîne de valeur. L'incitation au pâturage et la promotion de l'autonomie protéique ont également un impact positif sur les sols, leur fertilité, leur capacité à stocker le carbone et à améliorer le cycle de l'eau.

Plan d'actions

Chaque bassin laitier du Groupe définit ses propres feuilles de route pour atteindre les objectifs à 2025 des chartes Amont laitier durable et Bien-être animal. En 2020, Bel a commencé à collecter du lait liquide sur un onzième bassin dans la province du Québec au Canada. Une feuille de route est en cours de construction avec ce bassin et pourra être déployée à partir du premier semestre 2021.

Il est à noter qu'en 2020, compte tenu de la crise sanitaire, les travaux en présentiel (visites, études...) ont dû être retardés.

Modèle de production durable

Une grande partie du lait utilisé dans les produits Bel est collectée directement auprès de ses producteurs partenaires tous les deux ou trois jours. Le Groupe s'appuie sur ce lien direct et régulier pour développer des relations durables avec les producteurs laitiers même dans un contexte économique fragile. La qualité de vie et les conditions de travail des éleveurs laitiers sont au cœur des préoccupations du Groupe, pour qui un modèle de croissance durable ne peut s'envisager sans des liens pérennes et de confiance avec ses partenaires.

Bel s'est ainsi fixé comme objectif qu'à horizon 2025, 100 % de ses producteurs laitiers aient accès à des dispositifs sociétaux innovants qui viseront à améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des producteurs. En 2020, 39 % des producteurs laitiers du Groupe ont accès à un tel dispositif (soit 100 % des éleveurs de l'APBO⁽¹⁾, 40 % des producteurs aux Açores, 50 % au Maroc, 16 % au Portugal, et 13 % en Slovaquie).

En France, Bel a ainsi renouvelé pour la troisième fois, son partenariat avec l'APBO par un accord qui reste inédit pour une meilleure valorisation du lait⁽²⁾. Cet accord, reconduit sur toute l'année 2020, prévoit la garantie d'un prix de référence moyen pour le lait acheté aux producteurs de l'APBO (de 350 euros pour 1 000 litres) et la valorisation de pratiques d'élevages différenciantes, sous forme de primes mensuelles : à hauteur de 15 euros pour 1 000 litres concernant l'alimentation sans OGM pour les troupeaux laitiers, et de 6 euros pour 1 000 litres pour la mise en valeur de l'accès au pâturage (engagement de 150 jours minimum).

Par ailleurs, Bel a défini en 2020 un projet-pilote réunissant une centaine d'éleveurs afin de tester une nouvelle mécanique de prix aux Pays-Bas ayant pour

objectif de réduire la volatilité des prix. Un second projet a également été défini aux États-Unis, visant à soutenir l'activité des petits producteurs laitiers, en les aidant à augmenter leur cheptel et à pérenniser ainsi leur exploitation. Ces deux initiatives seront mises en œuvre en 2021. Dans les autres bassins, les programmes d'accompagnement des producteurs sont déjà en place pour une partie des éleveurs-partenaires (Açores, Maroc) ou en cours de définition pour répondre de façon adaptée aux besoins locaux.

Pour aller plus loin dans la promotion et diffusion de pratiques agricoles durables, Bel continue de déployer son programme « *Farming For The Future* », (« **Fermes Pilotes** Bel »), organisé avec un panel d'experts dont le WWF France, des universitaires européens (dont l'université de Wageningen aux Pays-Bas) et des experts américains et français. Ce programme vise à identifier, auprès de producteurs volontaires, des pratiques innovantes déjà existantes et adaptées aux réalités locales pour ensuite les partager et les déployer. Ce programme a déjà permis de recueillir neuf bonnes pratiques innovantes, telles que certaines méthodes permettant de combiner pâturage et robot de traite ou des pratiques visant à atteindre l'autonomie protéique des élevages. En 2021, Bel continuera d'identifier des bonnes pratiques d'agriculture régénératrice, puis communiquera sur celles-ci de manière à promouvoir les pratiques permettant notamment l'enrichissement des sols en matière organique, l'augmentation de la capture de carbone, et l'amélioration des cycles de l'eau.

Bien-être animal

Le Groupe s'est engagé à promouvoir de bonnes pratiques en matière de bien-être animal et à partager des normes communes exigeantes, en s'efforçant de travailler sur ce sujet sensible avec ses partenaires. Il s'agit notamment d'assurer un environnement et des pratiques adaptés aux besoins physiologiques et comportementaux des animaux.

Depuis la publication de la charte bien-être animal en 2019, le Groupe œuvre à harmoniser et à promouvoir l'ensemble de ces bonnes pratiques, avec pour objectif ambitieux que 100 % des élevages laitiers partenaires soient conformes à la charte à horizon 2025, à la suite d'un audit de conformité certifié par une tierce partie. Pour ce faire, dans les pays où il n'existe pas de référentiel local national aligné avec les exigences fixées par la charte de Bel, le Groupe développe des grilles d'audit spécifiques avec Bureau Veritas et CIWF puis forme ses techniciens. À date, Bel a réalisé des diagnostics sur le bien-être animal dans l'ensemble de ses bassins laitiers⁽³⁾ avec différents outils, en fonction des pays :

- ainsi, des premiers diagnostics ont été réalisés en 2020 via la grille développée avec le CIWF en Slovaquie, en Ukraine, en Iran, en Pologne et au Maroc ;

⁽¹⁾ L'Association des producteurs de lait Bel Ouest.

⁽²⁾ <https://www.groupe-bel.com/fr/newsroom/news/partenaires-pionniers-dun-modele-remunérateur-et-durable-pour-la-filière-laitière-bel-et-lapbo-sont-fiers-de-pérenniser-leur-accord-pour-2020-qui-incarne-pleinement-les-etats-gen/>.

⁽³⁾ Hors Canada, car Bel a commencé à collecter du lait auprès de ce bassin en 2020.

- 30 diagnostics ont été réalisés en France avec l'outil Boviwell, qui continuera d'être déployé en 2021 par l'APBO et Bel dans les élevages adhérents ;
- 100 % des fermes travaillant avec Bel au Pays-Bas ont fait l'objet de diagnostics via la grille locale Koemonitor ;
- enfin, des diagnostics ont démarré auprès des producteurs implantés aux États-Unis via un tiers externe.

Des audits de conformité à la charte seront mis en place à partir de 2022.

Accès au pâturage

Bel encourage la pratique du pâturage dès que les conditions y sont favorables. En effet, les surfaces en herbe exploitées par le pâturage peuvent contribuer à la fourniture de biens et services environnementaux comme la qualité des eaux, le stockage du carbone, le maintien de la biodiversité, etc. Le pâturage permet aussi d'accroître l'autonomie protéique des exploitations par rapport à d'autres systèmes. Enfin, l'accès au pâturage dans les conditions adaptées peut apporter des bénéfices pour la santé et le bien-être des vaches laitières.

Toutefois, il convient de prendre en compte certains critères essentiels afin de favoriser les bénéfices du pâturage, tels que le climat des différentes régions où Bel collecte le lait, la disponibilité des pâturages ou encore les traditions pastorales locales.

Ainsi, l'engagement du Groupe se situe à deux niveaux :

- partout où cela est possible dans les régions de tradition pastorale, Bel fixe des objectifs d'accès au pâturage, tout en conservant une nécessaire flexibilité selon les conditions climatiques locales. Concrètement, les éleveurs partenaires de Bel doivent s'engager sur un minimum de 120 jours de pâturage par an aux Pays-Bas, 150 jours en France et 365 jours aux Açores. En 2020, 90 % des volumes de lait collectés par Bel dans ces bassins (hors lait collecté issu de l'agriculture biologique) respectaient d'ores et déjà cet engagement ;
- lorsque le pâturage n'est pas possible pour des raisons de contraintes climatiques, géographiques ou structurelles, le Groupe encourage ses éleveurs partenaires à mettre en place des conditions de logement respectueuses du bien-être des animaux, telles qu'une bonne qualité de l'air, une bonne ventilation des bâtiments, au moins une logette par vache avec un espace suffisant pour se coucher et se reposer en même temps, etc.

Enfin, en Pologne, une étude de faisabilité du pâturage sera lancée au deuxième trimestre 2021 avec le WWF pour savoir si cet engagement peut s'appliquer sur ce bassin.

Alimentation animale durable et locale

L'alimentation des vaches laitières varie en fonction de la localisation géographique des exploitations. En France et aux Pays-Bas, la ration moyenne d'une vache laitière est composée de 80 % d'herbe fraîche et fourrages, ainsi que de 20 % d'aliments complémentaires (céréales, colza, soja, tournesol...). Ainsi, plus de 90 % de son alimentation peut être d'origine locale.

Depuis 2012, Bel et le WWF France se sont associés pour évaluer et réduire l'impact environnemental de l'alimentation des vaches laitières. L'étude conjointe des risques environnementaux liés à chaque matière première entrant dans l'alimentation des vaches laitières a montré que, même si leur part dans la ration alimentaire est inférieure à 5 %, deux ingrédients affichent des impacts environnementaux particulièrement élevés : les tourteaux importés de soja et de PKE (Palm Kernel Expeller, co-produit de l'extraction de l'huile de palme). En effet, il est aujourd'hui admis que les cultures de soja et de palme non encadrées sont une cause majeure de déforestation, contre laquelle le Groupe s'engage à lutter (voir paragraphe 6.2 « Préserver la biodiversité, et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes »).

Bel a mis en place depuis 2014 des actions concrètes pour soutenir la mise en place de filières responsables pour les tourteaux de soja et le PKE :

- Bel a rejoint dès 2014 la Table ronde sur le soja responsable (RTRS) et en 2015 celle sur l'huile de palme durable (RSPO) ;
- depuis 2016, Bel achète des certificats qui couvrent l'ensemble des volumes de tourteaux de soja à risque (77 017 tonnes en 2020) et le PKE (37 480 tonnes en 2020) utilisés au niveau mondial pour la production de lait et des matières premières laitières utilisées dans ses recettes. Ces achats de certificats soutiennent la mise en place des filières durables et accompagnent les producteurs locaux vers un mode de production responsable ;
- en 2019, le Groupe a rejoint l'initiative Soja responsable lancée en 2018 par le WWF France. L'objectif de cette dernière, soutenue par l'Alliance pour la préservation des forêts, la plateforme Duralim et la fondation EarthWorm, est de définir une vision commune d'un soja responsable et de développer un socle commun d'actions à mettre en œuvre pour atteindre des chaînes d'approvisionnements en soja qui soient exemptes de conversion d'écosystèmes naturels ;
- Bel soutient via son programme « *Farming For the Future* » des actions en faveur de l'autonomie protéique des élevages. Grâce à cette autonomie, les élevages produisent une grande part voire la totalité de l'alimentation animale. Ainsi l'alimentation animale dans ces exploitations est locale et durable et exclut la déforestation. Par ailleurs, ce programme présente aussi plusieurs intérêts en matière d'agriculture régénératrice (préservation de la biodiversité et de la santé des sols, alimentation locale, etc.).

À fin 2020, le Groupe compense 100 % de ses achats en tourteaux de soja à risque et PKE par l'achat de certificats RTRS et RSPO *mass-balanced*. À horizon 2025, l'objectif du Groupe est de s'approvisionner auprès de filières 100 % traçables.

Le Groupe s'est également engagé dans sa Charte d'amont laitier durable à se fournir en lait issu de vaches nourries sans OGM. Les OGM peuvent présenter un risque pour la biodiversité du fait du risque de dissémination non maîtrisée. En 2020, 100 % du lait acheté en France et en Slovaquie est issu de vaches nourries sans OGM. La transition vers une alimentation sans OGM continue de se développer aux Pays-Bas (54 %) et en Pologne (22 %).

Empreinte environnementale

Dans un contexte de raréfaction des ressources énergétiques fossiles et de dégradation des ressources hydriques, le Groupe accompagne ses producteurs de lait afin d'encourager les pratiques d'élevage qui réduisent l'impact de la production sur l'environnement, réduisent les émissions de gaz à effet de serre et augmentent la résilience aux changements climatiques et au stress hydrique.

Bel s'est fixé pour objectif de réduire les émissions de l'amont agricole de 20 % à horizon 2030, par rapport à l'année 2017. Pour atteindre cet objectif, Bel a notamment contribué avec le CNIEL au développement de Cap2'ER, un outil pour mesurer l'impact environnemental des fermes et identifier des pistes d'actions (voir paragraphe 6.1 « Lutter contre le changement climatique »). En 2020, des diagnostics Carbone ont été réalisés dans tous les bassins laitiers (à l'exception du Canada qui est un nouveau bassin laitier depuis 2020), à l'aide d'outils locaux (ANCA aux Pays-Bas, Cap'2ER en France, *SMART tool* aux Etats-Unis) ou de l'outil Cool Farm Tool pour les autres bassins. En 2020, ce sont environ 1 400 diagnostics qui ont été réalisés sur les 2 500 exploitations travaillant avec Bel, et des plans d'actions consécutifs sont en cours de définition. En 2021, Bel et l'APBO ont pour objectif que

80 % des élevages adhérents à l'APBO aient engagé un plan d'actions visant la réduction de leur empreinte carbone via le déploiement d'audits Cap2'ER, avec un objectif 100 % à 2022. En parallèle, l'APBO déposera en 2021 un dossier de labellisation de la réduction des émissions de CO₂ de ses fermes adhérentes dans le cadre de la démarche « Label Bas Carbone ».

Par ailleurs, le Groupe s'est fixé comme ambition que l'ensemble de ses bassins laitiers ait mis en place des plans d'actions visant à augmenter la résilience au changement climatique et au stress hydrique d'ici 2025. Le respect de la ressource en eau constitue un enjeu majeur, notamment au Maroc où une étude a été initiée en 2020 avec le WWF afin de préparer un catalogue d'actions concrètes pour les élevages de ce pays, et dont les résultats sont attendus pour le premier trimestre 2021. Cependant, son démarrage a été retardé en raison de la Covid-19 (voir paragraphe 6.1 « Lutter contre le changement climatique »).

Les informations relatives à la mise en place de pratiques vertueuses et plans d'actions du Groupe pour limiter l'impact de la production laitière sur l'environnement et la disponibilité en eau sont détaillées dans le paragraphe 6 « Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale ».

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Contribuer à améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des éleveurs partenaires	Éleveurs ayant accès à des modèles sociétaux innovants	34 %*	38 %*	39 %	100 %	😊
Promouvoir de bonnes pratiques pour favoriser le bien-être animal	Part des fermes respectant la Charte bien-être animal certifiées par une tierce partie	-	1 %*	5 %	100 %	😊
Encourager une alimentation sans OGM pour les vaches qui produisent le lait	Lait provenant de vaches nourries avec une alimentation sans OGM	16 %*	30 %*	51 %	100 %	😊

*Hors MOM.

4.2. RECOURIR AUX MATIÈRES PREMIÈRES VÉGÉTALES DANS UN CADRE RIGOUREUX

Définition de l'enjeu

Dans un contexte où la population mondiale ne cesse de croître pour atteindre près de 10 milliards d'individus d'ici 2050, Bel est également conscient de la nécessité de diversifier et d'équilibrer les sources d'alimentation animales et végétales tout en préservant les ressources de notre planète, comme le recommande le rapport du GIEC.

Aussi, le Groupe a fait le choix d'aller au-delà du fromage avec, en 2016 l'acquisition de MOM, spécialiste des compotes de fruits ; puis en 2019 l'annonce de son développement dans le domaine du végétal.

Ce projet s'inscrit dans sa démarche de transformation d'entreprise qui vise à être présents sur 3 territoires complémentaires du snacking sain, le laitier, le fruitier et le végétal, avec la mission d'« offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous ». Il répond également à l'évolution des besoins et goûts des consommateurs qui dans de nombreux pays s'orientent de plus en plus vers un régime alimentaire flexitarien (qui consiste à rééquilibrer sa consommation en augmentant les produits végétaux sans exclure les produits animaux).

Concrètement, le Groupe proposera au sein de ses marques cœur en complément de ses produits laitiers, soit des offres totalement végétales (ex : Boursin végétal en vente aux US), soit des associations de légumes, légumineuses et fromage (ex : Vache qui Rit Blends) qui allient le meilleur des 2 mondes. Une nouvelle marque totalement dédiée sera également lancée.

BEL s'engage aujourd'hui sur ce chemin dans la droite ligne de sa vision d'une alimentation inclusive et durable, portée par des marques positives et innovantes qui s'adressent à tous.

