

DÉMARCHE RSE DU GROUPE BEL

COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS **2021**



SOMMAIRE

| | | |
|----------|---|----|
| 1 | BEL, UN MODÈLE DE CROISSANCE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS Saine ET RESPONSABLE POUR TOUS | 11 |
| 2 | UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES | 18 |
| 3 | CONTRIBUER À UNE ALIMENTATION PLUS Saine | 35 |
| 4 | PROMOUVOIR UNE AGRICULTURE DURABLE | 42 |
| 5 | CONCEVOIR DES EMBALLAGES RESPONSABLES | 49 |
| 6 | LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE | 53 |
| 7 | RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DE SES PRODUITS | 69 |
| 8 | TAXONOMIE VERTE EUROPÉENNE | 72 |
| 9 | SCORECARD RSE | 74 |
| | ANNEXES | 76 |

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 2021 ou sont une photographie au 31 décembre 2021.

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 2021 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
FLÉVET**
Président du
Conseil d'administration
du groupe Bel

**Chez Bel,
nous nous appuyons
sur un modèle,
à la fois rentable
et responsable,
pour construire
des offres de snacking
saines, variées
et accessibles.**

Dès 2003, Bel a choisi de rejoindre le Pacte mondial des Nations Unies, démontrant sa volonté d'agir pour le respect de ses dix principes fondamentaux – des principes naturellement alignés avec les valeurs et la vision de long terme que les dirigeants du groupe portent depuis cinq générations.

Cette volonté est chaque jour confirmée, renforcée, par les crises sanitaires, économiques et écologiques que nous traversons, qui soulignent la nécessité de développer des modèles de croissance durables. Chez Bel, nous nous appuyons sur un modèle, à la fois rentable et responsable, pour construire des offres de snacking saines, variées et accessibles. Nous en avons fait notre raison d'être : offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous, en contribuant à un nouveau modèle alimentaire respectueux de la planète et ayant un impact positif pour toutes les générations.

Cette ambition 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 ; et ce bien sûr en nous assurant de contribuer au bien-être de tous.

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 que nous prenons dans chacun de ces domaines d'action, et les résultats obtenus.

En 2022, nous poursuivrons résolument nos efforts dans cette voie.

Grâce à la mobilisation de nos 11 800 collaborateurs dans le monde et de notre écosystème de producteurs, partenaires, distributeurs, consommateurs, qui œuvrent avec nous à ce modèle de croissance que nous voulons inclusif.

Grâce à nos choix en matière de gouvernance et de renforcement de notre modèle d'entreprise familiale, qui nous permettront de poursuivre notre stratégie de développement et d'innovation sur nos trois territoires complémentaires, le lait, le fruit et le végétal.

Grâce à une nouvelle trajectoire climat ambitieuse à +1,5°C, soutenue par une feuille de route qui fait de la décarbonation le moteur de notre performance financière et extra-financière.

Grâce à notre détermination à inventer l'alimentation durable de demain, accessible au plus grand nombre et respectueuse de la planète.

LE GROUPE BEL EN 2021

5^e
génération de
dirigeants familiaux

3 valeurs :
**AUDACE,
ENGAGEMENT,
BIENVEILLANCE**



11 800
collaborateurs
68 % H / 32 % F



5 100⁽¹⁾
fournisseurs



1 400
producteurs laitiers



120
pays de commercialisation



29
sites de production



57
filiales dans 32 pays



+ DE 30
marques
dont 6 internationales



74 %
de ventes
de *positive products* ⁽²⁾



93/100
Index égalité
hommes-femmes ⁽³⁾



TOP 1 %
avec un score de 79/100
et une médaille Platine selon
l'évaluation EcoVadis



PRIX ARGENT
au Grand Prix de
la Good Économie 2021,
catégorie « Organiser
une gouvernance
responsable et éthique » ⁽³⁾

(1) Avec un chiffre d'affaires annuel supérieur à 10 k€. (2) Produits présentant au moins l'une des caractéristiques suivantes : d'origine biologique, qualifiés *Bel Nutri+*, ne contenant pas plus d'un additif, issus d'animaux nourris sans OGM. (3) En France.

3 379 M€

de chiffre d'affaires en 2021

2 713 M€
Marchés matures

666 M€
Nouveaux territoires
(MOM, Afrique
subsaharienne,
Chine)

NOS MARCHÉS

609 M€
Fruits
et produits
végétaux

2 770 M€
Fromages
et produits laitiers

NOS PRODUITS

1 789 M€
Europe

975 M€
Amériques,
Asie-Pacifique

NOS ZONES DE CROISSANCE

615 M€
Moyen-Orient,
Grande Afrique

UN MODÈLE D'AFFAIRES POSITIF

NOTRE MISSION

OFFRIR UNE ALIMENTATION PLUS Saine

NOS RESSOURCES

Une structure familiale solide

- 5^e génération d'actionnaires dirigeants familiaux

Nos valeurs

- Audace, engagement et bienveillance

Des marques connues de tous

- 30 marques iconiques
- La portion, au cœur de l'unicité de notre offre

Des collaborateurs engagés

- 11 800 collaborateurs de par le monde et leurs savoir-faire

Une assise financière solide

- 1 681,6 M€ de capitaux propres

Un outil industriel ancré dans les territoires

- 29 sites industriels performants dans 14 pays

Des partenaires engagés aux côtés de Bel

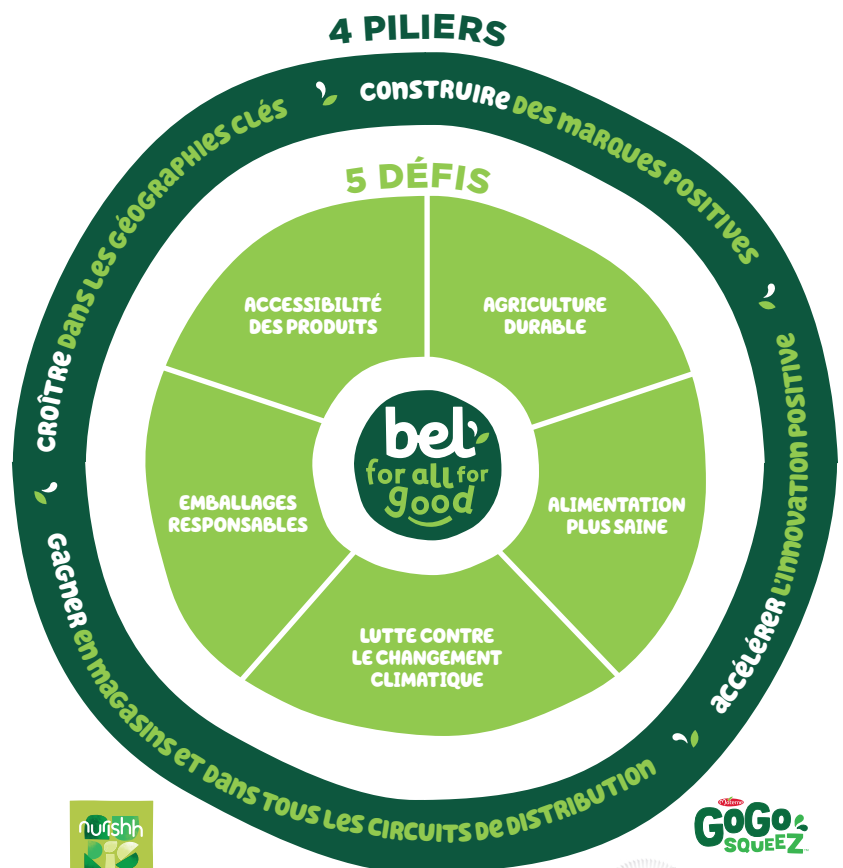
- 1 400 éleveurs
- 5 100 fournisseurs
- et les coalitions pour une dynamique collective positive : Food Transition Pact de Carrefour, Race to Net Zero de l'ONU, Science Based Target Network sur la biodiversité, pacte Too Good To Go

Des ressources naturelles à préserver

- Plus de 1 Md de tonnes de lait par an
- 191 305 tonnes de pommes par an
- Eau : 4 837 651 m³ d'eau
- Électricité : 292 912 MWh

NOTRE AMBITION

Créer un modèle de croissance responsable et rentable



NOTRE CHAÎNE DE VALEUR de la fourche à la fourchette



ET RESPONSABLE POUR TOUS

NOS IMPACTS

POUR NOS COLLABORATEURS

Un cadre de travail bienveillant, un sens à l'action qui motive

- 81% des salariés du Groupe plébiscitent la sécurité au travail chez Bel (meilleur score « Your Voice »)
- 77% sont enthousiasmés par la mission du Groupe

POUR NOS CONSOMMATEURS

Une alimentation plus saine pour tous

- 72% des volumes de produits destinés aux enfants et familles respectent la promesse *Bel Nutri+*
- 83% des filiales ont mis en place des programmes d'éducation nutritionnelle à destination de leurs collaborateurs

POUR NOS CLIENTS

Des modèles de distribution innovants et une présence dans plus de 120 marchés

- Bel est dans le top 3 des fournisseurs préférés de ses clients dans 8 pays : France, Belgique, Portugal, Espagne, Pays-Bas, Slovaquie, République tchèque, Canada

POUR NOS PARTENAIRES

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

- 52,8/100 : note moyenne EcoVadis de nos partenaires

POUR LA PLANÈTE

Une ambition climat pour contribuer à limiter le réchauffement climatique sous le seuil de +1,5 °C

- Réduction nette de 1/4 des émissions de gaz à effet de serre sur toute notre chaîne de valeur (vs 2017, et en tenant compte de la croissance)

POUR NOS ACTIONNAIRES FAMILIAUX

Une croissance régulière

- +2,3% de croissance organique en 2021

POUR LES ONG ET EXPERTS SCIENTIFIQUES

Notre partage d'expériences et de connaissances

POUR NOS TERRITOIRES

Un ancrage territorial

- Impôts représentant 28,5%* du résultat, payés dans 26 États
- Accompagnement économique et social des populations



* Hors opération exceptionnelle.

UN MODÈLE D'AFFAIRES POSITIF

Entreprise familiale de plus de 150 ans, et acteur international majeur de l'alimentation, le Groupe Bel propose des produits en portion issus du lait, du fruit et du végétal, avec l'objectif de donner accès à une alimentation plus saine et plus durable pour tous.

Ancré dans les territoires, le Groupe s'appuie sur un outil industriel en constante adaptation, toujours plus innovant et plus responsable. Dans une démarche de progrès continu qui mobilise tout son écosystème, Bel veut répondre aux grands enjeux sociétaux et environnementaux par un nouveau modèle alimentaire ayant un impact positif sur son écosystème et créant de la valeur pour toutes ses parties prenantes.

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 (voir visuel « Un modèle d'affaires positif »).

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'individus, 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 au service de sa mission:

- contribuer à une alimentation plus saine ;
- promouvoir une agriculture durable et régénératrice ;

- 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 ;
- gagner en magasin et dans tous les circuits de distribution ;
- croître dans les géographies clés.

De la fourche à la fourchette, Bel est engagé dans une performance créatrice de valeur pour tous les acteurs qu'il côtoie et avec lesquels il interagit.

La responsabilité et la rentabilité sont les leviers du modèle de croissance de Bel qui a fait le choix d'associer performances financières et extra-financières. Fruit d'un haut niveau d'intégration entre sa stratégie de croissance et ses engagements, son modèle est impulsé par le Comité exécutif. Il se décline progressivement à tous les niveaux de l'entreprise : dans ses implantations et ses marques, dans ses investissements et ses processus de décision. Cette performance globale est mesurée par des indicateurs financiers et extra-financiers que Bel a choisi d'associer. Le Groupe est convaincu que ces deux dimensions s'alimentent réciproquement.

La RSE est pilotée par une sélection d'indicateurs pour mesurer les performances du Groupe et son impact positif de la ferme à l'assiette notamment sur l'empreinte carbone, les programmes d'amélioration nutritionnelle, l'accessibilité des produits au plus grand nombre, et l'engagement de ses 12 500 collaborateurs. Ces indicateurs guident et engagent les collaborateurs au quotidien. En 2020, la création d'une direction intégrant Finances et RSE souligne la détermination du Groupe à marcher sur ces deux « jambes » d'égale importance pour construire un capitalisme raisonné. Le Groupe fait état annuellement de l'avancée de sa démarche dans sa Déclaration de performance extra-financière, audité par un organisme tiers indépendant.



DES OBJECTIFS AMBITIEUX À HORIZON 2025

Inhérente à la mission du Groupe, la RSE est au cœur de son plan stratégique. Elle est impulsée depuis le Comité de direction et déclinée jusqu'aux feuilles de route des marques et des pays pour examiner chaque décision et action au filtre de la RSE.

De la fourche à la fourchette, Bel est engagé dans une performance créatrice de valeur pour tous les acteurs qu'il côtoie et avec lesquels il interagit. La démarche de Reporting extra-financier du Groupe répond aux exigences du décret n° 2017-1265 du 9 août 2017 pris pour l'application de l'ordonnance n° 2017-1180 du 19 juillet 2017 relative à la publication d'informations non financières. Le programme RSE de Bel s'inscrit dans deux cadres internationaux : le Pacte mondial des Nations unies et ses Objectifs de Développement Durable (ODD) (Voir Annexe 4) ; et les lignes directrices G4 de la Global Reporting Initiative (voir Annexe 5).

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 1.3 « 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.



FAITS MARQUANTS DE 2021

En 2021, une activité résiliente dans un contexte instable

Dans un environnement économique, politique et financier demeuré complexe en 2021, le groupe Bel affiche une croissance organique de son chiffre d'affaires de 2,3%, soutenue par :

- l'excellente dynamique des marques cœur, en particulier Babybel et Boursin (croissance des ventes de quatre marques cœur sur six par rapport à 2019) ;
- la poursuite de la croissance de MOM ;
- le gain de nouvelles parts de marché en Amérique du Nord ;
- la confirmation de la trajectoire positive de la Chine ;
- les premiers résultats prometteurs de Nurishh et de la version végétale de Boursin ;
- l'essor de l'e-commerce et de la restauration out of home, notamment sur les marchés nord-américain et chinois.

Le lait, une filière sécurisée et durable

À l'issue d'une année 2021 marquée par deux priorités pour l'amont laitier, le bien-être animal et l'empreinte carbone, Bel et l'Association des Producteurs de lait Bel Ouest (APBO) ont conclu un nouvel accord annuel pour une filière laitière plus rémunératrice et décarbonée (voir paragraphe 4.1. Agir pour un amont laitier). Alors que deux tiers de l'empreinte carbone du Groupe sont liés aux matières premières laitières, cet accord, sur les prix et les volumes de lait, incite à des pratiques plus vertueuses.

Le virage du végétal

Bel a fait le choix d'aller au-delà du fromage, comme l'illustrent l'acquisition de la start-up All in Foods en 2020, qui développe une large gamme d'alternatives végétales, et la mise sur le marché de plusieurs produits.

L'année 2021 a été marquée par :

- Les excellentes performances de Boursin Dairy Free aux États-Unis et au Canada. Cette version végétale est désormais aussi produite à Croisy-sur-Eure, en Normandie, pour être déployée sur le marché européen au printemps 2022.
- Le lancement de Nurishh en Europe du Nord et du Sud et aux États-Unis avec 13 produits lancés en 2021 dans 3 segments clés : les tranches, les râpés et les tartinables.
- La mise sur le marché réussie de The Laughing Cow Blends aux États-Unis, en Allemagne, au Royaume-Uni, au Canada et en Australie. Version hybride de La Vache qui rit, elle réunit le meilleur du laitier et des légumineuses.
- Les débuts en 2022 de Babybel Plant-Based au Royaume-Uni et aux États-Unis.

Le fruit, le pari gagnant

Entré dans le capital du groupe MOM en 2016, Bel a racheté 17,5% des actions des actionnaires minoritaires en 2021 et détient désormais 82,5% des actions de MOM. Cette nouvelle étape ouvre la voie au rapprochement des équipes et affirme l'intérêt stratégique de Bel pour le fruit. Ce mariage entre deux acteurs majeurs du snacking sain sur le plan mondial, positionnés sur les portions individuelles, aura un effet démultiplicateur. Ils s'appuieront sur la complémentarité de leurs gammes et de leur savoir-faire industriel pour asseoir leur leadership à l'international.





BEL, UN MODÈLE DE CROISSANCE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS SAIN ET RESPONSABLE POUR TOUS

1.1 – UNE GOUVERNANCE DES ENJEUX RSE À TOUS LES NIVEAUX DE L'ENTREPRISE

Au cœur de la mission et déclinée à tous les niveaux de l'entreprise et dans toutes les géographies, la RSE oriente les choix stratégiques et les activités du Groupe et de ses marques. L'organisation du Groupe facilite la prise en compte des enjeux RSE depuis les instances dirigeantes jusqu'aux équipes opérationnelles.

Le Groupe a choisi d'associer responsabilité et performance et de mesurer une performance globale des indicateurs financiers et extra-financiers, convaincu que ces deux dimensions s'alimentent réciproquement. La création en 2020 d'une direction intégrant Finances et RSE souligne sa détermination à marcher sur ces deux « jambes » d'égale importance pour construire un capitalisme raisonné.

Bien au-delà du pilotage qui réunit les dimensions Finance et RSE, la responsabilité d'agir pour que nous ayons un impact positif tout en étant rentables est celle de tous les salariés de Bel.

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. En 2021, deux sessions d'une journée dédiées à la RSE ont été organisées pour la première fois auprès du Conseil d'administration.

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 cinq fois par an. Les réunions de ce comité ont pour objectif de valider les politiques RSE alignées avec les décisions stratégiques et les engagements du Groupe, ainsi que d'assurer un suivi de la *scorecard RSE* et de l'évolution des indicateurs de performance. De plus, quatre sessions annuelles du Comité exécutif sont plus particulièrement dédiées aux sujets RSE stratégiques de long terme. En fonction des sujets stratégiques, des sessions dédiées à la RSE peuvent être organisées plus fréquemment en Comité exécutif, ce qui a été le cas en 2021.

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. Ils ont 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 cinq 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.



BEL, UN MODÈLE DE CROISSANCE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS SAINE ET RESPONSABLE POUR TOUS

1.2 – UNE MOBILISATION DE TOUTE L'ENTREPRISE POUR FAIRE FACE À LA CRISE SANITAIRE

Les deux dernières années ont été marquées 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, de ses partenaires et des citoyens, afin de protéger la sécurité et la santé de tous et en particulier des personnes les plus exposées, d'assurer la continuité de la chaîne alimentaire et d'apporter son soutien auprès des communautés. En 2021, le Groupe a essentiellement pérennisé les actions mises en place en 2020.

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 clé 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.

Le contexte incertain de la crise sanitaire a entraîné une évolution durable des modes d'organisation du travail au sein du Groupe. Dans le cadre du programme « Nurture » et de la charte Hybrid work, des modes de travail hybrides sont en déploiement dans le Groupe pour définir les types d'organisations les plus propices selon les services (voir paragraphe 2.1.1 « Assurer la sécurité et le bien-être au travail »).

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 29 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. En 2021, le Groupe a également facilité l'accès à des doses de vaccins pour les collaborateurs et leurs familles. La gestion de la crise sanitaire a été plébiscitée par les collaborateurs via les enquêtes de satisfaction qui démontrent un sentiment de sécurité fort.

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 de 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.

1.3 – L'ÉTHIQUE, SOCLE COMMUN DANS LA CONDUITE DES AFFAIRES

DÉFINITION DE L'ENJEU

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

Par ailleurs, en adoptant les lois « Sapin II » et « Devoir de vigilance », le législateur 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.

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 ;



BEL, UN MODÈLE DE CROISSANCE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS SAINE ET RESPONSABLE POUR TOUS

- 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.

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'ACTION

Mise en place d'une gouvernance robuste

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, dont les rôles respectifs ont été arrêtés par le Comité exécutif, qui assurent l'application des valeurs et principes de Bel à tous les niveaux de l'Entreprise. Cette gouvernance a été revue en 2021 avec la création d'un Département Risque et Compliance.

Créé en 2012, le Comité d'éthique et conformité du Groupe s'appuie désormais sur le Département Risques et Compliance qui s'appuie lui-même sur les Directions métiers (Direction juridique, Direction financière, Direction des opérations) et sur un réseau de référents éthique et de référents compliance pour promouvoir la mise en œuvre des engagements et leur application opérationnelle. Le Département Risques et Compliance interagit 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.

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 être en charge de traiter toute alerte éthique non résolue localement et être sollicité pour avis sur toutes questions en matière de conformité notamment sur l'entrée ou le maintien en relation avec des partenaires stratégiques.

Le Département Risques et Compliance 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 et des référents compliance. Il rend compte de ses actions sur des bases régulières au Comité d'éthique et conformité.

Les Référents éthiques et les référents compliance 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 les relais locaux de toutes les initiatives menées au niveau du Groupe en matière d'éthique des affaires.

Participation à des initiatives internationales

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 1.4 « Plan de Vigilance »), le Groupe participe historiquement à plusieurs initiatives volontaires en matière d'éthique. 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. Au 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

En complément des 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 2021, quatre situations ont fait l'objet d'une alerte. L'une des alertes a été remontée en décembre 2021 et fera l'objet d'un traitement en 2022.



BEL, UN MODÈLE DE CROISSANCE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS SAINE ET RESPONSABLE POUR TOUS

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|--|------|------|----------------------------------|-------|
| Promouvoir l'éthique comme socle commun | Nombre d'alertes enregistrées | 2 | 3 | 4 | 4 |
| | Nombre d'alertes traitées | 2 | 2 | 4 | 4 |
| | Nombre de collaborateurs formés au risque de corruption (présentiel) | 500 | 500 | 0 | 0 |
| | Nombre de collaborateurs formés au risque de corruption (e-learning) | 594 | 652 | 1 034 | 1 034 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

1.4 – 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.

1.4.1 – 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 1.3 « 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 et en 2021 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 1.4.2 « Les actions mises en œuvre »).



BEL, UN MODÈLE DE CROISSANCE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS SAINE ET RESPONSABLE POUR TOUS

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 cette 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 2021, le Groupe s'est doté d'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.

La cartographie des risques fournisseurs sera mise à jour en 2022 grâce à cette analyse en masse du portefeuille de fournisseurs avec lesquels il aura été réalisé un acte d'achat sur l'année précédente. En outre, un développement spécifique de l'outil digital de validation du référencement des fournisseurs a été lancé en 2021 permettant d'intégrer le "profil de conformité" du fournisseur dont le référencement est envisagé afin de définitivement sécuriser l'entrée des fournisseurs dans le panel.

1.4.2 – 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 sur l'ensemble des filiales 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 d'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, 2020 et 2021. Tous les membres des Comités de Direction des filiales du Groupe Bel y ont participé, 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 1 000 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'action 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 complété ce dispositif de surveillance permanente par des évaluations poussées sur les parties prenantes les plus exposées en 2021 grâce à un outil digital dédié sur le point d'être directement intégré dans le processus digital de création des fournisseurs (voir paragraphe 1.4.1 « L'identification des risques comme pierre angulaire du dispositif »).

Outre ces plans d'action 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'action anticorruption, le Groupe a de nouveau communiqué à l'ensemble de ses partenaires les plus significatifs sa politique anticorruption et a introduit dans ses conditions générales d'achats et dans sa Charte des achats responsables une clause anticorruption. Le Groupe s'est également doté en 2021 d'un outil digital d'élaboration des contrats dans lequel ont été introduites les clauses éthiques et anti-corruption par défaut. Par ailleurs, le système d'alerte du Groupe a été ouvert aux parties prenantes externes via le site Internet

(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.



BEL, UN MODÈLE DE CROISSANCE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS SAINE ET RESPONSABLE POUR TOUS

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 1.3 « 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 1.3 « 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 1.4 « 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'action 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.

Une mise à jour de l'ensemble de ces cartographies grâce à l'outil digital utilisé pour la réalisation des cartographies des risques en matière de lutte contre la corruption est prévue en 2022 (voir paragraphe 1.4.1 « L'identification des risques comme pierre angulaire du dispositif »).

La sensibilisation des collaborateurs est au cœur des actions du Groupe en la matière : le respect des droits humains et des politiques associées sont systématiquement rappelés aux collaborateurs lors des formations présentes relatives au Code de bonnes pratiques des affaires.

Le Groupe a également poursuivi les initiatives sociales amorcées de longue date et adopté, fin 2020, un nouveau modèle social innovant et ambitieux dit « Nurture », définissant les engagements forts que l'entreprise souhaite prendre vis-à-vis de ses collaborateurs construit autour de six dimensions structurantes : le sentiment d'appartenance, l'épanouissement personnel, le développement, la reconnaissance, la sécurité et le

bien être au travail et le soutien aux familles des collaborateurs (voir 2.1 « Construire un avenir durable avec ses collaborateurs »).

Enfin, le Groupe a encore appuyé sa démarche d'amélioration continue visant à garantir la santé et la sécurité de ses collaborateurs avec son objectif ambition du *Zéro Accident* et a notamment revu, harmonisé et compilé ses 32 standards de sécurité et 21 standards techniques dans un manuel de sécurité accessible à tous les collaborateurs.

Ces critères de santé-sécurité (taux de fréquence des accidents notamment) ont en outre été directement intégré dans les calculs de bonus des managers pour garantir in fine la bonne application de ces politiques et encourager l'atteinte des objectifs du groupe en la matière. (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.

Enfin et en 2021, le groupe a sélectionné 5 indicateurs de pilotage spécifiques au sein du dispositif d'évaluation EcoVadis, cohérents avec ses objectifs RSE en la matière et a constaté une amélioration des performances des fournisseurs sur ces 5 indicateurs démontrant l'efficacité des politiques et actions mises en place auprès de ses partenaires (voir paragraphe 2.2 « Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires »).

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 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, et vise à garantir une gestion durable des ressources naturelles tout en



BEL, UN MODÈLE DE CROISSANCE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION PLUS SAINE ET RESPONSABLE POUR TOUS

réduisant les impacts du Groupe tout au long de la chaîne de valeur, de la production des matières premières jusqu'à la consommation du produit fini.

Elle a été révisée en 2021 et s'appuie sur plusieurs axes clés : la réduction des émissions de gaz à effet de serre du Groupe et de ses produits, l'adaptation aux conséquences du changement climatique et la demande sur les ressources naturelles, la construction et le déploiement des bonnes pratiques et standards Environnementaux, et la sélection de fournisseurs alignés sur les engagements durables de Bel (voir paragraphe 6 « Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale »).

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).

Afin d'appuyer encore sa contribution à la gestion de l'urgence climatique, Bel a défini en 2021 de nouveaux objectifs ambitieux, en ligne avec les recommandations des experts pour limiter la hausse des températures sous les +1,5°C et s'est engagé dans l'initiative *Race to Zero* des Nations Unies (voir paragraphe 6 « Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale »).

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 paragraphe 3.6 « Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale »).

Le Groupe travaille actuellement à l'utilisation de scénarios liés au climat pour évaluer la résilience de ses activités, à partir de deux scénarios d'adaptation (réchauffement planétaire de 1,5°C ou de 4°C par rapport aux niveaux pré-industriels). Ces travaux en cours incluent une quantification des impacts financiers potentiels pour le Groupe.

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* et utilise plusieurs outils reconnus nationalement (CAP2'ER, Cool farm tool, etc.) pour mesurer identifier les leviers de réduction à proposer à ses producteurs de lait et les accompagner dans cette transformation (voir paragraphe 4.1. « Agir pour un amont laitier durable »).

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

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

Ainsi et outre ses actions directes visant à réduire son impact environnemental, et conscient du périmètre élargi de cet impact (de son amont agricole à la consommation de ses produits par le consommateur final), le Groupe a déployé des politiques permettant de contribuer indirectement à la réduction de l'émission des gaz à effet de serre à tous les niveaux de sa chaîne de valeur (voir paragraphe 4.1. « Agir pour un amont laitier durable »), paragraphe 5 « Concevoir des emballages responsables », et paragraphe 6.2. « Préserver la biodiversité, et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes », paragraphe 6.3 « Utiliser durablement la ressource en eau » et 6.4 « Lutter contre le gaspillage alimentaire »).

