



PANZANI
BIEN NOURRIR SÈME L'AVENIR

**PRÉSENTATION DU GROUPE PANZANI
ET DE SES ENGAGEMENTS RSE**

JUIN 2023





ÉDITO

“

Depuis sa création il y a près de 80 ans, PANZANI, entreprise française fondée par Giovanni Panzani, a su partager la passion des pâtes avec les Français. Notre entreprise est devenue emblématique en France et est aujourd’hui synonyme d’une alimentation responsable et joyeuse.



En tant que leader national sur les marchés des pâtes, des sauces et du couscous, nous relevons les défis liés à l’alimentation en nous réinventant constamment. Notre équipe humaine et passionnée perpétue avec enthousiasme notre savoir-faire de semoulier-pastier, tout en développant de nouvelles gammes de produits pour nourrir le plus grand nombre.

Aujourd’hui, nous sommes fiers de présenter notre projet de croissance reposant sur des engagements RSE au service de notre raison d’être « Bien nourrir sème l’avenir », visible dans notre nouvelle identité corporate. Nous nous engageons avec confiance et optimisme pour contribuer à la défense de la filière agricole française et la souveraineté alimentaire de notre industrie.

Chez PANZANI, nous mettons l’accent sur la proximité en favorisant un approvisionnement en blé 100 % français et en accompagnant l’ensemble de nos filières vers une agriculture durable, pour concevoir des produits savoureux et une alimentation responsable. Nous mettons également en œuvre tous les moyens pour minimiser notre impact environnemental, en agissant pour contribuer à la neutralité carbone planétaire et en inscrivant nos activités dans un modèle circulaire.

Nous sommes fiers d’être porteurs d’un projet incluant non seulement nos collaborateurs, mais également les consommateurs, agriculteurs, partenaires et tous ceux qui contribuent à notre entreprise engagée... avec pour mission d’offrir à tous une alimentation responsable qui nourrit autant qu’elle réjouit !

Albert Mathieu

Président directeur général de PANZANI

PANZANI, UN COLLECTIF HUMAIN ET PASSIONNÉ

Panzani est une entreprise française de 750 collaborateurs, répartis sur nos 8 sites en France.

Forts d'une maîtrise du champ à l'assiette, nous donnons le meilleur chaque jour pour que « Bien Nourrir sème l'avenir ».



1950

Création par Giovanni Panzani, né en France de parents italiens. Entrepreneur passionné, il a fait découvrir tout le plaisir des pâtes aux français.