Politiques

L'intégration de matières grasses végétales (MGV) dans la composition des produits mixtes du Groupe est régie depuis 2019 par une politique dédiée. Cette dernière formalise des engagements stricts en termes de goûts, de valeurs nutritionnelles et d'approvisionnement responsable, afin d'atteindre une triple supériorité.

En ce qui concerne les ingrédients végétaux, conformément à l'ambition du Groupe sur ce secteur, une réflexion a été initiée en 2020 afin de définir un socle d'engagements régissant leur utilisation, pour garantir l'impact positif des futures innovations du Groupe. Bel travaille actuellement sur une politique d'engagement sur le développement de produits à base d'ingrédients végétaux.

Plan d'actions

Matières grasses végétales

Bel s'est fixé comme objectif d'utiliser dès fin 2020, des MGV issues de filières agricoles responsables, traçables et certifiées, ou bien, en l'absence de certification, ne présentant pas de risques élevés. Sur l'année 2020,

les approvisionnements de MGV ont représenté 9 355 tonnes, dont 8 649 tonnes d'huile de palme.

Le Groupe a travaillé tout au long de l'année 2020 pour augmenter la part des approvisionnements de MGV provenant de filières agricoles responsables, traçables et certifiées ou ne présentant pas de risque de déforestation. Ainsi, en ce qui concerne l'huile de palme, 100 % des achats d'huile de palme sont responsables (c'est à dire certifiés RSPO ségrégés) au 31 décembre 2020. Au total, la quasi-totalité des références de MGV autorisées sont responsables au 31 décembre 2020 (près de 95 % des volumes). Un plan d'action est déployé pour finaliser la transition vers 100 % de MGV responsables.

Ingrédients végétaux


En ligne avec l'ambition du Groupe d'être profitable et responsable, Bel souhaite assurer un approvisionnement responsable de tous les ingrédients végétaux entrant dans la composition de ses produits. En 2020, le Groupe a mené une étude auprès de ses principaux fournisseurs en ingrédients végétaux, ainsi qu'une analyse des risques RSE relatifs aux filières végétales.

Ces études ont permis au Groupe de déterminer une liste d'enjeux sociaux et environnementaux à intégrer au processus de sélection de nouveaux ingrédients végétaux qui s'articulent autour de 4 piliers :

- respecter l'environnement ;
- avoir un impact positif sur les hommes ;
- assurer une chaîne de valeur équitable ;
- maximiser la création de valeur locale, lorsque cela est pertinent pour tous.

Courant 2021, le Groupe travaillera sur une politique de développement de produits végétaux.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI ^(a)	2018	2019	2020	Objectif 2020	Avancement
Assurer un approvisionnement responsable de la matière grasse végétale utilisée dans les produits	Approvisionnements certifiés ou respectant les engagements de la Charte matière grasse végétale (si aucune certification n'existe)	1,4 % ^(b)	32 %	94,5 %	100 %	

(a) La méthodologie de calcul a été revue en 2020 pour prendre en compte les références homologuées responsables au 31 décembre de chaque année.

(b) Hors MOM.

4.3. OFFRIR LE MEILLEUR DES FRUITS

Définition de l'enjeu

Le Groupe, et en particulier, a conscience de l'importance d'un approvisionnement durable et responsable de ses matières premières végétales, étape cruciale de la chaîne de valeur pour assurer la production de produits finis à base de fruits à la fois bons et sains, tout en respectant les valeurs du Groupe en termes de relations avec ses partenaires d'affaires et promouvant des pratiques d'agriculture durables, limitant les impacts sur la biodiversité.

Le Groupe MOM a ainsi mis en place depuis plusieurs années diverses actions pour contribuer au développement de méthodes d'agriculture raisonnée dans les vergers auprès desquels il s'approvisionne.

Ces divers engagements en faveur d'une agriculture raisonnée concernent à date principalement les fruits frais provenant de France et des États-Unis, qui constituent les deux principaux pays d'approvisionnements pour MOM.

Engagements et plan d'actions

Encourager une agriculture raisonnée pour préserver la biodiversité

Le Groupe MOM a ainsi atteint à fin 2019 son objectif de s'approvisionner, en France, en pommes fraîches exclusivement auprès de vergers labellisés Vergers Écoresponsables, ce qui représente environ 55 % du total des approvisionnements en pommes du Groupe. Cette démarche fournit au Groupe l'assurance du respect de six grands engagements par ces vergers labellisés :

- favoriser la biodiversité du verger ;
- privilégier des méthodes de lutttes biologiques ;
- adopter des méthodes d'agriculture raisonnée ;
- récolter les pommes à la main à maturité optimale ;
- garantir la traçabilité du verger au point de vente ;
- faire contrôler le respect de ces bonnes pratiques par un organisme tiers indépendant.

Dans ce cadre, le Groupe encourage le recours à des méthodes de biocontrôle visant à protéger les végétaux par l'utilisation de mécanismes naturels. Ceux-ci permettent de limiter l'utilisation des traitements phytosanitaires, en favorisant le recours à des alternatives plus naturelles, protégeant ainsi la biodiversité autour des vergers. Le Groupe a ainsi choisi de tester la confusion sexuelle pour les insectes nuisibles aux pommes, la mise en place de nichoirs à mésanges qui se nourrissent d'insectes ravageurs, ou encore d'hôtels à insectes.

Afin d'appuyer cette démarche, le Groupe suit l'indicateur de fréquence de traitements phytosanitaires (IFT) et participe au suivi de l'évolution de la biodiversité via l'Observatoire agricole de la biodiversité (OAB) dans ses vergers.

Aux États-Unis, le Groupe MOM suit de près les attentes des consommateurs et adapte son offre en conséquence. En 2020, les approvisionnements en pommes fraîches labellisées « *Organic* » ont représenté environ 22 % du total des achats de pommes du pays.

Cultiver ses propres vergers et entretenir une relation de confiance avec ses agriculteurs partenaires

Pour tirer le meilleur des fruits, il faut avoir une connaissance approfondie de la façon dont ils sont cultivés. C'est pourquoi 25 % des approvisionnements en pommes fraîches de France proviennent de vergers dédiés, qui font l'objet d'une contractualisation à long terme (de 3 à 15 ans) avec des agriculteurs partenaires. Ce mode de contractualisation permet à MOM de sécuriser ses approvisionnements, d'enrichir son expertise et d'expérimenter des méthodes d'agriculture raisonnées innovantes, tout en soutenant la filière des producteurs de pommes, en s'engageant sur un prix (réindexé) et une durée. L'ensemble des vergers dédiés font l'objet de diagnostic biodiversité via l'OAB.

Développer des gammes en ligne avec ses engagements


Le Groupe fait évoluer son portefeuille de produits au service du snacking sain et responsable pour tous, en développant une offre biologique, locale et sans sucre ajouté.

Ainsi, les marques Materne et Pom'Potes s'engagent à s'approvisionner à 100 % en pommes françaises pour leurs gammes de compotes certifiées bio dès 2021.

Par ailleurs, afin d'améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits, le Groupe MOM propose à présent, pour la majorité de ses gammes, une offre additionnelle de produits sans sucres ajoutés. Ainsi, en 2020, 67 % des produits proposés par les marques Materne et Pom'Potes sont sans sucres ajoutés. MOM s'est fixé l'objectif d'accroître cette part à 80 % en 2021, puis à 100 % d'ici 2025.

En juin 2020, ces deux marques ont lancé deux nouvelles gammes à destination des adultes, « Pom'Potes Recettes du Monde » et « Materne Céréales & Graines », élaborées sans sucres ajoutés, sans conservateurs et sans arômes artificiels.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2020	Avancement
Offrir le meilleur des fruits	Part des achats de fruits issus de vergers labellisés Vergers Écoresponsables en France	-	42,3 %	100 %	100 %	

FAITS MARQUANTS 2020

- Collecte du lait dans un nouveau bassin laitier au Canada.
- Conception d'un cadre de développement durable des filières végétales pour tous les produits fabriqués par le Groupe.
- Réalisation d'un diagnostic Carbone dans plus de 50 % des exploitations laitières.

PRIORITÉS 2021

- Structurer une politique Groupe sur l'approvisionnement responsable des ingrédients végétaux.
- Poursuivre l'étude de faisabilité du pâturage en Pologne.
- Poursuivre les diagnostics carbone et mettre en place des plans d'actions pour réduire les émissions de gaz à effet de serre au niveau des exploitations laitières.
- Poursuivre le développement de l'agriculture régénératrice (identification et déploiement de bonnes pratiques déjà mises en place ou à mettre en œuvre).



CONCEVOIR DES EMBALLAGES RESPONSABLES

Définition de l'enjeu

Depuis près d'un siècle, la portion individuelle est au cœur du modèle d'entreprise de Bel. Ce format d'emballage possède de nombreux atouts pour permettre au Groupe de favoriser une alimentation plus saine et responsable pour tous :

- en préservant la qualité et la sécurité des aliments sur de longues durées (voir paragraphe 3.1 « Proposer des produits de qualité et de sécurité optimales ») ;
- en limitant la surconsommation et en proposant aux consommateurs des apports nutritionnels adaptés à leurs besoins (voir paragraphe 3.2 « Encourager de meilleures habitudes alimentaires et inciter à des modes de vie plus sains ») ;
- en contribuant à réduire le gaspillage alimentaire (voir paragraphe 6.4 « Lutter contre le gaspillage alimentaire ») ;
- en permettant au plus grand nombre de pouvoir s'offrir ces produits (voir paragraphe 7. « Renforcer l'accessibilité de ses produits »).

Depuis 2019, le Groupe Bel a décidé d'inclure la cire dans ses chiffres, bien que celle-ci ne soit pas réglementairement considérée comme un emballage. Ainsi en 2020, les emballages du Groupe sont majoritairement composés de matériaux à base de papier (dont briques), à hauteur de 70 %, puis de plastique (13 %) de cire (12 %) et d'aluminium (6 %) ⁽¹⁾.

Néanmoins, Bel est conscient des défis environnementaux posés par l'utilisation d'emballages individuels : c'est pourquoi le Groupe a pour ambition de limiter l'impact environnemental de ses emballages tout en améliorant la gestion de la fin de vie des produits. En 2019, le Groupe a donc érigé son engagement pour des emballages responsables au rang des cinq défis prioritaires de sa signature *For All. For Good* d'ici 2025.

Politiques

Depuis 2018, Bel dispose d'une politique « Emballages responsables » ⁽²⁾ qui définit des lignes directrices pour réduire l'impact environnemental des emballages à chaque étape de la vie de ses produits, depuis leur conception jusqu'à leur fin de vie. Au cours de l'année 2020, Bel a procédé à une évaluation fine des emballages utilisés pour l'ensemble de son portefeuille de produits. Cette approche a permis au Groupe d'affiner sa stratégie et les cinq objectifs fixés à horizon 2025, à savoir :

- réduire et simplifier la composition des emballages, en mettant systématiquement en œuvre une démarche d'écoconception incluant la fin de vie ;
- prioriser systématiquement les matières premières végétales ;
- utiliser exclusivement des matériaux papier-carton soit recyclés, soit issus de fibres vierges certifiées ou de l'agriculture durable afin de préserver l'environnement et lutter contre la déforestation ;
- 100 % des emballages sont écoconçus pour être prêts au recyclage ou biodégradables, en fonction des filières existantes dans les pays où les produits sont distribués ;
- faciliter et encourager les gestes de tri et de recyclage en communiquant auprès des consommateurs et en nouant des partenariats pour développer les filières et la valorisation des déchets d'emballage dans tous les pays où le Groupe est implanté.

À l'horizon 2030 Bel souhaite aller encore plus loin en développant des concepts d'emballages réutilisables, comestibles, biodégradables, etc. L'écoconception sera basée sur deux piliers fondamentaux : l'impact environnemental neutre de nos emballages sur l'ensemble de leur cycle de vie et l'expérience unique et mémorable qu'ils délivreront. Définie en 2020, cette vision ambitieuse fixe un nouveau cap pour le Groupe, et vient compléter la politique « Emballages responsables » existante, en précisant les leviers, challenges et outils qui permettront au Groupe de converger vers cette ambition d'ici 2030, tout en assurant la satisfaction du consommateur et la préservation de la qualité et la sécurité des produits.

Gouvernance

La politique emballages responsables est portée par la Direction Innovation packaging, au sein de la division RID ⁽³⁾, et la Direction RSE. La Direction Innovation packaging travaille sur la conception des packagings par typologie de produits. En complément, Bel a constitué en 2020 une équipe de cinq ingénieurs entièrement dédiés aux projets de rupture et à la vision 2030 du Groupe. Ces équipes collaborent de manière étroite avec les marques, et s'assurent de l'intégration du volet « emballages responsables » dans leur feuille de route RSE.

⁽¹⁾ Les données chiffrées présentées dans ce paragraphe n'incluent pas MOM et ne couvrent que partiellement Safilait et Bel Rouzaneh.

⁽²⁾ <https://www.groupe-bel.com/wp-content/uploads/2019/10/emballages-responsable.pdf>.

⁽³⁾ Recherche, Innovation, Développement.

5.1. ÉCOCONCEVOIR SES EMBALLAGES ET UTILISER DES MATÉRIAUX PLUS DURABLES

Plan d'actions

Réduire et simplifier la composition des emballages via l'écoconception

L'éco-conception des emballages constitue un pilier fondamental de la stratégie de Bel, qui l'applique à toutes les étapes de la vie d'un emballage, depuis sa conception jusqu'à sa fin de vie. A travers l'éco-conception, le Groupe agit sur deux leviers clés : la réduction des quantités d'emballages utilisés à la source au minimum jusqu'au développement du vrac, et la simplification de la composition des emballages, en privilégiant les emballages mono-matériaux et en limitant le nombre de petits matériaux secondaires. En 2020, plus de deux tiers du portefeuille produits a été scanné au crible d'une grille d'éco-conception développée par Bel, afin de réaliser un diagnostic précis de la situation actuelle.

Sur les dernières années, les efforts déployés par Bel ont permis de réduire l'épaisseur des feuilles d'aluminium des portions La Vache qui rit et Kiri qui ne sont plus que de 10 à 12 microns, et de réduire de 9 % la quantité de plastique utilisée dans l'emballage de la barquette de Leerdammer en tranches. En 2020, Bel a travaillé sur la marque Boursin pour supprimer la couche en plastique polyéthylène de son étui et réduire ainsi la quantité d'emballage utilisés. Au total, à fin 2020, plus de deux tiers du portefeuille produits a fait l'objet d'un diagnostic éco-conception.

À partir de 2021, cette approche globale de l'éco-conception sera systématiquement appliquée pour tous les emballages mis sur le marché à tous les stades de conception (lors de l'innovation, de l'activation ou de la rénovation), et en prenant en compte la réalité du marché auquel le produit est destiné, afin de trouver les solutions les plus adaptées. Bel va lancer en 2021 un outil d'analyse de cycle de vie coconstruit avec le cabinet de conseil expert en ACV Quantis, et un Guide d'éco-conception pour permettre aux équipes intervenant dans la conception des emballages de prendre les choix les plus responsables, en accord avec la politique du Groupe.

Sur le plus long-terme, Bel a l'ambition de progressivement faire disparaître les emballages de ses produits. Le Groupe est mobilisé dès à présent pour trouver des solutions innovantes. Par exemple, en 2020, Bel a lancé le Babybel en vrac dans des magasins pilotes du réseau Day by Day en France.

Prioriser les matériaux à base de matière végétale

Toujours dans cette approche d'écoconception, Bel souhaite privilégier systématiquement les matériaux à base de matières végétales et biodégradables, en priorisant un approvisionnement plus local quand cela est possible et en limitant au maximum le recours au plastique. En 2020, Bel utilise déjà 70 % de matériaux à base de matières végétales.