1.4.3 – 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.

SYNTHÈSE DU CHAPITRE

FAITS MARQUANTS 2021

- Création d'un département « Risques et Conformité ».
- Mise en place d'une nouvelle gouvernance adaptée aux enjeux de l'éthique et de la conformité.

PRIORITÉS 2022

- Déployer un nouveau plan de communication et de sensibilisation des collaborateurs aux enjeux de l'éthique et de la conformité.
- Lancer un nouveau plan de formation, ciblé par population, l'enrichir avec des classes virtuelles et définir les indicateurs de suivi correspondants.





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.

Avec les ONG et experts scientifiques

Co-construire pour faire progresser les connaissances et pratiques en matière de nutrition et d'agriculture durable



Avec ses fournisseurs et sous-traitants

Améliorer les pratiques sociales et environnementales



Avec les administrations et institutions

Aller au-delà des plus hauts standards réglementaires et de qualité



Avec et pour ses collaborateurs

Un projet collectif riche de sens, réalisé dans un cadre de travail innovant



Pour la planète

Préserver les ressources

Avec les agriculteurs et producteurs laitiers partenaires

Agir pour des filières durables



Avec ses actionnaires

Assurer la croissance pérenne du Groupe



Avec ses clients Avec ses consommateurs

Offrir des produits plus sains, responsables et accessibles



Avec les collectivités locales

Avoir un impact social et économique vertueux sur ses territoires d'implantation



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 11 757 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 attractives et équitables.

POLITIQUE

Sur les sujets relatifs au développement des personnes, à la santé-sécurité et au bien-être au travail, des actions sont déjà déployées depuis de nombreuses années, et font l'objet de paragraphes dédiés dans la présente Communication sur le Progrès. Compte tenu des forts enjeux de transformation du Groupe, Bel a décidé d'aller plus loin fin 2020 en définissant un nouveau modèle social innovant et ambitieux afin d'accompagner les collaborateurs dans ces évolutions. Ce programme, dit « Nurture », définit les engagements RH que l'Entreprise souhaite prendre vis-à-vis de ses collaborateurs et la vision stratégique du Groupe sur ces enjeux, 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 les valeurs fondamentales que Bel souhaite apporter à ses collaborateurs.

Les engagements RH du programme « Nurture » ont été précisés en 2021 et s'articulent autour des six dimensions suivantes :

- renforcer le sentiment d'appartenance, en s'appuyant sur la marque employeur, l'actionnariat salarié, la diversité et l'inclusion des collaborateurs ;
- accroître l'épanouissement personnel en accentuant l'autonomie et la responsabilisation des équipes, en

permettant à chaque collaborateur de se former et de s'engager sur des projets de responsabilité sociétale et en renforçant la satisfaction des collaborateurs ;

- promouvoir le développement des personnes, avec l'évaluation et la montée en compétences des collaborateurs, la gestion des parcours professionnels et l'encouragement des mobilités internes ;
- améliorer la reconnaissance des individus, en garantissant un socle commun de garanties sociales et un salaire décent à l'ensemble des collaborateurs de Bel, et en valorisant les savoir-faire des individus ;
- assurer la sécurité et le bien-être au travail en garantissant le respect des normes de santé et de sécurité mais également en améliorant la qualité de vie au travail et l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée ;
- soutenir les familles en rendant accessible plusieurs programmes du Groupe aux familles des collaborateurs.

En 2021, la feuille de route de Bel comprend le lancement de plusieurs programmes :

- *Your Voice*, un programme d'engagement collaborateurs constitué d'une enquête, permettant aux collaborateurs de s'exprimer de manière anonyme et aux managers, leaders et responsables ressources humaines de recueillir des retours transparents et d'établir de plans d'action, aussi bien au niveau Groupe que local. La première enquête a été réalisée en juin 2021 auprès de l'ensemble des collaborateurs et sera reconduite tous les ans ;
- *Actors for Good*, un programme visant à sensibiliser les collaborateurs sur des sujets de responsabilité sociétale et à les encourager à s'engager dans des initiatives à impact positif.

Effectifs

Au 31 décembre 2021, le Groupe comptait 11 757 collaborateurs répartis dans plus de 30 pays. Les effectifs de Bel (contrats à durée indéterminée et déterminée présents au 31 décembre 2020) ont diminué de 753 personnes. Cette évolution s'explique par la cession à Lactalis du périmètre Leerdammer et Bel Shostka Ukraine ⁽¹⁾ au 30 septembre 2021.

| Effectifs par type de marché ^(b) | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---|---------------|---------------|----------------------------------|---------------|
| Marchés matures | 11 091 | 11 058 | 10 209 | 10 144 |
| Nouvelles géographies ^(c) | 1 347 | 1 452 | 1 452 | 1 613 |
| TOTAL GROUPE | 12 438 | 12 510 | 11 661 | 11 757 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

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

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

(1) Périmètre comprenant la cession de Royal Bel Leerdammer NL, Bel Italia, Bel Deutschland, la marque Leerdammer et tous ses droits attachés, ainsi que Bel Shostka Ukraine.

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

| Effectifs par statuts ^(b) | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--------------------------------------|-------|-------|----------------------------------|-------|
| Managers ^(c) | 2 498 | 2 676 | 2 453 | 2 591 |
| Non-managers | 9 940 | 9 834 | 9 208 | 9 166 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

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

(c) 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, renforcer la marque employeur du Groupe 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 1 834 collaborateurs en 2021. Parmi les

1 710 départs qui ont eu lieu en 2021, la majeure partie a été volontaire (démissions et départs en retraite).

Le taux de précarité moyen du Groupe est de 11 % (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.

| Embauches et départs | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|------------------------------|-------|-------|----------------------------------|-------|
| Nombre d'embauches | 1 563 | 1 615 | 1 537 | 1 834 |
| Nombre de départs | 1 698 | 1 516 | 1 427 | 1 710 |
| Dont nombre de licenciements | 276 | 229 | 228 | 243 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

| Licenciements par type de marché | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--------------------------------------|------------|------------|----------------------------------|------------|
| Marchés matures | 211 | 218 | 217 | 192 |
| Nouvelles géographies ^(b) | 65 | 11 | 11 | 51 |
| TOTAL GROUPE | 276 | 229 | 228 | 243 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

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

| Taux de Précarité ^(b) | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--------------------------------------|-------------|-------------|----------------------------------|-------------|
| Marchés matures | 11 % | 11 % | 12 % | 11 % |
| Nouvelles géographies ^(c) | 26 % | 31 % | 37 % | 51 % |
| TOTAL GROUPE | 13 % | 12 % | 12 % | 11 % |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

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

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

2.1.1 – ASSURER LA SÉCURITÉ ET LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Politiques

Santé et sécurité

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, partagées aux équipes de MOM, 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'action et de mieux capitaliser les bonnes pratiques et incidents identifiés dans le Groupe.

En 2021, les 32 standards de sécurité du Groupe et 21 standards techniques visant à harmoniser les procédures relatives à la sécurité des collaborateurs ont été révisés, synthétisés et compilés dans un manuel de sécurité accessibles à tous les collaborateurs.

Pour garantir l'application de ces politiques et encourager l'atteinte des objectifs Groupe, les bonus des managers sont indexés sur des critères de santé-sécurité, notamment le taux de fréquence des accidents et la réalisation des visites comportementales de sécurité.

Par ailleurs, une politique Sûreté est en vigueur depuis 2020 et a pour objectif de protéger notamment les 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 »).

Bien-être au travail

En parallèle, deux chartes Groupe ont été validées en 2021 sur la thématique du bien-être au travail :

- la Charte *Hybrid Work*, dans le cadre du programme « Nurture », pour favoriser l'autonomie des collaborateurs et la flexibilité autour de l'organisation du travail et trouver le juste équilibre entre les performances du Groupe et le bien-être des collaborateurs. À travers cette

charte, le Groupe démontre sa confiance dans la responsabilité et l'intelligence collective des collaborateurs, qui sont impliquées à chaque étape de sa conception et de sa mise en œuvre. Cette charte repose sur quatre principes :

- donner la priorité au business : pour garantir la performance du Groupe, les besoins de l'activité peuvent prévaloir sur les préférences individuelles,
- partir de la réalité de l'activité : le rythme de travail à distance dépendra de l'activité et sera défini par équipe afin de refléter la réalité de chaque métier et fonction,
- équité et réversibilité : des critères pour un processus équitable et transparent seront définis par chaque site. Le travail flexible d'une personne ou équipe pourra être révoqué s'il ne fonctionne pas,
- confiance et autonomie : Bel fait confiance au sens des responsabilités et à l'intelligence collective des équipes qui travaillent à maximiser leur performance individuelle et celle de l'Entreprise ;
- la Charte du droit à la déconnexion a été déployée à l'ensemble du Groupe. Cette charte établit un cadre concernant le respect des horaires de travail et la qualité de vie au travail avec l'équilibre vie personnelle et vie professionnelle.

Plan d'action

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 pour la deuxième année consécutive avec des mesures exceptionnelles pour protéger ses collaborateurs (voir paragraphe 1.2 « Une mobilisation de toute l'Entreprise pour faire face à la crise sanitaire »).

Mettre en place des pratiques exemplaires 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 dans un autre indicateur.

Avec un Taux de fréquence (TF) en baisse constante depuis 2013, l'année 2021 marque une accélération importante avec un TF de 3.78 soit une réduction de 20 % par rapport à 2020. Ce résultat extrêmement encourageant par rapport à l'objectif 2025 d'atteindre 3, s'appuie notamment sur huit usines qui n'ont eu aucun accident déclaré sur toute l'année et sur une baisse significative des accidents de trajets.

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

| | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---|------|------|----------------------------------|------|
| Taux de fréquence des accidents ^(b) TF Bel Accidents avec et sans arrêt de toute personne présente sur les sites Bel | 5,45 | 4,75 | 4,73 | 3,78 |
| Taux de fréquence des accidents ^(b) TF1 Accident avec arrêt des collaborateurs de Bel | 3,81 | 2,87 | 2,9 | 2,49 |
| Taux de gravité des accidents ^(c) des collaborateurs Bel | 0,11 | 0,10 | 0,10 | 0,08 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

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

(c) 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 ». Chaque collaborateur doit avoir reçu au minimum 3 VCS par an sur les sites industriels. L'objectif est de faire évoluer les comportements, renforcer la communication sécurité et la confiance entre les employés et les managers. Malgré le Covid-19, plus de 32 390 VCS ont ainsi pu être réalisées en 2021. En 2021, une campagne de communication importante et une formation en e-learning ont été lancées auprès des managers pour améliorer la qualité des VCS.

En plus du suivi des accidents du travail, il est également obligatoire de signaler et d'enquêter sur les presque accidents afin d'éviter que des situations à risque ne se reproduisent. Une campagne de sensibilisation a été menée auprès de plusieurs sites en 2021 sur le suivi et le Reporting des presque-accidents. 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 sur chacun des sites, tous les deux ans.

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. Cette feuille de route a été mise à jour pour la période 2021-2025 et plusieurs actions ont été initiées en 2021 :

- le déploiement de tablettes sur chaque usine pour enregistrer les VCS, les accidents, les presque accidents et les situations à risques à travers l'application mobile « Intalex » ;
- le lancement d'un guide performance sécurité qui incite au respect des règles par les collaborateurs en définissant des mesures de sanction en cas de non-respect et, à l'inverse, de reconnaissance en cas de conformité aux règles de sécurité ;
- l'accélération du programme « LOTO » (*Lock-out-Tagout*), visant à installer des protections sécurisant les machines des sites et à définir des procédures et des formations ;

- la formation « Safety Leadership » à destination des managers, visant à leur apporter les compétences pour influencer positivement leurs comportements et ceux de leurs collaborateurs afin qu'ils deviennent plus sûrs ;
- une campagne Groupe sur la protection des mains, à la suite d'une analyse des risques réalisée sur chaque poste de travail ;
- le déploiement graduel du programme « Dry plant-Safe Plant », visant à réduire le risque de glissades liées à un sol mouillé.

Réduire la pénibilité et prévenir les maladies professionnelles

En réduisant les manutentions de charge et les postures pénibles par l'amélioration ergonomique et l'utilisation progressive des « cobots », Bel agit pour prévenir l'apparition de maladies musculosquelettiques, en France et aux États-Unis. 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'action 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

Le bien-être au travail est un sujet clé pour Bel, dont l'ambition est d'accroître l'engagement et l'épanouissement des collaborateurs.

Dans le cadre de « Nurture », le Groupe a lancé le programme d'engagement collaborateurs Your Voice, qui comprend une enquête annuelle menée auprès de l'ensemble des collaborateurs. En 2021 les résultats de l'enquête démontrent une très forte mobilisation des collaborateurs de Bel, avec un taux de participation à 87 % et plus de 13 000 commentaires qualitatifs collectés. Le taux d'engagement ⁽¹⁾ des collaborateurs s'établit à 74 % en 2021 et permet de mettre en exergue plusieurs forces du Groupe, tels que : le sentiment de sécurité au travail, l'adhésion des collaborateurs à la mission de l'Entreprise et leur envie de contribuer davantage à la stratégie RSE du Groupe. Le Groupe s'est fixé pour objectif d'attendre un taux d'engagement à 77% en 2025.

(1) Le taux d'engagement des collaborateurs est la consolidation des résultats obtenus aux questions suivantes : « Quel est votre degré de satisfaction quant à votre travail chez Bel ? » et « Je recommanderais volontiers Bel comme une entreprise où il fait bon travailler ».

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

Les résultats de cette enquête sont directement accessibles sur la plateforme par l'ensemble des managers et des Ressources Humaines et sont analysés au niveau local et au niveau Groupe. Des actions prioritaires ont été définies à ces différents niveaux et ont été partagées avec les collaborateurs.

Une feuille de route a été définie par le Groupe pour aller plus loin sur les sujets relatifs à l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle et le bien-être au travail, dont certains font déjà l'objet d'actions spécifiques :

- en 2021, dans le cadre du programme « Nurture » et de la Charte *Hybrid Work*, des réflexions importantes ont été menées sur la thématique du travail hybride afin d'accorder une plus grande place à l'autonomie et à la responsabilisation des collaborateurs, tout en répondant aux impératifs du Groupe. La volonté du Groupe étant d'associer les collaborateurs à l'élaboration de ce modèle de travail novateur, des ateliers de co-construction ont

été démarrés au niveau de chaque équipe pour définir à cette échelle les types d'organisations les plus propices (flexibilité du lieu de travail, des horaires, etc.) ;

- toujours dans le cadre du programme « Nurture », des mesures ont été prises pour faire évoluer les modèles de fonctionnement afin de renforcer le bien-être des collaborateurs tel que l'allègement de *reporting*, la sanctuarisation de journées sans réunion dans les usines du Groupe en 2021, etc. ;
- le Groupe accorde historiquement des durées de congés payés, allant au-delà du socle minimum imposé par les lois et réglementations nationales, dans la plupart de ses filiales ;
- les managers bénéficient d'une formation visant à les sensibiliser aux risques psycho-sociaux et à la qualité de vie au travail (QVT) depuis 2020 et des e-learning et des ateliers liés au bien-être au travail ont également été mis en place pour les collaborateurs rattachés au siège social.

| | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---|------|------|----------------------------------|------|
| % de collaborateurs bénéficiant d'au moins trois semaines de congé par an | 98 % | 96 % | 96 % | 97 % |

| TAUX D'ABSENTÉISME | 2019 ^(b) | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---|---------------------|--------|----------------------------------|--------|
| Heures d'absence pour cause de maladie/heures de travail théoriques | 2,05 % | 2,90 % | 2,78 % | 2,70 % |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Hors MOM.

Permettre aux collaborateurs de s'engager sur des sujets de responsabilité sociétale

Enfin, dans le cadre du programme « Nurture », le projet *Actors for Good* est en cours de déploiement pour sensibiliser les collaborateurs sur des sujets de responsabilité sociétale et les encourager à s'engager dans des initiatives à impact positif. Ainsi le Groupe s'est engagé

à former la totalité de ses collaborateurs au changement climatique sur trois ans via La Fresque du Climat, un atelier collaboratif basé sur les rapports du GIEC visant à sensibiliser et développer des solutions individuelles ou collectives. En 2021, environ 200 collaborateurs ont été formés lors d'un atelier et une soixantaine de collaborateurs a été formée pour devenir animateurs d'ateliers en interne.

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|--|------|------|----------------------------------|------|---------------|------------|
| Travailler vers zéro accident sur les sites | TF Bel (taux de fréquence des accidents Bel) | 5,45 | 4,75 | 4,73 | 3,78 | 3,0 | 😊 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

2.1.2 – FAVORISER LA DIVERSITÉ, L'INCLUSION ET L'ÉGALITÉ DES CHANCES

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 l'horizon 2020 et 2025 sur des sujets tels que la mixité et la multiculturalité au sein de l'Entreprise. Celui-ci repose sur trois piliers :

- créer une culture d'entreprise inclusive, en communiquant une charte d'engagement Diversité & Inclusion, qui permette l'expression des différences individuelles dans un cadre qui assure la performance collective, et en assurant 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, 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...), pour leur permettre d'identifier les enjeux locaux et la mise en place d'actions adaptées.

Dans le cadre du programme « Nurture », le programme « Diversité & Inclusion » fera l'objet d'une révision en 2022 visant à accélérer la transformation du Groupe et à incorporer les sujets transverses de diversité et d'inclusion à toutes les nouvelles politiques RH.

Plan d'action

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 | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---------------------------|-----------|-----------|----------------------------------|-----------|
| Effectifs totaux | 69 %/31 % | 69 %/31 % | 69 %/31 % | 68 %/32 % |
| Effectifs non-managers | 73 %/27 % | 72 %/28 % | 73 %/27 % | 72 %/28 % |
| Effectifs managers | 57 %/43 % | 56 %/44 % | 54 %/46 % | 56 %/44 % |

| RÉPARTITION DES EMBAUCHES HOMMES/FEMMES | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|--------------|--------------|----------------------------------|--------------|
| Hommes | 1 026 | 975 | 916 | 1 048 |
| Femmes | 537 | 640 | 621 | 736 |
| TOTAL EMBAUCHES | 1 563 | 1 615 | 1 537 | 1 834 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

Même si dans la population des managers intermédiaires, les femmes représentent entre 40% et 50% des effectifs, leur proportion est plus faible dans les grades les plus élevés.

Afin d'améliorer cette situation, le Groupe s'est fixé dès 2016 l'objectif d'atteindre 40 % de femmes aux grades les plus élevés (1, 2 et Comité exécutif) d'ici à 2025. En 2021, le seuil de 30 % ⁽¹⁾ de femmes a été atteint parmi les grades les plus élevés.

En raison de la crise du Covid-19 et de ses répercussions sur l'organisation, le recrutement et le développement des collaborateurs et collaboratrices depuis deux ans, cet objectif a été revu en 2021 pour permettre une progression plus en ligne avec les réalités terrain. Il est désormais fixé à 35%.

Depuis 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 a également augmenté de façon significative depuis 2017, constituant progressivement un vivier de candidates potentielles pour des postes plus seniors. Dans ce cadre, plus d'une centaine de collaboratrices ont été formées spécifiquement à la thématique « Leadership au féminin » au cours des dernières années, dont 25 collaboratrices en 2021 afin de favoriser la montée en compétences et l'accès à des postes de management.

(1) Hors MOM

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

| RÉPARTITION HOMMES/FEMMES PAR GRADE | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---|-----------|-----------|----------------------------------|-----------|
| Conseil d'administration ^(b) | 3/2 | 2/5 | 2/5 | 2/5 |
| Comité exécutif ^(b) | 6/2 | 3/3 | 3/3 | 3/3 |
| Grade 1 | 80 %/20 % | 77 %/23 % | 75 %/25 % | 69 %/31 % |
| Grade 2 | 79 %/21 % | 77 %/23 % | 77 %/23 % | 73 %/27 % |
| Grade 3 | 63 %/37 % | 59 %/41 % | 57 %/43 % | 56 %/44 % |
| Grade 4 | 60 %/40 % | 56 %/44 % | 54 %/46 % | 56 %/44 % |
| Grade 5 | 54 %/46 % | 57 %/43 % | 55 %/45 % | 51 %/49 % |
| Grade 6 | 55 %/45 % | 53 %/47 % | 50 %/50 % | 50 %/50 % |
| Grade 7 | 53 %/47 % | 53 %/47 % | 53 %/47 % | 59 %/41 % |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Valeurs absolues.

En France, un nouvel accord en faveur de la valorisation des compétences et de la diversité a été négocié et signé en 2021 pour une durée de trois ans. Cet accord regroupe les mesures relatives à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, aux contrats de génération et 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 féminisation et l'inclusion digitale des collaborateurs des filières industrielles.

Dans le cadre du nouvel accord, les processus ont été révisés pour éviter toute forme de discrimination et garantir l'inclusion et la diversité des profils lors des recrutements. Plusieurs usines pilotes ont également bénéficié d'une sensibilisation aux agissements sexistes.

Par ailleurs, en ce qui concerne l'égalité de rémunération, Bel réalisé chaque année une étude sur le ratio moyen du salaire des femmes par rapport aux hommes sur la population des managers en France, seul échantillon représentatif à l'échelle du Groupe. 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.

Enfin, en tant qu'entreprise de plus de 1 000 salariés, Bel a répondu à son obligation en France de publier son index d'égalité hommes-femmes. En 2021, Bel en France obtient la note de 93/100, en léger recul par rapport à 2020 avec une note de 98/100. Cette diminution s'explique par la mise en place d'un projet de revalorisation mené sur les métiers ouvriers, principalement exercés par des hommes. 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 dix plus hautes rémunérations dans l'Entreprise.

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

Le multiculturalisme pour valoriser la diversité et l'inclusion

Présent dans plus de 120 pays, Bel est attentif à la diversité du monde dans lequel il évolue. Le Groupe considère que la diversité est un élément moteur de l'innovation et de l'agilité des équipes et une source de création de richesse indispensable à la réussite des objectifs ambitieux qu'il s'est fixé. Ainsi, Bel s'attache à promouvoir la diversité sous toutes ses formes au sein de ses équipes. Plusieurs programmes de formation sur la sensibilisation à la diversité culturelle et à l'inclusion sont en cours de préparation pour un déploiement en 2022.


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 depuis 2014 des accords Handicap agréés pour une durée de trois ans sont signés avec les partenaires sociaux. En 2020, l'accord a été renouvelé entre Bel et ses partenaires sociaux, avec l'objectif d'atteindre, *a minima*, le taux d'emploi de 6 % de salariés en situation de handicap 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 telle que l'activité de Co-packing. En 2021, 14 collaborateurs ont été formés pour devenir des « Ambassadeurs Handicap » et jouer un rôle actif afin de favoriser l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap.

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|--|---------------------|---------------------|----------------------------------|----------------------------|---------------------|---|
| Promouvoir la diversité hommes-femmes ^(b) | Part des femmes dans le Top Management | 21 % ^(c) | 25 % ^(c) | 25 % ^(c) | 30 % ^(c) | 35 % ^(d) |  |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Dans le cadre du programme « *Nurture* », une réflexion est en cours pour définir un nouvel indicateur afin de prendre en compte d'autres enjeux relatifs à la diversité.

(c) Périmètre Groupe hors MOM.

(d) Objectif mis à jour en 2021.

2.1.3 – DÉVELOPPER LES TALENTS DE SES COLLABORATEURS

Programmes 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 University définit une note de cadrage en collaboration avec les métiers et les pays. Cette note permet d'explicitier les priorités en matière de formation, compte tenu, d'une part, des besoins des collaborateurs, et, d'autre part, des compétences et métiers clés à développer pour le Groupe.

Le Groupe se fixe pour objectif de faciliter l'accès à la formation pour tous ses collaborateurs et, plus globalement, de permettre à chaque collaborateur de développer ses compétences.

En 2021, 81 % des collaborateurs ont suivi au moins une formation au cours de l'année. Le plan de formation du Groupe s'est articulé autour des priorités suivantes :

- accompagner les transformations culturelles et managériales ;
- accompagner les transformations métiers ;
- simplifier et enrichir l'expérience des apprenants ;
- renforcer le pilotage et la culture de la donnée.

Offre de formations présentielles et digitales

Le Groupe utilise depuis 2018 la plateforme de formation (Learning Management System - LMS), qui permet d'héberger un nombre important de formations. Le catalogue de formations *Bel University*, propose une offre de formation très complète et est mis à jour chaque année en lien avec la stratégie du Groupe en matière de développement de compétences ainsi qu'avec les différents métiers.

En plus des formations au catalogue, Bel University propose des formations digitales en libre-accès sur les thématiques du développement personnel, de culture générale et sur des enjeux de responsabilité sociétale. Cette plateforme, *Pick & Learn*, est accessible sur PC, tablettes et mobiles, à tout moment par l'ensemble des collaborateurs connectés de Bel ⁽¹⁾.

En 2021, l'accent a été mis sur les formations en lien avec la RSE. À titre d'exemple avec un premier module de formation sur le carbone a été dispensé à plusieurs fonctions sièges et sera intégré dans Bel University en 2022. Un module sur la nutrition, avec une dimension sur les produits végétaux, a également été dispensé aux équipes nutrition et R&D, soit plus de 190 personnes dans 26 pays.

Les formations proposées ciblent l'ensemble des populations du Groupe et proposent une diversité de modalités pédagogiques, afin de s'adapter à tous les modes d'apprentissage (synchrone, asynchrone, présentiel et distanciel). La diversification des modalités pédagogiques, comme la classe virtuelle, l'apprentissage vidéo et par le jeu ou le SPOC (Small Private Online Course) a permis de maintenir un accès à la formation pendant la crise sanitaire dès début 2020. Le Groupe a ainsi pu accompagner au mieux ses collaborateurs dans ce contexte incertain, sur des thématiques de bien-être au travail en favorisant les formations liées à la gestion du temps, à la responsabilisation des équipes, au travail à distance et pratiques collaboratives, aux risques psychosociaux et à la résilience, etc.

| FORMATION DES COLLABORATEURS | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|------|------|----------------------------------|------|
| % de collaborateurs qui ont participé à au moins une formation au cours de l'année | 75 % | 76 % | 76 % | 81 % |
| Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur | 18,0 | 17,0 | 17,1 | 19,5 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(1) Concerne les collaborateurs ayant un accès via une adresse de messagerie Bel ou une adresse de messagerie personnelle.

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

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

Afin d'accompagner au mieux le développement de ses collaborateurs et accroître leur employabilité, Bel a mis en place différents dispositifs tout au long de leur carrière.

Programme d'intégration Groupe

Dès leur arrivée, l'ensemble des nouveaux collaborateurs connectés bénéficient d'un programme d'intégration digital dit « Bel'Come ».

Évaluation et feedback

Chaque année, l'entretien annuel d'évaluation ⁽¹⁾ représente un moment privilégié pour partager avec son responsable hiérarchique les réussites, les difficultés rencontrées et évaluer les compétences de leadership, personnelles ou 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. À ce titre, Bel s'est engagé à soutenir le dispositif « 1 jeune, 1 mentor » lancé par le ministère du Travail et le Haut-Commissariat à l'Emploi et l'Engagement des Entreprises, en faveur de l'emploi des jeunes.

Par ailleurs, au-delà de l'entretien annuel, Bel encourage la culture du feedback, dit 360 : ainsi, tout collaborateur peut demander un 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.

| ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE INDIVIDUELLE | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|------|------|----------------------------------|------|
| % de cadres éligibles ^(b) bénéficiant d'un entretien d'évaluation de performance individuelle (base annuelle) | 90 % | 87 % | 86 % | 91 % |

(a) Valeurs à périmètre comparable.


