

# NOS ENGAGEMENTS & INDICATEURS (données 2024)

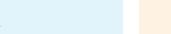
## ÉLEVER durablement

### Objectif 1

#### Déployer une démarche d'élevage durable

- 1 Part des élevages engagés dans une démarche AOP, Bio, Label Rouge, Certifiée ou Nature d'Éleveurs

2018 2024 2025

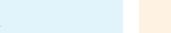
53%  89%  100% 

### Objectif 2

#### Renforcer l'origine locale de l'alimentation des animaux

- 2 Part de l'origine France des matières premières composant l'alimentation des volailles

2018 2024 2025

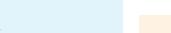
ND\*  74%  AC\* 

### Objectif 3

#### Privilégier les viandes d'origine nationale et pérenniser les filières locales

- 3 Part des produits carnés à marque nationale du Groupe, contenant des viandes d'origine locale

2018 2024 2025

ND\*  99,5%  100% 

Les démarches d'élevage durable progressent, conformément à nos engagements. Merci aux éleveurs, aux équipes et aux partenaires amont. La relocalisation de l'alimentation des volailles et l'origine France des viandes dans nos produits à marque atteignent également les objectifs. Félicitations à toutes les équipes.

Les performances sociales s'améliorent. La nouvelle politique santé-sécurité renforcée (formation, VST...) et le baromètre salariés «Tous en Santé» se déploient dans les sites actuellement. Maintenons le cap !

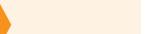
## MIEUX VIVRE ensemble

### Objectif 1

#### Prendre soin de nos collaborateurs

- 4 Taux de fréquence des accidents de travail et des maladies professionnelles

2018 2024 2025

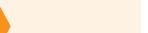
47,3  31,3  30 

### Objectif 2

#### Accompagner nos collaborateurs dans leur développement personnel

- 5 Part de mobilité géographique et professionnelle des collaborateurs

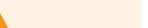
2018 2024 2025

ND\*  20%  20% 

- 6 Part des alternants intégrés au sein des équipes

ND\*  2,2%  2,5% 

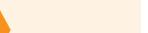
- 7 Part des salariés ayant suivi au moins une formation dans l'année

57%  64%  70% 

## Objectif 3 Promouvoir une chaîne d'approvisionnement responsable

- 8 Part des achats encadrés par la Charte Achats du Groupe (ingrédients, emballages)

2018 2024 2025

44%  89%  100% 

### Objectif 4

#### Agir pour lutter contre le gaspillage et la précarité alimentaire

- 9 Montant du mécénat incluant les dons d'inventus (en M€)

2018 2024 2025

3  6,4  AC\* 

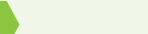
## RESPECTER la terre

### Objectif 1

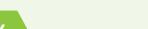
#### Minimiser notre empreinte

- 10 Évolution du taux de consommation d'eau en L/kg produit

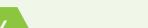
2018 2024 2025

3,42  -8,8%  -5% 

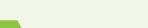
- 11 Évolution du taux de consommation d'énergie en kWh/tonne produite

351  +1,1%  -10% 

- 12 Évolution du taux de valorisation globale des matières organiques et des déchets

79%  -0,2%  +10% 

- 13 Part des sites ayant conduit ou impulsé une action biodiversité

ND\*  55%  100% 

## Objectif 2 Agir sur nos emballages

- 14 Part des emballages responsables, bénéficiant d'une filière de recyclage

2018 2024 2025

ND\*  58%  100% 

Nos efforts d'optimisation des ressources et nos investissements en cours feront progresser nos indicateurs. La stratégie Climat et Biodiversité du Groupe se déploie pour décarboner nos activités et nous adapter au changement climatique.

## BIEN nourrir

### Objectif 1

#### Agir sur la sécurité sanitaire des aliments

- 15 Part des sites certifiés en sécurité sanitaire de type IFS, BRC ou FSSC 22000

2018 2024 2025

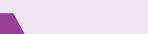
89%  94%  95% 

### Objectif 2

#### Satisfaire nos clients et nos consommateurs

- 16 Indice de satisfaction des consommateurs par le bilan image et par la notoriété

2018 2024 2025

ND\*  45,5  60 

### Objectif 3

#### Agir pour la nutrition et la santé par nos produits

- 17 Part des produits notés A, B ou C dans la démarche Nutri-Score®

2018 2024 2025

77%  93%  84% 

- 18 Part des recettes dont la démarche de Clean Label est aboutie

ND\*  76%  80% 

Le travail de tous au quotidien pour des produits toujours plus sains, sûrs et qui satisfont nos consommateurs est reflété par les performances 2023. Continuons ainsi !