Toutefois, lorsque l'utilisation du plastique s'avère nécessaire, par exemple pour des raisons techniques ou pour assurer un niveau de conservation optimale, Bel applique les lignes directrices suivantes :

- limiter les quantités de plastique utilisées au strict minimum ;
- 100 % du plastique utilisé doit être prêt au recyclage afin de favoriser son intégration dans l'économie circulaire :
 - en 2020, c'est déjà le cas pour 62 % du plastique utilisé par le Groupe. Le Groupe développe des innovations pour favoriser la recyclabilité : ainsi en 2020, une innovation a été lancée sur la gamme Mini Babybel en Europe afin d'utiliser une cellophane biosourcée home compostable ;
- quand cela ne compromet pas les exigences de qualité et de sécurité des produits et techniquement faisable, un approvisionnement en plastique recyclé doit être privilégié afin de réduire le besoin d'extraction fossile nécessaire à la production de plastique vierge :
 - le Groupe s'est ainsi engagé à passer à 50 % de rPET dans les barquettes de tranches Leerdammer en PET d'ici 2025,
 - en 2020, Bel a considérablement augmenté la part de plastique recyclé contenu dans l'emballage de la marque Leerdammer, la faisant croître de 24 % à 30 % de rPET. Au Portugal, la marque Limiano du Groupe s'est distinguée par l'intégration de 30 % de plastique recyclé postconsommation (PRC) issu de bouteille en PET recyclées, dans les emballages de ses produits de snacking ;
- aucun plastique provenant des usines de Bel ne doit être mis en décharge.

Utiliser des matériaux recyclés, certifiés, ou provenant de sources durables

Utiliser des matériaux papier-cartons recyclés ou des fibres vierges certifiées

Le Groupe travaille à ce que 100 % des matériaux papier-cartons utilisés dans la composition des emballages proviennent de fibres soit recyclées, soit certifiées ou issues de l'agriculture durable, afin de préserver les écosystèmes naturels, et de lutter contre la déforestation (voir paragraphe 6.2 « Préserver la biodiversité, et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes »). Par exemple, le papier utilisé par le Groupe intègre soit des fibres recyclées soit des fibres vierges certifiées comme étant issues de forêts gérées durablement et préservant la biodiversité (FSC, PEFC, SFI, CSA, etc.).

En 2020 :

- 96 % des emballages en papier/carton de Bel intègrent plus de 85 % de fibres recyclées et/ou sont d'origine certifiée ;
- 3 % des emballages en papier/carton intègrent majoritairement des fibres recyclées et/ou sont d'origine certifiée ;
- moins de 1 % des emballages en papier/carton sont en fibres vierges non certifiées du fait principalement d'absence d'offre locale et pour lesquels des alternatives sont à l'étude.

Une approche spécifique pour l'aluminium et la cire

Pour d'autres matières premières comme l'aluminium et la cire, Bel développe des approches sur-mesure.

L'aluminium représente seulement 6 % des tonnages d'emballage du Groupe, mais occupe une place symbolique dans le portefeuille de marques Bel puisque la majorité des produits Bel est emballée avec de l'aluminium et qu'il est le matériau le plus lourd en poids carbone parmi l'ensemble des matériaux utilisés par le Groupe (24 % du poids carbone des emballages). C'est pourquoi le Groupe contribue activement à sa

gestion responsable, et est membre actif de l'initiative Aluminium Stewardship Initiative depuis 2017 (ASI). Bel travaille actuellement à la certification de son usine à Sablé-sur-Sarthe.

Par ailleurs, bien que la cire ne soit pas considérée comme un emballage d'un point de vue réglementaire, Bel s'est fixé pour objectif d'identifier et de développer des alternatives biosourcées et biodégradables d'ici 2025. Bel explore actuellement plusieurs pistes (cires à base de matières biosourcées), avec la participation de ses fournisseurs, à travers une approche d'innovation ouverte.

5.2. ENCOURAGER ET FACILITER LE RECYCLAGE DES EMBALLAGES

Plan d'actions

100 % des emballages sont éco-conçus pour être prêts au recyclage et/ou biodégradables, selon le pays de destination

Afin de contribuer à la dynamique d'économie circulaire et d'optimiser la fin de vie de ses produits, le Groupe vise à ce que 100 % de ses emballages soient éco-conçus pour être prêts au recyclage et/ou biodégradables d'ici 2025. Ainsi, dès la phase de conception des emballages, Bel va étudier les filières existantes dans les pays de distribution de ses produits, et choisir la solution la plus favorable d'un point de vue environnemental et la plus adaptée aux réalités du pays (recyclabilité ou biodégradabilité).

Pour y parvenir, le Groupe favorise en priorité les matériaux à base de papier et d'aluminium, tous deux 100 % prêts au recyclage. Par ailleurs, en ce qui concerne le plastique, Bel favorise les emballages mono-matériau pour garantir leur recyclabilité.

Par ailleurs, Bel va lancer en 2021 un outil d'analyse de cycle de vie coconstruit avec Quantis, qui lui permettra d'identifier, dès la phase de conception, la solution la moins impactante pour l'environnement, en fonction du pays où le produit est distribué.

En 2020, 82 % des emballages des produits Bel sont prêts au recyclage et/ou biodégradables. La performance en retrait par rapport à 2019 s'explique principalement par le changement de comportement à l'achat du consommateur dans le cadre de la Covid-19. En effet, les achats en vrac et les packagings de grand format en carton ou en brique ont été délaissés au profit de produits dont les emballages ne sont pas prêts au recyclage et/ou biodégradable.

Dans une dynamique d'amélioration continue et de transparence, il est également à noter que le Groupe MOM réalise depuis cette année le reporting sur cet indicateur.

Encourager et faciliter le recyclage

En communiquant clairement auprès des consommateurs

Bel souhaite aider ses consommateurs à adopter les bons gestes de tri, afin de garantir des conditions

d'élimination des emballages optimales. C'est pourquoi les consignes de tri sont visibles sur les emballages ou les sites des marques du Groupe. Dans les pays où les filières n'existent pas à ce jour, le Groupe modifie progressivement ses emballages pour préconiser des gestes citoyens et éviter les déchets jetés dans la nature.

Ainsi, aux Etats-Unis en 2020, Bel a rejoint l'initiative *How2Recycle*, qui vise à établir un système d'étiquetage normalisé afin de communiquer clairement les instructions de recyclage aux consommateurs. Plusieurs produits distribués par le Groupe sont désormais porteurs des logos développés par cette initiative.

En nouant des partenariats pour développer les filières et la valorisation des déchets d'emballages


Bel accompagne le développement de filières de collecte et de recyclage à travers diverses initiatives.

Ainsi, le Groupe a rejoint en 2020 le « Pacte national sur les emballages plastiques » soutenu par le Ministère de la transition écologique français, plusieurs ONG, des acteurs de la grande distribution et des industriels. Les signataires du Pacte s'engagent à travailler ensemble pour éliminer les emballages plastiques problématiques et inutiles, accélérer le recyclage des emballages plastiques, développer le réemploi, incorporer des matières premières recyclées et favoriser l'écoconception. Les entreprises signataires devront rendre compte de manière annuelle et publique sur 15 indicateurs quantitatifs définis par le Pacte.

Le Groupe a également rejoint en 2020 la coalition « *Consumer Goods Forum* » pour soutenir le développement de filières à responsabilité élargie des producteurs dans les pays où le Groupe distribue ses produits.

Enfin, le Groupe est un membre actif du Club de l'emballage léger en aluminium et acier (CELAA) qui vise à améliorer le tri et le recyclage des petits emballages en aluminium et en acier en France, en partenariat avec Citeo et a co-créé l'Areme, une initiative similaire en Belgique, depuis 2016. De plus depuis 2019, Bel Maroc travaille à la co-création d'une « Alliance pour l'innovation et le recyclage des emballages ».

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables	Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables	81 % ^(a)	84 % ^(a)	82 % ^(a)	100 % ^(a)	
	Hors cire	92 % ^(a)	94 % ^(a)	92 % ^(a)	100 % ^(a)	
	MOM			53 %	100 %	

(a) Hors sous-traitance, hors MOM.

FAITS MARQUANTS 2020

- Développement de la vision 2030 du Groupe, avec l'ambition que l'emballage du futur doit être conçu pour disparaître.
- Expérimentation du Mini Babybel en vrac dans quelques magasins pilotes du réseau Day By Day en France.
- Utilisation d'une cellophane biosourcée compostable pour la gamme Mini Babybel en Europe.
- Augmentation de la part de plastique recyclé contenu dans l'emballage de la marque Leerdammer de 24 % à plus de 30 % de rPET.
- Intégration de 30 % de plastique recyclé postconsommation (PRC) dans les emballages des produits de snacking de la marque Limiano.

PRIORITÉS 2021

- Appliquer les principes d'écoconception de manière systématisée pour tous les emballages mis sur le marché.
- Rendre le guide d'écoconception distribué aux équipes packaging plus opérationnel, pour permettre aux équipes de faire systématiquement les choix les plus responsables, en accord avec la politique Groupe.
- Lancer un outil d'analyse de cycle de vie.
- Poursuivre les recherches autour de la cire et de la suppression progressive des emballages.



LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

6.1. LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Définition de l'enjeu

Le changement climatique constitue l'un des principaux enjeux de notre temps. C'est pourquoi Bel considère que la lutte contre le changement climatique est un enjeu stratégique prioritaire pour le Groupe, impliquant un besoin d'agir durablement pour transformer l'Entreprise (passant notamment par une évolution du mix produit et du mix énergétique).

Membre depuis 2017 de l'initiative Science Based Targets, les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) du Groupe ont été validés en 2019. Ces objectifs de réduction sont en ligne avec l'Accord de Paris et couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur du Groupe, depuis l'amont agricole jusqu'au transport, l'emballage.

Par ailleurs, en matière de reporting climat, Bel reconnaît les recommandations formulées par la TCFD⁽¹⁾. Un plan d'action sera déployé pour aligner le reporting climat avec ces recommandations.

Aperçu du bilan carbone global de Bel

Le bilan carbone global du Groupe, actualisé en 2020 en suivant les lignes directrices du *Greenhouse Gas Protocol*⁽²⁾ a permis d'estimer le total des émissions du Groupe pour l'année 2019 à 6 millions de tonnes d'équivalent CO₂. Il démontre que la production de matières premières représente 72 % des émissions totales du Groupe, viennent ensuite les émissions générées par le transport amont et aval (13 %), les emballages (4 %) et les scopes 1 & 2 (4 %)⁽³⁾. La diminution des émissions de gaz à effet de serre constatée sur le scope 3 s'explique principalement par une diminution des émissions liées au lait et matières premières laitières, grâce aux plans d'actions déployés sur l'amont laitier durable, à l'accélération du développement de produits à base de matières premières végétales, et aux diagnostics carbone réalisés sur les fermes⁽⁴⁾.

Répartition des émissions de gaz à effet de serre de Bel sur l'ensemble de la chaîne de valeur

Quantité totale estimée = 6 millions de tonnes éq. CO₂

	2018	2019
Scopes 1 & 2 ^(a)	3,5 %	3,8 %
Scope 3 ^(b)	96,5 %	96,2 %
• Dont Achat de matières premières	72,3 %	71,5 %
• Dont Achat d'emballages de produits finis	3,8 %	4,1 %
• Dont Production sous-traitée	3,9 %	2,7 %
• Dont Achats d'autres biens et services	2,3 %	2,8 %
• Dont Achats de biens d'équipement	1,2 %	0,9 %
• Dont Transport amont (matières premières et emballages) ^(c)	4,8 %	4,9 %
• Dont Transport aval (produits vendus et coproduits) ^(d)	7,3 %	8,3 %
• Dont Produits vendus (seconde transformation ou fin de vie des produits/emballages)	0,8 %	0,9 %

(a) Le « scope 1 » correspond aux émissions directes liées à la combustion des énergies fossiles (pétrole, gaz, charbon) utilisées dans les usines du Groupe et celles générées par les fuites de fluides frigorigènes des installations ; ce périmètre intègre aussi les émissions des véhicules que le Groupe possède ou contrôle. Le « scope 2 » correspond aux émissions indirectes liées aux productions achetées d'électricité, de chaleur et de froid.

(b) Le « scope 3 » correspond aux autres émissions indirectes, notamment les achats de matières premières, les emballages de produits finis, le transport amont et aval. Certaines émissions quantifiées mais négligeables n'ont pas été intégrées au tableau ci-dessus (traitement des déchets générés par les opérations, déplacements professionnels et domicile/travail...).

(c) Matières premières, emballages et autres intrants.

(d) Produits vendus et coproduits.

⁽¹⁾ Task Force on Climate-related Financial Disclosures. Voir « Annexe 2 : Table de correspondance avec les 11 recommandations de la TCFD ».

⁽²⁾ <http://ghgprotocol.org/>

⁽³⁾ Ce bilan carbone n'intègre pas les impacts de la transformation des coproduits du Groupe lorsqu'ils sont vendus à des tiers.

⁽⁴⁾ Ces diagnostics permettent au Groupe d'utiliser des facteurs d'émissions spécifiques, plus précis que les facteurs d'émissions génériques utilisés jusqu'alors.

Organisation et gouvernance

La stratégie Climat de Bel est portée par la Direction de l'environnement du Groupe et la Direction RSE

travaillant en collaboration étroite avec différentes Directions industrielles, ingénierie, achat, logistique, RID.

Type	Risques liés au changement climatique	Impact financier potentiel	Impact sur la stratégie du Groupe
Risques de transition	Risques réglementaires		
	Risque à long-terme Entrée en force de nouvelles réglementations relatives à l'énergie, aux émissions de gaz à effet de serre ou au prix du carbone.	Ces réglementations pourraient augmenter les coûts opérationnels pour Bel.	Bel a défini sa trajectoire 2 °C dans le cadre de l'initiative <i>Science-Based Targets</i> . Le Groupe met en place des plans d'actions pour réduire les émissions de gaz à effet de serre générées par ses activités directes et indirectes (voir section « Plans d'actions » ci-dessous). Des ressources financières sont allouées dans un plan d'investissement pluriannuel pour tenir les engagements SBTi.
	Risques réputationnels		
	Risque à long-terme Préférences des consommateurs pour des produits moins émetteurs de GES.	Ce risque pourrait impacter les ventes et parts de marché de Bel.	À travers son identité <i>For All. For Good</i> , le Groupe a l'ambition d'offrir à ses consommateurs une alimentation plus saine et responsable pour tous. Le Groupe a identifié pour cela cinq priorités, détaillées tout au long de ce document dont la lutte contre le changement climatique. Bel a pris la mesure de la nécessité de transformer ses marques et ses produits.
	Risques de marché		
	Risque à long-terme Volatilité du prix de l'énergie.	Ce risque pourrait augmenter les coûts opérationnels pour Bel (exemples : coûts de production et de transformation des matières premières et produits, coûts de stockage etc.).	Bel a pris des engagements forts pour réduire les consommations d'énergie tout au long de sa chaîne de valeur (voir section « Plans d'actions » ci-dessous).

Type	Risques liés au changement climatique	Impact financier potentiel	Impact sur la stratégie du Groupe
Risques physiques	Risques chroniques		
	Risque à long-terme <ul style="list-style-type: none"> Variabilité des précipitations pouvant affecter les réserves d'eau à proximité des bassins laitiers de Bel et sites de production industriels. Variabilité du climat et de la météo pouvant affecter l'approvisionnement, la qualité et le prix des matières premières agricoles utilisées (exemples : fruits). Variabilité des conditions pédoclimatiques pouvant affecter la production d'alimentation animale locale. Inadéquation entre territoire d'implantation et production laitière. 	<ul style="list-style-type: none"> Les bassins laitiers et sites de production de Bel pourraient manquer d'eau ou en recevoir en trop grande quantité, ce qui pourrait conduire à une hausse des coûts opérationnels et des difficultés de production. La variabilité du prix des matières premières pourrait engendrer une hausse des coûts pour Bel. L'impact sur la production d'alimentation animale pourrait augmenter les coûts de production du lait et produits laitiers. Les difficultés de production laitière pourraient engendrer une baisse de la disponibilité autour de sites industriels en lait. 	Bel met en place des actions pour augmenter la résilience de la production agricole (voir section « Plans d'actions » ci-dessous).
	Risques ponctuels Risque à long-terme <p>Risque d'exposition des bâtiments et installations du Groupe et de ses fournisseurs à des catastrophes naturelles (tremblement de terre, incendie, inondations, etc.).</p>	Ce risque pourrait engendrer la perte d'un site industriel stratégique et se traduire par des coûts opérationnels élevés et des difficultés de production.	<p>Bel prend en compte ces risques lors de la construction d'un nouveau site, en sélectionnant des lieux d'implantation moins exposés aux événements climatiques extrêmes et/ou en concevant des bâtiments adaptés.</p> <p>Par ailleurs, Bel a souscrit à une assurance « Dommages aux biens/ Pertes d'exploitation » qui couvre les installations du Groupe contre les conséquences d'événements naturels extrêmes (ex : tremblement de terre, tempêtes, inondation, pluies torrentielles, ouragans, etc.). Les conséquences pour Bel de la défaillance d'un de ses fournisseurs suite à un phénomène climatique extrême sont également couvertes. Enfin, les assureurs de Bel sont impliqués dès la conception des usines et réalisent des audits périodiques des installations du Groupe pour vérifier leur niveau de sécurisation, identifier les mesures à prendre le cas échéant et adapter les couvertures d'assurance aux besoins de chaque site.</p>

Politiques

Politique environnementale

Le Groupe dispose d'une politique environnementale interne formalisée depuis 2014, mais déjà initiée depuis 2008, qui présente les ambitions de Bel et fixe des lignes directrices pour les atteindre, sur les enjeux relatifs au climat et à l'eau. Suite à l'adoption de cette politique, le Groupe s'est fixé pour objectif de réduire ses émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble de sa chaîne de valeur et notamment d'atteindre la neutralité carbone sur ses scopes 1 & 2 à horizon 2025. Une politique encore plus ambitieuse sur les engagements liés à la lutte contre le changement climatique sera publiée en 2021.