(b) Les cadres éligibles sont les cadres 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.

Gestion des carrières et mobilité

Bel souhaite offrir des parcours de carrières évolutifs et intéressants. Afin de s'assurer de l'adéquation entre les ressources actuelles et les futurs besoins organisationnels, les équipes RH de Bel et les managers participent à des processus de *People Review* et de plans de succession, qui permettent de construire des plans d'action prospectifs 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.

De plus, pour favoriser la mobilité, les postes ouverts en interne 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 d'inadéquation des compétences en interne. Bel renforce également la visibilité sur les parcours professionnels accessibles aux cadres à travers la mise à disposition de différents outils : référentiels de compétences, guides de parcours de carrières, passerelles possibles entre les postes, etc.

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|--|------|------|----------------------------------|------|------------------|---|
| Développer les talents des collaborateurs | Collaborateurs ayant suivi au moins une formation au cours de l'année ^(b) | 75 % | 76 % | 76 % | 81 % | 100 % |  |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Dans le cadre du programme « Nurture », une réflexion est en cours pour définir un nouvel indicateur qui soit plus en phase avec la stratégie de formation du Groupe et qui permette de mieux refléter les nouvelles modalités d'apprentissage en accord avec les besoins identifiés.

(1) L'entretien est obligatoire pour l'ensemble des collaborateurs ayant le statut cadre et employé. Un formulaire papier est également mis à disposition pour les ouvriers.

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

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'action

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. 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 des enquêtes salariales auprès de cabinets spécialisés pour identifier les meilleures pratiques du marché.

Avantages sociaux

Au-delà du socle minimum imposé par les lois et réglementations nationales, Bel veut assurer à l'ensemble de ses collaborateurs un bon standard en matière de protection sociale. Soucieux du bien-être des collaborateurs, le Groupe a pour ambition de s'assurer que le socle d'avantages sociaux proposés localement aux salariés est adéquat et aligné sur les pratiques de marché.

| | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---|------|------|----------------------------------|------|
| % de collaborateurs ^(b) qui bénéficient d'une couverture santé | 93 % | 93 % | 92 % | 93 % |
| % de collaborateurs ^(b) qui bénéficient d'une couverture décès et invalidité | 91 % | 92 % | 91 % | 93 % |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) 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 individuelle des collaborateurs est étendue sur une large population de managers. Au moins 10 % de cette rémunération variable

est liée à l'atteinte d'objectifs extra-financiers, en lien avec la démarche RSE. Par ailleurs, un des critères de la rémunération variable des dirigeants est la réduction de l'empreinte carbone du Groupe.

| | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|------|------|----------------------------------|------|
| % de collaborateurs concernés par un système de rémunération prenant en compte la performance globale de la filiale ou du Groupe | 59 % | 59 % | 59 % | 59 % |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

2.1.5 – PROMOUVOIR UN DIALOGUE POSITIF

Politiques

Bel mis en place depuis 2016 une Charte du dialogue social au niveau mondial, qui vient structurer sa démarche autour de principes essentiels à mettre en œuvre 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.

Plan d'action

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.

Pour garantir un dialogue social positif, 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 social et économique, *value committee*, Comité syndical, représentants de proximité...) mais l'objectif est toujours le même : favoriser les échanges. Une étude est en cours pour établir une cartographie des instances professionnelles présentes dans les différents sites du Groupe.

Au-delà des instances locales, un Comité d'entreprise au niveau européen est mis en place depuis 2019, composé de 21 représentants du personnel représentant ensemble 11 pays. La richesse des débats indique un fort intérêt pour cette instance, qui continue de se réunir à distance durant la crise sanitaire.

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

Enquête d'engagement des collaborateurs

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

Conduite pour la première fois cette année dans le cadre du lancement du programme « Nurture », l'enquête Your Voice a affiché un taux de participation très élevé de 87 %.

Basé sur 18 piliers, ce sondage a permis de mesurer un niveau d'engagement des collaborateurs, de 74 % en 2021 (voir paragraphe 2.1 « Construire un avenir durable avec ses collaborateurs »).

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.

MOM s'est également engagé dans une démarche d'achats responsables avec l'adoption d'une charte ⁽²⁾ dédiée fin 2020, qui présente les exigences du Groupe en matière d'enjeux environnementaux, sociaux et droits humains, d'éthique des affaires, de management et d'achats.

PLAN D'ACTION

Le Directeur des achats de Bel supervise la politique globale du Groupe, qui est adaptée aux spécificités des différentes catégories d'achats. Les acheteurs du Groupe, dont la rémunération variable est indexée sur des critères RSE, sont ensuite chargés de son déploiement effectif.

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 chapitre dédié (voir paragraphe 3.4 « 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 1.4 « Plan de vigilance »). Le Groupe prévoit de mettre à jour ces cartographies des risques en 2022.

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 est déployé depuis 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.

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

Dès la phase d'appel d'offres, les fournisseurs reçoivent la Charte des achats responsables du Groupe. Pour engager les fournisseurs à respecter cette charte ainsi que le 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 de Bel est accessible sur le site Internet du Groupe Bel (charte-des-achats-responsables-sept-2019.pdf [groupe-bel.com]).

(2) Pour plus d'informations, la Charte achats responsables de MOM est accessible sur le site Internet du groupe MOM (https://www.momgroup.com/wp-content/uploads/2021/07/demarche-amelioration-continue.pdf).

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

Depuis 2009, le Groupe évalue par ailleurs la performance RSE des fournisseurs qu'il considère prioritaires au regard de leur volume d'affaires, des risques potentiels associés 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 et demande à ses fournisseurs de se faire réévaluer régulièrement. Dans certains cas, un plan d'action correctif peut-être exigé par le Groupe ainsi qu'une réévaluation anticipée. En 2021, le score moyen des fournisseurs est de 52,8/100, continuant de progresser positivement année après année.

Depuis 2017, MOM évalue également la performance de ses fournisseurs via EcoVadis. En 2021, le score moyen des fournisseurs est de 59/100.

En 2021, les acheteurs du Groupe ont effectué un recensement des initiatives RSE des fournisseurs évalués via EcoVadis, dans l'objectif de continuer à améliorer la connaissance du groupe Bel dans les actions de ses fournisseurs et dans leurs engagements RSE.

Parmi une trentaine d'indicateurs identifiés, cinq KPIs ont été sélectionnés pour leur représentativité de chacun des domaines d'évaluation EcoVadis et de la stratégie RSE du groupe Bel : Environnement (Actions sur la consommation d'énergie et les GES, Reporting sur les émissions de CO₂), Social et Droits de l'Homme (Actions sur la santé et la sécurité des employés), Éthique (Politique en matière de corruption), Achats Responsables (Audit ou évaluations RSE des fournisseurs). Bel et MOM observent une amélioration des performances des fournisseurs les plus récemment évalués par rapport à la moyenne des quatre dernières années. Cette amélioration démontre une maturité croissante dans la mise en place de politiques et d'actions RSE de nos fournisseurs.

Par ailleurs, Bel est engagé 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 dix membres de l'initiative partagent entre eux les évaluations EcoVadis 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.

Enfin, promoteur d'un modèle d'entreprise responsable, Bel répond également au questionnaire EcoVadis et a reçu en 2021 la médaille de platine EcoVadis, correspondant au plus haut niveau de reconnaissance, avec un score de 79/100, en reconnaissance de ses performances RSE. Cela place le Groupe dans le top 1 % des entreprises les mieux notées au monde, dans son secteur d'activité.

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 8 % du volume de fromage commercialisé par le Groupe, sept sous-traitants majeurs du Groupe représentant à eux seuls 83 % 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 2021, le score moyen des sous-traitants de produits finis est de 46,8/100, aucun sous-traitant évalué ne présentant de risque élevé (score EcoVadis inférieur à 25/100).

Formation des acheteurs

Bel déploie depuis 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.

Depuis 2020, Bel met également 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.

En 2021, une nouvelle formation ainsi qu'une mise à jour du guide EcoVadis a été mise à disposition des acheteurs pour leur présenter les nouvelles fonctionnalités de la plateforme et ainsi faciliter le processus d'invitation des fournisseurs à se faire évaluer.

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

INDICATEUR DE PERFORMANCE

| BEL | 2019 ^(b) | 2020 ^(c) | 2020 pro forma ^(a) | 2021 ^(d) |
|--|---------------------|---------------------|----------------------------------|---------------------|
| Nombre de fournisseurs Bel évalués (hors lait collecté) | 559 | 614 | 597 | 641 |
| Score moyen des fournisseurs Bel évalués (hors lait collecté) | 51,7/100 | 51,8/100 | 51,8/100 | 52,8/100 |
| Score moyen des entreprises évaluées par EcoVadis dans l'année | 45,1/100 | 46,1/100 | 46,1/100 | 47,9/100 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

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

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

(d) Fournisseurs évalués entre 2019 et 2021 - données hors MOM.

| MOM | 2019 ^(b) | 2020 ^(c) | 2020 pro forma ^(a) | 2021 ^(d) |
|---|---------------------|---------------------|----------------------------------|---------------------|
| Nombre de fournisseurs Bel évalués (hors lait collecté) | 153 | 155 | 155 | 149 |
| Score moyen des fournisseurs Bel évalués (hors lait collecté) | 55,7/100 | 56,6/100 | 56,6/100 | 59/100 |


(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Fournisseurs évalués entre 2016 et 2019.

(c) Fournisseurs évalués entre 2017 et 2020.

(d) Fournisseurs évalués entre 2019 et 2021.

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | | | KPI | 2019 ^(b) | 2020 ^(c) | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|---|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------------------|------|---|------------|
| Promouvoir des bonnes pratiques sociales et environnementales auprès de ses fournisseurs | Score moyen « EcoVadis » des fournisseurs (sur 100) ^(e) | Données Bel hors MoM | 51,7 ^(d) | 51,8 | 51,8 | 52,8 | 55 |  | |
| | | Données MoM | 55,7 | 56,6 | 56,6 | 59 | | | |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Fournisseurs évalués entre 2016 et 2019.

(c) Fournisseurs évalués entre 2017 et 2020.

(d) Hors Safilait.

(e) Hors lait collecté.

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 1.4 « 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 – PROMOUVOIR DES PRATIQUES DE FINANCEMENT RESPONSABLES AUPRES DES INVESTISSEURS

DÉFINITION DE L'ENJEU

Engagé dans la construction d'un modèle d'entreprise responsable et rentable, Bel est convaincu de la nécessité d'associer performance financière et extra-financière et souhaite promouvoir des pratiques de financement plus responsables. C'est pourquoi le Groupe s'est lancé dès 2017 dans la création de lignes de crédit à impact environnemental et social pour mettre ses objectifs environnementaux et sociaux au cœur de sa stratégie de financement.

POLITIQUE ET PLAN D' ACTIONS

Le Groupe lie ses financements à sa démarche globale d'entreprise pour concentrer ses efforts sur des enjeux majeurs de sa responsabilité sociale et environnementale dans le cadre de deux opérations de financement en 2017 puis 2019.

En 2017, Bel 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.

Engagé depuis plus de dix ans dans une démarche de responsabilité sociétale de l'entreprise, le Groupe Bel a, avec le soutien de ses banquiers prêteurs, fait le choix d'inclure dans la convention de crédit des critères à impact environnemental et social qui reposent sur l'atteinte de trois objectifs issus de sa stratégie de développement durable à horizon 2025 :

- réduction de ses émissions de gaz à effet de serre ;

- développement de programmes d'éducation nutritionnelle dans les pays clés du Groupe ;
- déploiement d'un programme d'actions concrètes en faveur d'une filière amont laitier durable.

La ligne de crédit amendée comporte une obligation de résultat vertueuse : en cas de non atteinte des objectifs, le Groupe Bel s'engage à mettre en œuvre des mesures correctrices au travers d'investissements directs ou de financement d'associations ou d'Organisations Non Gouvernementales.

Cet accord fait de Bel le premier groupe de l'industrie laitière à volontairement indexer une ligne de crédit à ses performances en matière de développement durable.

En 2019, dans la continuité de sa première opération de financement avec des objectifs extra-financiers, le Groupe Bel réalise un placement privé (EURO PP) comportant des critères environnementaux et sociaux.

Les critères environnementaux et sociaux portent sur l'atteinte d'objectifs sur deux piliers de sa stratégie de développement durable :

- déploiement d'un programme d'actions concrètes en faveur d'une filière amont laitier durable ;
- réduction de ses émissions de gaz à effet de serre : le Groupe s'engage à déployer un plan ambitieux avec des objectifs fixés annuellement jusqu'en 2029.

RÉSULTATS 2021 POUR LES DEUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENTS LIÉES À DES CRITÈRES À IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL (LIGNE DE CRÉDIT ET EURO PP)

| | DÉFINITIONS | OBJECTIF AU 31 DÉCEMBRE 2021 | RÉSULTAT AU 31 DÉCEMBRE 2021 | ATTEINTE DE L'OBJECTIF |
|--|--|---|--------------------------------|------------------------|
| Amont laitier ^(a) | <i>Le Groupe Bel s'engage à définir et déployer dans l'ensemble de ses 10 bassins laitiers un programme « Amont laitier », participant à la durabilité de la filière laitière (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »)</i> | Suivi formalisé du respect du planning de déploiement par le comité de pilotage du projet « Déploiement » | 100 % conforme aux engagements | 😊 |
| Réduction des émissions de gaz à effet de serre ^(a) | <i>Ratio d'émission des gaz à effet de serre : émissions de gaz à effet de serre en kg d'équivalent CO₂ (scopes 1 et 2) par tonne produite indicateur de référence : Indicateur pro forma calculé au 31 décembre 2017 utilisant le nouveau format d'indicateur (avec un dénominateur en tonnes produites) (voir paragraphe 6.1 « Lutter contre le changement climatique »)</i> | - 15 % | - 15 % | 😊 |
| Programmes d'éducation nutritionnelle | <i>Programme d'éducation nutritionnelle : initiative citoyenne de la marque ou du Groupe visant à promouvoir des habitudes d'alimentation saines et un mode de vie actif à travers une approche éducative divertissante. Ces programmes peuvent être développés par un partenaire et sponsorisés par le Groupe Bel ou ses marques au travers de partenariats durables et contractualisés (voir paragraphe 3.3 « Encourager de meilleures habitudes alimentaires et inciter à des modes de vie plus sains »).</i> | 6 pays | 7 pays | 😊 |

(a) Critères environnementaux et sociaux portent sur l'atteinte d'objectifs ligne de crédit et EURO PP.

2.4 – COMMUNIQUER DE MANIÈRE RESPONSABLE ET TRANSPARENTE AUPRÈS DE SES CONSOMMATEURS

DÉFINITION DE L'ENJEU

Des 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.). Une mise à jour de la Charte est prévue en 2022.

PLAN D'ACTION

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. Les engagements RSE du Groupe alimentent le discours des marques et renforcent leur crédibilité ; en retour les marques, grâce à leur notoriété, apportent de la visibilité à

la mission du Groupe Bel. Dans cette perspective, toutes les marques cœur du Groupe ont adopté leurs propres feuilles de route RSE à trois ans, avec des priorités identifiées sur les cinq défis RSE majeurs, sur lesquelles elles vont communiquer massivement auprès des consommateurs. Ainsi, en plus de répondre aux attentes et préoccupations des consommateurs, les marques ont l'ambition de jouer un véritable rôle sociétal en mettant 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.

Par exemple en 2021, à l'occasion de ses 100 ans, La Vache Qui Rit® a lancé l'opération « un rire, un don » pour engager tous ses consommateurs à offrir des rires à ceux qui en ont le plus besoin, en partenariat avec une vingtaine d'associations à travers le monde. En France, plus de 10 000 rires ont été enregistrés permettant de reverser 70 000 euros à l'association Le Rire Médecin pour financer des visites de clowns dans les hôpitaux et amener de la joie dans la vie de plein d'enfants hospitalisés.

Par ailleurs, lors de l'opération de communication RSE multimarques « Pour tous, pour de bon, et pour nos régions » faite en France en 2021, Bel a observé que l'association de la marque Bel aux communications des marques produit avait un impact positif sur les éléments d'image de marque responsable tels que la naturalité des recettes, la fabrication locale ou la juste rémunération des éleveurs. Cette opération a aussi démontré qu'une communication claire et transparente sur les enjeux RSE renforçait le sentiment de proximité, la confiance et l'intention d'achat des consommateurs.

En 2021, le chiffre d'affaires des produits positifs est de 74 %, stable par rapport à l'année dernière.


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 et MOM se sont engagés avec le mouvement volontaire européen EU Pledge. À travers cette initiative, Bel et MOM s'engagent 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⁾).

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

UN MODÈLE CRÉATEUR DE VALEUR POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|--|--------|--------|-------------------------------|---------------|--------------------|---|
| Offrir des produits positifs aux consommateurs | Part du chiffre d'affaires généré par la vente de produits positifs ^(b) (%) | 73,4 % | 76,0 % | 74,3 % | 74,2 % | N/A ^(c) |  |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) 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.

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

SYNTHÈSE DU CHAPITRE

FAITS MARQUANTS 2021

- Lancement de *Your Voice*, une enquête de satisfaction menée auprès de l'ensemble des collaborateurs.
- Lancement du programme *Actors for Good* et engagement du Groupe à former l'ensemble des collaborateurs aux enjeux climatiques via La Fresque du Climat.
- Obtention par Bel de la médaille de platine EcoVadis avec un score de 79/100, ce qui la place dans le top 1 % des entreprises les mieux notées au monde, dans son secteur d'activité.
- Obtention d'un taux de fréquence des accidents chez Bel historiquement bas grâce à une baisse significative des accidents en usines et pendant les trajets.

PRIORITÉS 2022

- Renforcer l'engagement collaborateurs et faire monter en compétence les managers, notamment à travers le nouveau modèle managérial de Bel (We@Bel).
- Publier en interne une Charte d'engagement Diversité & Inclusion du Groupe Bel.
- Continuer le programme *Actors for Good* avec notamment le déploiement de la Fresque du Climat et la semaine de la solidarité.
- Mise en place des chartes de travail à distance.
- Identifier les synergies potentielles des démarches achats responsables et capitaliser sur les bonnes pratiques respectives, dans le cadre du rapprochement des équipes achats de Bel et de MOM.



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 à 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 et encourager de meilleures habitudes alimentaires. Pour cela, le Groupe poursuit la transformation de son portefeuille de marques en renforçant sa stratégie sur trois territoires complémentaires : le laitier, le fruitier et le végétal. Bel conserve par ailleurs le modèle de la portion, pour encourager une consommation de ses produits en quantité raisonnée ;
- 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 :

- la politique de management des opérations industrielles, déclinée dans toutes les usines, qui réaffirme l'exigence de Bel à assurer la qualité et la sécurité des aliments de tous ses produits ;
- la politique *Food Fraud* qui 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. Cette politique a été renforcée en 2021 suite à l'analyse de vulnérabilité des matières et des emballages, réalisée en 2020. Cette politique est pilotée par la Direction qualité et réglementation Groupe et déployée localement en lien avec les services qualité et achats ;
- la 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 politique a été renforcée en 2021 pour intégrer de nouvelles mesures relatives aux risques informatiques et aux exigences douanières. Cette dernière est pilotée par la Direction qualité et réglementation Groupe et déployée localement par chaque Directeur de site ;

- la politique Food Safety Culture, marquant le lancement de la démarche de déploiement de la food safety culture à l'échelle du Groupe, afin de donner la dimension attendue à la sensibilisation et la contribution de tous dans la garantie de notre fabrication de produits sûrs pour le consommateur.

En plus de ces politiques, Bel a révisé et amélioré en 2021 un ensemble de standards visant à harmoniser les procédures de qualité relatives à la sûreté des aliments (contaminants, allergènes, certifications...) au sein du Groupe.

PLAN D'ACTION

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'action 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.

CONTRIBUER À UNE ALIMENTATION PLUS SAIN

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 2021, un contrôle renforcé a été mené sur les contaminants végétaux comme les alcaloïdes à la suite de l'introduction de nouvelles matières premières végétales.

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.

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 (FSCC 22000, IFS, BRC, SQF[CBI]). 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 d'ici à 2024. En plus de la certification, Bel dispose de procédures strictes détaillant les rôles et les responsabilités de chacun et d'un régime 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 maintient et améliore son 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, comme pour les matières d'origine végétales, en cours d'intégration dans le standard.

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'action 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. À la suite de cette analyse, un plan de surveillance propre aux emballages a été établi en 2021 notamment, et garantir la qualité et la durabilité du produit tout prévenant la migration des contaminants.

En parallèle, un plan des formations réglementaires a été réalisé en 2021 et sera déployé à partir de 2022.

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 2021, 30 contaminants ont été étudiés.

Des conditions de conservation adéquates

Les processus de pasteurisation ou stérilisation mis en œuvre dans les sites de Bel assurent une bonne conservation des produits fabriqués. La bonne conservation est également renforcée grâce à 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 co-branding. 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.

CONTRIBUER À UNE ALIMENTATION PLUS SAIN

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 a également mis en place un réseau de coordinateurs qualité de la supply-chain et de la sous-traitance afin de contrôler et d'optimiser le respect des exigences de stockage/distribution et de façonnage et faciliter la remontée d'information en cas de réclamation. 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 2.4 « 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 et sécurité des aliments 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).

| Les objectifs Bel | KPI | 2021 | Objectif 2025 |
|---|--|----------------|---------------|
| Certifier toutes les usines Bel douanier d'opérateur économique agréé « sécurité/sûreté » (OEA FULL) | Part des usines Bel certifiée douanier d'opérateur économique agréé « sécurité/sûreté » (OEA FULL) | 36,67 % | 100 % |

3.2 – AMÉLIORER LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE DES 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 les problèmes de surpoids et d'obésité touchent très largement les adultes et enfants à travers le monde ⁽¹⁾, et que la malnutrition continue d'exister dans les pays en voie de développement. Parallèlement, la naturalité est une tendance forte et en constante augmentation chez les consommateurs du monde entier, qui cherchent des produits avec des listes d'ingrédients plus courtes et plus simples, perçues comme gage de qualité.

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

Afin d'accélérer la transformation de ses marques dans la lignée de sa nouvelle identité *For All. For Good*, Bel déploie une politique structurante, dite *Healthier* ⁽²⁾, qui repose sur deux piliers :

- la qualité nutritionnelle, afin de cadrer le développement de nouveaux produits et améliorer en continu la qualité nutritionnelle des produits existants ;
- la naturalité, afin d'obtenir des listes d'ingrédients plus courtes, et limiter le recours aux additifs.

Cette politique est complétée par :

- des notes de position sur les arômes et colorants.

PLAN D'ACTION

Améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits

Un premier filtre pour garantir la compatibilité des produits avec une alimentation équilibrée

Les produits distribués par Bel sont une source importante de calcium, protéines et de vitamines, des nutriments essentiels à la croissance et compatibles avec les besoins alimentaires de tous. En portion, c'est-à-dire en quantité raisonnée, les teneurs en matières grasses et en sel des produits peuvent tout à fait s'inscrire dans une alimentation équilibrée. Pour cela, le Groupe s'assure en premier lieu et avant tout développement de produits que les seuils maximums par portion co-construits avec un comité d'experts international sont respectés pour les matières grasses, le sucre ajouté et le sel.

De plus, en tant qu'acteur majeur de l'alimentation, Bel est conscient de sa responsabilité à ne pas inciter au grignotage, et a développé un guide de bonnes pratiques sur le « mindful snacking » pour accompagner les équipes marketing dans la communication responsable.

Un système de profilage nutritionnel et des objectifs d'amélioration

Par ailleurs, 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 sa démarche nutritionnelle, Bel déploie depuis 2017 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.

Ce système de profilage nutritionnel a été adapté fin 2020 à la catégorie végétale, en précisant les seuils des nutriments à limiter et ceux à favoriser 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) et des usages différents (produit consommé comme un substitut de fromage ou un tartinable de légumes).

En accord avec ce 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 à 2025. Fin 2021, c'était le cas pour 72 % de ces volumes.

Les avancées emblématiques du Groupe portent sur les sujets suivants :

- réduction de la teneur en matières grasses et en sel (ex. : La Vache qui rit[®], Babybel Original[®], Kiri[®]...) ;
- mise en conformité des recettes avec l'EU Pledge ;
- lancement de gammes enrichies en nutriments essentiels (fer, iode, zinc, vitamines A ou D) et probiotiques ;
- lancement de gammes hybrides, combinant fromage et légumineuses (ex. : *The Laughing Cow blends*[®] aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Canada).

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, à fin 2021, 81 % des produits proposés ⁽³⁾ par les marques Materne et Pom'Potes[®] sont sans sucres ajoutés. MOM s'est fixé l'objectif d'accroître cette part à 100 % d'ici à 2025. Par ailleurs, afin d'inciter les Français à faire le choix d'une consommation saine, MOM s'est engagé dès 2018 à apposer le Nutri-score sur la totalité de son portefeuille de produits. 80 % des références sont classées en A.

(1) Selon l'Organisation mondiale de la santé, le surpoids ou l'obésité concernent : 42 % des adultes de plus de 18 ans 2016 (soit 1,9 milliard d'adultes), 340 millions d'enfants et adolescents âgés de 5 à 19 ans et 9 millions d'enfants âgés de moins de 5 ans.

(2) Plus d'informations sont disponible sur le site Internet du Groupe Bel (exe-200630-brochure-bel-nutrition-hd-franais.pdf [groupe-bel.com]).

(3) En nombre de références.

CONTRIBUER À UNE ALIMENTATION PLUS SAIN

S'engager pour toujours plus de naturalité

La mission de Bel est d'offrir des produits plus sains et responsables pour tous. La politique *Healthier* du Groupe Bel, comprend un pilier entier sur la naturalité afin de 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.

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, de sorte que toutes les marques cœur soient sans colorants ni arômes artificiels d'ici à fin 2021. À fin 2021, Bel a atteint cet objectif, grâce à un important travail mené sur l'innovation et la rénovation produits, plus de 50 recettes ont été rénovées sur les trois dernières années.

Les recettes d'un grand nombre des produits du Groupe, comme Babybel 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 sur les dernières années, avec comme actualités clés en 2021 :

- la suppression de tous les arômes et colorants artificiels des marques cœurs du Groupe à fin 2021 ;
- le relancement de la Vache qui rit[®] Original en Europe avec une simplification de la recette et une liste d'ingrédients beaucoup plus courte, avec quatre ingrédients laitiers, dans la lignée de la simplification de la recette de Kiri[®] qui avait été relancée en 2020 ;
- le lancement du tartinable Nurish en Belgique en octobre 2021 et qui sera plus largement déployé à compter de 2022.

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 »).

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|--|---|------|------|----------------------------------|------|------------------|---|
| Améliorer de façon continue la qualité nutritionnelle de ses produits | Portefeuille produit enfants et familles respectant les critères <i>Bel Nutri+</i> ^(b) | 69 % | 72 % | 72 % | 72 % | 80 % |  |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Hors MOM.

3.3 – ENCOURAGER DE MEILLEURES HABITUDES ALIMENTAIRES ET INCITER À 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 s'engage à promouvoir des modes de vie plus sains auprès de ses collaborateurs et des consommateurs, à travers des programmes d'éducation nutritionnelle.

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'ACTION

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 à 2025 ⁽¹⁾, en 2021 83% des filiales ont activé le programme. Ce programme est structuré autour de trois fondamentaux : la promotion d'un bon équilibre alimentaire et d'un mode de vie plus sain, l'incitation à l'activité physique et l'amélioration de l'offre alimentaire. Toutes les filiales sont ainsi engagées pour offrir aux collaborateurs du Groupe une alimentation plus saine au quotidien, sur leur lieu de travail.