Initiative Science-Based Targets

Le Groupe s'est engagé depuis 2017 dans l'initiative *Science-Based Targets* (SBTi), initiée par le *Carbon Disclosure Project* (CDP), le *World Resources Institute* (WRI), le WWF et le *Global Compact* des Nations Unies, pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble de sa chaîne de valeur (Scopes 1, 2 et 3). En 2019, Bel s'est fixé les objectifs suivants, validés par le Comité technique de l'initiative SBTi :

- réduire de - 42 % ses émissions sur les scopes 1 & 2 (en t eq. CO₂/tonne produits) d'ici 2030 par rapport à 2017 ;
- réduire de - 27 % ses émissions sur le scope 3 (en t eq. CO₂/tonne produits) d'ici 2030 par rapport à 2017.

Autres politiques

Plusieurs autres politiques adoptées par le Groupe contribuent indirectement à réduire les émissions de gaz à effet de serre de Bel : c'est par exemple le cas de la politique « Emballages responsables » (voir paragraphe 5. « Concevoir des emballages responsables »), « Préservation des forêts et des écosystèmes naturels » (voir paragraphe 6.2. « Préserver la biodiversité, et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes ») et des politiques relatives à l'amont laitier (voir paragraphe 4.1. « Agir pour un amont laitier durable »).

Plan d'actions

Réduire les émissions de gaz à effet de serre du Scope 3

Matières premières agricoles

Étant donné l'impact majeur des matières premières agricoles sur le bilan carbone global du Groupe (72 %), la réduction des émissions de GES liées à ce poste sera déterminante dans l'atteinte des objectifs définis dans le cadre de l'initiative *Science-Based Targets*.

Conscient de sa responsabilité et de l'impact de la production laitière sur l'environnement, le Groupe a donc fait de son engagement pour une filière laitière durable un axe prioritaire de sa stratégie de responsabilité sociétale. Afin de mettre en œuvre des actions concrètes et mesurables, Bel et le WWF France ont signé depuis 2012 un partenariat avec un objectif commun : limiter les impacts environnementaux liés à la production laitière (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »).

Bel utilise de nombreux outils (CAP2'ER, ANCA, Cool farm tool, etc.) pour mesurer l'impact environnemental des fermes laitières (voir paragraphe 4.1. « Agir pour un amont laitier durable »). Utilisés dans plus de 70 % des fermes réparties dans les différents bassins laitiers⁽¹⁾ du Groupe, ces outils ont permis de recenser de nombreuses pistes d'amélioration à proposer aux producteurs de lait. En créant une discussion privilégiée avec l'éleveur sur son impact environnemental, ces outils permettent également à Bel d'accompagner la transformation de ses fournisseurs.

Par ailleurs, l'accélération du positionnement du Groupe sur le segment végétal contribue aux objectifs globaux de réduction des émissions de GES sur toute la chaîne de valeur, en participant au rééquilibrage des parts d'alimentation d'origine végétale et animale et en développant des filières végétales durables qui encouragent l'agriculture régénératrice.

Transport/Distribution

Le Groupe optimise les étapes de transport de ses matières premières et de ses produits finis pour réduire non seulement ses émissions de gaz à effet de serre, mais aussi d'autres nuisances (congestion routière, bruit, etc.). Le schéma d'implantation de ses sites ainsi que ses flux logistiques permettent de réduire les distances amont (de lait liquide notamment) et aval (au plus proche des marchés de consommation).

Dans tous les pays, Bel travaille avec ses prestataires logistiques pour réduire le kilométrage à vide et pour optimiser le remplissage des camions et des containers, ainsi que les flux de transport. Le Groupe étudie également les alternatives au transport routier par des transports moins générateurs d'émissions de gaz à effet de serre.

En 2020, Bel est devenu partenaire du programme FRET 21, une initiative multipartite ayant pour objectif de réduire les émissions de gaz à effet de serre provenant du transport aval en utilisant différents leviers, notamment le transport multimodal, le taux de remplissage et des carburants verts.

Emballages

En tant qu'acteur majeur du snacking sain, Bel doit faire face aux défis liés aux emballages. Le Groupe a ainsi défini une politique « Emballages responsables » pour répondre à ces enjeux et réduire l'impact environnemental lié à leur utilisation (voir paragraphe 5. « Concevoir des emballages responsables »).

En avril 2020, le Groupe Bel a rejoint *Le Club des Entrepreneurs pour le Climat*, créé en 2019 par l'*Institut Orygeen*⁽²⁾, un groupe de chefs d'entreprises familiales françaises qui s'engagent dans la lutte contre le changement climatique sur des projets innovants et collaboratifs afin d'agir sur leur empreinte carbone. Bel participe ainsi à des groupes de travail comme le développement de l'utilisation des biocarburants, le transport amont/aval à hydrogène vert, la production et consommation d'électricité renouvelable locale via les PPA (*Power Purchase Agreement*).

Réduire les émissions de gaz à effet de serre des Scopes 1 & 2

Bilan des émissions de gaz à effet de serre Scopes 1 & 2

Les émissions de gaz à effet de serre des sites industriels du Groupe sont principalement liées aux processus de fabrication des différents produits et au mix énergétique utilisé. De manière plus marginale, les fuites de fluides frigorigènes ainsi que les consommations de carburants de la flotte de véhicules appartenant au Groupe contribuent également à émettre des gaz à effet de serre.

⁽¹⁾ À l'exception du bassin laitier canadien en cours d'étude.

⁽²⁾ L'Institut Orygeen est une association à but non lucratif, fondée en 2014, ayant pour mission d'inciter les industriels à agir sur leur performance énergétique. Pour cela, il mène différentes actions destinées à informer sur l'efficacité énergétique dans l'industrie et à valoriser les actions mises en place.

Le Groupe travaille sur ces différentes sources d'émissions pour diminuer l'intensité carbone de sa production et tendre vers la neutralité carbone de ses scopes 1 & 2 à horizon 2025. Pour cela, le Groupe a développé le programme Esabel (*Energy Saving At Bel*), qui permet à chaque site de suivre ses consommations et de bâtir des plans d'actions pour les réduire. Des audits sont régulièrement réalisés pour identifier des bonnes pratiques et suivre l'avancement des plans d'actions. En 2020, trois sites ont fait l'objet d'audits approfondis afin de définir des plans d'actions spécifiques à la transition et à l'efficacité énergétiques. De plus, 21 sites industriels ont mis en place un système de management de l'environnement certifié ISO 14001.

Les plans d'actions mis en place par les sites industriels de Bel suivent une approche en deux étapes :

1. réduction de l'empreinte énergétique de ses activités ;
2. recours aux énergies renouvelables.

Réduction des consommations énergétiques des sites industriels

Le Groupe se fixe des objectifs ambitieux pour réduire l'empreinte énergétique de ses sites. Une part des 8 millions d'euros investis pour réduire son empreinte environnementale dans ses sites de production en 2020 est dédiée à cette réduction ; près de 69 millions d'euros ont été investis entre 2009 et 2020 pour réduire l'empreinte environnementale.

Le programme Esabel (« *Energy Saving at Bel* ») permet à chaque site de disposer d'un recueil de bonnes pratiques, de suivre ses consommations et de bâtir des plans d'actions pour les réduire.

Pour diminuer sa dépendance aux énergies fossiles et limiter progressivement ses émissions de GES, Bel donne la priorité aux actions de réduction de ses consommations énergétiques : elles sont en effet à l'origine de 93 % des émissions générées par les sites industriels.

Les processus de production de produits laitiers sont en effet très consommateurs d'énergie, notamment

la pasteurisation du lait pour assurer une qualité irréprochable de cette matière première sensible aux contaminations bactériologiques et le stockage au froid des produits finis. Afin de limiter leur consommation d'énergie, les sites industriels récupèrent systématiquement l'énergie en fin de traitement pour l'utiliser en début de traitement. Dans le but d'améliorer l'efficacité énergétique des sites industriels, Bel a par exemple mis en place en 2020 deux projets de récupération de l'énergie à l'aide de pompes à chaleur. Cependant, depuis le début de la pandémie de Covid-19, les machines de production doivent être plus fréquemment arrêtées pour être désinfectées, limitant la récupération et augmentant la consommation d'énergie.

Recours à des énergies d'origine renouvelable

Le Groupe recourt par ailleurs aux énergies renouvelables, toujours en adéquation avec les enjeux locaux des sites (disponibilité des énergies d'origine renouvelable, faisabilité technique et impact économique).

Bel dispose ainsi de deux chaudières biomasse qui représentent aujourd'hui 11 % de la consommation d'énergie pour sa production de chaleur. En 2020, des capteurs photovoltaïques ont été installés sur son site Song Than 3 (Vietnam) et permettent de couvrir 7 % de la consommation du site.

De plus, le Groupe achète de l'électricité d'origine renouvelable pour les sites de Vale de Cambra (Portugal) et pour l'ensemble de ses sites industriels français (dont MOM à partir de 2021) et néerlandais, représentant 47 % de la consommation totale d'électricité du Groupe. Les sites de Chorzele (Pologne), Michalovce (Slovaquie), Brookings (USA), Leitchfield (USA) et Little Chute (USA) prévoient également d'acheter des certificats d'origine dès 2021.

Concernant le périmètre MOM, le site de Chef du Pont dispose d'une chaufferie biomasse, avec pour objectif que près de 70 % de la vapeur en soit issue d'ici 2021.

	2008	2018	2019	2020	Évolution 2008-2020
Consommation d'électricité (en MWh) ^(a)					
Électricité non certifiée d'origine renouvelable	247 340	189 570	180 935	176 105	- 29 %
Électricité d'origine renouvelable	-	151 141	152 260	155 194	
TOTAL ELECTRICITE	247 340	340 712	333 196	331 299	34 %
Dont électricité renouvelable	-	44,4 %	46 %	47 %	
Consommation de produits pétroliers, gaz et biomasse pour la production de chaleur et divers (en MWh PCI) ^(a)					
Produits pétroliers et gaz	543 381	503 023	518 208	513 284	- 6 %
Biomasse	-	71 746	70 604	65 846	
COMBUSTION EN POSTE FIXE	543 381	574 769	588 812	579 130	7 %
Dont biomasse	-	12,5 %	12 %	11 %	
Consommations d'énergie (en MWh/tonne produite) tous produits B-to-C et B-to-B ^(a)					
Électricité	0,68	0,43	0,41	0,41	- 39 %
Produits pétroliers et gaz	1,5	0,63	0,63	0,63	- 58 %
Biomasse	-	0,09	0,09	0,08	

(a) Total Groupe.

Répartition des émissions de gaz à effet de serre*	2018	2019	2020
Scope 1			
Liées à la consommation de fioul et de gaz	55,3 %	57,0 %	57,6 %
Liées à la consommation de biomasse	0,8 %	1,0 %	0,7 %
Liées aux fuites de fluides frigorigènes	2,8 %	3,0 %	2,2 %
Liées aux consommations de carburants de la flotte de véhicules appartenant au Groupe	4,2 %	4,0 %	4,2 %
Scope 2			
Liées à la production d'électricité achetée dans le Groupe	36,9 %	35,0 %	35,3 %

* Indicateur audité par les Commissaires aux comptes avec un niveau d'assurance raisonnable.

Émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2	2017	2018	2019	2020	Évolution 2008-2020	Évolution 2017-2020
kg éq. CO ² /tonne produite (tous produits B-to-B et B-to-C)	291	288	282	278	- 60 %	- 4,5 %
Tonnes éq. CO ₂	226 734	230 061	230 412	224 932	- 11 %	- 0,8 %

Enfin, en vue d'atteindre l'objectif de neutralité carbone sur ses scopes 1 & 2, les équipes du Groupe travaillent prioritairement à la réduction des émissions de gaz à effet de serre, jusqu'à l'atteinte d'un niveau incompressible d'émissions dans le cadre des activités de Bel. En parallèle de ces travaux, une stratégie de neutralisation est en cours de préparation.

Augmenter la résilience de la production agricole


Si les bassins laitiers ne sont pas tous égaux face aux effets du changement climatique, celui-ci se fait ressentir de plus en plus et partout dans le monde. Certaines zones où le Groupe opère sont ainsi en stress hydrique.

Pourtant, l'eau est une ressource indispensable à la production agricole, et l'agriculture peut avoir un


impact sur la qualité et la disponibilité de la ressource en eau. Afin d'augmenter la résilience des exploitations laitières, Bel souhaite mettre en place deux actions complémentaires : la réduction des besoins en eau et la mise en place de solutions pour satisfaire les besoins incompressibles tels que des changements des fourrages, des systèmes de stockage d'eau ou encore la mise en place de haies.

Ainsi, Bel participe au programme *Climalait* qui vise à apporter des solutions concrètes aux acteurs de la filière en France. Afin d'étendre cette démarche à l'ensemble de ses bassins de production, le Groupe se fixe comme objectif que 100 % des bassins laitiers aient défini des plans d'actions pour augmenter leur résilience au changement climatique et au stress hydrique à horizon 2025 (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »).

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Contribuer à réduire son empreinte carbone globale par la neutralité carbone de ses opérations ^(a)	Émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2 (kg éq. CO ₂ /tonne produite)	288	282	278	0	

(a) Scopes 1 et 2.

Les objectifs de Bel	KPI	2017	2018	2019	Évolution 2017-2019	Objectif de réduction 2017-2025	Objectif de réduction 2017-2030	Avancement
Réduire son empreinte carbone globale pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris ^(a)	Bilan carbone global (kg éq. CO ₂ /tonne produite)	8 653	8 198 ^(b)	7 433 ^(b)	- 14 %	- 15 %	- 27,5 % ^(c)	

(a) Scopes 1, 2 et 3.

(b) Le bilan carbone du scope 3 étant établi avec un an d'écart, seule la performance 2018 peut être présentée pour cet indicateur.

(c) Cet objectif de - 27,5 % en 2030 par rapport à 2017 pour les scopes 1, 2 et 3 est aligné avec l'objectif sur les scopes 1 et 2 (- 42 %) et l'objectif sur le scope 3 (- 27 %) validé par le Science Based Target.

FAITS MARQUANTS 2020

- Lancement de deux projets de récupération d'énergie par pompe à chaleur.
- Intégration au programme FRET 21 pour limiter les émissions carbone liées au transport.
- Préparation d'une nouvelle trajectoire ambitieuse à horizon 2035 sur la lutte contre le changement climatique.

PRIORITÉS 2021

- Poursuivre la transition énergétique des sites vers l'utilisation d'énergies renouvelables et le déploiement de solutions d'efficacité énergétique.
- Mettre à jour la politique environnementale.
- Construire les feuilles de route avec les sites industriels afin d'optimiser la gestion de l'énergie.

6.2. PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ, ET LUTTER CONTRE LA DEFORESTATION ET LA CONVERSION D'ÉCOSYSTÈMES

Définition de l'enjeu

En tant qu'acteur mondial du marché du snacking sain, laitier, végétal et fruitier en portions individuelles, Bel travaille au quotidien pour contribuer au défi de nourrir 10 milliards d'individus en 2050 sans compromettre les ressources de la planète. Ce défi ne pourra être relevé que si les entreprises intègrent pleinement la protection de la biodiversité dans le développement de leur activité.

La biodiversité peut être définie comme « la diversité au sein des espèces et entre espèces ainsi que celle des

écosystèmes »⁽¹⁾. Les espèces évoluent, interagissent, ce qui permet le fonctionnement des écosystèmes. De ce fonctionnement, les sociétés humaines retirent des services et des avantages écologiques de diverses natures : services d'approvisionnement (nourriture, matériaux, etc.), de régulation (pollinisation, stockage du carbone, épuration des eaux, etc.) et des services culturels (lien social, loisirs, identité, etc.)⁽²⁾.

Or cette biodiversité est en danger. Selon un rapport des Nations Unies publié en 2019, près d'1 million d'espèces sont menacées d'extinction dans un futur proche.

⁽¹⁾ United Nations, 1992.

⁽²⁾ Rapport WWF, *Into the wild* (p.16), 2019.

Bel dépend de cette biodiversité : par exemple plus de 75 % des cultures nécessitent la pollinisation par les insectes⁽¹⁾. C'est pourquoi Bel est convaincu qu'il est essentiel d'agir dès maintenant, en remettant le vivant au centre de ses considérations. Cette conviction s'est traduite en 2020 par l'adoption d'une politique biodiversité⁽²⁾ et d'un plan d'action afin d'embrasser l'ensemble des enjeux de la biodiversité et d'agir de manière responsable à toutes les étapes de la chaîne de valeur :

- Dès l'amont, là où sont produites les matières premières ensuite utilisées par le Groupe ;
- Dans les sites de production où les produits sont élaborés ;
- Et jusqu'à l'aval des activités, comme le devenir des emballages.

Parmi les enjeux de la biodiversité, Bel s'implique particulièrement dans la lutte contre la déforestation et dans la préservation des écosystèmes comme présenté dans sa politique sur les forêts et les écosystèmes naturels⁽³⁾. En effet, en tant qu'entreprise agro-alimentaire, le Groupe est conscient de sa responsabilité à adresser ces deux défis et s'engage à éliminer les risques de conversion⁽⁴⁾ d'écosystèmes naturels, incluant la déforestation, dans les chaînes d'approvisionnement de ses matières premières clés à horizon 2025.

Les matières premières clés dont la production pourrait contribuer, directement ou indirectement, à la déforestation et à la conversion d'écosystèmes naturels sont :

- L'alimentation animale (tourteaux de soja et Palm Kernel Expellers) utilisée par les producteurs laitiers partenaires pour nourrir leurs animaux ;
- Les matières premières végétales, dont les matières grasses végétales (huile de palme, soja, tournesol, colza, etc.), intégrées dans certaines recettes actuelles ou dans les développements futurs ;
- Les emballages à base de carton et papier utilisés pour emballer les produits ou à des fins marketing.

Politiques

Le Groupe Bel a publié en 2020 une politique, co-écrite avec le WWF France portant sur la préservation, la valorisation et la restauration de la biodiversité sur l'ensemble de sa chaîne de valeur⁽⁵⁾. Cette politique détaille les engagements du Groupe sur trois volets :

- d'une part, la volonté d'atteindre les objectifs fixés à horizon 2025 en matière de préservation et de restauration des écosystèmes naturels. Pour cela, le Groupe s'appuie notamment sur des politiques

dédiées : celle pour la préservation des forêts et des écosystèmes naturels⁽⁶⁾ qui fixe l'objectif ambitieux qu'aucune des matières premières clés du Groupe ne contribue à la déforestation ou à la conversion d'écosystèmes naturels d'ici 2025 ;

- D'autre part, l'engagement du Groupe à évaluer son empreinte biodiversité, pour fixer des objectifs robustes fondés sur une approche scientifique. Pour ce faire, le Groupe travaille à la définition de seuils écologiques locaux et à la mesure de son empreinte biodiversité globale, tout au long de sa chaîne de valeur ;
- Enfin, la volonté du Groupe d'améliorer son empreinte biodiversité, en mettant en place des projets de préservation, restauration et sensibilisation à la biodiversité en étroite collaboration avec ses partenaires œuvrant au quotidien dans les filières.

Plan d'actions

A toutes les étapes de sa chaîne de valeur, le Groupe identifie des leviers d'actions et projets en faveur de la biodiversité, et définit des objectifs à moyen et long-terme pour répondre aux défis posés.

Agir en faveur de la biodiversité

Bel s'engage à encourager et développer des filières responsables et à limiter au maximum l'impact de ses activités sur la biodiversité. Dans ce but, Bel participe à plusieurs initiatives collectives permettant la mise en mouvement et la synergie de l'ensemble des acteurs de sa chaîne de valeur.

Ainsi, Bel a rejoint les initiatives *Act4Nature France* et *Act4Nature International*, afin de définir des objectifs relatifs à la préservation de la biodiversité. Ces objectifs ont été validés par un Comité de pilotage formé d'entreprises, de réseaux d'entreprises, des pouvoirs publics, d'ONG environnementales et de scientifiques.

Par ailleurs, le Groupe a intégré en 2020 le *Science-Based Target Network (SBTN) Corporate Program*. De la même façon que le *SBT for Climate*, le collectif a pour but de concevoir une méthodologie de calcul robuste et scientifique permettant aux entreprises d'élaborer des objectifs alignés sur une trajectoire fondée sur les limites planétaires, celles de la biodiversité.

Enfin, le Groupe participe également au Laboratoire Capital Naturel animé par WWF France et la Chaire Comptabilité écologique portée par la Fondation AgroParisTech dont les objectifs sont de favoriser l'utilisation de ces outils de préservation de la biodiversité.

⁽¹⁾ The assessment report on pollinators, pollination and food production, IPBES, 2016.

⁽²⁾ La politique biodiversité est accessible sur le site internet du Groupe Bel (<https://www.groupe-bel.com/wp-content/uploads/2020/10/groupe-bel-politique-biodiversit-fr.pdf>).

⁽³⁾ La politique Bel sur les forêts et les écosystèmes naturels est également disponible sur le site internet du Groupe (<https://www.groupe-bel.com/wp-content/uploads/2019/10/forets-et-ecosystemes-fr.pdf>).

⁽⁴⁾ La conversion est le changement d'un écosystème naturel vers une autre utilisation des terres. Il comprend les enjeux de déforestation (perte de forêt naturelle).

⁽⁵⁾ Pour plus d'informations, la politique biodiversité est accessible sur le site internet du Groupe Bel (<https://www.groupe-bel.com/wp-content/uploads/2020/10/groupe-bel-politique-biodiversit-fr.pdf>).

⁽⁶⁾ Pour plus d'information, la politique Forêts et écosystèmes naturels est accessible sur le site du Groupe Bel (<https://www.groupe-bel.com/wp-content/uploads/2019/10/forets-et-ecosystemes-fr.pdf>).

Améliorer l'impact de la production des ingrédients qui entrent dans la composition des recettes du Groupe

Favoriser le pâturage

Bel encourage la pratique du pâturage dès que les conditions y sont favorables, car les pâturages sont des milieux où la biodiversité est particulièrement présente (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »). Le pâturage contribue notamment à diminuer la quantité de fourrage et de concentrés achetés pour les vaches laitières, et permet d'améliorer la qualité de l'eau qui s'infiltre dans les sols en rechargeant les nappes phréatiques et les cours d'eau qui en dépendent.

Développer des pratiques de culture durables

Le Groupe est activement engagé pour promouvoir des pratiques de culture durables comme par exemple la rotation des cultures et les couverts végétaux car ces pratiques permettent de préserver la biodiversité (voir paragraphes 4.1 « Agir pour un amont laitier durable » et 4.3 « Offrir le meilleur des fruits »). Dans le cadre de la définition, par une méthodologie SBTN, d'une trajectoire biodiversité, le Groupe travaille également à la définition de seuils écologiques à ne pas dépasser afin d'assurer la pérennité des espèces et des écosystèmes.

Encourager les exploitations associant cultures et élevages

A travers son programme *Farming For The Future*, Bel identifie des bonnes pratiques d'élevages auprès des éleveurs Bel dans des bassins laitiers pilotes. 9 projets ont ainsi été sélectionnés, mettant en œuvre des pratiques contribuant à la préservation de la biodiversité telles que la mise en place de pâturages en rotation, l'alimentation animale locale, l'autonomie protéique, de nouveaux mélanges de cultures (betteraves fourragères, lupin, fèves, pois) ou encore la réduction des fertilisants et la réutilisation du lisier.

Promouvoir l'agroforesterie

Le Groupe participe à la création de nouveaux espaces alliant agriculture et respect de la biodiversité en encourageant le développement de l'agroforesterie. Pour cela, Bel a notamment mis en place un mécénat avec le WWF France afin de sensibiliser, de former et de soutenir les éleveurs d'exploitations laitières aux différentes pratiques d'agroforesterie : la plantation de haies champêtres, de bandes boisées, d'arbres ou encore des plantations forestières.

Contribuer à la préservation des écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement

Bel s'est fixé pour objectif ambitieux d'éliminer les risques de contribution à la conversion d'écosystèmes des trois matières premières clefs identifiées que sont l'alimentation animale à travers les tourteaux de soja et les Palm Kernel Expellers (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »), la matière grasse végétale (voir paragraphe 4.2 « Recourir à la matière grasse végétale dans un cadre rigoureux ») et les emballages papiers et carton (5. « Concevoir des

emballages responsables »). Le Groupe évalue l'impact des approvisionnements dans les pays d'origine des matières premières à partir de données actualisées par le WWF-France. Ces données ont été mises à jour en 2020 et certaines origines ont changé de catégorie.

Limitier l'impact de l'élaboration des produits sur la biodiversité

Réduire les émissions de gaz à effet de serre des opérations

Afin de réduire son impact sur le changement climatique et la biodiversité, Bel travaille à la diminution de l'intensité carbone de sa production et à tendre vers la neutralité carbone de ses scopes 1 & 2 à horizon 2025 (Voir paragraphe « 6.1. Lutter contre le changement climatique »).

Préserver et valoriser la biodiversité sur les sites de production

Bel s'engage à préserver et valoriser la biodiversité sur ses propres sites de production en réalisant une analyse préliminaire avant l'implantation de chaque nouveau site, et ce partout dans le monde, avec des critères stricts sur la biodiversité. Une réflexion plus générale est menée par Bel pour prendre en compte la biodiversité et l'artificialisation des sols dans chaque orientation d'investissement.

Optimiser la gestion de l'eau en quantité et en qualité

Le Groupe met en place des actions pour préserver l'environnement autour de ses sites, en particulier en ce qui concerne ses rejets aqueux (voir paragraphe 6.3. « Utiliser durablement la ressource en eau »).

Optimiser la fin de vie des produits

Travailler sur l'avenir des emballages

Bel travaille à améliorer l'avenir des emballages de ses produits après consommation pour s'inscrire dans l'économie circulaire et réduire au maximum leur impact sur la nature et la biodiversité (voir paragraphe 3.5 « Concevoir des emballages responsables »).


Apporter des informations fiables et utiles au consommateur

Bel est engagé pour clarifier les consignes de tri aussi bien via l'emballage que via divers outils de communication (voir paragraphes 2.3. « Communiquer de manière responsable et transparente auprès de ses consommateurs » et 5. « Concevoir des emballages responsables »).

Réduction du gaspillage alimentaire

Bel participe activement à la réduction du gaspillage alimentaire tout au long de sa chaîne de valeur en travaillant sur les portions, les dates de consommation, le développement de recettes utilisant des coproduits, etc. (voir paragraphe 6.4 « Lutter contre le gaspillage alimentaire »).

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement	Impact des politiques d'approvisionnement sur les surfaces à risque (surface à risque de conversion évitée/surface cultivée à risque)	-	7,1 %	7,1 %	100 %	

FAITS MARQUANTS 2020

- Formalisation d'une politique biodiversité du Groupe co-construite avec le WWF France.
- Déploiement d'un projet-pilote avec WWF France et WWF Pays-Bas permettant de définir des seuils écologiques assurant la pérennité des espèces et des écosystèmes.
- Bel rejoint *Act4Nature France*, *Act4Nature International* et le *Science-Based Target Network*.

PRIORITÉS 2021

- Participer à la conception dans le cadre du programme *Science-Based Target Network (SBTN)*, d'une méthodologie de calcul robuste et scientifique de définition de trajectoire Biodiversité.

6.3. UTILISER DURABLEMENT LA RESSOURCE EN EAU

Définition de l'enjeu

La raréfaction de la ressource en eau affecte plus de 40 % de la population mondiale⁽¹⁾ : une proportion inquiétante et qui risque de s'aggraver en raison de la hausse des températures mondiales. Garantir d'ici 2030 l'accès de tous à l'eau, à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau constitue l'un des Objectifs de Développement Durable de l'ONU. Pour participer à cet effort collectif indispensable, Bel cherche à réduire régulièrement les consommations d'eau nécessaires à ses activités et à améliorer la qualité de ses rejets, à travers l'utilisation de technologies performantes. Plus en amont de sa chaîne de valeur, Bel cherche aussi des solutions pour renforcer la résilience des exploitations laitières face à la raréfaction de la ressource en eau dans certains bassins laitiers, engendrée par le changement climatique (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »).

Politiques

Le Groupe dispose d'une politique environnementale formalisée depuis 2014, qui présente les ambitions de Bel et fixe des lignes directrices pour les atteindre, sur les enjeux relatifs à l'eau et au climat. Une mise à jour de cette politique est prévue pour 2021.

⁽¹⁾ Source : Objectifs de développement durable de l'ONU.

Plan d'actions

Réduction des consommations d'eau de ses sites de production

Le Groupe se fixe des objectifs ambitieux pour réduire l'empreinte eau de ses sites. Une part des 8 millions d'euros investis pour réduire son empreinte environnementale dans ses sites de production en 2020 est dédiée à cette réduction; près de 69 millions d'euros ont été investis entre 2009 et 2020 pour réduire l'empreinte environnementale.

Le programme *Wasabel (Water Saving at Bel)* permet à chaque site de disposer d'un recueil de bonnes pratiques, de suivre ses consommations et de bâtir des plans d'actions pour les réduire. De plus, 21 sites industriels ont mis en place un système de management de l'environnement certifié ISO 14001.

Essentiellement gérée par le service public, l'eau potable entrant dans les usines du Groupe provient des cours d'eau de surface (rivières, lacs...) ou des eaux souterraines (nappes phréatiques).

Depuis le début de la Covid-19, les protocoles sanitaires imposent que les processus de lavage et de désinfection des machines de production soient plus fréquents, entraînant une hausse de la consommation par rapport à 2019. Cependant, les programmes mis en place ont permis de réduire de 48 % les consommations d'eau à la tonne produite entre 2008 et 2020.

Consommation d'eau	2008	2018	2019	2020	Évolution 2008-2019
En m ³ par tonne produite (tous produits B-to-B et B-to-C)*	12,53	6,52	6,34	6,48	- 48 %
En milliers de m ³ (a)	4 553	5 213	5 173	5 242	15 %

*Total Groupe.

Qualité des rejets dans les milieux naturels de ses sites de production

En diminuant leur consommation d'eau, les sites réduisent mécaniquement leurs rejets et en améliorent la qualité : plus le volume d'eau traité en station d'épuration est faible et plus la concentration en charge organique l'est aussi en sortie de station. Pour limiter ses impacts négatifs sur les milieux naturels et préserver la biodiversité, le Groupe s'assure que la quantité de charge organique présente dans les rejets des sites, ainsi que leur température sont conformes aux réglementations en vigueur. Les eaux usées sont soit traitées en interne soit traitées par un tiers après un prétraitement Bel. Chaque année, le Groupe dépense plus de 6 millions d'euros pour traiter ses eaux usées.

Par ailleurs, pour éviter tout rejet accidentel dans les milieux naturels, Bel protège les cours d'eau et les points d'écoulement des eaux fluviales jouxtant les sites par des aménagements dédiés.

Enfin, la majeure partie des boues issues des stations d'épuration est valorisée dans des filières de traitement appropriées. Les boues étant riches en éléments fertilisants, une partie d'entre elles est épandue sur des surfaces agricoles, principalement en France, dans le respect des réglementations locales, afin d'éviter toute pollution des eaux et des sols. Ces épandages sont soumis à des autorisations locales, qui précisent les obligations à respecter (plans et surfaces d'épandage, suivi agronomique, etc.).

Afin de limiter la propagation du virus lors de la pandémie de Covid-19, les sites industriels français ont suivi les recommandations de l'Anses. Ainsi, les eaux de vannes ont été séparées des eaux usées industrielles avant traitement, lorsque c'était possible, et dirigées vers des filières de traitement spécifiques. Des adaptations ont été apportées pour permettre une durée de stockage minimale avant épandage.