Dans le cadre de ce programme, plusieurs actions de sensibilisation sont organisées chaque année (distribution d'outils pédagogiques, jeux, compétitions sportives, concours culinaires, etc.). En 2021, Bel a organisé un *Active Challenge* virtuel, afin de s'adapter au contexte sanitaire, via une application dédiée, pour sensibiliser ses collaborateurs à travers des jeux, quiz et concours, à ancrer des habitudes de consommation saine dans leur quotidien. Au total, 29 filiales ont participé à ce parcours, rassemblant plus de 700 collaborateurs.

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 à 2025. En 2021, Bel :

- a maintenu les programmes existants en France (projet « Vivons en forme »), en Côte d'Ivoire (partenariat avec Action contre la Faim), en Afrique du Sud (déploiement de programmes d'éducation nutritionnels dans certaines écoles) et en Égypte (partenariat avec la FAO) ;
- a lancé un nouveau programme en Algérie avec l'ONG locale Ness El Khir, afin de faire de la promotion, de l'éducation et de la sensibilisation à la nutrition ;
- a conçu avec le ministère de l'éducation sénégalais et le soutien de La Vache qui rit®, un kit de sensibilisation à l'adoption d'un petit-déjeuner équilibré, qui a été distribué dans certaines écoles ;
- a développé une application en Iran pour promouvoir de bons comportements alimentaires et accompagner les familles à mieux associer les aliments.



Le Groupe a pour objectif dans les prochaines années de continuer à déployer des programmes nutritionnels à travers le monde, en particulier dans des pays où la présence de Bel est importante.

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. Le Groupe agit aussi pour une meilleure alimentation des enfants à travers sa Fondation d'Entreprise, engagée depuis plus de dix ans sur cette thématique.

De plus, pour inciter à des comportements et modes de vie plus sains, Bel a défini de façon globale de nouvelles directives de communication responsable autour de la consommation et promotion de l'alcool. Ces directives visent, dans les pays où l'alcool est autorisé, et en plus de la réglementation déjà en vigueur dans ces pays, à interdire toute communication qui en inciterait la consommation, et à limiter les quantités d'alcool introduites dans les produits à une quantité seulement nécessaire à une aromatisation.

(1) En nombre de références.

INDICATEURS DE PERFORMANCE RETENUS

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|--|------|------|----------------------------------|------|------------------|---|
| Encourager des habitudes de consommation et modes de vie sains | Pays majeurs ayant mis en place un programme à destination des consommateurs (« Educanut ») | 5 | 6 | 6 | 7 | 10 |  |
| | Part des filiales ayant mis en place un programme à destination de leurs employés (« Healthy Smiles ») | 63% | 72% | 73% | 83% | 100 % |  |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

SYNTHÈSE DU CHAPITRE

FAITS MARQUANTS 2021

- Révisions des plans de surveillance matières premières et emballages pour intégrer les risques liés à l'introduction de matières premières végétales.
- Révision de la politique *Food Fraud* et *Food Defense*.
- Suppression de 100% des arômes et colorants artificiels des marques cœurs du Groupe.
- 58 rénovations « positives » (nutrition et naturalité) en 2021.
- Déploiement des programmes d'éducation nutritionnelle auprès des collaborateurs (quatre nouvelles filiales), et auprès des consommateurs (un nouveau pays en 2021).

PRIORITÉS 2022

- Intensifier les efforts de formation réglementaires avec le déploiement de programmes de formations spécifiques par métier.
- Continuer à améliorer la qualité nutritionnelle des produits du Groupe en accord avec la promesse *Bel Nutri+* et continuer à simplifier les listes d'ingrédients, tout en garantissant une qualité de produit optimale.
- Continuer à développer des programmes d'éducation nutritionnelle dans de nouveaux pays.





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. Bel souhaite promouvoir des formes d'agricultures 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.

Conformément à l'ambition du Groupe d'atteindre un équilibre entre les offres laitière et végétale, Bel s'appuie sur une politique relative à l'amont laitier durable et développe un cadre propre à l'utilisation de 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 plus d'un milliard de litres de lait auprès d'environ 1 400 producteurs ou centres de collecte répartis dans ses 9 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 depuis 2018 une Charte d'engagements pour un amont laitier durable ⁽¹⁾, co-construite avec le WWF France. Cette charte intègre les enjeux économiques, sociaux et environnementaux, couvre l'ensemble des bassins laitiers du Groupe à travers le monde ⁽²⁾ 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 ;
- qualité nutritionnelle et sécurité alimentaire.

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

D'autre part, depuis 2019 la thématique du bien-être animal fait également l'objet d'une Charte Bien-être animal ⁽³⁾, développée en faisant appel à l'expertise du CIWF ⁽⁴⁾ 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). Elle est 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 ;
- accompagner la fin de vie du troupeau.

L'objectif de Bel est de déployer cette charte sur le bien-être animal dans tous ses bassins laitiers à l'horizon 2025 et faire évaluer l'ensemble des élevages partenaires par une partie prenante locale formée au sujet.

À travers ces deux chartes et sa politique Biodiversité, le Groupe met en œuvre différentes actions pour promouvoir les principes de l'agriculture régénératrice (santé des sols, promotion de l'autonomie protéique, incitation au pâturage, etc.).

(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) Hors MOM.

(3) 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>).

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

PLAN D'ACTION

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.

Ces feuilles de route sont revues tout au long de l'année par le Comité Agriculture Durable qui se réunit trimestriellement.

La cession de Leerdammer et de Bel Shostka Ukraine en 2021 représente deux bassins laitiers en moins : la Hollande (qui représentait 40 % des approvisionnement en lait) et l'Ukraine (2 %).

Contribuer à un 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 l'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 2021, 77 % des producteurs laitiers du Groupe ont accès des dispositifs sociétaux innovants contre 63 % en 2020, avec une progression importante aux Etats-Unis où 100 % des exploitations en lien avec les coopératives ont maintenant accès à un tel dispositif (100 % des éleveurs en France et au Portugal, 66 % des producteurs aux Açores, 25 % au Maroc et 12 % en Slovaquie).

En France, Bel a ainsi renouvelé pour la quatrième fois, son partenariat avec l'APBO par un accord qui reste inédit pour une meilleure valorisation du lait ⁽¹⁾. Cet accord, reconduit sur toute l'année 2021, prévoit un cadre économique sécurisé pour la totalité des 800 élevages-adhérents avec un prix de base du lait conventionnel (350 euros/1 000L) ajustable en fonction du contexte de marché ⁽²⁾ 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). Un nouvel accord a déjà été renouvelé pour l'année 2022 avec l'ambition de continuer à agir pour une filière plus rémunératrice et décarbonée ⁽³⁾.

Bel et l'APBO ont fait le choix de redoubler d'efforts pour la transition vers un modèle alimentaire et une production laitière durables, en franchissant ensemble une nouvelle étape dans la construction d'une filière laitière plus rémunératrice et responsable en définissant :

- un nouveau prix de référence pour le lait produit selon le cahier des charges « MonBBLait® » intégrant les pratiques durables : alimentation non-OGM et vaches aux pâturages ;
- un nouvel engagement pour une alimentation animale 100% européenne, soutenu par une prime additionnelle.

Aux États-Unis, Bel a déployé en 2021 deux initiatives clés avec des fermes pilotes partenaires afin de tester de nouvelles pratiques :

- Bel a contribué au déploiement du programme Truterra, en partenariat avec la coopérative Land O'Lakes - qui consiste à mettre en place des pratiques d'agriculture régénératrice pour réduire l'impact carbone des fermes - pour la première fois dans une exploitation de lait aux États-Unis ;
- Bel a soutenu financièrement les plus petits producteurs afin de les aider à augmenter leur cheptel et à travailler sur la thématique du bien-être animal.

Dans les autres bassins, différents programmes d'accompagnement ont été poursuivis en fonction des besoins locaux et en priorisant les actions de formations et de sensibilisation, compte tenu des difficultés à se déplacer dans le contexte de la pandémie. Par exemple, au Maroc, les femmes ont été sensibilisées aux meilleures conditions hygiéniques pour réaliser la traite. En Iran, les éleveurs ont pu appréhender le lien entre l'alimentation et le profil nutritionnel du lait via une formation en ligne. En Pologne, Bel a été récompensé par le « *Green solutions enterprise Award* » pour sa collaboration étroite avec les fermes locales afin de réduire leur impact carbone.

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 a permis d'identifier auprès de producteurs volontaires, des pratiques innovantes dans la majorité des bassins. Le Groupe souhaite poursuivre ce programme en 2022, en mettant davantage l'accent sur l'agriculture régénératrice.

Garantir le 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.

(1) <https://www.groupe-bel.com/fr/newsroom/news/partenaires-pionniers-dun-modele-remunerateur-et-durable-pour-la-filiere-laitiere-bel-et-lapbo-sont-fiers-de-perenniser-leur-accord-pour-2020-qui-incarne-pleinement-les-etats-gen/>.

(2) Selon un mécanisme d'ajustement du prix de référence, activé en fonction de l'évolution du prix moyen du marché, qui fonctionne dans les deux sens, en cas de détérioration ou de revalorisation du marché, basé sur les indicateurs suivis par France Agrimer.

(3) Voir le communiqué de presse à ce sujet : <https://www.groupe-bel.com/fr/newsroom/news/accord-bel-apbo-2022-agir-ensemble-pour-une-filiere-laitiere-plus-remuneratrice-et-decarbonee/>.



PROMOUVOIR UNE AGRICULTURE DURABLE

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 l'horizon 2025, à la suite d'un audit de conformité réalisé par une partie prenante externe (si un référentiel local national aligné avec les exigences de la charte existe ⁽¹⁾) ou interne (selon une grille d'audit développée par Bel avec le CIWF). Suite aux diagnostics menés en 2020, Bel a commencé à réaliser en 2021 des audits de conformité dans plus de 200 fermes (soit plus de 14 % des fermes) dans la plupart des bassins laitiers ⁽²⁾. La mise en œuvre d'un plan d'action correctifs obligatoire et la réalisation d'un audit anticipé sont exigées par Bel si des non-conformités sont identifiées ou si le référentiel national existant est moins exigeant que les engagements de Bel.

Par ailleurs, en 2021 Bel a mis en place en France des formations au niveau des exploitations pour une meilleure prise en compte du bien-être animal.

Promouvoir l'accès au pâturage

Dès que les conditions y sont favorables, Bel encourage le pâturage, pratique agricole régénératrice qui permet d'améliorer la santé des sols, leur fertilité, leur capacité à stocker le carbone et à améliorer le cycle de l'eau. Le pâturage permet aussi d'accroître l'autonomie protéique des exploitations par rapport à d'autres systèmes et 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. À ce sujet, Bel a mis en place des formations aux Açores à destination des producteurs, afin d'améliorer l'efficacité du pâturage en 2021. Concrètement, les éleveurs partenaires de Bel doivent s'engager sur un minimum de 150 jours de pâturage par an en France et 365 jours aux Açores. En 2021, 98 % des volumes de lait collectés par Bel dans ces bassins (hors lait collecté issu de l'agriculture biologique) respectent 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. En Pologne, une étude de faisabilité du pâturage a été lancée au

deuxième trimestre 2021 avec le WWF pour savoir si cet engagement peut s'appliquer sur ce bassin.

Choisir une alimentation animale durable et locale

L'alimentation des vaches laitières varie en fonction de la localisation géographique des exploitations. En France, 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, coproduit 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 soutient depuis plusieurs années la mise en place de filières responsables pour les tourteaux de soja et le PKE, à travers sa participation à différentes initiatives (Table ronde sur le soja responsable et sur l'huile de palme durable, initiative Soja responsable). Afin de soutenir la mise en place de filières durables qui ne sont pas encore structurées, le Groupe achète depuis 2016 des certificats RTRS et RSPO qui couvrent l'ensemble des volumes de tourteaux de soja à risque et PKE. Le Groupe s'est donnée pour ambition de s'approvisionner à 100 % en filières traçables à l'horizon 2025. Néanmoins, compte tenu des difficultés aujourd'hui à s'approvisionner en tourteaux de soja et PKE traçables, Bel travaille en parallèle à la réduction des quantités de soja achetée et favorise l'autonomie protéique des élevages, afin d'éliminer les risques de déforestation.

Ainsi, l'engagement du Groupe de se fournir en lait issu de vaches nourries sans OGM, a permis de significativement réduire la consommation de soja d'exportation pour le bassin laitier français ⁽³⁾ et de le remplacer par d'autres sources protéiques non-OGM et plus locales. En 2021, 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 en Pologne (29 %). Aux États-Unis, l'alimentation OGM pour les vaches est un des outils pour mettre en place les bonnes pratiques de l'agriculture régénératrice pour réduire l'impact carbone des exploitations. Aujourd'hui 100 % du lait acheté aux États-Unis provient de vaches nourries avec OGM. Au niveau Groupe, 51 % du lait provient de vaches nourries avec une alimentation sans OGM.

(1) Référentiel Boviwell en France, Farm aux États-Unis, ProAction au Canada.

(2) Hors Canada et Slovaquie.

(3) Selon une étude commanditée par l'APBO en 2020, en moyenne les quantités de tourteau de soja achetées par exploitation ont baissé de 29 % à l'échelle de l'atelier bovins lait entre 2017-2018 et 2019-2020.

Par ailleurs, 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 la quasi-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.).

Réduire l'empreinte environnementale

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

Ainsi, Bel s'est fixé pour objectif de réduire les émissions de l'amont agricole de 20 % à l'horizon 2030, par rapport à l'année 2017. Pour atteindre cet objectif, l'identification des principaux postes d'émissions est indispensable : c'est pourquoi en France Bel a 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 »).

Au total, près de 900 diagnostics ⁽¹⁾ ont été réalisés en 2021 sur les 1 400 exploitations travaillant avec Bel (soit 64 %), et des plans d'action consécutifs sont en cours de définition. En France, plus de 80 % des élevages adhérents

à l'APBO ont engagé un plan d'action visant la réduction de leur empreinte carbone en 2021, conformément à l'objectif fixé par Bel et l'APBO, qui visent 100 % d'ici à 2022. L'APBO a également déposé en 2021 un dossier de labellisation de la réduction des émissions de CO₂ de ses fermes adhérentes (soit 72 producteurs) dans le cadre de la démarche « Label Bas Carbone ».

Ces diagnostics carbone ont permis à Bel et aux éleveurs partenaires d'identifier les plus gros postes d'émissions – à savoir, l'alimentation animale, l'énergie et la gestion du troupeau à hauteur de 50 %, et l'alimentation animale – et d'utiliser des facteurs d'émissions plus justes dans le calcul du bilan carbone. Bel a mené un travail en 2021 pour évaluer des pistes d'actions afin de limiter l'impact de la fermentation entérique et donc des émissions de méthane. Des ateliers ont été organisés avec chaque pays fin 2021 afin de partager ces avancées et des partenaires externes ont été identifiés pour mener des actions sur le terrain dès 2022. Au cours de ces ateliers, la trajectoire carbone pour chaque bassin laitier a également été définie pour atteindre nos objectifs en termes de réduction carbone.

Par ailleurs, le Groupe s'est fixé comme ambition que l'ensemble de ses bassins laitiers ait mis en place des plans d'action visant à augmenter la résilience au changement climatique et au stress hydrique d'ici à 2025. Le respect de la ressource en eau constitue un enjeu majeur, notamment au Maroc où une étude a été réalisée en 2020-2021 avec le WWF afin d'identifier des solutions concrètes pour une meilleure gestion de l'eau dans le cadre d'une filière laitière plus durable, déclinables en fonction de la taille des différentes structures laitières présentes au Maroc. Les résultats seront présentés aux équipes de Bel et Safilait au 1^{er} trimestre 2022 pour être déployées en 2023.

INDICATEURS DE PERFORMANCE RETENUS

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | 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 | 38 % | 39 % | 63 % | 77 % | 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 % | 8 % | 14 % | 100 % | 😊 |
| Encourager une alimentation sans OGM pour les vaches qui produisent le lait | Lait provenant de vaches nourries avec une alimentation sans OGM | 30 % | 51 % | 51 % | 51 % | 100 % | 😐 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(1) Plusieurs outils ont été utilisés : Cap'2ER en France, SMART tool aux États-Unis et Cool Farm Tool pour les autres bassins.

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 à 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 ⁽¹⁾.

Aussi, le Groupe a fait le choix d'aller au-delà du fromage avec l'acquisition de MOM en 2016, spécialiste des compotes de fruits puis en 2020 de All In Foods, start-up qui développe une large gamme d'alternatives végétales au fromage (tranches végétales, tartinables végétaux, etc.).

Ce projet s'inscrit dans la démarche de transformation du Groupe qui vise à être présents sur trois 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 ⁽²⁾.

L'année 2021 a marqué le lancement de Nurishh[®], la première marque 100 % végétale du Groupe, qui permet à Bel de se positionner comme un acteur clé du végétal.

Par ailleurs, le Groupe a continué à proposer, au sein de ses marques cœur et en complément de ses produits laitiers, soit des offres totalement végétales, soit des associations de légumes, légumineuses et fromage :

- des offres hybrides avec par exemple la mise sur le marché réussie de The Laughing Cow[®] Blends aux États-Unis, en Allemagne, au Royaume-Uni, au Canada et en Australie. Version hybride de La Vache qui rit, elle réunit le meilleur du laitier et des légumineuses ;
- des offres 100% végétales au sein de ses marques cœur, avec par exemple Boursin[®] Dairy Free aux États-Unis et au Canada et distribué aussi en Belgique ;

POLITIQUES

Les politiques et travaux menés par Bel, portent principalement sur deux types de matières premières végétales : les matières grasses végétales, déjà intégrées depuis plusieurs années dans les politiques Groupe, et les ingrédients végétaux, qui font l'objet de nouveaux travaux dans le cadre du développement de Bel sur ce territoire.

L'intégration de matières grasses végétales (MGV) dans la composition des produits mixtes du Groupe est ainsi 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, un socle d'engagements a été défini en 2020 pour garantir un approvisionnement responsable.

PLAN D'ACTION

Bel s'est fixé comme objectif d'utiliser dès fin 2020, 100 % de Matières grasses végétales responsables, c'est-à-dire issues de filières agricoles responsables, traçables et certifiées lorsque celles-ci existent (par exemple sur l'huile de palme), ou bien, en l'absence de filières certifiées, le Groupe favorise le plus possible un sourcing local et s'assure de s'approvisionner en matières non OGM, exemptes de risque de déforestation, et respectant un socle de pratiques éthiques. En 2021, les approvisionnements en MGV ont représenté 6950 T dont 79,8 % d'huile palme ségrégée. Dans certains pays clés pour le Groupe Bel, comme l'Algérie, la crise sanitaire a entraîné une crise économique majeure, avec des répercussions très fortes en termes de pouvoir d'achat des populations locales. C'est pourquoi, compte tenu de cette situation locale inédite, le Groupe Bel a décidé de travailler sur l'identification des Graisses Végétales locales et en parallèle d'utiliser l'huile de palme certifiée Mass Balanced afin de trouver le juste équilibre entre sourcing responsable et accessibilité de ses produits pour les consommateurs locaux.

Ingrédients végétaux


En ligne avec l'ambition du Groupe de rééquilibrer la part de l'alimentation animale et végétale l'année 2021 a marqué le lancement de nombreuses innovations sur le secteur du végétal :

- lancement de Nurishh[®], la première marque alternative végétale au fromage du Groupe, avec 11 références mises en vente dans 17 pays en 2021 (tartinables végétales, tranches végétales, etc.) ;
- lancement d'offres hybrides avec par exemple The Laughing Cow[®] Blends ;
- lancement d'offres 100% végétale avec par exemple Boursin[®] Dairy Free ;
- MoM a également lancé en 2021 les premières gourdes de snacking végétal à base de « lait » d'amande aromatisé vanille, chocolat, noisette ou caramel. - Des innovations hybrides ou purement végétales ont également été lancées sur plusieurs marques coeurs.

(1) Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat.

(2) Régime consistant à rééquilibrer sa consommation en augmentant les produits végétaux sans exclure les produits animaux.

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | 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) | 32,0 % | 94,5 % | 94,5 % | 86,5 % 90,10 % ^(b) | 100 % |  |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Hors Algérie.

4.3 – OFFRIR LE MEILLEUR DES FRUITS

DÉFINITION DE L'ENJEU

Chez Bel, nous nous soucions de rendre le snacking sain accessible à toutes les familles en offrant des produits plus sains, plus savoureux et plus ludiques, conçus de façon responsable, à partir du meilleur de la nature. C'est avec cette ambition que le Groupe Materne Mont Blanc propose une offre complète de produits de snacking, desserts fruitiers et laitiers. Sur le segment du fruit, le Groupe distribue à travers Materne®, des compotes à marque Materne®, Pom'Potes®, GoGo squeeZ® sur le marché international, et des confitures à marque Confipote®. Pour le Groupe MOM, l'approvisionnement de ses matières premières constitue une étape cruciale dans sa chaîne de valeur, pour garantir l'achat de fruits à la fois bons et sains, nouer des relations de confiance avec ses fournisseurs et contribuer au développement de méthodes d'agriculture raisonnée limitant les impacts sur la biodiversité.

POLITIQUES

Convaincu que la qualité des produits passe par l'approvisionnement des matières premières, MOM déploie depuis plusieurs années des actions pour s'approvisionner de manière responsable et durable.

PLAN D'ACTION

Entretenir une relation de confiance avec les agriculteurs partenaires et assurer la traçabilité des pommes fraîches

Pour tirer le meilleur des fruits, il faut avoir une connaissance approfondie de la façon dont ils sont cultivés. Ainsi, le Groupe MOM s'est engagé depuis plusieurs années pour devenir un acteur important de la filière de production de pommes françaises et contribuer au développement de pratiques agricoles plus responsables. Dès 2010, MOM a décidé d'accompagner plusieurs agriculteurs situés à proximité du site historique de Materne, en Picardie, à sélectionner les variétés de pommiers adaptées au terroir picard et idéales pour la fabrication de compotes.

Actuellement, 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 une partie de 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.

Concernant l'origine des pommes, MOM s'efforce de s'approvisionner au plus près des usines de production, situées en France et aux États-Unis. Pour la France, MOM a pris l'engagement de s'approvisionner à 100 % en pommes conventionnelles d'origine France et labelisées Vergers Écoresponsables. En 2021, compte-tenu d'une faible récolte de pommes en France liée au gel des vergers en avril 2021 (calamité agricole) et d'un accroissement de la demande pour les pommes origine France, MOM a dû élargir ses approvisionnements à quelques vergers européens. Ainsi, en 2021, 18,5 % des pommes restantes proviennent de vergers européens certifiées Global GAP ⁽¹⁾. Pour les gammes de compotes certifiées bio, les marques Materne® et Pom'Potes® garantissent un approvisionnement en pommes 100 % françaises.

Les pommes achetées pour le marché des États-Unis proviennent quant à elle soit des États-Unis soit du Canada.

Au-delà des pommes, MOM est également impliqué pour favoriser un approvisionnement local des autres matières premières achetées. Ainsi, en 2021, Pom'Potes® a lancé la gamme Fruits de Nos Régions qui utilise les fruits de nos terroirs et régions françaises comme la Mirabelle de Lorraine (IGP), la châtaigne d'Ardèche (AOP) ou encore la poire ou l'abricot de Rhône-Alpes. Materne a également revisité certaines de ses recettes désormais élaborées à partir de fruits nobles rigoureusement sélectionnés en France. Au travers de ses gammes, les marques sélectionnent des fruits de grande qualité dans plusieurs régions de France et valorisent toujours plus l'agriculture française.

(1) La certification GLOBAL GAP couvre quant à elle six domaines : la sécurité alimentaire et la traçabilité, l'environnement et biodiversité, la santé, sécurité et bien-être des travailleurs, le bien-être animal, la gestion intégrée des cultures (ICM), la lutte intégrée contre les ravageurs (IPC) et un système de gestion de la qualité (SMQ) et d'analyse des risques et maîtrise des points critiques (HACCP).



PROMOUVOIR UNE AGRICULTURE DURABLE

S'approvisionner en pommes certifiées pour préserver la biodiversité et la sécurité alimentaire

Le Groupe s'est engagé depuis plusieurs années en faveur d'une agriculture raisonnée, d'abord en testant sur ses vergers des méthodes pilotes, puis en s'approvisionnant à partir de 2019 en pommes provenant de vergers bénéficiant d'une certification d'agriculture durable.

Ainsi, en 2021, 100 % des approvisionnements de pommes fraîches pour les compotes françaises proviennent exclusivement de vergers certifiés soit Vergers Écoresponsables ⁽¹⁾ soit Global GAP ⁽²⁾. Dans le cadre de ces certifications, MOM encourage les pratiques agroécologiques et notamment le recours à des méthodes de biocontrôle visant à protéger les végétaux par l'utilisation de mécanismes naturels (confusion sexuelle, mise en place de nichoirs à mésanges se nourrissant d'insectes ravageurs, etc.), afin de limiter l'utilisation des traitements phytosanitaires. MOM suit d'ailleurs 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, MOM suit de près les attentes des consommateurs et adapte son offre en conséquence. Aux États-Unis et au Canada, MOM s'approvisionne très majoritairement en pommes certifiées USDA Gap ⁽³⁾, Primus ⁽⁴⁾ ou Canada Gap ⁽⁵⁾, certifications axées principalement sur la sécurité sanitaire. Par ailleurs, 24 % des pommes achetées sont certifiées « *Organic* ».

Depuis fin 2020, Gogo SqueeZ® a entamé un partenariat avec la West Michigan Research Station, afin de contribuer à la recherche et au développement de pratiques agricoles durables. Cette initiative pourrait permettre aux pomiculteurs du Michigan de se doter d'une station d'expérimentation locale afin de tester des programmes tournés vers une agriculture durable.

SYNTHÈSE DU CHAPITRE

FAITS MARQUANTS 2021

- Retrait de deux bassins laitiers, la Hollande et l'Ukraine.
- Renouvellement de l'accord APBO / Bel pour la 4^{ème} année consécutive pour une filière laitière rémunératrice et décarbonée.
- Réalisation d'une étude pour l'identification de solutions techniques rupturistes pour réduire les émissions de gaz à effet de serre dues à la fermentation entérique.
- Accélération du plan carbone avec la réalisation d'une trajectoire carbone pour chaque bassin laitier.
- Lancement de Nurishh®, la première marque végétale du Groupe et d'innovations végétales ou hybrides sur les marques coeurs du Groupe Bel.

PRIORITÉS 2022

- Poursuivre les diagnostics carbone et mettre en œuvre les plans d'actions pour réduire les émissions de gaz à effet de serre au niveau des exploitations laitières.
- Mettre en place des pilotes sur la réduction des GES provenant de la fermentation entérique en France et Slovaquie et sur l'autonomie protéique en France.
- Définir avec le WWF l'ambition du Groupe Bel sur l'agriculture régénératrice pour ses ingrédients prioritaires.



- (1) Le label Vergers Eco-responsable fournit au Groupe l'assurance du respect de six grands engagements : favoriser la biodiversité du verger ; privilégier des méthodes de luttés 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.
- (2) La certification GLOBAL GAP couvre quant à elle six domaines : Sécurité alimentaire et traçabilité, Environnement et biodiversité, Santé, sécurité et bien-être des travailleurs, Bien-être animal, Gestion intégrée des cultures (ICM), lutte intégrée contre les ravageurs (IPC) et Système de gestion de la qualité (SMQ) et analyse des risques et maîtrise des points critiques (HACCP).
- (3) Les audits USDA GAP sont des audits volontaires qui vérifient que les fruits et légumes sont produits, emballés, manipulés et entreposés afin de minimiser les risques microbiologiques.
- (4) PrimusGFS est un programme de certification reconnu par la Global Food Safety Initiative (GFSI) couvrant à la fois les pratiques agricoles, les pratiques de fabrication, ainsi que les systèmes de gestion de la sécurité alimentaire.
- (5) Canada GAP® est un programme de salubrité des aliments pour les entreprises qui produisent, manipulent et vendent des fruits et légumes.



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 3.3 « 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 »).