	2018	2019	2020	Évolution 2018-2020
Volume total d'eaux usées (en milliers de m ³) ^(a)	4 562 ^(b)	4 634 ^(b)	4 603	1 %
Traité en interne	2 079 ^(b)	2 143 ^(b)	2 195	3 %
Traité par un tiers avec d'autres effluents	2 483 ^(b)	2 403	2 408	- 3 %
Répandu en eaux brutes	ND	88	ND	-
Volume d'eaux usées par tonne produite				
En m ³ par tonne produite Tous produits B-to-B et B-to-C	5,7	5,75	5,69	- 0,1 %
Qualité de l'eau épurée (en tonnes) ^(a)				
Demande chimique en oxygène (DCO)	81,2 ^(c)	81,6 ^(c)	96,9	19 %
Matière en suspension rejetée	30,4 ^(c)	36,8 ^(c)	45,7	50 %
Azote global rejeté	13,0 ^(c)	12,9	24,7	90 %
Phosphore total rejeté	3,4 ^(c)	5,2	3,3	- 3 %
Coût du traitement des eaux usées (en milliers d'euros) ^(a)	5 561	5 731	6 173	
Épandage de boues de stations d'épuration ou d'eaux brutes ^(a)				
Matière sèche totale (en tonnes)	1 077 ^(d)	1 116	1 080	0,2 %
Azote (en tonnes)	96 ^(d)	96	93	3 %
Phosphore (en tonnes)	81 ^(d)	84	83	2 %

(a) Total Groupe.

(b) Données disponibles pour 27 sites qui représentent 74 % de la production totale du périmètre de ce reporting.

(c) Données disponibles pour 13 des 13 sites qui assurent un traitement complet pour un rejet au milieu naturel.


(d) Données disponibles pour 5 des 7 sites qui pratiquent l'épandage.

Réduction des consommations d'eau liées à la production agricole

Enfin, Bel est également mobilisé pour limiter les besoins en eau agricole, notamment pour les bassins laitiers situés en zone de stress hydrique. Le Groupe participe au programme français pilote Climalait et

lance des études dans les bassins laitiers prioritaires comme le Maroc et l'Iran pour définir des catalogues d'actions pour améliorer la résilience (voir paragraphes 4.1 « Agir pour un amont laitier durable » et 6.1 « Lutter contre le changement climatique »).

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Réduire l'empreinte eau de ses sites de production	Consommation d'eau par tonne de produits finis vs 2008	- 49 %	- 49 %	- 48 %	- 80 %	

FAITS MARQUANTS 2020

- Dégradation de la performance attendue en termes de réduction des consommations d'eau due aux procédures de désinfection suite à la Covid-19.
- Suivi des recommandations de l'Anses sur la gestion des rejets dans le milieu naturel lors de la Covid-19.

PRIORITÉS 2021

- Mettre à jour la politique environnementale.
- Construire les feuilles de route des sites industriels afin d'optimiser la gestion de la ressource en eau.

6.4. LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Définition de l'enjeu

Alors qu'une personne sur neuf – soit 795 millions de personnes – dans le monde reste aujourd'hui sous-alimentée⁽¹⁾, près de 30 % des aliments produits dans le monde pour la consommation humaine est gaspillée, ce qui représente environ 1,3 milliard de tonnes par an⁽²⁾.

Pour Bel, la lutte contre le gaspillage alimentaire constitue un enjeu sociétal, éthique et environnemental crucial, contribuant en partie à l'atteinte de l'objectif de développement durable (ODD) des Nations Unies « Faim Zéro ». Limiter le gaspillage fait depuis toujours partie intégrante du modèle même de Bel, la valorisation des coproduits étant à l'origine de certaines de ses marques cœur. La recette de La Vache qui rit a ainsi été inventée en 1921 pour valoriser des surplus de fromages. La recette du Kiri a, quant à elle, été initialement développée afin de réutiliser la crème qui se retrouve en excédent lors de la production de certains fromages. De plus, le format en portion individuelle fait également partie de l'ADN du Groupe et permet de lutter contre le gaspillage alimentaire en permettant une bonne conservation du produit, chaque portion correspondant à la juste dose.

Au-delà du développement de marques issues de la valorisation de coproduits et de produits en portion individuelle, le Groupe œuvre pour réduire le gaspillage alimentaire tout au long de sa chaîne de valeur, depuis la production et la collecte de ses matières premières jusqu'à la consommation des produits finis.

Politiques

Le Groupe a participé à l'élaboration de la Charte anti-gaspillage de l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA) qui constitue, à la fois pour Bel et pour toute entreprise du secteur, un recueil de bonnes pratiques visant à réduire le gaspillage alimentaire tout au long de la chaîne de valeur.

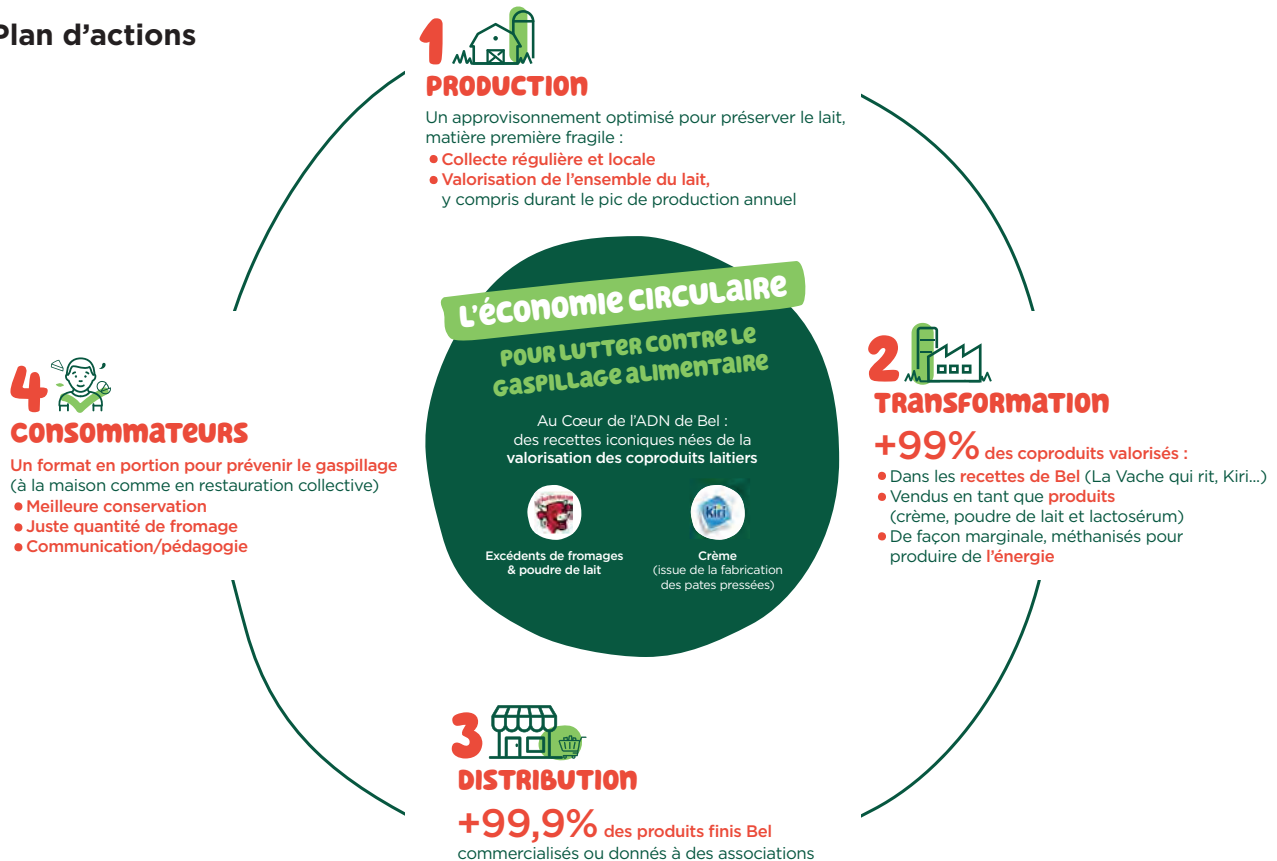
Par ailleurs, Bel a été l'un des premiers acteurs à rejoindre, à l'été 2019, l'initiative de Too Good to Go France en partenariat avec d'autres industriels et acteurs de la grande distribution, ayant abouti en 2020 à la formalisation et à la publication d'un Pacte portant sur la réduction du gaspillage alimentaire dû aux dates de consommation. Celui-ci intègre quatre axes de travail :

- éduquer et sensibiliser l'ensemble du public, de façon à faire comprendre qu'un produit dont la date de durabilité minimale est dépassée, peut encore être consommé ;
- clarifier la différence entre « date limite de consommation » et « date de durabilité minimale » pour une meilleure compréhension des consommateurs ;
- optimiser la valorisation des produits exclus des circuits de vente afin d'éviter le gaspillage engendré ;
- collaborer pour harmoniser les bonnes pratiques et optimiser les flux de distribution.

⁽¹⁾ <https://www.undp.org/content/undp/fr/home/sustainable-development-goals/goal-2-zero-hunger.html#targets>.

⁽²⁾ <http://www.fao.org/save-food/ressources/keyfindings/fr/>.

Plan d'actions



Production et collecte

Bel cherche à limiter au maximum les pertes de matières premières lors de la production agricole, notamment le lait qui est une denrée périssable fragile. Ainsi, le Groupe collecte localement et régulièrement (au maximum tous les trois jours) le lait auprès des éleveurs partenaires afin de réduire le temps écoulé entre la récolte et la transformation. La totalité du lait produit est collectée, même en cas de surproduction.

Transformation

De nombreux efforts sont effectués dans les usines du Groupe pour limiter au maximum la génération de déchets.

Le développement et la fabrication des produits (formulation, protocoles de traitements thermiques, conception d'emballages performants, etc.) sont réalisés de manière à conserver les qualités gustatives et sanitaires des fromages sur des durées de vie relativement longues. La mise en fabrication des produits finis est également ajustée avec les estimations de ventes pour éviter toute surproduction dont les débouchés ne seraient pas assurés.

Bel s'attache à valoriser les surplus de production laitière et tous les composants du lait collecté, notamment les coproduits de la production fromagère tels que la crème et le lactosérum. Par ailleurs, Bel génère dans tous ses cycles de fabrications des fromages déclassés (pour des raisons esthétiques principalement). Ces surplus de production et coproduits sont valorisés : ils

sont soit réutilisés dans les propres usines du Groupe, soit revendus pour entrer dans la fabrication d'autres produits, soit marginalement valorisés sous forme d'énergie (méthanisation). Au global, plus de 99 % des coproduits du Groupe sont valorisés.

Distribution

Logistique : Les cartons de regroupement et les plans de palettisation de Bel sont spécialement conçus pour que les produits soient bien protégés lors des nombreuses manipulations dont ils font l'objet (camions, containers, dépôts...) et conservent leur intégrité jusqu'à leur mise à disposition des consommateurs.

Les circuits de distribution sont optimisés : l'itinéraire de trajet est défini de sorte que le transport soit fait au plus court entre le lieu de production et le lieu de vente.

Vente et dons : La très grande majorité des produits est vendue dans les circuits de distribution classiques. Néanmoins, quand le Groupe fait face à des excédents de stocks, il met tout en œuvre pour ne pas détruire. Ils sont alors vendus via d'autres circuits ou donnés à des associations telles que les Banques alimentaires. En 2020, les dons de produits auprès d'associations effectués par les entrepôts Bel en Europe⁽¹⁾ se sont élevés à 673 tonnes, dont 372 tonnes en France. Considérant que le poids de la portion la plus commune chez Bel est de 25 grammes, Bel a ainsi fait don du fromage de plus de 27 millions de repas distribués par des associations en 2020.

⁽¹⁾ Portugal, Suède, Finlande, Norvège, Danemark, République tchèque, Allemagne, Autriche, Slovaquie, Espagne, Belgique, Suisse, Royaume-Uni, Irlande, Ukraine, Hollande.

Le Groupe s'est organisé pour permettre à ses sites et à ses dépôts logistiques d'effectuer des dons de produits à des banques alimentaires. Dans le contexte de la Covid-19, les équipes de Bel se sont mobilisées pour répondre aux besoins des populations les plus démunies et de nombreux dons de produits ont ainsi été réalisés (Voir paragraphe « 1.4 Une mobilisation de toute l'Entreprise pour faire face à la crise sanitaire »).

Partenariats : Bel France, et depuis 2020, Bel Portugal et Materna, travaillent en partenariat avec d'autres industriels et acteurs de la grande distribution dans le cadre de l'initiative *Too Good To Go*. Par ailleurs, le Groupe a rejoint en 2020 le *Consumer Goods Forum*, initiative internationale permettant à Bel de travailler main dans la main avec d'autres acteurs de l'agro-alimentaire dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Cette initiative a identifié trois priorités d'actions : élaborer un reporting harmonisé, lutter contre les pertes alimentaires à la récolte, et déployer l'initiative « 10X20X30 » (10 distributeurs engagent autour d'eux 20 fournisseurs pour diminuer de moitié le gaspillage alimentaire à horizon 2030).

Consommation

Chez le consommateur : Le gaspillage chez les consommateurs représente une part importante du gaspillage alimentaire. Selon la Commission Européenne, 42 % du gaspillage alimentaire en Europe se fait au sein du foyer⁽¹⁾.

Le format en portion individuelle représente un premier atout majeur dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, tant dans les foyers qu'en restauration collective. En effet, il permet une conservation optimale des produits, y compris lorsque la boîte de regroupement est entamée.

Un des facteurs clés du gaspillage alimentaire au sein des foyers est la mauvaise compréhension des dates de consommation. En effet, la moitié des consommateurs ne fait pas la différence entre « à consommer jusqu'au » et « à consommer de préférence avant »⁽²⁾. Bel considère la pédagogie, l'information, et la sensibilisation auprès des consommateurs comme de réels leviers d'action pour réduire le gaspillage alimentaire. C'est pour cette raison que le Groupe, dans le cadre du travail mené avec *Too Good To Go*, a œuvré pour l'intégration de messages d'information et d'explication sur la notion de date de durabilité minimale (DDM) et la différence avec la date limite de consommation (DLC). En 2020, 17 millions de boîtes rondes La Vache qui rit portaient ce message. Cette initiative a été étendue au Portugal, en Grande-Bretagne et pourra l'être à d'autres pays volontaires. Bel a également sensibilisé ses collaborateurs à la compréhension des dates de consommation à l'occasion de la Journée Mondiale de l'Alimentation, et les encourage à prendre part à ce combat.

FAITS MARQUANTS 2020

- Lancement du Pacte *Too Good To Go*.
- Explication des dates de consommations sur 17 millions de boîtes rondes La Vache qui rit en France.
- Participation à la coalition « *Fight against Food waste* » du *Consumer Goods Forum*.

PRIORITÉS 2021

- Poursuivre les engagements du Groupe dans le Pacte *Too Good to Go*, étendre les actions d'information et d'explication des dates de consommation à d'autres marques du Groupe et à d'autres pays.
- Travailler en partenariat avec les acteurs de la distribution à l'international via l'initiative 10X20X30 du *Consumer Goods Forum*.

⁽¹⁾ https://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/bio_foodwaste_report.pdf.

⁽²⁾ Pacte *Too Good To Go*.



RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DE SES PRODUITS

Définition de l'enjeu

Dans un contexte d'épuisement des ressources naturelles et d'accroissement de la population mondiale, le Groupe Bel est conscient du défi de nourrir demain 10 milliards d'individus à horizon 2050, alors qu'un quart de la population mondiale n'a toujours pas accès à une alimentation saine. Dans ce contexte, Bel a fait de l'accessibilité de ses produits l'un de ses engagements

stratégiques prioritaires, avec l'ambition de proposer une offre de qualité au plus grand nombre, partout dans le monde. Il ne s'agit pas seulement d'agir sur le prix, mais aussi d'adapter les recettes aux besoins nutritifs de tous et de s'ouvrir à de nouveaux canaux de distribution pour que les produits soient proposés au plus grand nombre.

7.1. ADAPTER SES PRODUITS AUX BESOINS DE TOUS

Le Groupe cherche à se développer sur de nouveaux marchés et à proposer des produits adaptés à de nouveaux consommateurs, notamment dans les pays émergents.