Ainsi en 2021, les emballages du Groupe sont majoritairement composés de matériaux à base de papier (dont briques), à hauteur de 68 %, puis de plastique (13 %) 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 en appliquant une approche d'éco-conception tout au long du cycle de vie de ses produits.

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 l'horizon 2025, à savoir :

- réduire et simplifier la composition des emballages, en mettant systématiquement en œuvre une démarche d'éco-conception 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 ;
- tendre vers 100 % d'emballages éco-conçus 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'éco-conception sera basée sur deux piliers fondamentaux : l'impact environnemental neutre des emballages sur l'ensemble de leur cycle de vie et l'expérience unique et mémorable qu'ils délivreront. Définie en 2020, et s'appuyant sur une équipe de cinq ingénieurs entièrement dédiés aux projets de rupture, cette vision ambitieuse fixe un nouveau cap pour le Groupe, et vient compléter la politique « Emballages responsables » existante, en précisant les leviers, défis et outils qui permettront au Groupe de converger vers cette ambition d'ici à 2030, tout en assurant la satisfaction du consommateur et la préservation de la qualité et la sécurité des produits.

(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>.

5.1 – ÉCO-CONCEVOIR SES EMBALLAGES ET UTILISER DES MATÉRIAUX PLUS DURABLES

PLAN D'ACTION

Réduire et simplifier la composition des emballages via l'éco-conception

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. À travers l'éco-conception, le Groupe agit sur deux leviers clés : la réduction des quantités d'emballages utilisées 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 ont été scannés au crible d'une grille d'éco-conception développée par Bel, afin de réaliser un diagnostic précis de la situation actuelle. Depuis 2021, cette grille d'évaluation est systématiquement appliquée pour tous les emballages mis sur le marché à chacun des stades de la conception de l'emballage (lors de l'innovation, de l'activation ou de la rénovation), en prenant en compte la réalité du marché auquel le produit est destiné, afin de trouver les solutions les plus adaptées. Chaque emballage est noté selon le degré de conformité avec les objectifs du Groupe des modules de formation ont été développés pour les équipes de développement, mais aussi marketing, achats.

Bel a lancé en 2021 l'outil d'analyse de cycle de vie (ACV) eQoPack, un outil pionnier sur la mesure d'impact co-construit avec le cabinet de conseil expert en ACV Quantis et disponible en accès libre. Cet outil est appliqué sur tous les projets d'innovation et de rénovation gérés par la Recherche Innovation Développement (RID), 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 réduire les emballages de ses produits. Le Groupe est mobilisé dès à présent pour trouver des solutions innovantes. Par exemple, en 2020, Bel a lancé une expérimentation avec le Babybel Original® en vrac dans des magasins du réseau Day by Day, reconduite en 2021 dans une vingtaine de magasins pilotes d'un grand distributeur français.

Prioriser les matériaux à base de matière végétale

Toujours dans cette approche d'éco-conception, 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.

Toutefois, lorsque l'utilisation du plastique s'avère nécessaire, par exemple pour des raisons techniques ou pour assurer un niveau de conservation optimale, Bel veille

à limiter les quantités de plastique utilisées au strict minimum.

Ainsi en 2021, l'épaisseur plastique des pots Kiri® a été réduite, permettant une diminution de 42 tonnes de plastique, les étuis portions de la marque Boursin ont été changés, ce qui a permis la suppression de la couche plastique de protection soit une réduction de 8 tonnes de plastique par an et de 35 % des émissions de gaz à effet de serre par produit.

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 à 2025. Bel explore actuellement plusieurs pistes de cires à base de matières biosourcées, avec la participation de ses fournisseurs, à travers une approche d'innovation en libre accès.

Utiliser des matériaux recyclés, certifiés issus 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 entrant dans la composition des emballages soient composés de fibres recyclées ou de fibres vierges certifiées issues de forêts gérées durablement (FSC, PEFC, SFI, CSA, etc.) 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 »).

Au global :

- 79 % des emballages Bel en papier/carton sont d'origine certifiée ;
- 67 % des emballages Bel en papier/carton intègrent majoritairement des fibres recyclées.

À titre d'exemple, le carton utilisé pour l'emballage des fromages Kiri® est devenu 100 % certifié FSC en 2021.

Une approche spécifique pour l'aluminium

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 (21 % 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) qui permet d'améliorer les pratiques de gestion des entreprises du secteur de l'aluminium sur les enjeux sociaux, environnementaux et liés à la traçabilité. L'usine à Sablé-sur-Sarthe, où sont produits les Kiri® en portions aluminium, est actuellement en préparation de certification ASI, prévue au 1^{er} semestre 2022.

5.2 – ENCOURAGER ET FACILITER LE RECYCLAGE DE SES PRODUITS

PLAN D'ACTION

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 à 2025. En 2021, malgré la baisse des emballages en carton et en aluminium, 82 % des emballages des produits Bel sont prêts au recyclage et/ou biodégradables ⁽¹⁾, une performance stable par rapport à 2020. 56 % du plastique utilisé est prêt au recyclage et/ou biodégradable.

Dès la phase de conception des emballages, Bel étudie les filières existantes dans les pays de distribution de ses produits pour choisir la solution la plus favorable d'un point de vue environnemental et la plus adaptée aux réalités du pays (recyclabilité ou biodégradabilité). Ainsi, le Groupe favorise en priorité les matériaux à base de papier et d'aluminium, tous deux prêts au recyclage.

Toutefois, lorsque l'utilisation du plastique s'avère nécessaire, par exemple pour des raisons techniques ou pour assurer un niveau de conservation optimale, Bel favorise les emballages mono-matériau pour garantir leur recyclabilité et veille à respecter les directives suivantes :

- 100 % du plastique utilisé doit être prêt au recyclage afin de favoriser son intégration dans l'économie circulaire :
- en 2021, en France, l'emballage des micro-barquettes de la Vache qui rit® a été transformé pour devenir recyclable,
- Quand cela ne compromet pas les exigences de qualité et de sécurité des produits et est 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,
- au Portugal, la marque Limiano du Groupe s'est distinguée par l'intégration de 50 % de plastique recyclé postconsommation (PRC) issu de bouteille en PET recyclées, dans les emballages de ses produits.

Aucun plastique provenant des usines de Bel ne doit être mis en décharge, les déchets plastiques sont repris par un prestataire pour être valorisés.

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 États-Unis depuis 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 2021, un outil de pilotage a été développé avec Suez pour suivre les règles de tri dans le monde et vérifier les possibilités de recyclage des produits Bel selon les pays.

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 pour prendre en considération les spécificités locales.

Par exemple, en France 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'éco-conception. Les entreprises signataires doivent 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 et s'est engagé à respecter les engagements de la Plastic Waste Coalition. En parallèle, Bel est signataire depuis 2021 du *Position Paper* de la fondation Ellen MacArthur pour contribuer au déploiement des systèmes de Responsabilité Élargie du Producteur.

Par ailleurs, la marque Babybel a noué un partenariat avec TerraCycle® afin de lancer plusieurs programmes nationaux de recyclage pour les emballages de produits Babybel, au Royaume-Unis, en Irlande, au Canada et en Allemagne.

Enfin, le Groupe est un membre actif du CELAA (Club de l'emballage léger en aluminium et acier) qui vise à améliorer le tri et le recyclage des petits emballages en aluminium et en acier en France, en partenariat avec CITEO et l'AMF (Association des Maires de France), a cocréé l'AREME, une initiative similaire en Belgique, active depuis 2016. En 2021, l'AREME a obtenu la mise en place d'une filière au Luxembourg et consignes de tri y intègrent désormais les emballages en feuille d'aluminium. En 2021, Bel a rejoint COAALI (Coalition pour le recyclage de l'aluminium et de l'acier léger) en Espagne et Bel Maroc s'est officiellement engagé dans une « Alliance pour l'innovation et le recyclage des emballages » au Maroc.

(1) 95 % hors cire.

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avan- cement |
|--|--|--|------|------|----------------------------------|------|------------------|---|
| Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables | Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables | Hors sous-traitance, hors MOM | 84 % | 82 % | 83 % | 82 % | 100 % |  |
| | | Hors sous-traitance, hors MOM, hors cire | 94% | 92% | 95% | 95% | 100 % | |
| | | Données MOM | - | 53 % | 53% | 62% | | |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

SYNTHÈSE DU CHAPITRE

FAITS MARQUANTS 2021

- Lancement d'un outil d'analyse de cycle de vie emballages et évaluation de tous les projets d'innovation et de rénovation gérés par la RID.
- Application des principes d'éco-conception de manière systématique pour tous les emballages mis sur le marché et diffusion d'un guide d'éco-conception opérationnel et d'une formation à l'éco-conception des équipes packaging.
- Déploiement du pilote Vrac Babybel Original® auprès d'un acteur de la Grande Distribution.
- Bel a rejoint deux coalitions en Espagne et Maroc pour accélérer de façon collective le développement des filières de recyclage.

PRIORITÉS 2022

- Poursuivre l'intégration des nouveaux outils dans les process d'éco-conception et de décision.
- Continuer le développement du vrac frais.
- Poursuivre les recherches autour de la cire et de la suppression progressive des emballages.
- Continuer de soutenir le développement des Responsabilités Elargies du Producteur dans les pays clés de Bel et en lien avec la coalition Plastic Waste du Consumer Goods Forum.



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 siècle et une priorité stratégique pour le Groupe Bel.

Membre de l'initiative *Science Based Targets* (SBTi) ⁽¹⁾ depuis 2017, le Groupe s'est engagé dès 2019 dans une trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) conforme aux ambitions de l'Accord de Paris de maintenir le réchauffement climatique sous + 2 °C d'ici à 2100 par rapport à l'ère préindustrielle. Conscient de l'urgence d'accélérer les efforts, Bel a défini en 2021 une nouvelle trajectoire encore plus ambitieuse, en ligne avec les recommandations des experts de limiter la hausse des températures sous les + 1,5 °C. Cette trajectoire a été validée par le SBTi en mars 2022.

En parallèle, le Groupe Bel s'est engagé dans l'initiative « Race to Net Zero » des Nations unies, qui rassemble des entreprises pionnières sur le chemin d'une trajectoire de réduction permettant de limiter la hausse des températures à 1,5°C et qui s'engagent à contribuer à la neutralité carbone sur l'ensemble de la chaîne de valeur avant 2050, selon l'approche suivante :

1. éviter d'émettre davantage d'émissions de gaz à effet de serre en s'engageant contre la déforestation, dans des actions de préservation de la biodiversité et de lutte contre le gaspillage alimentaire ;
2. réduire au maximum les émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble de la chaîne dans une trajectoire 1,5 °C ;
3. mettre en place des projets de captation carbone à impact environnemental, social et économique positifs, pour compenser les émissions de carbone incompressibles et atteindre la neutralité carbone des sites de production en 2025 et d'ici à 2050 de l'ensemble de la chaîne de valeur.

En matière de reporting climat, Bel met progressivement en œuvre les recommandations de la TCFD (voir Annexe 6 : table de correspondance avec les 11 recommandations de la TCFD). Une analyse de l'impact de différents scénarii climatiques sur l'activité du Groupe est en cours de finalisation.

APERÇU DU BILAN CARBONE GLOBAL DE BEL

Le bilan carbone global du Groupe, actualisé en 2021 en suivant les lignes directrices du *Greenhouse Gas Protocol* ⁽²⁾ a permis d'estimer le total des émissions du Groupe pour l'année 2020 à 5 millions de tonnes d'équivalent CO₂ qui proviennent principalement des matières premières, du transport, des packagings et de la sous-traitance. La diminution des émissions de GES s'explique notamment par le déploiement de plans d'action sur l'amont laitier pour le rendre plus durable, reposant sur des diagnostics carbone réalisés au niveau des fermes, ainsi que l'accélération du développement de produits à base de matières premières végétales. De plus, l'évolution des activités du Groupe avec la cession de Leerdammer et Bel Shostka Ukraine en 2021 a un impact sur les émissions en diminuant la part du lait dans l'empreinte carbone globale du Groupe.

Par rapport à 2017, les émissions de réduction des gaz à effet de serre sont en réduction de - 13,49 % en intensité, malgré une légère augmentation du scope 3 en intensité en 2020 en raison du fort impact des autres matières premières laitières et de la sous-traitance.

(1) L'initiative Science Based Targets (Objectifs fondés sur la science), appelée aussi initiative SBT ou SBTi, est un partenariat entre le CDP, le Pacte mondial des Nations unies, le World Resources Institute (WRI) et le Fonds mondial pour la nature (WWF). S'adressant aux entreprises, elle se fixe comme objectif de piloter une « action climatique ambitieuse » en leur proposant de faire de leur transition vers une économie bas carbone un avantage compétitif. Pour cela, elle cherche à s'assurer de l'adéquation des objectifs de réduction des gaz à effet de serre que se fixent les entreprises avec les données de la science climatique.

(2) <http://ghgprotocol.org/>



LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

| Répartition des émissions de gaz à effet de serre de Bel sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Quantité totale estimée = 5 millions de tonnes éq. CO ₂ . | 2018 | 2019 | 2020 | 2020 PRO FORMA ^(a) | |
|---|--------|--------|--------|-------------------------------|--------------------------------------|
| | | | | % | En valeur absolue kT CO ₂ |
| Scopes 1 & 2 ^(b) | 3,5 % | 3,8 % | 3,7 % | 4 % | 200 |
| Scope 3 France ^(c) | 96,5 % | 96,2 % | 96,3 % | 96,0 % | 4 814 |
| • Dont Achat de matières premières | 72,3 % | 71,5 % | 69,9 % | 67,1 % | 3 365 |
| • Dont Achat d'emballages de produits finis | 3,8 % | 4,1 % | 4,2 % | 4,8 % | 239 |
| • Dont Production sous-traitée | 3,9 % | 2,7 % | 4,6 % | 5,6 % | 282 |
| • Dont Achats d'autres biens et services | 2,3 % | 2,8 % | 2,7 % | 2,9 % | 147 |
| • Dont Achats de biens d'équipement | 1,2 % | 0,9 % | 0,9 % | 0,9 % | 46 |
| • Dont Transport amont (matières premières et emballages) ^(d) | 4,8 % | 4,9 % | 5,2 % | 5,3 % | 268 |
| • Dont Transport aval (produits vendus et coproduits) ^(e) | 7,3 % | 8,3 % | 8,0 % | 8,3 % | 415 |
| • Dont Produits vendus (seconde transformation ou fin de vie des produits/emballages) | 0,8 % | 0,9 % | 0,9 % | 1,0 % | 52 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) 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.

(c) 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...).

(d) Matières premières, emballages et autres intrants.

(e) Produits vendus et coproduits.

RISQUES À LONG TERME ET OPPORTUNITÉS RELATIFS AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

| TYPE | RISQUES À LONG TERME ET OPPORTUNITÉS LIÉS AU CHANGEMENT CLIMATIQUE | IMPACT FINANCIER POTENTIEL | IMPACT SUR LA STRATÉGIE DU GROUPE |
|--------------------------|---|--|--|
| Risques de transition | Nouvelles réglementations | | |
| | Risque Entrée en vigueur de nouvelles réglementations relatives à l'énergie, aux émissions de gaz à effet de serre ou au prix du carbone. | Augmentation des coûts opérationnels pour Bel. | <ul style="list-style-type: none"> Définition d'une trajectoire de réduction des émissions de GES de 1,5 °C et engagement à contribuer à la neutralité carbone sur l'ensemble de la chaîne de valeur d'ici à 2050. Mise en place de plans d'action pour réduire les émissions de gaz à effet de serre générées par les 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 de transition | Réputation | | |
| | Risque Préférences des consommateurs pour des produits moins émetteurs de GES. | <ul style="list-style-type: none"> Diminution du chiffre d'affaires lié aux ventes de produits laitiers. Hausse du chiffre d'affaires lié à aux ventes de produits végétaux/fruitiers. | Diversification du portefeuille de produits du Groupe pour atteindre à terme l'équilibre de son chiffre d'affaires entre le laitier et le fruitier/végétal. |
| Risques de transition | Marché | | |
| | Risque à long terme Volatilité du prix de l'énergie. | Augmentation des 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). |
| Risques de transition | Événements chroniques | | |
| | Risques <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 agricoles 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'action » ci-dessous). |

LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

| TYPE | RISQUES À LONG TERME ET OPPORTUNITÉS LIÉS AU CHANGEMENT CLIMATIQUE | IMPACT FINANCIER POTENTIEL | IMPACT SUR LA STRATÉGIE DU GROUPE |
|------|--|--|---|
| | Événements ponctuels | | |
| | Risques Risque d'exposition des bâtiments et installations du Groupe et de ses fournisseurs à des catastrophes naturelles (tremblement de terre, incendie, inondations, etc.). | Ce risque pourrait engendrer la perte d'un site industriel stratégique et se traduire par des coûts opérationnels élevés et des difficultés de production. | 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. 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. |

POLITIQUES

Politique environnementale

Le Groupe dispose d'une politique environnementale interne révisée en 2021, qui vise à garantir une gestion durable des ressources naturelles tout en réduisant les impacts du Groupe tout au long de la chaîne de valeur, de la production des matières premières jusqu'à la consommation du produit fini.

Cette politique s'appuie sur plusieurs axes clés :

- la réduction des émissions de gaz à effet de serre du Groupe et de ses produits ;
- l'adaptation aux conséquences du changement climatique et la demande sur les ressources naturelles ;
- la construction et le déploiement des bonnes pratiques et standards Environnementaux ;
- la sélection de fournisseurs alignés sur les engagements durables de Bel.

Par ailleurs, 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 des politiques relatives à l'amont laitier (voir paragraphe 4.1. « Agir pour un amont laitier durable »), de la politique « Emballages responsables » (voir paragraphe 5 « Concevoir des emballages responsables »), et « Préservation des forêts et des écosystèmes naturels » (voir paragraphe 6.2. « Préserver la biodiversité, et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes »).

Initiative Science-Based Target

Le Groupe s'est engagé depuis 2017 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, Bel s'était fixé les objectifs suivants, validés par le Comité technique de l'initiative SBTi, et en ligne avec la trajectoire +2°C.

En 2021, le Groupe souhaite accélérer la réduction de son empreinte carbone et adopte une trajectoire +1,5 °C, validée par le SBTi en mars 2022. Cet engagement implique une réduction nette d'1/4 des émissions de gaz à effet de serre de Bel, sur toute sa chaîne de valeur par rapport à 2017, et en tenant compte de la croissance du Groupe :

- réduire de - 75,6% ses émissions sur les scopes 1 & 2 d'ici à 2035 par rapport à 2017 ;
- réduire de -25% ses émissions sur le scope 3 d'ici à 2035 et par rapport à 2017.

En parallèle, Bel est devenu membre de l'initiative *Race to Net Zero* des Nations unies qui rassemble des entreprises pionnières qui s'engagent à contribuer à la neutralité carbone sur l'ensemble de la chaîne de valeur avant 2050.

PLAN D'ACTION

Réduire les émissions de gaz à effet de serre sur le scope 3

Le scope 3 de Bel représente plus de 96 % du total des émissions de gaz à effet de serre du Groupe.

Matières premières agricoles

Étant donné l'impact majeur des matières premières agricoles sur le bilan carbone global du Groupe (70 %), 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 : réduire les impacts environnementaux liés à la production laitière (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »).

Bel utilise plusieurs outils reconnus nationalement (CAP2'ER, Cool farm tool, etc.) pour mesurer l'impact environnemental des fermes laitières (voir paragraphe 4.1. « Agir pour un amont laitier durable »). Ces outils ont permis de mieux mesurer l'empreinte du Groupe et d'identifier les leviers de réduction 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 du fruit et du végétal dont l'impact carbone est moindre contribue aux objectifs globaux de réduction des émissions de GES sur toute la chaîne de valeur. À titre d'exemple, certains produits végétaux de la marque Nurishh¹ ont un impact carbone cinq fois moindre que leur équivalent laitier (voir paragraphe 4.3 « Offrir le meilleur des fruits »).

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, notamment le transport intermodal. Plusieurs projets sont menés avec les transporteurs et les prestataires logistiques pour optimiser les mix carburants et trouver des

alternatives moins émissives. Depuis 2020, Bel est partenaire du programme FRET 21 en France, une initiative multipartite qui permet de piloter la réduction des 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.. Bel est également partenaire du programme Lean & Green (GS1) au France, avec l'optimisation de la distance parcourue par les produits et de la capacité de transport, et en France avec le renouvellement de la flotte de camion, la réduction de la consommation électrique des dépôts et l'installation de panneaux photovoltaïques.

Depuis avril 2020, le Groupe Bel a rejoint Le Club des Entrepreneurs pour le Climat, créé en 2019 par l'Institut Orygeen⁽¹⁾, 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. Par rapport à 2017, les émissions de réduction des gaz à effet de serre liées au transport sont en réduction de - 3,63 % en intensité, notamment sur le transport amont des matières premières et le transport aval.

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 »).

Gaspillage alimentaire

Bel s'engage également contre le gaspillage alimentaire avec des objectifs ambitieux qui permettent également de lutter contre le changement climatique et de réduire l'impact environnemental lié à ces enjeux (voir paragraphe 6.4 « Lutter contre le gaspillage alimentaire »).

Outils d'aide à la décision

Le Groupe a développé en 2021 des outils d'aide à la décision pour mieux évaluer l'intensité carbone des projets d'innovation et de rénovation et permettre aux collaborateurs de privilégier des alternatives plus sobres en carbone :

- un outils pédagogique sur l'empreinte carbone du Groupe, Bel Carbon Impact, qui offre une vision consolidée, précise et régulière de l'empreinte carbone du groupe dans tous ses marchés, marques, segments, et produits et permet de suivre les émissions carbonées du groupe mensuellement sur l'ensemble de la chaîne de valeur ;
- des outils d'aide à l'éco-conception, qui vont permettre aux collaborateurs de simuler l'impact carbone des formulations ou des différents scénarii packaging, afin d'aider à la prise de décision dans les projets d'innovation et de rénovation.

(1) 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.

LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

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.

Le Groupe travaille sur ces différentes sources d'émissions pour diminuer l'intensité carbone de sa production et contribuer à la neutralité carbone de ses scopes 1 & 2 à l'horizon 2025 via une approche en trois étapes : la réduction de l'empreinte énergétique de ses activités, le recours aux énergies renouvelables et la captation de ses émissions résiduelles. 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'action pour les réduire. De plus, 17 sites industriels Bel ont mis en place un système de management de l'environnement certifié ISO 14001.

En 2021, l'empreinte carbone du Groupe sur les scopes 1 & 2 représente en valeur absolue 182 500 tonnes d'équivalent CO₂ ou 249 kilogrammes d'équivalent CO₂ par tonne produite en intensité.

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 5,5 millions d'euros investis pour réduire son empreinte environnementale dans ses sites de production en 2021 est dédiée à cette réduction ; près de 74 millions d'euros ont été investis entre 2009 et 2021 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'action pour les réduire. En 2021, les feuilles de route d'accélération ont été lancées sur 12 sites avec pour objectif d'être déployées sur l'ensemble des sites en 2022.

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 92 % 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 fonctionnement en 2021 deux systèmes de récupération de l'énergie à l'aide de pompes à chaleur et un projet est en cours sur le site de Mayenne. Une évaluation

de la stratégie climat du site de Pacy a été réalisée en 2021 dans le cadre d'un projet avec l'ADEME et le CDP.

Malgré les programmes de réduction déployés, la mise en place de nouvelles formules et de petites séries notamment, a entraîné une hausse des consommations d'énergie en 2021. Toutefois, l'investissement du Groupe dans les énergies d'origine renouvelable a permis la baisse des émissions de gaz à effet de serre en 2021.

Accélérer la transition vers des énergies d'origine renouvelable

Le Groupe a par ailleurs recours 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 14 % de la consommation d'énergie pour sa production de chaleur et trois nouveaux projets sont en cours au Maroc, en France et aux Açores. Deux sites Bel sont pourvus de capteurs photovoltaïques au Vietnam et aux Açores et un autre projet est en étude sur le site de Pacy.

Un plan de conversion des usines à l'achat d'énergies renouvelables est en cours. En 2021, les sites en France (incluant les sites MOM depuis 2021) et aux Etats-Unis ainsi que dans plusieurs autres pays européens s'approvisionnent en électricité renouvelable, représentant 67 % de la consommation totale d'énergie du Groupe.

Séquestrer les émissions résiduelles

En vue de contribuer à la neutralité carbone des usines dès 2025 et de l'ensemble de sa chaîne de valeur d'ici à 2050 au plus tard, 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.

Bel prévoit de séquestrer les émissions résiduelles, avec la volonté de soutenir des projets aux impacts positifs multiples (sur les plans environnementaux, sociaux, économiques) au plus près de sa chaîne de valeur dans un premier temps, puis dans d'autres géographies selon les typologies de projets (agroforesterie, conservation ou restauration de forêts, etc.). Afin de garantir la transparence et la crédibilité de ces projets, les actions seront labélisées et menées avec le soutien d'experts externes.

Le Groupe participe également au développement de l'agroforesterie à travers un mécénat avec le WWF France et la Chambre d'agriculture Pays de la Loire (voir paragraphe 6.2 « Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes »).

Enfin, le Groupe a rejoint le 3^{ème} Fonds Carbone Livelihoods (LCF3) lancé par Livelihoods Venture en juin 2021, aux côtés de 13 entreprises et investisseurs financiers. Son objectif est de soutenir les communautés rurales dans leurs efforts pour préserver ou restaurer leurs écosystèmes naturels et améliorer leurs moyens de subsistance via des pratiques agricoles durables.

LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

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'action

pour augmenter leur résilience au changement climatique et au stress hydrique à l'horizon 2025 (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »).

Sensibilisation des collaborateurs

Bel est convaincu de la nécessité de mobiliser l'ensemble des collaborateurs sur ce sujet clé pour l'Entreprise. En 2021, le Groupe a pris l'engagement de former la totalité de ses collaborateurs au changement climatique sur trois ans dans le cadre du programme *Actors for Good*, via La Fresque du Climat, un atelier collaboratif basé sur les rapports du GIEC visant à sensibiliser et développer des solutions individuelles ou collectives. Les collaborateurs volontaires auront la possibilité de se former pour animer directement certains ateliers en interne dans le cadre du programme RH *Actors for good*. Les collaborateurs sont également sensibilisés aux enjeux de Bel face au changement climatique via des webinars et les services concernés sont formés aux outils carbone et aux outils d'éco-conception.

| | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|----------------|----------------|----------------------------------|----------------|
| Consommation d'électricité (en MWh) ^(b) | | | | |
| Électricité non certifiée d'origine renouvelable | 180 935 | 176 105 | 169 300 | 96 962 |
| Électricité d'origine renouvelable | 152 260 | 155 194 | 112 616 | 195 270 |
| TOTAL ÉLECTRICITÉ | 333 196 | 331 405 | 282 345 | 292 912 |
| Dont électricité renouvelable | 46 % | 47 % | 40 % | 67 % |
| Consommation de produits pétroliers, gaz et biomasse pour la production de chaleur et divers (en MWh PCI) ^(b) | | | | |
| Produits pétroliers et gaz | 518 208 | 513 284 | 425 266 | 455 289 |
| Biomasse | 70 604 | 65 846 | 65 846 | 74 469 |
| COMBUSTION EN POSTE FIXE | 588 812 | 579 130 | 491 112 | 529 758 |
| Dont biomasse | 12 % | 11 % | 13 % | 14 % |
| Consommations d'énergie (en MWh/tonne produite) tous produits B-to-C et B-to-B ^(b) | | | | |
| Électricité | 0,41 | 0,41 | 0,38 | 0,40 |
| Produits pétroliers et gaz | 0,63 | 0,63 | 0,58 | 0,62 |
| Biomasse | 0,09 | 0,08 | 0,09 | 0,10 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Total Groupe.

| RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE ^(b) | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---|--------|--------|----------------------------------|--------|
| Scope 1 | | | | |
| Liées à la consommation de fioul et de gaz | 57,0 % | 57,6 % | 54,2 % | 63,6 % |
| Liées à la consommation de biomasse | 1,0 % | 0,7 % | 0,8 % | 1,0 % |
| Liées aux fuites de fluides frigorigènes | 3,0 % | 2,2 % | 2,1 % | 3,0 % |
| Liées aux consommations de carburants de la flotte de véhicules appartenant au Groupe | 4,0 % | 4,2 % | 4,5 % | 4,5 % |
| Scope 2 | | | | |
| Liées à la production d'électricité achetée dans le Groupe | 35,0 % | 35,3 % | 38,3 % | 27,6 % |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Indicateur audité par les Commissaires aux comptes avec un niveau d'assurance raisonnable.




LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

| ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (SCOPES 1 ET 2) | 2017 | 2019 | 2020 | 2021 | Évolution 2017-2021 |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|---------|------------------------|
| kg éq. CO ₂ /tonne produite (tous produits B-to-B et B-to-C) (Scopes 1 et 2) | 293 ^(a) | 281 ^(a) | 272 ^(a) | 249 | - 15,0 % |
| Tonnes éq. CO ₂ (Scopes 1 et 2) | 197 993 ^(a) | 202 540 ^(a) | 200 487 ^(a) | 182 500 | - 7,8 % |

(a) Les émissions passées du Groupe ont été recalculées en 2021 pour refléter les évolutions de périmètre (cession de Royal Bel Leerdammer NL, Bel Italia, Bel Deutschland, la marque Leerdammer et tous ses droits attachés, ainsi que Bel Shostka Ukraine) afin de conserver un périmètre comparable entre 2017 et 2020, comme demandé dans le cadre du SBTi.

INDICATEURS DE PERFORMANCE RETENUS


| Les objectifs de Bel | KPI | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 ^(c) | Évolution 2017- 2020 | Objectif de réduction 2017-2025 | Objectif de réduction 2017-2030 | Avan- cement |
|--|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---|
| Réduire l'empreinte carbone globale pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris ^(b) | Bilan carbone global (kg éq. CO ₂ /tonne produite) | 7 849 ^(a) | 7 121 ^(a) | 6 573 ^(a) | 6 791 ^(a) | - 13,49 % | - 15 % | - 27,5 % ^(d) |  |
| | Bilan carbone globale (valeur absolue en kT CO ₂) | 5 297 ^(a) | 5 154 ^(c) | 4 740 ^(a) | 5 014 ^(a) | - | - | - | - |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Scopes 1, 2 et 3.

(c) Le bilan carbone du scope 3 étant établi avec un an d'écart, seule la performance 2020 peut être présentée pour cet indicateur. Les émissions passées du Groupe ont été recalculées en 2021 pour refléter les évolutions de périmètre (cession de Royal Bel Leerdammer NL, Bel Italia, Bel Deutschland, la marque Leerdammer et tous ses droits attachés, ainsi que Bel Shostka Ukraine) afin de conserver un périmètre comparable entre 2017 et 2020, comme demandé dans le cadre du SBTi.

(d) 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 Targets.

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2021 | Objectif 2025 | Avan- cement |
|---|---|--------------------|--------------------|------|------------------|---|
| Atteindre zéro émissions nette sur le scope 1&2 ^(a) | Émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2 après compensation (kg éq. CO ₂ /tonne produite) | 281 ^(b) | 272 ^(b) | 249 | 0 |  |

(a) Scopes 1 et 2.

(b) Les émissions passées du Groupe ont été recalculées en 2021 pour refléter les évolutions de périmètre (cession de Royal Bel Leerdammer NL, Bel Italia, Bel Deutschland, la marque Leerdammer et tous ses droits attachés, ainsi que Bel Shostka Ukraine) afin de conserver un périmètre comparable entre 2017 et 2020, comme demandé dans le cadre du SBTi.

6.2 – PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ, ET LUTTER CONTRE LA DÉFORESTATION ET LA CONVERSION D'ÉCOSYSTÈMES

DÉFINITION DE L'ENJEU

En tant qu'acteur majeur de l'alimentation en portions individuelles, Bel est engagé au quotidien pour contribuer au défi de nourrir 10 milliards d'individus en 2050, sans compromettre les ressources de la planète et tout en préservant la biodiversité ⁽¹⁾. Le Groupe est pleinement conscient de l'importance d'intégrer la protection de la biodiversité dans le développement de ses activités, et de sa dépendance à l'égard de son état de conservation et des services écosystémiques qu'elle lui fournit : par exemple, plus de 75 % des cultures nécessitent la pollinisation par les insectes ⁽²⁾.

En effet, l'évolution des espèces et leurs interactions permettent le fonctionnement des écosystèmes, dont les sociétés humaines retirent de nombreux services et avantages écologiques : 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.) ⁽³⁾.

Or cette biodiversité est en danger : selon l'IPBS, groupe expert de la biodiversité rattaché aux Nations unies, près de 1 million d'espèces est menacée d'extinction dans un futur proche.

C'est pourquoi Bel est convaincu qu'il est essentiel d'agir dès maintenant, en mettant le vivant au centre de ses considérations. Cette conviction s'est traduite en 2020 par l'adoption d'une politique Biodiversité ⁽⁴⁾ et d'un plan d'action co-construits avec le WWF France 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.

POLITIQUES

Politique sur la biodiversité

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

- la préservation des forêts et des écosystèmes naturels ⁽⁵⁾ qui fixe l'objectif qu'aucune des matières premières clés du Groupe ne contribue à la déforestation ou à la conversion d'écosystèmes naturels d'ici à 2025 ;
- d'autre part, l'engagement du Groupe à évaluer son empreinte biodiversité, pour fixer des objectifs robustes fondés sur une approche scientifique ;
- 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.

Politique sur les forêts et les écosystèmes naturels

Parmi les enjeux liés à la préservation de la biodiversité, Bel s'implique particulièrement dans la lutte contre la déforestation et dans la préservation des écosystèmes. Les écosystèmes, en particulier les forêts, doivent être protégés car ils jouent des rôles environnementaux et sociaux essentiels : les forêts hébergent une part importante de la biodiversité terrestre, aident à atténuer les émissions de gaz à effet de serre et la vie en dépend. Dans sa politique sur les forêts et les écosystèmes naturels, le Groupe s'engage à éliminer les risques de conversion ⁽⁶⁾ d'écosystèmes naturels, incluant la déforestation, dans les chaînes d'approvisionnement de ses matières premières clés à l'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 :

- les tourteaux de soja et de palmistes utilisés par les producteurs laitiers partenaires pour nourrir leurs vaches ;
- 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 papiers et cartons utilisés dans les emballages et outils marketing.

(1) La biodiversité peut être définie comme « la diversité au sein des espèces et entre espèces ainsi que celle des écosystèmes » (United Nation, 1992).

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

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

(4) 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>).

(5) 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>).

(6) 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).

LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

PLAN D'ACTION

À 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 a la conviction que seule une approche collaborative permettra de faire émerger les solutions, c'est pourquoi il 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. Dans le cadre de Act4nature France, Bel a adhéré aux dix principes communs ⁽¹⁾ définis, puis élaboré un plan d'action volontaire en faveur de la biodiversité, avec un certain nombre d'objectifs ambitieux tout au long de sa chaîne de valeur. En 2021, ce plan d'action a été approuvé par l'Office français de la biodiversité, permettant à Bel d'acquiescer le statut d'« Entreprise engagée pour la nature ».

De la même façon que Bel a rejoint en 2017 le *Science Based Target* initiative sur le climat pour limiter le réchauffement climatique, Bel fait partie des entreprises pionnières à avoir intégré dès 2020 le *Science Based Target Network* (SBTN) et le corporate Engagement Program. Ce travail collaboratif a pour objectif de concevoir et de tester une nouvelle méthodologie de calcul robuste permettant aux entreprises d'élaborer des objectifs alignés sur une trajectoire fondée sur les limites planétaires. Ces travaux sont régulièrement partagés dans le cadre du Lab capital naturel, cofondés par le WWF France et la Chaire Comptabilité Écologique d'Agro Paris Tech, et rassemblant de nombreuses entreprises soucieuses de tester et de promouvoir l'utilisation de ces outils de préservation et d'intégration de la biodiversité.

En 2021, Bel a franchi la première étape en réalisant une analyse de matérialité de son impact sur la biodiversité prenant en considération l'ensemble de sa chaîne de valeur. Travaux pionniers et partagés avec les experts du SBTN et à l'occasion du Congrès International pour la Nature de l'UICN, et qui vont se poursuivre dans les années qui viennent pour identifier les zones et actions prioritaires.

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, permet d'améliorer la qualité de l'eau qui s'infiltre dans les sols et recharge 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 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

À travers son programme « Farming For The Future », Bel identifie des bonnes pratiques d'élevages auprès des éleveurs Bel dans des bassins laitiers pilotes. Neuf 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 et la Chambre d'agriculture Pays de la Loire, afin de sensibiliser, de former et de soutenir les éleveurs d'exploitations laitières aux différentes pratiques d'agroforesterie (plantation de haies champêtres, de bandes boisées, d'arbres ou encore des plantations forestières permettant de favoriser la biodiversité et de séquestrer le carbone). Au total, 35 000 arbres vont être plantés dans le cadre de cette initiative.

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 aux matières premières végétales dans un cadre rigoureux ») et les emballages papiers et carton (voir paragraphe 5 « Concevoir des emballages responsables »). La méthodologie de calcul de l'indicateur a été revue en 2021 et coconstruite avec le WWF pour simplifier le pilotage de l'indicateur via la part de surfaces à risque. Elle est évaluée à 44 % en 2021 contre 39 % en 2020. Cette légère hausse est due à l'augmentation de la part des emballages non certifiés et/ou non recyclés et à l'augmentation des volumes de soja indirect en raison de l'évolution de la répartition des volumes de lait collectés.

Le Groupe évalue l'impact des approvisionnements dans les pays d'origine des matières premières à partir de données actualisées par le WWF France.

(1) Les dix principes communs de l'initiative Act4nature France : [https://engagespourlanature.ofb.fr/sites/default/files/2021-10/EEN_Les %2010_principes_commun_%C3%A0_signer.pdf](https://engagespourlanature.ofb.fr/sites/default/files/2021-10/EEN_Les%2010_principes_commun_%C3%A0_signer.pdf).

LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

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 et 3 à l'horizon 2050 (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 en mettant 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 »).

En 2021, un diagnostic biodiversité a été réalisé sur l'usine de Pacy implantée sur un site de 8 hectares riche en verdure, en partenariat avec l'Observatoire de la Biodiversité, permettant d'aboutir à un inventaire des différentes espèces de faune et de flore présentes et à des recommandations en cohérence avec les enjeux écologiques identifiés. Bel a décidé de faire de ce site le porte-drapeau de ses engagements en faveur de la

biodiversité, car il offre à ses salariés de nombreuses opportunités, telles que la participation à des opérations de comptage de la biodiversité qui viendront nourrir la base de données de sciences participatives du Museum national d'Histoire naturelle ou la construction de nichoirs à oiseaux.

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 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 2.4 « Communiquer de manière responsable et transparente auprès de ses consommateurs » et voir paragraphe 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 »).

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|--|---------------------|------|----------------------------------|------|------------------|---|
| Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement | Zéro déforestation (Surface à risque/ surface totale nécessaire à la production des matières premières suivies). | 88 % ^(b) | 62 % | 39 % | 44 % | 0 % |  |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Hors MoM.

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 à 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 »).

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



LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

POLITIQUES

La politique environnementale, qui présente les ambitions et les objectifs du Groupe sur les enjeux relatifs à l'eau et au climat a été révisée en 2021 dans le cadre de la nouvelle politique opérationnelle du Groupe.

PLAN D'ACTION

Réduction des consommations d'eau de ses sites de production

Le Groupe investit massivement pour réduire l'empreinte eau de ses sites : près de 74 millions d'euros ont été investis entre 2009 et 2021 pour réduire l'empreinte environnementale, dont 5,5 millions d'euros en 2021.

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'action pour les réduire. En 2021, les feuilles de route d'accélération ont été lancées sur 12 sites avec pour objectif d'être déployées sur l'ensemble des sites en 2022. De plus, 17 sites

industriels Bel ont mis en place un système de management de l'environnement certifié ISO 14001.

Les consommations d'eau sont toujours en diminution par rapport à 2008 (- 47 %), mais ont augmenté entre 2021 et 2020 de 3 % à 6,61 m³ par tonne produite, cela s'explique par différents facteurs conjoncturels :

- depuis le début du 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 ;
- la mise en place de nouvelles formules et de petites séries nécessitant plus de nettoyage a eu pour effet une hausse de la consommation d'eau malgré les programmes de réduction mis en place ;
- en outre, des démarches sur la réglementation pour la réutilisation des eaux en interne sont en cours.

Aussi l'objectif de réduction de l'empreinte d'eau des sites de 80 % d'ici à 2025 a été décalé à 2030, avec un nouvel objectif réévalué à 55 % d'ici à 2025 pour intégrer ces éléments.

| CONSUMMATION D'EAU | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|-------|-------|----------------------------------|-------|
| En m ³ par tonne produite (tous produits B-to-B et B-to-C) ^(b) | 6,34 | 6,48 | 6,39 | 6,61 |
| En milliers de m ³ ^(b) | 5 173 | 5 242 | 4 718 | 4 838 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Total Groupe.

Vulnérabilité des sites industriels

Majoritairement gérée par le service public, l'eau potable utilisée dans les usines du Groupe provient des cours d'eau de surface (rivières, lacs...) ou des eaux souterraines (nappes phréatiques), qui peuvent faire l'objet de problématiques de disponibilité dans certaines zones. Une évaluation du risque de disponibilité de l'eau est faite annuellement au travers de l'outil « Water Risk Filter » de WWF France qui donne une idée de la disponibilité de l'eau par bassin hydraulique. Les plans d'action sont déployés en priorité sur les sites en zone de vulnérabilité, de stress ou de pénurie. En complément du programme *Wasabel*, des projets de récupération et de réutilisation de l'eau sont en étude.

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 et des nouveaux traitements plus efficaces peuvent être testés.

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.).

LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

| | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|----------------------|-------|----------------------------------|-------|
| Volume total d'eaux usées (<i>en milliers de m³</i>) ^(b) | 4 634 ^(c) | 4 603 | 3 660 | 3 798 |
| Traité en interne | 2 143 ^(c) | 2 195 | 2 188 | 2 254 |
| Traité par un tiers avec d'autres effluents | 2 403 | 2 408 | 1 472 | 1 544 |
| Répandu en eaux brutes | 88 | ND | ND | ND |
| Volume d'eaux usées par tonne produite | | | | |
| En m ³ par tonne produite (tous produits B-to-B et B-to-C) | 5,75 | 5,69 | 6,36 | 6,26 |
| Qualité de l'eau épurée (<i>en tonnes</i>) ^(b) | | | | |
| Demande chimique en oxygène (DCO) | 81,6 ^(d) | 96,9 | 96,8 | 102 |
| Matière en suspension rejetée | 36,8 ^(d) | 45,7 | 46 | 33 |
| Azote global rejeté | 12,9 | 24,7 | 24,6 | 14,4 |
| Phosphore total rejeté | 5,2 | 3,3 | 3,18 | 3,4 |
| Coût du traitement des eaux usées (<i>en milliers d'euros</i>) ^(a) | 5 731 | 6 173 | 5 100 | 6 158 |
| Épandage de boues de stations d'épuration ou d'eaux brutes ^(b) | | | | |
| Matière sèche totale (<i>en tonnes</i>) | 1 116 ^(e) | 1 080 | 1 080 | 1 123 |
| Azote (<i>en tonnes</i>) | 96 ^(e) | 93 | 93 | 93 |
| Phosphore (<i>en tonnes</i>) | 84 ^(e) | 83 | 83 | 92 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Total Groupe.

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

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


(e) 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 »).

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|--|--------|--------|----------------------------------|--------|---------------|---|
| Réduire l'empreinte eau de ses sites de production ^(b) | Consommation d'eau par tonne de produits finis vs 2008 | - 49 % | - 48 % | - 49 % | - 47 % | - 55 % |  |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Révision de l'objectif comme présenté précédemment.

6.4 – LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

DÉFINITION DE L'ENJEU

Selon la FAQ et le WWF, près de 40 % des aliments produits dans le monde pour la consommation humaine sont gaspillés, ce qui représente environ 2,5 milliards de tonnes par an ⁽¹⁾. 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 emblématiques. 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

Un Comité gaspillage alimentaire a été constitué en 2021 et se réunit mensuellement pour piloter les engagements du Groupe. Ce comité regroupe les différentes fonctions du Groupe dans le but de couvrir toute la chaîne de valeur et les divers enjeux du gaspillage.

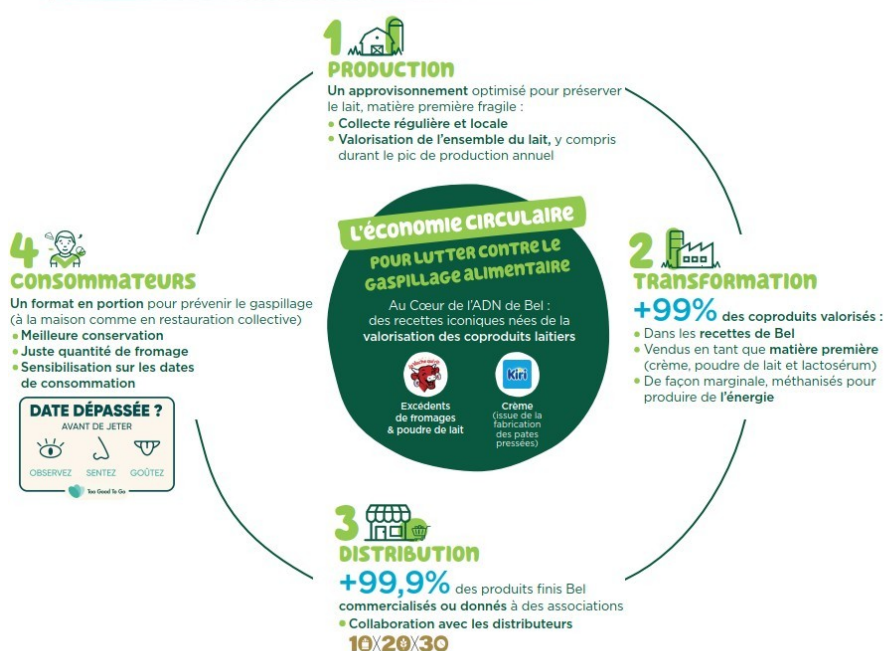
Bel a été l'un des premiers acteurs à rejoindre, à l'été 2019, l'initiative de *Too Good to Go* en partenariat avec d'autres industriels et acteurs de la grande distribution, ayant abouti en 2021 à la formalisation et à la signature d'un pacte portant sur la réduction du gaspillage alimentaire dû aux 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.

Par ailleurs, dans le cadre de sa participation à la coalition *Fight against food waste* du « Consumer Goods Forum », le Groupe s'est fixé en 2021 l'objectif ambitieux de parvenir à réduire le gaspillage alimentaire de 50 % d'ici à 2030.

PLAN D'ACTION

BEL S'EST ENGAGÉ À RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE DE 50% À 2030



(1) https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/wwf_uk_driven_to_waste_the_global_impact_of_food_loss_and_waste_on_farms.pdf.

LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

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. En 2021, un diagnostic a été réalisé par les équipes achat de lait pour identifier et quantifier les différentes sources de perte de lait à la ferme, permettant également de rappeler aux différentes parties prenantes les bonnes pratiques visant à réduire le gaspillage du lait.

Transformation

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

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 et des produits végétaux 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 en raison d'écarts avec le cahier des charges de production (écart de poids, raisons esthétiques, etc.). 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.

Comme toute innovation, les nouveaux produits végétaux ont des taux de pertes supérieurs aux standards Bel. Afin de les réduire, un programme d'optimisation des pertes a été lancé portant sur deux axes : le réemploi des pertes dans le processus de production et l'optimisation des matières premières à chaque étape du processus de stockage et de production. La réutilisation de certaines pertes dans d'autres produits végétaux du Groupe devrait être facilitée par la forte accélération du nombre de recettes végétales sur les diverses marques du Groupe. Des plans d'action dédiés sont également déployés dans les usines de production MOM pour réduire les pertes de matières premières en pommes.

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, dont des épiceries antigaspillage ou des épiceries solidaires, ou donnés à des associations telles que les Banques alimentaires. En 2021, les dons de produits auprès d'associations effectués par les entrepôts Bel en Europe ⁽¹⁾ se sont élevés à 0,11 % des produits réalisés par Bel.

Partenariats : Parce que seule une action collective permettra d'avoir un impact positif majeur, le Groupe est devenu membre en 2020 de la coalition Food Waste du « *Consumer Goods Forum* », une initiative internationale permettant à Bel de collaborer avec d'autres acteurs et industriels de l'agroalimentaire dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. En 2021, Bel s'est engagé dans les trois priorités d'actions de l'initiative, à savoir, élaborer un Reporting harmonisé, lutter contre les pertes alimentaires dans l'amont laitier et rejoindre officiellement l'initiative « 10X20X30 » à travers laquelle dix distributeurs engagent chacun 20 fournisseurs à diminuer de moitié le gaspillage alimentaire à l'horizon 2030.

Consommation

Chez le consommateur : le gaspillage chez les consommateurs représente une part importante du gaspillage alimentaire. Dans le monde, 22 % du gaspillage alimentaire se fait au sein du foyer ⁽²⁾ avec des proportions encore plus importantes dans les pays développés.

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, et apporte la juste quantité pour éviter les restes.

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

(2) <https://www.bcg.com/fr-fr/publications/2018/tackling-1.6-billion-ton-food-loss-and-waste-crisis>.

LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

Un des facteurs clés du gaspillage alimentaire au sein des foyers est la mauvaise compréhension des dates de consommation. En effet, la moitié des citoyens ne fait pas la différence entre « à consommer jusqu'au » et « à consommer de préférence avant » ⁽¹⁾. 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). Cette initiative a été étendue au Portugal, en

Grande-Bretagne, en Espagne, en Italie, en Belgique, aux Pays-Bas et pourra l'être à d'autres pays volontaires. Ainsi, en 2021, 38 millions de boîtes rondes La Vache qui rit® et 6 millions de boîtes Apéricube® portaient ce message dans les pays volontaires européens. Pour la deuxième année consécutive, et cette année à l'occasion de la Semaine européenne de réduction des déchets, Bel a sensibilisé ses collaborateurs aux divers enjeux économiques, sociaux et environnementaux du gaspillage alimentaire avec une attention particulière sur les différentes dates de consommation et les encourage à prendre part à ce combat.

SYNTHÈSE DU CHAPITRE

FAITS MARQUANTS 2021

- Définition d'une nouvelle trajectoire de réduction des émissions de GES alignée avec une hausse des températures limitée à + 1,5°C (validée par SBTi en mars 2022).
- Lancement du Bel Carbon Impact, une application qui permet une vision consolidée, précise et régulière de l'empreinte carbone du groupe dans tous ses marchés, marques, segments, et produits.
- 67 % de la consommation totale d'énergie du groupe en énergies renouvelables.
- Engagement à former l'ensemble des collaborateurs aux enjeux climatiques via La Fresque du Climat.
- Réalisation d'une analyse de matérialité biodiversité dans le cadre de l'initiative Science-Based Target Network (SBTN).
- Participation du Groupe Bel à l'UICN et à la COP26.
- Adhésion officielle à l'initiative 10x20x30 et engagement public de réduire le gaspillage alimentaire de 50 % à 2030.

PRIORITÉS 2022

- Faire approuver la nouvelle trajectoire 1,5°C par Science Based Targets et construire des plans d'actions pour atteindre les objectifs.
- Poursuivre les engagements du Groupe dans le Pacte Too Good to Go sur les dates de consommation.
- Publication d'un reporting sur le gaspillage alimentaire du Groupe, dans le cadre de l'initiative 10x20x30.
- Poursuivre la transition énergétique des sites de production vers l'utilisation d'énergies renouvelables et le déploiement de solution d'efficacité énergétique.

(1) Pacte *Too Good To Go*.



RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DE SES PRODUITS



DÉFINITION DE L'ENJEU

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.

Au cœur du modèle du Groupe Bel, la portion facilite l'accessibilité de tous à ses produits. Cette accessibilité est à la fois dépendante de la distribution, des modes vie et du

pouvoir d'achat. Il ne s'agit pas seulement d'agir sur le prix, mais aussi d'être accessible pour nos consommateurs dans les bons circuits de distribution, pour répondre à leurs modes de vie. Il s'agit aussi d'adapter les recettes aux besoins nutritifs de tous et de développer des produits qui allie matières premières laitières et végétales pour répondre aux constantes évolutions des habitudes alimentaires de ses consommateurs.

7.1 – ADAPTER SES PRODUITS AUX BESOINS DE TOUS

LA PORTION VECTEUR D'ACCESSIBILITÉ

Depuis sa création, la portion est au cœur du modèle Bel et contribue à l'accessibilité de ses produits. Le Groupe s'engage pour une alimentation plus saine et responsable pour tous, chacun de ses produits en portion permet à chacun de bénéficier d'en-cas sains et équilibrés qui puissent être transportés facilement, dont on consomme la juste dose, chez soi ou à l'extérieur.

Nous travaillons continuellement à rendre nos produits abordables, notamment là où le pouvoir d'achat peut rendre difficile l'accès à une alimentation saine.

ADAPTATION AUX MODES DE CONSOMMATIONS

Bel offre des portions de bien-manger pour tous les modes de consommation : à la maison, à transporter et à consommer sur place hors du domicile, là où sont les consommateurs.

Renforcer notre accessibilité implique de s'adapter à tous les modes de consommation, et donc de faire évoluer nos modèles de distribution afin d'être présents dans des nouveaux points de vente :

- en 2021, Bel s'est associé à McDonald's France pour proposer un Babybel Original® bio dans les menus Happy Meal au sein des 1 490 McDonald's en France et contribue ainsi à démocratiser les produits biologiques ;
- en 2021, Bel et Disneyland Paris, première destination touristique en Europe, ont entamé un partenariat, qui permet aux visiteurs du parc de profiter des marques Bel en restauration, ainsi que des expériences de snacking à thème autour des marques Mini Babybel® et La Vache qui rit® ;
- aux États-Unis, les Mini Babybel® sont référencés dans des milliers de Starbucks.

Faciliter l'accès à nos produits, c'est également intégrer l'évolution des modes de distribution et travailler au développement des canaux de vente digitaux.

ADAPTATION AU CHANGEMENT DES HABITUDES ALIMENTAIRES

Le Groupe s'attache à proposer des produits et recettes adaptés au plus grand nombre, ce qui se traduit par le développement de produits adaptés aux besoins de certains marchés, et à la conception de produits végétaux ou hybrides.

Bel a fait le choix d'aller au-delà du fromage comme l'illustre l'acquisition de la start-up All in Foods en 2020 qui développe une large gamme d'alternatives végétales et les mises sur le marché de plusieurs produits. L'année 2021 a été marquée par :

- des offres hybrides avec par exemple la mise sur le marché réussie de The Laughing Cow® Blends, aux États-Unis, en Allemagne, au Royaume-Uni, au Canada et en Australie. Version hybride de La Vache qui rit, elle réunit le meilleur du laitier et des légumineuses ;
- des offres 100% végétales au sein de ses marques cœur, avec par exemple Boursin® Dairy Free aux États-Unis et au Canada et distribué aussi en Belgique ;
- une nouvelle marque d'alternatives végétales aux fromages, Nurishh®, 100% végétale. Bien accueillie par les consommateurs, Nurishh® répond à toutes les usages allant du cœur fleuri destiné à la consommation de table au râpé. L'objectif est de la distribuer dans les 14 plus grands marchés de Bel hors Asie.