Adaptation des gammes aux besoins nutritionnels des consommateurs

Certaines populations à plus faible pouvoir d'achat sont souvent dans des situations nutritionnelles complexes, liant sous-nutrition et malnutrition. En ligne avec sa mission d'offrir des produits plus sains et plus responsables pour tous, y compris pour les populations ayant des revenus plus faibles, Bel a établi avec des experts externes en nutrition des produits avec des cahiers des charges nutritionnels spécifiques. Pour ces produits, la priorité est donnée à la fortification en vitamines et minéraux, pour contribuer à une meilleure couverture des apports nutritionnels des populations, comme en Afrique Subsaharienne, et adapter la liste des ingrédients pour garantir une qualité et sécurité sanitaire optimale. Bel souhaite ainsi apporter une valeur ajoutée nutritionnelle (nutriments spécifiques étudiés,

supériorité concurrentielle) tout en restant accessible au plus grand nombre (voir paragraphe 3.3 « Améliorer la qualité nutritionnelle des produits »).

De plus, Bel souhaite devenir un acteur pionnier sur le segment fromager biologique, en rendant le bio plus accessible à tous. Avec le lancement d'une offre Mini Babybel et La Vache qui rit bio, Bel a choisi de proposer prioritairement une offre bio pour les produits qui s'adressent principalement aux enfants. D'ici 2022, le Groupe souhaite continuer à se développer sur ce segment, pour toutes ses grandes marques internationales et en créant de nouvelles marques alliant accessibilité et responsabilité.

Par ailleurs, conformément à la volonté du Groupe de rendre ses produits accessibles au plus grand nombre, Bel lance dans certaines géographies des gammes plus accessibles et enrichies, afin d'apporter une valeur ajoutée adaptée aux besoins des populations locales. À titre d'exemple, Bel a lancé en 2020 en Algérie une gamme La Vache qui rit « Simply », au prix en phase avec le contexte économique et social du pays, associant matières premières laitières et végétales et enrichie en calcium, vitamine A et vitamine D.

7.2. RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DE SES PRODUITS EN DEVELOPPANT DES MODÈLES DE DISTRIBUTION INNOVANTS ET INCLUSIFS

Afin de s'adapter à la réalité des modes de consommation et d'approvisionnement, et proposer des aliments sains à une plus large partie de la population, Bel s'est positionné depuis plusieurs années sur de nouveaux canaux de distribution.

Ainsi, deux modèles de distribution innovants et inclusifs ont été développés par Bel :

- depuis 2013, Bel a lancé « *Sharing Cities* », un programme qui vise à compléter les canaux de commercialisation traditionnels par des réseaux de distribution alternatifs ancrés dans les pratiques d'achat locales, tout en améliorant la qualité de vie des vendeurs impliqués dans ce projet. Ainsi, dans 6 grandes villes de pays émergents, le Groupe s'appuie sur des réseaux existants de vendeurs de rue pour commercialiser ses produits. Il accompagne ces vendeurs dans le développement de leur activité et

de leur chiffre d'affaires, et leur offre l'accès à une couverture santé ou à des formations professionnelles.

- depuis 2019, Bel a développé un second modèle économique inclusif appelé « *Inaya* ». Il s'agit d'un programme de fidélité destiné aux détaillants déjà clients de Bel, leur donnant accès à des services d'assurance santé spécialement adaptés pour eux et leurs familles, à des tarifs privilégiés. Ce modèle a été développé au Maroc, et Bel prévoit de le déployer en Egypte.


Toutefois, le déploiement de ces deux programmes a été fortement impacté par les conséquences de la Covid-19 dans les pays émergents, puisque de nombreux vendeurs de rue ont été contraints de quitter les villes pendant les périodes de confinement, ce qui explique la diminution du nombre de participants à un programme d'inclusive business en 2020.

Ainsi, à fin 2020, le programme *Sharing Cities* dénombre 6 487 partenaires, dont près de 2 000 ayant accès à un service de santé (plus de 6 000 personnes en incluant les membres de leurs familles). De plus, les formations professionnelles du programme *Sharing Cities* se sont poursuivies lorsque les conditions sanitaires le permettaient, élevant à 1 230 le nombre de partenaires formés depuis le lancement du programme. Le programme *Inaya* permet quant à lui à 963 détaillants marocains de bénéficier de services d'assurance santé, pour eux et leur famille. Compte-tenu de la situation

sanitaire, le Groupe s'est mobilisé pour soutenir et accompagner au mieux l'ensemble de ses partenaires au cours de l'année 2020. Ainsi, 3 500 kits sanitaires et alimentaires comprenant notamment du gel hydroalcoolique, des masques, des denrées et un rappel des gestes sanitaires du quotidien ont été distribués.

D'ici 2025, Bel s'est fixé l'objectif ambitieux d'intégrer 80 000 participants à ces deux programmes. Pour cela, le Groupe prévoit notamment de développer le programme *Sharing Cities* dans les principales villes d'Inde, pays présentant 10 millions de vendeurs de rue.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les objectifs de Bel	KPI	2018	2019	2020	Objectif 2025	Avancement
Renforcer l'accessibilité de ses produits	Nombre de participants à un programme d'Inclusive Business Bel	7 505	10 120	7 450	80 000	
	<i>Sharing Cities</i>	7 505	8 998	6 487		
	<i>Inaya</i>		1 122	963		

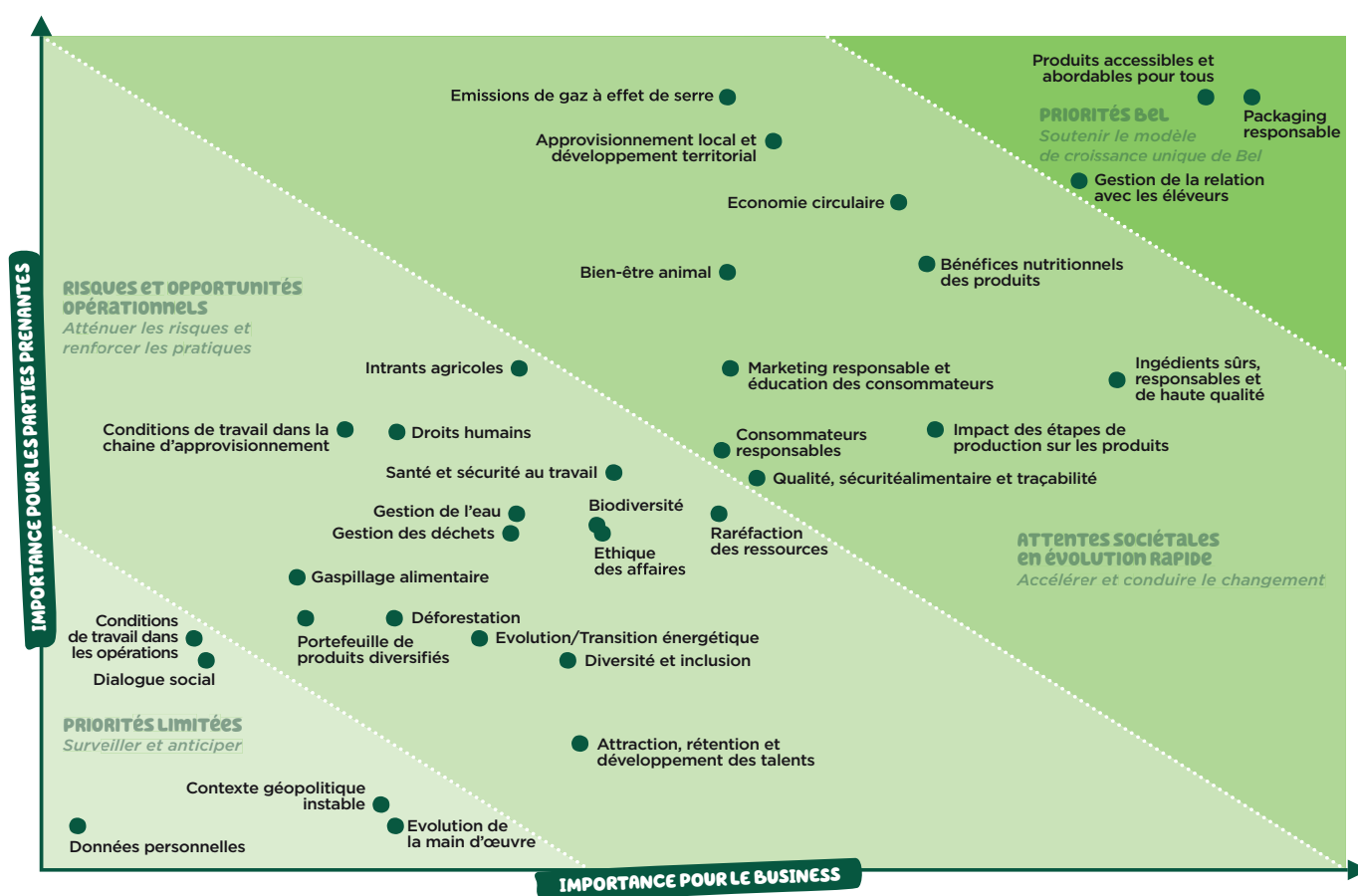
FAITS MARQUANTS 2020

- Lancement d'une gamme La Vache qui rit « Simply », plus accessible et enrichie en calcium, vitamine A et vitamine D, en Algérie.
- Soutien des participants aux programmes inclusifs par le maintien des avantages sociaux et la distribution de kits sanitaires et alimentaires dans le cadre de la Covid-19.
- Renforcement de l'offre sur le secteur du végétal, pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et notamment à la montée du flexitarisme.

PRIORITÉS 2021

- Poursuivre le déploiement des actions pour renforcer l'accessibilité des produits en Inde.
- Développer des programmes de fidélité auprès des détaillants en Égypte.
- Poursuivre le déploiement de l'offre sur le secteur du végétal.

ANNEXE 1 - RÉSULTATS DE L'ANALYSE DE MATÉRIALITÉ DU GROUPE BEL



ANNEXE 2 - TABLEAU RÉCAPITULATIF DES ENJEUX EXTRA-FINANCIERS MATÉRIELS POUR BEL, POLITIQUES DE REMÉDIATION ET OBJECTIFS ASSOCIÉS

Risques et opportunités extra-financiers	Enjeux matériels associés ⁽¹⁾	Politiques de remédiation															
Risques de corruption, de violation des droits humains et d'évasion fiscale	<ul style="list-style-type: none"> Droits humains Conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement Éthique des affaires 	<ul style="list-style-type: none"> Code de bonnes pratiques des affaires ; Exercice de cartographie des risques et programme de formation (voir paragraphe 1.5 « Plan de vigilance ») ; Système d'alerte interne et externe (voir paragraphes 1.4 « L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires » et 1.5 « Plan de vigilance »). 															
Risques liés aux ressources humaines, à la sécurité et à la santé des collaborateurs du Groupe et au dialogue social	<ul style="list-style-type: none"> Santé-sécurité au travail Conditions de travail dans les opérations Diversité et inclusion Dialogue social Attraction, rétention et développement des talents Évolution de la main-d'œuvre 	<ul style="list-style-type: none"> Programmes santé/sécurité (voir paragraphe 2.1.1) ; Programmes diversité et talents (voir paragraphes 2.1.2 et 2.1.3) ; Dialogue social (voir paragraphe 2.1.4). <table> <tr> <th>Les objectifs de Bel</th><th>KPI</th><th>2025</th></tr> <tr> <td>Travailler vers Zéro accident sur les sites.</td><td>TFA (Taux de Fréquence des Accidents) Bel.</td><td>3,0</td></tr> <tr> <td>Promouvoir la diversité Hommes-Femmes.</td><td>Part de femmes dans le Top management.</td><td>40 %</td></tr> <tr> <td>Développer les talents de ses collaborateurs.</td><td>Collaborateurs ayant suivi une formation durant l'année.</td><td>100 %</td></tr> </table>	Les objectifs de Bel	KPI	2025	Travailler vers Zéro accident sur les sites.	TFA (Taux de Fréquence des Accidents) Bel.	3,0	Promouvoir la diversité Hommes-Femmes.	Part de femmes dans le Top management.	40 %	Développer les talents de ses collaborateurs.	Collaborateurs ayant suivi une formation durant l'année.	100 %			
Les objectifs de Bel	KPI	2025															
Travailler vers Zéro accident sur les sites.	TFA (Taux de Fréquence des Accidents) Bel.	3,0															
Promouvoir la diversité Hommes-Femmes.	Part de femmes dans le Top management.	40 %															
Développer les talents de ses collaborateurs.	Collaborateurs ayant suivi une formation durant l'année.	100 %															
Risques liés aux ressources humaines, à la sécurité et à la santé des collaborateurs du Groupe et au dialogue social	<ul style="list-style-type: none"> Gestion de la relation avec les éleveurs Approvisionnement local et développement territorial Bien-être animal Intrants agricoles 	<ul style="list-style-type: none"> Charte des achats responsables, évaluation des fournisseurs et cartographie des risques fournisseurs (voir paragraphe 2.2 « Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires ») <table> <tr> <th>Les objectifs de Bel</th><th>KPI</th><th>2025</th></tr> <tr> <td>Promouvoir des bonnes pratiques sociales et environnementales auprès de ses fournisseurs.</td><td>Score moyen « EcoVadis » des fournisseurs (sur 100).</td><td>55,0</td></tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> Charte mondiale Bel pour une filière laitière durable (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »). <table> <tr> <th>Les objectifs de Bel</th><th>KPI</th><th>2025</th></tr> <tr> <td>Contribuer à améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des éleveurs partenaires.</td><td>Éleveurs ayant accès à des modèles sociétaux innovants.</td><td>100 %</td></tr> <tr> <td>Encourager une alimentation sans OGM pour les vaches qui produisent le lait.</td><td>Lait provenant de vaches nourries avec une alimentation sans OGM.</td><td>100 %</td></tr> </table>	Les objectifs de Bel	KPI	2025	Promouvoir des bonnes pratiques sociales et environnementales auprès de ses fournisseurs.	Score moyen « EcoVadis » des fournisseurs (sur 100).	55,0	Les objectifs de Bel	KPI	2025	Contribuer à améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des éleveurs partenaires.	Éleveurs ayant accès à des modèles sociétaux innovants.	100 %	Encourager une alimentation sans OGM pour les vaches qui produisent le lait.	Lait provenant de vaches nourries avec une alimentation sans OGM.	100 %
Les objectifs de Bel	KPI	2025															
Promouvoir des bonnes pratiques sociales et environnementales auprès de ses fournisseurs.	Score moyen « EcoVadis » des fournisseurs (sur 100).	55,0															
Les objectifs de Bel	KPI	2025															
Contribuer à améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des éleveurs partenaires.	Éleveurs ayant accès à des modèles sociétaux innovants.	100 %															
Encourager une alimentation sans OGM pour les vaches qui produisent le lait.	Lait provenant de vaches nourries avec une alimentation sans OGM.	100 %															

(1) Les enjeux matériels sont issus de la matrice de matérialité. Deux enjeux – « conditions géopolitiques instables » et « données personnelles » – identifiés par la matrice de matérialité ne figurent pas dans ce tableau car ils sont couverts et gérés par d'autres politiques au niveau du Groupe.