À terme le groupe Bel vise un équilibre entre produits laitiers d'un côté et produits végétaux ou fruitiers de l'autre.

Dans certains pays, pour répondre à une attente de plus en plus forte, nous contribuons à démocratiser le bio – en priorité pour les enfants, pour qui nous avons lancé le Mini Babybel® Bio et La Vache qui rit® Bio. D'ici 2022, notre offre bio s'étendra à toutes nos grandes marques internationales, auxquelles viendront s'ajouter de nouveaux produits bio.



RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DE SES PRODUITS

ADAPTATION DES GAMMES AUX BESOINS NUTRITIONNELS DES CONSOMMATEURS

Certaines populations à plus faible pouvoir d'achat sont souvent dans des situations nutritionnelles complexes, aliant 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 en Asie 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 3.2 « Améliorer la qualité nutritionnelle des produits »).

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 2021 une nouvelle offre La vache qui rit[®] plus accessible en Égypte avec les barquettes lancées sous la marque Simply[®], et qui sont source de calcium, de vitamines A et D.

Par ailleurs, depuis septembre 2020, Bel s'est associé à McDonald's France pour proposer un Babybel Original[®] bio dans les menus Happy Meal au sein des 1 490 McDonald's en France et contribue ainsi à démocratiser les produits biologiques.

7.2 – RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DE SES PRODUITS EN DÉVELOPPANT 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 et travaille à renforcer la qualité de relations avec ses partenaires.

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 cinq 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. Toutefois, le déploiement de ce programme 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, notamment à Madagascar mais aussi au Vietnam où le programme est totalement suspendu depuis le mois de juin 2021 suite à l'interdiction d'accéder aux marchés pour les vendeurs de rue en raison de la situation sanitaire. Ce contexte explique le fort recul du nombre de participants à un programme d'inclusive business en 2021. Toutefois, le Groupe maintient son ambition de développer des actions inclusives au Vietnam ;
- 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 étendu à l'Égypte et la Jordanie en 2021 et Bel prévoit de le déployer dans de nouveaux pays.


Ainsi, à fin 2021, le programme *Sharing Cities* dénombre 2 892 partenaires, soit une baisse de 55 % qui s'explique par l'arrêt total du programme au Vietnam et la diminution des vendeurs de rue à Madagascar. Toutefois, le Groupe est parvenu à maintenir à un niveau stable le nombre de partenaires ayant accès à un service de santé avec près de 2 400 micro-distributeur couverts (plus de 6 500 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 1 467 le nombre de partenaires formés depuis le lancement du programme. Le programme *Inaya* permet quant à lui à 1 135 détaillants de bénéficier de services d'assurance santé, pour eux et leur famille. D'après une étude d'impact réalisée au Maroc par Bel, 76 % des assurés ne bénéficiaient pas d'assurance jusqu'alors et 70 % d'entre eux sont satisfaits du programme.

Compte tenu de l'évolution du programme *Sharing Cities* fortement impacté par la crise sanitaire en 2020 et 2021 et du programme *Inaya*, qui continue de progresser, le Groupe réaffirme son objectif d'intégrer 80 000 participants à ces deux programmes en assumant une échéance réévaluée à 2030, avec un objectif 2025 réévalué à 40 000 participants. Pour cela, le Groupe prévoit notamment de développer le programme *Inaya* en Inde et reconstruire le programme *Sharing Cities* dans les pays les plus affectés par la crise sanitaire, notamment le Vietnam.



RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DE SES PRODUITS

INDICATEUR DE PERFORMANCE RETENU

| Les objectifs de Bel | KPI | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|--|--|--------|-------|-------------------------------|-------|-----------------------|---|
| Renforcer l'accessibilité de ses produits | Nombre de participants à un programme d'Inclusive Business Bel | 10 120 | 7 450 | 7 450 | 4 027 | 40 000 ^(b) |  |
| | <i>Sharing cities</i> | 8 998 | 6 487 | 6 487 | 2 892 | | |
| | <i>Inaya</i> | 1 122 | 963 | 963 | 1 135 | | |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Objectif revu en 2021.

SYNTHÈSE DU CHAPITRE

FAITS MARQUANTS 2021

- Mise sur le marché réussie de The Laughing Cow® Blends (version hybride de La Vache qui rit) aux États-Unis, en Allemagne, au Royaume-Uni, au Canada et en Australie.
- Le lancement de Nurishh en Europe Nord et Sud et aux États-Unis avec 13 produits lancés en 2021 dans trois segments clés : les tranches, les râpés et les tartinables.
- Déploiement des produits Bel dans des nouveaux canaux de distribution grâce aux partenariats avec Disneyland Paris, Mc Donald France et Starbuck.
- Reconstruction du réseau de vendeurs de rue à Madagascar, fortement impacté par la crise sanitaire en 2020.

PRIORITÉS 2022

- Poursuivre le développement des offres hybrides et végétales lancées en 2021.
- Lancement de Babybel Vegan au Royaume-Uni.
- Continuer de développer les nouveaux canaux de distribution avec comme priorité le On the Go et le e-commerce.
- Poursuivre le développement des programmes de fidélité auprès des détaillants en Égypte et en Jordanie et lancer le programme dans de nouveaux pays.
- Accompagner la reconstruction du réseau de vendeurs de rue au Vietnam, fortement impacté en 2021.





TAXONOMIE VERTE EUROPÉENNE

PRÉSENTATION DE LA TAXONOMIE VERTE EUROPÉENNE

Instituée par le règlement UE 2020/852, la Taxonomie verte européenne constitue une composante essentielle du Pacte vert pour l'Europe, feuille de route pour atteindre la neutralité carbone d'ici 2050. En mettant en œuvre un système de classification des activités durables, le règlement Taxonomie vise à réorienter les flux de capitaux vers des activités économiques plus durables.

Dans le cadre du règlement Taxonomie, six Objectifs environnementaux majeurs pour l'UE ont été définis :

- atténuation du changement climatique ;
- adaptation au changement climatique ;
- utilisation durable et protection de l'eau et des ressources marines ;
- transition vers une économie circulaire ;
- prévention et contrôle de la pollution ;
- protection et restauration de la biodiversité et de l'écosystème.

OBLIGATIONS DE REPORTING

Les entreprises soumises à la NFRD (Non financial directive) doivent mettre en place un reporting Taxonomie à partir du 1^{er} janvier 2022 afin d'évaluer la sensibilité de leurs activités au système de classification défini par la Taxonomie. Une activité économique est considérée comme durable si cette activité :

- contribue substantiellement à un ou plusieurs des six objectifs environnementaux ;
- ne cause de préjudice important à aucun des autres objectifs environnementaux ;
- est exercé dans le respect des garanties minimales prévues ;
- est conforme aux critères d'examen techniques établis par la Commission.

Le règlement Taxonomie suit une approche progressive : jusqu'au 31 décembre 2022, seuls les deux premiers Objectifs liés au changement climatique sont considérés, et les entreprises doivent reporter sur l'éligibilité de leurs activités, sans prendre en compte leur alignement.

RÉSULTATS 2021

Les exigences de publication des indicateurs clés de performance au titre de l'exercice 2021 concernent uniquement « l'éligibilité » : Bel est tenu de publier ces indicateurs mettant en évidence la proportion de son chiffre d'affaires, dépenses d'investissements (CAPEX) et dépenses d'exploitation (OPEX) éligibles résultant de produits et/ou services associés à des activités économiques définies comme durables dans les Annexes I & II des Actes Délégués Climat ⁽¹⁾.

Chiffre d'affaires

Dans le cadre des deux premiers objectifs d'atténuation et d'adaptation au changement climatique applicables à partir de l'exercice 2021, la Commission Européenne a priorisé les secteurs d'activités les plus émetteurs de gaz à effet de serre au niveau de l'Union Européenne. Les activités de Bel portent essentiellement sur la recherche et l'innovation, la fabrication et la commercialisation liés aux activités de Bel sur ses trois territoires laitier, fruitier et végétal. Ces activités ne sont pas considérées aujourd'hui comme ayant une contribution substantielle aux deux objectifs climatiques définis par la Taxonomie.

En raison de l'absence de chiffre d'affaires éligible, les dépenses d'investissement (CAPEX) et les dépenses d'exploitation (OPEX) liées à ces activités ne peuvent pas être qualifiées d'éligibles. Par conséquent, l'analyse de l'éligibilité des CAPEX et OPEX a porté exclusivement sur les « mesures individuelles » permettant aux activités cibles de devenir « bas carbone » ou de conduire à des réductions de gaz à effet de serre, comme définies dans le règlement ⁽²⁾ Taxonomie de l'UE.

CAPEX

La part des Capex éligibles est de 5,2 % du total des Capex reportés dont le calcul est décrit dans la note méthodologique ci-dessous. En 2021 le montant du dénominateur s'élève à 71 millions d'euros. Les CAPEX éligibles, reflétés au numérateur, comprennent notamment des investissements projets de chaudière biomasse, d'installation de pompe à chaleur, de station d'épuration et de traitement des eaux.

(1) Règlement européen 2020/852 du 18 juin 2020. Acte délégué UE Climat du 4 juin 2021 et ses annexes complétant le règlement (UE) 2020/852 en précisant les critères techniques permettant de déterminer dans quelles conditions une activité économique peut être considérée comme contribuant de manière substantielle à l'atténuation du changement climatique ou à l'adaptation à celui-ci.

(2) Règlement délégué (UE) 2021/2178 de la Commission du 6 juillet 2021 complétant le règlement (UE) 2020/852 du Parlement européen et du Conseil en précisant le contenu et la présentation des informations à divulguer par les entreprises soumises aux articles 19 bis ou 29 bis de la directive 2013/34/UE concernant les activités économiques respectueuses de l'environnement, et en précisant la méthodologie à suivre pour se conformer à cette obligation de divulgation.



TAXONOMIE VERTE EUROPÉENNE

OPEX

Conformément au règlement sur la taxonomie, le dénominateur des OPEX est principalement composé des frais commerciaux et de distribution, des frais de recherche et développement et des frais généraux et administratifs. Ces OPEX ne sont pas qualifiés d'éligibles par la réglementation sur la taxonomie. Les travaux menés sur le ratio OPEX concluent donc à la non-matérialité de cet indicateur pour Bel.

Sur la base de l'ensemble des investissements de plus de 300 KEUR, décaissés en 2021, en prenant en compte les code NACE, un inventaire a été réalisé par la direction environnement et la direction financière des projets d'investissement pour identifier les projets éligibles. Les Capex reportés sont des Capex individuels.

Dans le cadre de ce premier reporting taxinomique, les investissements de MOM ne sont pas incluent dans le calcul de la part de Capex éligibles.

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Les investissements Capex chez Bel sont nativement qualifiés par type de projet OSE (Obsolescence / Sécurité / Environnement), et sont tous reportés dans SAP.





SCORECARD RSE

ALIMENTATION PLUS SAINE

| Engagements | KPI | 2020 | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|--|--|---------|---------|---------------|------------|
| Améliorer de façon continue la qualité nutritionnelle des produits | Portefeuille produits enfants & familles respectant les critères « Bel Nutri + »* | 72% | 72% | 80% | |
| Encourager des habitudes de consommation et modes de vie sains | Pays majeurs ayant mis en place un programme à destination des consommateurs (« Educanut ») | 6 | 7 | 10 | |
| | Part des filiales ayant mis en place un programme à destination de leurs employés (« Healthy smiles ») | 73% | 83% | 100% (a) | |

EMBALLAGES RESPONSABLES

| Engagements | KPI | 2020 | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|--|--|-----------|-----------|---------------|------------|
| Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables | Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables (b) | 95%** | 95%** | 100% | |

ACCESSIBILITÉ DES PRODUITS

| Engagements | KPI | 2020 | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|--|--|-----------|-----------|----------------|------------|
| Renforcer l'accessibilité des produits | Nombre de participants à un programme d'Inclusive Business Bel | 7 450 | 4 027 | 40 000 (a) | |
| | Sharing Cities | 6 487 | 2 892 | | |
| | Inaya | 963 | 1 135 | | |

BIEN-ÊTRE DE TOUS

| Engagements | KPI | 2020 | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|---|---|----------|----------|---------------|------------|
| Travailler vers Zéro accident sur les sites | TFA (Taux de Fréquence des Accidents) Bel | 4,73 | 3,78 | 3 | |
| Promouvoir la diversité Hommes-Femmes | Part de femmes dans le Top management | 25%* | 30%* | 35% (a) | |

*Hors MOM

**Hors MOM et sous-traitance

😊 Conforme au plan

😞 Non conforme au plan

😐 Stabilisation

AGRICULTURE DURABLE

| Engagements | KPI | 2020 | 2021 | 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 | 63% | 77% | 100% | |
| Promouvoir les bonnes pratiques pour favoriser le bien-être animal | Part des fermes respectant la Charte bien-être animal certifiée par une tierce partie | 8% | 14% | 100% | |
| Encourager une alimentation sans OGM pour les vaches qui produisent le lait | Lait provenant de vaches nourries avec une alimentation sans OGM | 51% | 51% | 100% | |
| Assurer un approvisionnement responsable de la matière grasse végétale utilisée dans les produits | Approvisionnements certifiés ou respectant les engagements de la Charte (si aucune certification n'existe) | 95% | 90% | 100% | |

LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

| Engagements | KPI | 2020 | 2021 | Objectif 2025 | Avancement |
|--|--|---------|-------------------|---------------------|------------|
| Atteindre zéro émission nette sur le Scope 1 & 2 | Émissions de gaz à effet de serre Scopes 1 et 2 après compensation (tonnes éq. CO ₂) | 200 487 | 182 500 | 0 | |
| Réduire l'empreinte carbone globale du Groupe pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris | Bilan carbone global (Scopes 1, 2, 3) vs 2017 (valeur absolue en kT CO ₂) | -5,34% | NA ^(c) | -15% | |
| Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via les chaînes d'approvisionnement | Zéro déforestation (surface à risque/surface totale nécessaire à la production des matières premières suivies) | 39% | 44% | 0% ^(a) | |
| Réduire l'empreinte eau des sites de production | Consommation d'eau/tonne produite vs 2008 | -49% | -47% | -55% ^(a) | |

BIEN-ÊTRE DE TOUS

| | | | | | |
|---|--|------|-------|-------------------|--|
| Développer les talents des collaborateurs | Collaborateurs ayant suivi au moins une formation au cours de l'année | 76% | 81% | 100% | |
| Promouvoir des bonnes pratiques sociales et environnementales auprès des fournisseurs | Score moyen EcoVadis des fournisseurs (sur 100) ^(d) | 51,8 | 52,8* | 55 | |
| Offrir des produits positifs aux consommateurs | Part du chiffre d'affaires généré par la vente de produits positifs ^(e) | 74% | 74% | NA ^(f) | |

(a) Objectif ou méthode de calcul mis à jour en 2021

(b) Hors cire

(c) Le bilan carbone du scope 3 étant établi avec un an d'écart, seules les performances 2020 peuvent être présentées

(d) Hors lait collecté

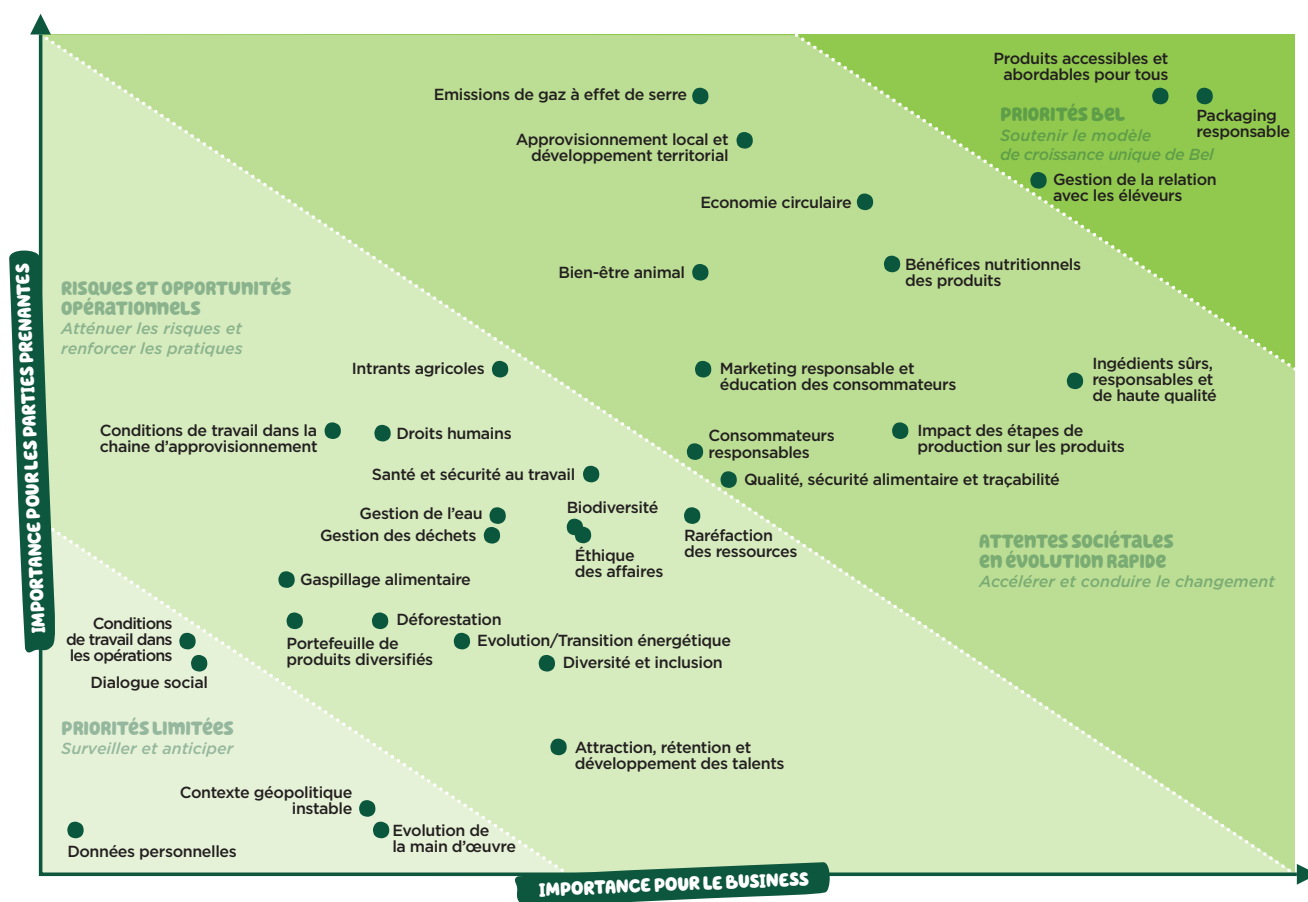
(e) Les produits considérés comme positifs ont au moins l'une de ces caractéristiques : d'origine biologique, conforme « Bel Nutri+ », contenant au maximum un additif, fabriqué à partir de lait de vaches nourries sans OGM

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



ANNEXES

ANNEXE 1 – ANALYSE DE MATÉRIALITÉ



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

| 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 lutte contre le changement climatique | <ul style="list-style-type: none"> • Déforestation • Émissions de gaz à effet de serre • Gestion des déchets • Biodiversité • Gestion de l'eau • Packaging responsable | <ul style="list-style-type: none"> • Pratiques d'agriculture 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 border="1"> <thead> <tr> <th>Les objectifs de Bel</th><th>KPI</th><th>2030</th></tr> </thead> <tbody> <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> <th>Les objectifs de Bel</th><th>KPI</th><th>2025</th></tr> <tr> <td>Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement.</td><td>Zéro déforestation (surface à risque/ surface totale nécessaire à la production des matières premières suivies).</td><td>0 % ⁽⁴⁾</td></tr> <tr> <td>Atteindre zéro émission nette sur le scope 1&2.</td><td>Émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2 après compensation (kg éq. CO₂/tonne produite)</td><td>0</td></tr> <tr> <td>Réduire l'empreinte eau des sites de production.</td><td>Consommation d'eau/tonne produite vs 2008.</td><td>- 55 % ⁽⁴⁾</td></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> </tbody> </table> | | | Les objectifs de Bel | KPI | 2030 | Réduire l'empreinte carbone globale pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris ⁽²⁾. | Bilan carbone global (kg éq. CO ₂ /tonne produite). | - 27,5 % ⁽³⁾ | Les objectifs de Bel | KPI | 2025 | Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement. | Zéro déforestation (surface à risque/ surface totale nécessaire à la production des matières premières suivies). | 0 % ⁽⁴⁾ | Atteindre zéro émission nette sur le scope 1&2. | Émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2 après compensation (kg éq. CO ₂ /tonne produite) | 0 | Réduire l'empreinte eau des sites de production. | Consommation d'eau/tonne produite vs 2008. | - 55 % ⁽⁴⁾ | Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables. | Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables. | 100 % |
| Les objectifs de Bel | KPI | 2030 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Réduire l'empreinte carbone globale pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris ⁽²⁾. | Bilan carbone global (kg éq. CO ₂ /tonne produite). | - 27,5 % ⁽³⁾ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Les objectifs de Bel | KPI | 2025 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement. | Zéro déforestation (surface à risque/ surface totale nécessaire à la production des matières premières suivies). | 0 % ⁽⁴⁾ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Atteindre zéro émission nette sur le scope 1&2. | Émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2 après compensation (kg éq. CO ₂ /tonne produite) | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Réduire l'empreinte eau des sites de production. | Consommation d'eau/tonne produite vs 2008. | - 55 % ⁽⁴⁾ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables. | Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables. | 100 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Code de bonnes pratiques des affaires.

Risques et opportunités extra-financiers

Enjeux matériels associés ⁽¹⁾

Politiques de remédiation

Risques liés aux ressources humaines, à la sécurité et à la santé des collaborateurs du Groupe et au dialogue social

- 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

- Programmes santé/sécurité (voir paragraphe 2.1.1 « Assurer la sécurité et le bien-être au travail »).
- Programmes diversité et talents (voir paragraphes 2.1.2 « Favoriser la diversité, l'inclusion et l'égalité des chances » et 2.1.3 « Développer les talents de ses collaborateurs »).
- Dialogue social (voir paragraphe 2.1.4 « Assurer un système de rémunération équitable »).

| 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. | 35 % |
| Développer les talents de ses collaborateurs. | Collaborateurs ayant suivi une formation durant l'année. | 100 % |

Risques liés aux fournisseurs et défi prioritaire de la promotion d'une agriculture durable

- Gestion de la relation avec les éleveurs
- Approvisionnement local et développement territorial
- Bien-être animal
- Intrants agricoles

- 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 »).

| Les objectifs de Bel | KPI | 2025 |
|--|--|------|
| Promouvoir des bonnes pratiques sociales et environnementales auprès de ses fournisseurs. | Score moyen « EcoVadis » des fournisseurs (sur 100), hors lait collecté. | 55 |

- Charte mondiale Bel pour une filière laitière durable (voir paragraphe 4.1 « Agir pour un amont laitier durable »).

| 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 % |
| Promouvoir de bonnes pratiques pour favoriser le bien-être animal. | Part des fermes respectant la Charte bien-être animal certifiées par une tierce partie. | 100 % |
| Encourager une alimentation sans OGM pour les vaches qui produisent le lait. | Lait provenant de vaches nourries avec une alimentation sans OGM. | 100 % |

Risques de qualité, sécurité des aliments et réglementation produit

- Ingrédients sûrs de haute qualité et responsables
- Qualité, sécurité alimentaire et traçabilité
- Impact des étapes de production sur les produits

- Organisation et processus dédiés (voir paragraphe 3.1 « Proposer des produits de qualité et de sécurité optimales »).

| Les objectifs de Bel | KPI | 2025 |
|---|---|-------|
| 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). | 100 % |

Risques et opportunités extra-financiers
Enjeux matériels associés ⁽¹⁾
Politiques de remédiation
Risques liés à l'innovation et aux attentes des consommateurs et défi prioritaire de la contribution à une alimentation plus saine

- Consommateurs responsables
- Portefeuille de produits diversifiés
- Marketing responsable et éducation consommateurs
- Bénéfices nutritionnels des produits

- 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 paragraphes 3.2 « Améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits » et 3.3 « Encourager de meilleures habitudes alimentaires et inciter à des modes de vie plus sains ») ;
- 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 »).

| Les objectifs de Bel | KPI | 2025 |
|---|--|-------------------|
| Offrir des produits positifs aux consommateurs. | Part du chiffre d'affaires généré par la vente de produits positifs. | NA ⁽⁴⁾ |
| Améliorer de façon continue la qualité nutritionnelle de ses produits. | Portefeuille produits enfants et familles respectant les critères <i>Bel Nutri+</i> . | 80 % |
| Encourager des habitudes de consommation et modes de vie sains. | Pays majeurs ayant mis en place un programme à destination des consommateurs (« <i>Educanut</i> »). | 10 |
| | Part des filiales ayant mis en place un programme à destination de leurs employés (« <i>Healthy Smiles</i> »). | 100 % |

Risques de corruption, de violation des droits humains et d'évasion fiscale

- Droits humains
- Conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement
- Éthique des affaires

- Exercice de cartographie des risques et programme de formation (voir paragraphe 1.4 « Plan de vigilance »).
- Système d'alerte interne et externe (voir paragraphes 1.3 « L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires » et 1.4 « Plan de vigilance »).

Défi prioritaire du renforcement de l'accessibilité de ses produits

- Produits accessibles et abordables pour tous

- Adaptation des recettes aux besoins nutritionnels de tous, voir paragraphe 7.1 « Adapter ses produits aux besoins 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 ».

| Les objectifs de Bel | KPI | 2025 |
|---|---|-----------------------|
| Renforcer l'accessibilité de ses produits. | Nombre de personnes bénéficiant des programmes d'inclusive Business de Bel. | 40 000 ⁽⁵⁾ |

Risques et opportunités extra-financiers

Enjeux matériels associés ⁽¹⁾

Politiques de remédiation

Risques liés à la durabilité des ressources naturelles et au changement climatique

- Émissions de gaz à effet de serre
- Économie circulaire
- Transition énergétique
- Durabilité des ressources
- Gaspillage alimentaire

- 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 »).

(5) 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.

(6) L'empreinte carbone globale du Groupe correspond aux Scope 1, 2 et 3.

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

























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

(9) Objectif mis à jour en 2021.

ANNEXE 3 – TABLEAU DE CONCORDANCE AVEC LES 10 PRINCIPES DU PACTE 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 | 4. Promouvoir une agriculture durable 5. Concevoir des emballages responsables 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 | 1. Un modèle de croissance au service d'une alimentation plus saine et responsable pour tous 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 |
|---|---|
| <p>2. Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes</p> <p>2.1 Construire un avenir durable avec ses collaborateurs</p> <p>2.2 Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires</p> <p>2.4 Communiquer de façon responsable et transparente auprès de ses consommateurs</p> |      |
| <p>3. Contribuer à une alimentation plus saine</p> <p>3.1 Proposer des produits de qualité et de sécurité optimales</p> <p>3.2 Améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits</p> <p>3.3 Encourager de meilleures habitudes alimentaires et inciter à des modes de vie plus sains</p> |    |
| <p>4. Promouvoir une agriculture durable</p> <p>4.1 Agir pour un amont laitier durable</p> <p>4.2 Recourir aux matières premières végétales dans un cadre rigoureux</p> <p>4.3 Offrir le meilleur des fruits</p> |       |
| <p>5. Concevoir des emballages responsables</p> <p>5.1 Éco-concevoir ses emballages et utiliser des matériaux plus durables</p> <p>5.2 Encourager et faciliter le recyclage de ses produits</p> |   |
| <p>6. Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale</p> <p>6.1 Lutter contre le changement climatique</p> <p>6.2 Préserver la biodiversité et lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes</p> <p>6.3 Utiliser durablement la ressource en l'eau</p> <p>6.4 Lutter contre le gaspillage alimentaire</p> |     |
| <p>7. Renforcer l'accessibilité de ses produits</p> <p>7.1 Adapter ses produits aux besoins de tous</p> <p>7.2 Renforcer l'accessibilité de ses produits en développant des modèles de distribution innovants et inclusifs</p> |     |

ANNEXE 5 – TABLE DE CONCORDANCE GRI

1 – ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX DE PROFIL

| GRI SECTIONS | CODE GRI | DISCLOSURE | RÉFÉRENCE - CORRESPONDANCE TOTALE AVEC LES CHAPITRES DU DEU 2021 |
|-------------------------------------|-------------|---|--|
| PROFIL DE L'ORGANISATION | 102-1 | Nom de l'organisation | Chapitre 8.2 - Renseignements concernant la société |
| | 102-2 | Activités, marques, produits et services | Chapitre 1 - le Groupe Bel en 2021 |
| | 102-3 | Lieu géographique du siège | Chapitre 8.2 - Renseignements concernant la société |
| | 102-4 | Lieux géographiques des sites d'activités | Chapitre 1 - le Groupe Bel en 2021 Chapitre 8.3 - Renseignements sur les filiales et participations |
| | 102-5 | Capital et forme juridique | Chapitre 8.2 - Renseignements concernant la société |
| | 102-6 | Marchés desservis | Chapitre 1 - le Groupe Bel en 2021 |
| | 102-7 | Taille de l'organisation | Chapitre 1 - le Groupe Bel en 2021 |
| | 102-8 | Effectif de l'organisation | Chapitre 1 - le Groupe Bel en 2021 |
| | 102-9 | Chaîne d'approvisionnement de l'organisation | Chapitre 1 - Un Modèle d'affaires Positif |
| | 102-10 | Modification significative de l'organisation et de sa chaîne d'approvisionnement | Chapitre 1 - Valeurs Partagées |
| | 102-11 | Principe de précaution | Chapitre 3 - Plan de Vigilance |
| | 102-12 | Chartes, principes et autres initiatives externes | Chapitre 3 - Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires |
| | 102-13 | Adhésion à des associations nationales ou internationales | Chapitre 7 - Renforcer l'accessibilité de ses produits |
| STRATÉGIE ET ANALYSE | 102-14 | Déclaration du décideur le plus haut placé sur la pertinence du développement durable pour l'organisation et sa stratégie | Chapitre 1 - Entretien croisé |
| | 102-15 | Description des principaux impacts, risques et opportunités clés | Chapitre 1 - Une gestion globale des risques Chapitre 2 - Facteurs de Risques et Politique d'assurance |
| ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ | 102-16 | Valeurs, principes, normes et règles de l'organisation tels que les codes de conduite et codes d'éthique | Chapitre 3 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires |
| | 102-17 | Mécanismes internes et externes pour obtenir des conseils sur les comportements éthiques et respectueux de la loi | Chapitre 3 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires |
| GOVERNANCE | 102-18 | Structure de la gouvernance de l'organisation, y compris les comités de l'instance supérieure de gouvernance. | Chapitre 1 - Une gouvernance des enjeux RSE à tous les niveaux de l'organisation Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 102-19 | Processus de délégation des pouvoirs de l'instance supérieure de gouvernance aux cadres dirigeants et autres salariés | Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise Chapitre 6 - Actionnariat |
| | 102-20 | Cadres dirigeants nommés responsables des thèmes RSE et si ils dépendent de l'instance supérieure de gouvernance. | Chapitre 1 - Une gouvernance des enjeux RSE à tous les niveaux de l'organisation Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |

| GRI SECTIONS | CODE GRI | DISCLOSURE | RÉFÉRENCE - CORRESPONDANCE TOTALE AVEC LES CHAPITRES DU DEU 2021 |
|-------------------------------|---------------------|---|---|
| GOVERNANCE (SUITE) | 102-21 | Consultation entre les parties prenantes et l'instance supérieure de gouvernance concernant les thèmes RSE. | Chapitre 1 - Une gouvernance des enjeux RSE à tous les niveaux de l'organisation Chapitre 3.1 - Bel, un modèle de croissance au service d'une alimentation plus saine et responsable pour tous |
| | 102-22 | Composition de l'organe de gouvernance le plus élevé et de ses comités | Chapitre 1 - Notre conseil d'administration & Notre comité exécutif Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 102-23 | Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé | Chapitre 1 - Notre conseil d'administration & Notre comité exécutif Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 102-24 | Nomination et sélection des membres de l'organe de gouvernance le plus élevé | Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 102-25 | Conflits d'intérêts | Chapitre 2.1 - La Politique de Gestion des Risques Chapitre 3 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires |
| | 102-26 | Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la définition de l'objet social, des valeurs et de la stratégie. | Chapitre 1 - Notre conseil d'administration & Notre comité exécutif Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 102-27 | Connaissance partagée de l'organe de gouvernance le plus élevé | Chapitre 1 - Notre conseil d'administration & Notre comité exécutif Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 102-28 | Evaluation de l'organe de gouvernance le plus élevé | Chapitre 1 - Notre conseil d'administration & Notre comité exécutif Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 102-29 | Identification des impacts économiques, environnementaux et sociaux | Chapitre 1 - Une gestion globale des risques Chapitre 2 - Facteurs de Risques et Politique d'assurance Chapitre 3.1.2 - Analyse des principaux enjeux extra-financiers |
| | 102-30 | Efficacité des des procédures de gestion des risques | Chapitre 1 - Une gestion globale des risques Chapitre 2 - Facteurs de Risques et Politique d'assurance |
| | 102-31 | Examen des enjeux économiques, environnementaux et sociaux | Chapitre 1 - Une gouvernance des enjeux RSE à tous les niveaux de l'organisation Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise Chapitre 3.1.2 - Analyse des principaux enjeux extra-financiers |
| | 102-32 | Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans le reporting du développement durable | Chapitre 1 - Une gouvernance des enjeux RSE à tous les niveaux de l'organisation Chapitre 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 102-33 | Communication des préoccupations majeures | Chapitre 1 - Une gestion globale des risques Chapitre 2 - Facteurs de Risques et Politique d'assurance |
| | 102-34 | Nature et nombre total de réclamations majeures | Chapitre 3.3.1 - Proposer des produits de qualité et de sécurité optimale |
| | 102-35 | Politiques de rémunération en vigueur à l'égard de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants | Chapitre 4.2 - Rémunérations et avantages |
| | 102-36 | Processus de détermination de la rémunération | Chapitre 4.2 - Rémunérations et avantages |
| | 102-37 | Implication des parties prenantes dans la rémunération | Chapitre 4.2 - Rémunérations et avantages |
| | 102-38 | Ratio de la rémunération annuelle totale | Chapitre 4.2 - Rémunérations et avantages |
| | 102-39 | Pourcentage d'augmentation du ratio de rémunération totale annuelle | Chapitre 4.2 - Rémunérations et avantages |

| GRI SECTIONS | CODE GRI | DISCLOSURE | RÉFÉRENCE - CORRESPONDANCE TOTALE AVEC LES CHAPITRES DU DEU 2021 |
|--|---------------------|--|--|
| IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES | 102-40 | Liste des groupes de parties prenantes avec lesquels l'organisation a noué un dialogue | Chapite 3.2 - Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes |
| | 102-41 | Pourcentage de l'ensemble des salariés couverts par une convention collective | Chapitre 4.11 - Avantages du Personnel |
| | 102-42 | Critères retenus pour l'identification et la sélection des parties prenantes avec lesquelles établir un dialogue | Chapite 3.2 - Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes |
| | 102-43 | Approche de l'implication des parties prenantes | Chapite 3.2 - Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes |
| | 102-44 | Enjeux et préoccupations majeures soulevées | Chapitre 1 - Notre Modèle Responsable & Rentable Chapite 3.2 - Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes |
| PRATIQUE DE REPORTING | 102-45 | Entités incluses dans la consolidation financière : incluant les justifications d'exclusion | Chapitre 8.3 - Renseignements sur les filiales et participations Chapitre 3.9 Note Méthodologique |
| | 102-46 | Définition du contenu du rapport et des périmètres des enjeux | Chapitre 8.3 - Renseignements sur les filiales et participations Chapitre 3.9 - Note Méthodologique |
| | 102-47 | Liste des enjeux pertinents | Chapitre 1 - Notre Modèle Responsable & Rentable Chapite 3.2 - Un modèle créateur de valeur pour toutes ses parties prenantes |
| | 102-48 | Réaffirmation des informations | Chapitre 5 - Informations financières et comptables |
| | 102-49 | Modifications relatives au reporting | Chapitre 5 - Informations financières et comptables |
| | 102-50 | Période de reporting | Chapitre 5 - Informations financières et comptables |
| | 102-51 | Date du dernier rapport publié, le cas échéant | mars 2021 |
| | 102-52 | Cycle de reporting | janvier à décembre 2021 (FY2021) |
| | 102-53 | Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu | Maud de Meynard |
| | 102-54 | Option de « conformité » choisie par l'organisation et l'Index du contenu | Chapitre 3.9 - Note Méthodologique |
| | 102-55 | Table de correspondance GRI | Chapitre 3.9 - Note Méthodologique Chapitre 3.12 - Table de correspondance GRI |
| | 102-56 | Vérification externe du rapport | Chapitre 3.9 - Note Méthodologique Chapitre 5.5.3 - Informations relatives aux contrôleurs légaux des comptes |

2 – ÉLÉMENTS SPÉCIFIQUES

| GRI SECTIONS | CODE GRI MATÉRIELS | RÉFÉRENCE CORRESPONDANCE TOTALE AVEC LES CHAPITRES DU DEU 2021 | | | |
|--------------------|------------------------------|--|---|---|--|
| ÉCONOMIE - 200 | 201 - Performance économique | 201-1 | Valeur économique directe créée et distribuée | 1 - Un Modèle d'affaires Positif | |
| | | 201-2 | Implications financières et autres risques et opportunités pour les activités de l'organisation liés au changement climatique | 3.1.2 - Analyse des principaux enjeux extra-financiers Annexe 3 : Table de correspondance avec les 11 recommandations de la TCFD | |
| | 202 - Présence commerciale | 202-1 | Ratios du salaire d'entrée de base par sexe par rapport au salaire minimum local sur les principaux sites opérationnels | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs | |
| | | 202-2 | Proportion des cadres dirigeants embauchés localement sur les principaux sites opérationnels | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs | |
| | 205 - Anti-corruption | 205-1 | Activités évaluées en termes de risque liés à la corruption | 2.1 - La Politique de Gestion des Risques 3 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires | |
| | | 205-2 | Communication et formation relative aux politiques et procédures de lutte contre la corruption | 2.1 - La Politique de Gestion des Risques 3 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires | |
| | ENVIRONNEMENT - 300 | 301 - Matières | 301-1 | Matières utilisées par poids ou par volume | 3.5 - Concevoir des emballages responsables |
| | | | 301-2 | Matières recyclées utilisées | 3.5 - Concevoir des emballages responsables |
| 301-3 | | | Produits et matériaux d'emballage valorisés | 3.5 - Concevoir des emballages responsables | |
| 302 - Énergie | | 302-1 | Consommation énergétique au sein de l'organisation | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale | |
| | | 302-3 | Intensité énergétique | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale | |
| | | 302-4 | Réduction de la consommation énergétique | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale | |
| | | 303 - Eau et effluents | 303-1 | Volume total d'eau prélevé par source | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| 303-2 | | | Sources d'approvisionnement en eau très touchées par les prélèvements | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale | |
| 303-3 | | | Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale | |
| 304 - Biodiversité | | 304-2 | Impacts significatifs des activités produits et services sur la biodiversité | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale | |
| | | 304-3 | Habitats protégés ou restaurés | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale | |

| GRI SECTIONS | CODE GRI MATÉRIELS | DISCLOSURE | RÉFÉRENCE CORRESPONDANCE TOTALE AVEC LES CHAPITRES DU DEU 2021 |
|--|---|--|--|
| ENVIRONNEMENT - 300 (SUITE) | 305 - Émissions | 305-1 Émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1) | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 305-2 Émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 2) liées à l'énergie | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 305-3 Autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3) | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 305-4 Intensité des émissions de gaz à effet de serre | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 305-5 Réduction des émissions de gaz à effet de serre | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 305-6 Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone (SAO) | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 305-7 NOX, SOX, et autres émissions atmosphériques substantielles | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | 306 - Effluents et déchets | 306-1 Total des rejets d'eau, par type et par destination | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 306-2 Poids total de déchets, par type et par mode de traitement | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 306-3 Nombre et volume total des déversements substantiels | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 306-4 Transport de déchets dangereux | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | | 306-5 Masses d'eau affectées par le déversement ou ruissellement | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| | 307 - Conformité environnementale | 307-1 Non-conformité à la législation et à la réglementation environnementale | 2.1 - La Politique de Gestion des Risques 3 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires |
| | 308 - Évaluation environnementale des fournisseurs | 308-1 Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux | 3.2.2 - Promouvoir des pratiques responsables auprès de ses partenaires d'affaires |
| | 308 - Évaluation environnementale des fournisseurs (suite) | 308-2 Impacts environnementaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises | 3.6 - Lutter contre le changement climatique et réduire l'empreinte environnementale |
| SOCIAL - 400 | 401 - Emploi | 401-1 Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs |
| | | 401-2 Avantages accordés aux salariés à temps plein et non aux employés temporaires ou à temps partiel | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs |

| GRI SECTIONS | CODE GRI MATÉRIELS | DISCLOSURE | RÉFÉRENCE CORRESPONDANCE TOTALE AVEC LES CHAPITRES DU DEU 2021 |
|-----------------------------|--|--|---|
| SOCIAL - 400 (SUITE) | 403 - Santé et sécurité au travail | 403-1 Représentation des travailleurs dans les comités de santé et sécurité officiels impliquant travailleurs et direction | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs |
| | | 403-2 Taux et types d'accidents du travail, maladies professionnelles, absentéisme, journées de travail perdues et nombre de décès liés au travail | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs |
| | | 403-4 Thèmes de santé et de sécurité couverts par des accords formels avec les syndicats | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs |
| | 404 - Formation et éducation | 404-1 Nombre moyen d'heures de formation par an, réparti par salarié, par sexe et par catégorie professionnelle | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs |
| | | 404-3 Pourcentage de salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, par sexe et catégorie professionnelle | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs |
| | 405 - Diversité et égalité des chances | 405-1 Diversité des organes de gouvernance et des employés | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs 1 - Notre conseil d'administration & Notre comité exécutif 4 - Gouvernement d'entreprise |
| | 408 - Travail des enfants | 408-1 Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif de cas de travail des enfants | 3.2.2 - Promouvoir des pratiques responsables Auprès de ses partenaires d'affaires 2.1 - La Politique de Gestion des Risques 3 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires |
| | 412 - Évaluation des Droits de L'Homme | 412-1 Opérations ayant été soumises à un contrôle du respect des DDH ou des évaluations des impacts | 3.2.2 - Promouvoir des pratiques responsables Auprès de ses partenaires d'affaires 3.1.5 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires |
| | | 412-2 Formation des employés sur les politiques ou procédures relatives aux DDH | 3.2.1 - Construire un avenir durable avec ses collaborateurs |
| | 414 - Évaluation sociale des fournisseurs | 414-1 Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux | 3.2.2 - Promouvoir des pratiques responsables Auprès de ses partenaires d'affaires 3.1.5 - L'éthique, socle commun dans la conduite des affaires |
| | 416 - Santé et sécurité des consommateurs | 416-1 Evaluation des impacts de produits et de services sur la santé et la sécurité des consommateurs | 3.3.1 - Proposer des produits de qualité et de sécurité optimales |
| | 417 - Marketing et étiquetage | 417-1 Exigences relatives à l'information sur les produits et services et l'étiquetage | 3.3 - Contribuer à une alimentation plus saine |
| | | 417-2 Cas de non-conformité concernant l'information sur les produits et services et l'étiquetage | 3.3 - Contribuer à une alimentation plus saine |
| | | 417-3 Cas de non-conformité concernant la communication marketing | 3.3 - Contribuer à une alimentation plus saine |

ANNEXE 6 – TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES 11 RECOMMANDATIONS DE LA TCFD

| Recommandations de la TCFD | Chapitres de l'URD associés | Avancement | Réalisé et axes de travail |
|----------------------------|--|------------|---|
| Gouvernance | a) Décrire la surveillance des risques et opportunités climatiques par le conseil. | 4.1.4 | Organisation et fonctionnement des organes d'administration et de direction |
| | b) Décrire le rôle de la direction dans l'évaluation et la gestion des risques et des opportunités climatiques. | 2.1 | La politique de gestion des risques |
| | | 4.3.2 | Environnement de contrôle interne à la société |
| | | 4.3.3 | Gestion des principaux risques |
| Stratégie | a) Décrire les risques et opportunités climatiques identifiés par la société sur les court, moyen et long termes. | 3.6.1 | Lutter contre le changement climatique |
| | b) Décrire l'impact des risques et opportunités climatiques sur les activités, la stratégie et la planification financière de la société. | 3.6.1 | Lutter contre le changement climatique |
| | c) Décrire la résilience de la stratégie de la société, en tenant compte des différents scénarios climatiques, y compris le scénario d'une augmentation des températures de 2° ou moins. | 3.6.1 | Lutter contre le changement climatique |
| | | | |
| Gestion des risques | a) Décrire les procédures de la société visant à identifier et à évaluer les risques climatiques. | 2.1 | La politique de gestion des risques |
| | | 2.2 | Hiérarchisation des risques |
| | | 2.3 | Risques liés à l'environnement externe |
| | | 2.4 | Risques inhérents à l'activité |
| | | 3.6.1 | Lutter contre le changement climatique |
| | b) Décrire les procédures de la société pour la gestion des risques climatiques. | 2.3 | Risques liés à l'environnement externe |
| | | 2.4 | Risques inhérents à l'activité |
| | | 3.6.1 | Lutter contre le changement climatique |
| | c) Décrire comment les procédures d'identification, d'évaluation et de gestion des risques climatiques sont intégrées à la gestion globale des risques de l'entreprise. | 2.1 | La politique de gestion des risques |
| | | 2.2 | Hiérarchisation des risques |
| | | 2.3 | Risques liés à l'environnement externe |
| | | 2.4 | |



| Recommandations de la TCFD | Chapitres de l'URD associés | | Avancement | Réalisé et axes de travail | |
|----------------------------|--|-------|---|----------------------------|---|
| Indicateurs/objectifs | a) Indiquer le système de mesure utilisé par la société pour évaluer les risques et opportunités climatiques en conformité avec sa stratégie et sa procédure de gestion des risquesprocessus de gestion des risques. | 3.6.1 | Lutter contre le changement climatique | | Nous avons l'objectif ambitieux de réduire notre empreinte carbone de 27,5% par tonne de produit entre 2017 et 2030, un objectif validé par l'Initiative Science-Based Targets et en ligne avec l'Accord de Paris. Pour atteindre cet objectif, nous avons structuré des indicateurs et des engagements visant à réduire notre empreinte environnementale et celle de notre écosystème et ce, de la ferme à l'assiette. |
| | | 3.14 | Annexe 4 : Synthèse des données environnementales | | |
| | b) Déclaration des émissions de gaz à effet de serre (GES) Type 1, Type 2 et le cas échéant, Type 3, et des risques associés. | 3.6.1 | Lutter contre le changement climatique | | En application des dernière recommandations de la TCFD (Guidance on Metrics, Targets and Transition Plan, Octobre 2021), une série d'indicateurs propres aux risques climatiques est en cours d'étude afin de faciliter la réconciliation avec les données de performance financière. |
| | | 3.14 | Annexe 4 : Synthèse des données environnementales | | |
| | c) Décrire les objectifs utilisés par la société pour gérer les risques et opportunités climatiques et les performances réalisées par rapport aux objectifs. | 3.6.1 | Lutter contre le changement climatique | | Le Groupe a développé l'outil Bel Carbon Impact avec l'ambition d'assurer un pilotage régulier et précis de la performance carbone du Groupe. Cela s'ajoute au déploiement en cours d'une mesure de l'empreinte carbone dans les projets d'investissement et d'innovation. |
| | | 3.1.2 | Analyse des principaux enjeux extra-financiers | | |

ANNEXE 7 – SYNTHÈSE DES DONNÉES ENVIRONNEMENTALES

| Groupe Bel avec MOM et Safilait | Unités | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|--|--------------------|-----------|-----------|----------------------------------|-----------|
| ÉCONOMIE CIRCULAIRE | | | | | |
| Sous-produits valorisés | | | | | |
| Fromages déclassés ou assimilés valorisés en interne ou en externe | t | 16 025 | 15 638 | 10 079 | 11 199 |
| Extrait sec de lactosérum valorisé en interne ou en externe | t | 107 205 | 92 179 | 48 326 | 45 280 |
| Crème valorisée en interne ou en externe | t | 52 655 | 49 595 | 21 045 | 21 036 |
| Quantité de sous-produits valorisés | t | 175 885 | 157 412 | 79 450 | 77 516 |
| CONSOMMATION D'EAU | | | | | |
| Consommation d'eau zone de Vulnérabilité | m ³ | 1 625 749 | 1 919 629 | 1 748 876 | 1 759 804 |
| Consommation d'eau en zone de stress | m ³ | 241 258 | 236 110 | 236 110 | 759 081 |
| Consommation d'eau en zone de pénurie | m ³ | 870 305 | 865 877 | 865 877 | 883 320 |
| Consommation d'eau en zone de non-vulnérabilité | m ³ | 2 435 742 | 2 220 252 | 1 867 476 | 1 435 446 |
| Quantité d'eau totale | m ³ | 5 173 054 | 5 241 868 | 4 718 339 | 4 837 651 |
| ÉNERGIE | | | | | |
| Électricité | | | | | |
| Consommation d'électricité du réseau sans certification d'origine renouvelable | MWh | 180 935 | 176 105 | 169 300 | 96 962 |
| Consommation d'électricité autoproduite à partir de fioul ou de gaz | MWh | 323 | 106 | 106 | 302 |
| Consommation d'électricité d'origine renouvelable certifiée | MWh | 152 260 | 155 194 | 112 616 | 195 270 |
| Consommation totale d'électricité | MWh | 333 196 | 331 405 | 282 345 | 292 912 |
| Combustibles | | | | | |
| Fioul | MWh_PCI | 87 551 | 83 574 | 83 574 | 85 832 |
| Gaz | MWh_PCI | 430 657 | 429 710 | 341 692 | 369 458 |
| Biomasse | MWh_PCI | 70 604 | 65 846 | 65 846 | 74 469 |
| Total combustion en poste fixe | MWh_PCI | 588 812 | 579 130 | 491 112 | 529 758 |
| ÉMISSIONS DE GAZ À EFFETS DE SERRE ^(b) | | | | | |
| GES | | | | | |
| Émissions de GES liées à la consommation d'électricité | tCO ₂ e | 80 730 | 79 475 | 76 807 | 50 323 |
| Émissions de GES liées à la consommation de fioul et de gaz | tCO ₂ e | 131 450 | 129 668 | 108 740 | 116 094 |
| Émissions de GES liées à la biomasse | tCO ₂ e | 1 723 | 1 607 | 1 607 | 1 817 |
| Émissions de gaz à effet de serre liées aux fluides frigorigènes | tCO ₂ e | 7 004 | 4 864 | 4 282 | 5 526 |
| Émissions de GES liées à la flotte de véhicules propres | tCO ₂ e | 9 505 | 9 318 | 9 051 | 8 159 |
| Émissions totales de GES scope 1 et scope 2 | tCO ₂ e | 230 412 | 224 932 | 200 487 | 182 500 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

(b) Les émissions passées du Groupe ont été recalculées en 2021 pour refléter les évolutions de périmètre (cession de Royal Bel Leerdammer NL, Bel Italia, Bel Deutschland, la marque Leerdammer et tous ses droits attachés, ainsi que Bel Shostka Ukraine) afin de conserver un périmètre comparable entre 2017 et 2020, comme demandé dans le cadre du SBTi.

| Groupe Bel avec MOM et Safilait | Unités | 2019 | 2020 | 2020 pro forma ^(a) | 2021 |
|---|----------------|-----------|-----------|----------------------------------|-----------|
| REJETS DANS L'EAU | | | | | |
| Rejets vers le milieu naturel | | | | | |
| Volume d'eau épurée en interne avec rejet au milieu naturel | m ³ | 2 143 434 | 2 194 538 | 2 188 497 | 2 253 558 |
| Demande chimique en oxygène rejetée | kg | 81 580 | 96 933 | 96 806 | 102 078 |
| Phosphore rejeté | kg | 5 211 | 3 289 | 3 182 | 3 436 |
| Matières en suspension rejetées | kg | 36 761 | 45 690 | 45 690 | 33 208 |
| Azote rejeté | kg | 12 854 | 24 670 | 24 614 | 14 432 |
| Rejets vers une station d'épuration urbaine | | | | | |
| Volume d'eau épurée par un tiers avec d'autres effluents | m ³ | 2 403 209 | 2 408 437 | 1 471 584 | 1 544 127 |
| REJETS DANS LE SOL | | | | | |
| Épandage d'eaux brutes | | | | | |
| Volume d'eau usée épandu en eaux brutes | m ³ | 87 557 | ND | ND | ND |
| Valorisation agronomique des boues | | | | | |
| Azote | t | 96 | 93 | 93 | 93 |
| Phosphore | t | 84 | 83 | 83 | 92 |
| Matières sèches | t | 1 116 | 1 080 | 1 080 | 1 123 |
| REJETS DANS L'EAU ET DANS LE SOL | | | | | |
| Volume total de rejet d'eau | m ³ | 4 634 200 | 4 602 974 | 3 660 080 | 3 797 685 |
| Coût total du traitement de ces rejets | EUR | 5 730 607 | 6 173 361 | 5 100 399 | 6 158 237 |
| AUTRES ÉMISSIONS DANS L'AIR | | | | | |
| Protoxyde d'azote, dioxyde d'azote, etc. | t | 200 | 189 | 169 | 183 |
| Dioxyde de soufre | t | 198 | 127 | 127 | 133 |
| NUISANCES SONORES | | | | | |
| Part de sites en situation de conformité pour le niveau sonore en limite de propriété et le niveau d'émergence pour le voisinage le plus exposé | % | 77 | 73 | 73 | 77 |
| ATTEINTES À L'ENVIRONNEMENT | | | | | |
| Nombre d'incidents | Unité | 107 | 162 | 131 | 178 |
| Actions correctives | Unité | 106 | 152 | 131 | 178 |
| PRODUCTION DE DÉCHETS | | | | | |
| Quantité de déchets non dangereux triés et destinés à la valorisation | t | 28 439 | 36 707 | 30 748 | 33 167 |
| Quantité de déchets dangereux triés et confiés aux filières de traitement appropriées | t | 888 | 541 | 515 | 703 |
| Déchets incinérés avec production d'énergie | t | 2 842 | 4 823 | 4 020 | 7 147 |
| Déchets incinérés sans production d'énergie | t | 131 | 0 | 0 | 0 |
| Déchets évacués en décharge | t | 7 192 | 7 486 | 7 399 | 7 675 |
| Production totale de déchets | t | 39 492 | 49 556 | 42 681 | 48 692 |
| Coût de traitement | EUR | 3 657 956 | 3 747 848 | 3 481 060 | 4 451 374 |
| Produit de la vente | EUR | 813 823 | 729 401 | 721 229 | 1 112 541 |

(a) Valeurs à périmètre comparable.

Pour suivre l'actualité Bel

www.groupe-bel.com



[@belcorporate](https://twitter.com/belcorporate)



[Bel](https://www.linkedin.com/company/bel)



[Bel Group](https://www.youtube.com/BelGroup)

Crédits photo : @Bel – Getty Images
Design et production : HAVAS PARIS.





**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



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

Nous apprécions vos commentaires
sur son contenu.