Risques et opportunités extra-financiers	Enjeux matériels associés ⁽¹⁾	Politiques de remédiation												
Risques de qualité, sécurité des aliments et réglementation produit	<ul style="list-style-type: none"> Ingrédients surs, de haute qualité et responsables Qualité, sécurité alimentaire et traçabilité Impact des étapes de production sur les produits 	<ul style="list-style-type: none"> Organisation et processus dédiés (voir paragraphe 3.1 « Proposer des produits de qualité et de sécurité optimales »). 												
Risques liés à l'innovation et aux attentes des consommateurs et défi prioritaire de la contribution à une alimentation plus saine	<ul style="list-style-type: none"> Consommateurs responsables Portefeuille de produits diversifié Marketing responsable et éducation consommateurs Bénéfices nutritionnels des produits 	<ul style="list-style-type: none"> Offres de produits pour répondre aux attentes des consommateurs (voir paragraphe 3. « Contribuer à une alimentation plus saine ») ; Programmes visant à favoriser de meilleures habitudes alimentaires et des modes de vie plus sains (voir paragraphe 3.3 « Améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits ») ; Actions visant à renforcer l'accessibilité de ses produits (voir paragraphes 7.1 « Adapter ses produits aux besoins de tous » et 7.2 « Renforcer l'accessibilité de ses produits en développant des modèles de distribution innovants et inclusifs »). 												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Les objectifs de Bel</th><th>KPI</th><th>2025</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Améliorer de façon continue la qualité nutritionnelle de ses produits.</td><td>Portefeuille produits enfants et familles respectant les critères « Bel Nutri+ ».</td><td>80 %</td></tr> <tr> <td>Encourager des habitudes de consommation et modes de vie sains.</td><td>Pays majeurs ayant mis en place un programme à destination des consommateurs (« Educanut »).</td><td>10</td></tr> <tr> <td></td><td>Nombre de filiales ayant mis en place un programme à destination de leurs employés (« Healthy Smiles »).</td><td>30 (100 %) ⁽²⁾</td></tr> </tbody> </table>			Les objectifs de Bel	KPI	2025	Améliorer de façon continue la qualité nutritionnelle de ses produits.	Portefeuille produits enfants et familles respectant les critères « Bel Nutri+ ».	80 %	Encourager des habitudes de consommation et modes de vie sains.	Pays majeurs ayant mis en place un programme à destination des consommateurs (« Educanut »).	10		Nombre de filiales ayant mis en place un programme à destination de leurs employés (« Healthy Smiles »).	30 (100 %) ⁽²⁾
Les objectifs de Bel	KPI	2025												
Améliorer de façon continue la qualité nutritionnelle de ses produits.	Portefeuille produits enfants et familles respectant les critères « Bel Nutri+ ».	80 %												
Encourager des habitudes de consommation et modes de vie sains.	Pays majeurs ayant mis en place un programme à destination des consommateurs (« Educanut »).	10												
	Nombre de filiales ayant mis en place un programme à destination de leurs employés (« Healthy Smiles »).	30 (100 %) ⁽²⁾												

(1) Les enjeux matériels sont issus de la matrice de matérialité. Deux enjeux – « conditions géopolitiques instables » et « données personnelles » – identifiés par la matrice de matérialité ne figurent pas dans ce tableau car ils sont couverts et gérés par d'autres politiques au niveau du Groupe.

(2) Indicateur mis à jour en 2020.

Risques et opportunités extra-financiers	Enjeux matériels associés ⁽¹⁾	Politiques de remédiation												
Risque d'impact des activités directes et indirectes de Bel sur l'environnement et défi prioritaire de l'engagement pour des emballages responsables	<ul style="list-style-type: none">• Packaging responsable• Déforestation• Émissions de gaz à effet de serre• Gestion des déchets• Biodiversité	<ul style="list-style-type: none">• Pratiques d'élevage permettant de réduire l'impact environnemental de l'amont agricole (voir paragraphes 4.1 « Agir pour un amont laitier durable » à 4.3 « Offrir le meilleur des fruits ») ;• Politique environnementale (voir paragraphe 6.3 « Utiliser durablement la ressource en eau ») ;• Programmes visant à préserver la biodiversité, et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes (voir paragraphe 6.2 « Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes ») ;• Promotion de l'économie circulaire pour les emballages (voir paragraphe 6.2 « Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes »).												
		<table><tr><th>Les objectifs de Bel</th><th>KPI</th><th>2025</th></tr><tr><td>Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables.</td><td>Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables.</td><td>100 %</td></tr><tr><td>Réduire l'empreinte carbone globale pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris⁽²⁾.</td><td>Bilan carbone global (kg éq. CO2/tonne produite).</td><td>- 27,5 %⁽³⁾</td></tr><tr><td>Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement.</td><td>Impact des politiques d'approvisionnement sur les surfaces à risques (surface à risque de conversion évitée / surface cultivée à risque).</td><td>100 %</td></tr></table>	Les objectifs de Bel	KPI	2025	Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables.	Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables.	100 %	Réduire l'empreinte carbone globale pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris ⁽²⁾ .	Bilan carbone global (kg éq. CO2/tonne produite).	- 27,5 % ⁽³⁾	Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement.	Impact des politiques d'approvisionnement sur les surfaces à risques (surface à risque de conversion évitée / surface cultivée à risque).	100 %
		Les objectifs de Bel	KPI	2025										
		Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables.	Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables.	100 %										
Réduire l'empreinte carbone globale pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris ⁽²⁾ .	Bilan carbone global (kg éq. CO2/tonne produite).	- 27,5 % ⁽³⁾												
Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement.	Impact des politiques d'approvisionnement sur les surfaces à risques (surface à risque de conversion évitée / surface cultivée à risque).	100 %												
Défi prioritaire du renforcement de l'accessibilité de ses produits	<ul style="list-style-type: none">• Produits accessibles et abordables pour tous	<ul style="list-style-type: none">• Adaptation des recettes aux besoins nutritionnels de tous, voir paragraphe 7.1 « Adapter ses produits aux besoins nutritionnels de tous » ;• Développement de modèles de distribution innovants et inclusifs, voir paragraphe 7.2 « Renforcer l'accessibilité de ses produits en développant des modèles de distribution innovants et inclusifs ».												
		<table><tr><th>Les objectifs de Bel</th><th>KPI</th><th>2025</th></tr><tr><td>Renforcer l'accessibilité de ses produits.</td><td>Nombre de personnes bénéficiant des programmes d'inclusiveBusiness de Bel.</td><td>80 000</td></tr></table>	Les objectifs de Bel	KPI	2025	Renforcer l'accessibilité de ses produits.	Nombre de personnes bénéficiant des programmes d'inclusiveBusiness de Bel.	80 000						
		Les objectifs de Bel	KPI	2025										
Renforcer l'accessibilité de ses produits.	Nombre de personnes bénéficiant des programmes d'inclusiveBusiness de Bel.	80 000												
Risques liés à la durabilité des ressources naturelles et au changement climatique	<ul style="list-style-type: none">• Gestion de l'eau• Économie circulaire• Transition énergétique• Durabilité des ressources• Gaspillage alimentaire	<ul style="list-style-type: none">• Pratiques d'élevage permettant de réduire l'impact environnemental de l'amont agricole (voir paragraphes 4.1 « Agir pour un amont laitier durable » à 4.3 « Offrir le meilleur des fruits ») ;• Programmes de réduction de l'impact des activités sur le changement climatique et d'adaptation aux risques liés au climat (voir paragraphe 6.1 « Lutter contre le changement climatique ») ;• Programmes visant à lutter contre les risques d'atteinte à la biodiversité et de déforestation (voir paragraphe 6.2 « Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes ») ;• Promotion de l'économie circulaire pour les emballages (voir paragraphe 6.2 « Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes ») ;• Lutte contre le gaspillage alimentaire (voir paragraphe 6.4 « Lutter contre le gaspillage alimentaire »).												

(1) Les enjeux matériels sont issus de la matrice de matérialité. Deux enjeux – « conditions géopolitiques instables » et « données personnelles » – identifiés par la matrice de matérialité ne figurent pas dans ce tableau car ils sont couverts et gérés par d'autres politiques au niveau du Groupe.

(2) Scopes 1, 2 et 3.

(3) Objectif à 2030 par rapport à l'année de référence 2017.

ANNEXE 3 - TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES 10 PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

Chapitre(s) du document	
Droits de l'homme	
1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme	2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes
2. Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'homme	2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes
Normes internationales du travail	
3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective	2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes
4. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination du travail forcé ou obligatoire	2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes
5. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants	2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes
6. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession	2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes
Environnement	
7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution aux problèmes touchant à l'environnement	4. Promouvoir une agriculture durable 5. Concevoir des emballages responsables 6. Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale
8. Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement	4. Promouvoir une agriculture durable 5. Concevoir des emballages responsables 6. Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale
9. Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement	6. Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale
Lutte contre la corruption	
10. Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin	2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes

ANNEXE 4 - CONTRIBUER AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

Paragraphe du document	Les Objectifs de Développement Durable
2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes 2.1 Construire un avenir durable avec ses collaborateurs 2.2 Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires 2.3 Communiquer de façon responsable et transparente auprès de ses consommateurs	    
3. Contribuer à une alimentation plus saine 3.1 Proposer des produits de qualité et de sécurité optimales 3.2 Encourager de meilleures habitudes alimentaires et inciter à des modes de vie plus sains 3.3 Améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits	  
4. Promouvoir une agriculture durable 4.1 Agir pour un amont laitier durable 4.2 Recourir à la matière grasse végétale dans un cadre rigoureux 4.3 Offrir le meilleur des fruits	     
5. Concevoir des emballages responsables 5.1 Éco-concevoir ses emballages et utiliser des matériaux plus durables 5.2 Encourager et faciliter le recyclage de ses produits	 
6. Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale 6.1 Lutter contre le changement climatique 6.2 Lutter contre les risques d'atteinte à la biodiversité et de déforestation 6.3 Utiliser durablement la ressource en l'eau 6.4 Lutter contre le gaspillage alimentaire	   
7. Renforcer l'accessibilité de ses produits 7.1 Adapter ses produits aux besoins de tous 7.2 Renforcer l'accessibilité de ses produits en développant des modèles de distribution innovants et inclusifs	   

ANNEXE 5 - TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES 11 RECOMMANDATIONS DE LA TCFD

Recommandations de la TCFD		Chapitres du document associés (ou renvoi au DEU 2020)	
Gouvernance	a) Contrôle exercé par le Conseil d'administration sur les risques et opportunités liés au climat	DEU 4.1.4	Organisation et fonctionnement des organes d'administration et de direction
	b) Rôle de la direction dans l'évaluation et la gestion des risques et opportunités liés au climat	DEU 2.1 DEU 4.3.2 DEU 4.3.3	La politique de gestion des risques Environnement de contrôle interne à la société Gestion des principaux risques
	c) Présentation de la résilience de la stratégie d'investissement, en considérant différents scénarii climatiques, y compris un scénario 2 °C ou inférieur	6.1	Lutter contre le changement climatique
Gestion des risques	a) Description des processus de gestion des risques pour identifier, évaluer et gérer les risques liés au climat	DEU 2.1 DEU 2.2 DEU 2.3 DEU 2.4 6.1	La politique de gestion des risques Hiérarchisation des risques Risques liés à l'environnement externe Risques inhérents à l'activité Lutter contre le changement climatique
	b) Description des processus de gestion des risques liés au climat	DEU 2.3 DEU 2.4 6.1	Risques liés à l'environnement externe Risques inhérents à l'activité Lutter contre le changement climatique
	c) Description de la manière dont les risques liés au climat sont intégrés aux processus de gestion des risques	DEU 2.1 DEU 2.2 DEU 2.3 DEU 2.4	La politique de gestion des risques Hiérarchisation des risques Risques liés à l'environnement externe Risques inhérents à l'activité
Indicateurs / objectifs	a) Présentation d'informations sur les indicateurs utilisés pour évaluer les risques et opportunités liés au climat dans le cadre de la stratégie d'investissement et du processus de gestion des risques.	6.1 8.6	Lutter contre le changement climatique Annexe 6 : Synthèse des données environnementales
	b) Présentation d'informations sur les émissions de gaz à effet de serre (GES) et risques y afférents dans le cadre des scopes 1 et 2, et le cas échéant, du scope 3.	6.1 8	Lutter contre le changement climatique Annexe 6 : Synthèse des données environnementales
	c) Présentation des objectifs fixés pour gérer les risques et opportunités liés au climat, ainsi que les résultats atteints dans la poursuite de ces objectifs.	6.1 8.2	Lutter contre le changement climatique Annexe 2 : Analyse des principaux enjeux extra-financiers

ANNEXE 6 - SYNTHÈSE DES DONNÉES ENVIRONNEMENTALES

Groupe Bel avec MOM et Safilait	Unités	2018	2019	2020
Économie circulaire				
Sous-produits valorisés				
Fromages déclassés ou assimilés valorisés en interne ou en externe	t	17 693	16 025	15 638
Extrait sec de lactosérum valorisé en interne ou en externe	t	80 548	107 205	92 179
Crème valorisée en interne ou en externe	t	48 981	52 655	49 595
Quantité de sous-produits valorisés	t	147 222	175 855	157 412
Consommation d'eau				
Consommation d'eau zone de Vulnérabilité	m ³	818 654	1 625 749	1 919 629
Consommation d'eau en zone de stress	m ³	301 910	241 258	236 110
Consommation d'eau en zone de pénurie	m ³	1 056 359	870 305	865 877
Consommation d'eau en zone de non-vulnérabilité	m ³	3 036 555	2 435 742	2 220 252
Quantité d'eau totale	m ³	5 213 478	5 173 054	5 241 868
Énergie				
Électricité				
Consommation d'électricité du réseau sans certification d'origine renouvelable	MWh	189 570	180 612	176 105
Consommation d'électricité autoproduite à partir de fioul ou de gaz	MWh	460	323	106
Consommation d'électricité d'origine renouvelable certifiée	MWh	151 141	152 218	155 194
Consommation totale d'électricité	MWh	340 712	333 196	331 405
Combustibles				
Fioul	MWh_PCI	85 834	87 551	83 574
Gaz	MWh_PCI	417 189	430 657	429 710
Biomasse	MWh_PCI	71 746	70 604	65 846
Total combustion en poste fixe	MWh_PCI	574 769	588 812	579 130
Émissions de gaz à effets de serre				
GES				
Émissions de GES liées à la consommation d'électricité	tCO ₂ e	84 881	80 730	79 475
Émissions de GES liées à la consommation de fioul et de gaz	tCO ₂ e	127 262	131 450	129 668
Émissions de GES liées à la biomasse ou autre énergie renouvelable	tCO ₂ e	1 751	1 723	1 607
Émissions de gaz à effet de serre liées aux fluides frigorigènes	tCO ₂ e	6 573	7 004	4 864
Émissions de GES liées à la flotte de véhicules propres	tCO ₂ e	9 593	9 505	9 318
Émissions totales de GES scope 1 et scope 2	tCO ₂ e	230 060	230 412	224 932

Groupe Bel avec MOM et Safilait	Unités	2018	2019	2020
Rejets dans l'eau				
Rejets vers le milieu naturel				
Volume d'eau épurée en interne avec rejet au milieu naturel	m ³	2 078 832	2 143 434	2 194 538
Demande chimique en oxygène rejetée	kg	82 728	81 580	96 933
Phosphore rejeté	kg	3 719	5 211	3 289
Matières en suspension rejetées	kg	30 625	36 761	45 690
Azote rejeté	kg	13 104	12 854	24 670
Rejets vers une station d'épuration urbaine				
Volume d'eau épurée par un tiers avec d'autres effluents	m ³	2 483 266	2 403 209	2 408 437
Rejets dans le sol				
Épandage d'eaux brutes				
Volume d'eau usée épandu en eaux brutes	m ³	ND	87 557	ND
Valorisation agronomique des boues				
Azote	t	90	96	93
Phosphore	t	81	84	83
Matières sèches	t	1 077	1 116	1 080
Rejets dans l'eau et dans le sol				
Volume total de rejet d'eau	m ³	4 562 098	4 634 200	4 602 974
Coût total du traitement de ces rejets	EUR	5 560 745	5 730 606	6 173 361
Autres émissions dans l'air				
Protoxyde d'azote, dioxyde d'azote, etc.	t	197	200	189
Dioxyde de soufre	t	196	198	127
Nuisances sonores				
Part de sites en situation de conformité pour le niveau sonore en limite de propriété et le niveau d'urgence pour le voisinage le plus exposé	%	83	77	73
Atteintes à l'environnement				
Nombre d'incidents	Unité	158	107	162
Actions correctives	Unité	150	106	152
Production de déchets				
Quantité de déchets non dangereux triés et destinés à la valorisation	t	28 299	28 439	36 707
Quantité de déchets dangereux triés et confiés aux filières de traitement appropriées	t	569	888	541
Déchets incinérés avec production d'énergie	t	5 485	2 842	4 823
Déchets incinérés sans production d'énergie	t	1 033	131	0
Déchets évacués en décharge	t	4 147	7 192	7 486
Production totale de déchets	t	39 533	39 492	49 558
Coût de traitement	EUR	3 187 658	3 657 956	3 747 848
Produit de la vente	EUR	1 053 150	813 823	729 401



2 allée de Longchamp
92150 SURESNES

Société anonyme au capital de 10 308 502,50 euros
RCS Nanterre 542 088 067
Code APE/NAF : 1 051C



NOUS SOUTENONS
LE PACTE MONDIAL

Ceci est notre **Communication sur
le Progrès** sur la mise en œuvre des
principes du **Pacte mondial des
Nations Unies**.

Nous apprécions vos commentaires sur
son contenu.

Ce produit est issu de forêts
gérées durablement
et de source contrôlées



PEFC™ 18-01722