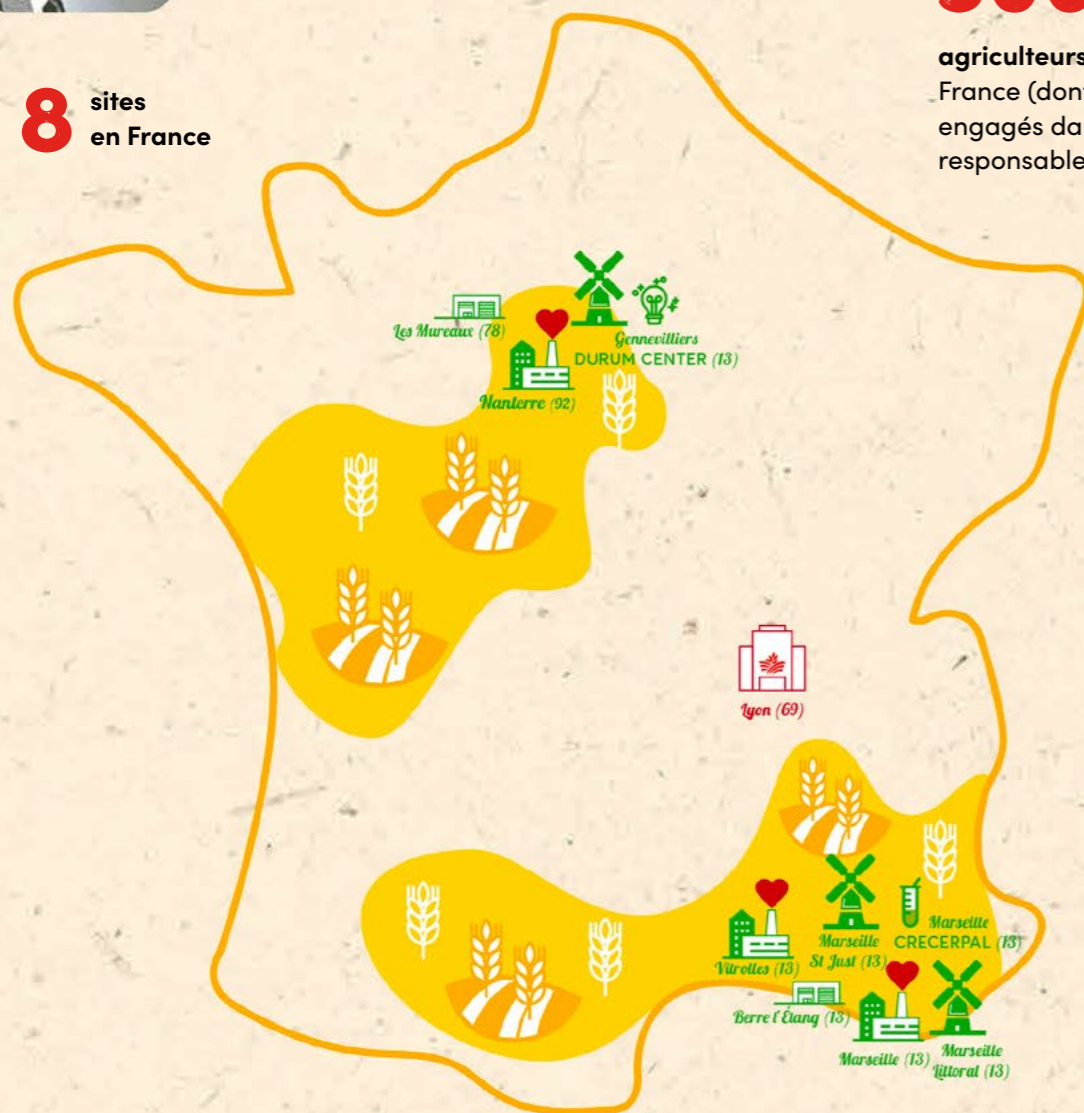
750

collaborateurs

3000

agriculteurs partenaires en France (dont 800 agriculteurs engagés dans la filière Blé responsable français)

8 sites en France



DES MARQUES LEADER, INCONTOURNABLES

PANZANI

N°1 pâtes et sauces

32% de PDM volume Pâtes

26% de PDM volume Sauces

83% de taux de pénétration

95% de notoriété

N°1 marque alimentaire la plus plébiscitée

Présente à l'International dans 62 pays, principalement sur Europe, Moyen Orient, Maghreb, et Afrique.

Et également présente dans la restauration hors domicile, commercialisée par notre équipe Panzani Food Service.

FERRERO ET REGIA

#1 du couscous en France, avec 30 % de PDM Vol

BELLEVUE INGRÉDIENTS & SOLUTIONS :

Marque leader de la transformation du blé dur en France, à destination de clients industriels sur le territoire national comme à l'export, et également fournisseur de produits pour les réseaux spécialisés (Le Renard, Zakia).



Une filière intégrée en blé dur

- 100 % blé dur français
- Un savoir-faire semoulier-pastier sur nos propres sites en France

2023

UN NOUVEAU TOURNANT POUR LE GROUPE PANZANI

PANZANI s'engage à répondre à 3 enjeux plus que jamais dans l'air du temps :

- souveraineté alimentaire
- accessibilité
- engagement environnemental

... traduit par la formalisation de notre stratégie RSE

PANZANI dit Oui à une alimentation responsable et joyeuse reposant sur 4 piliers :

- Oui au meilleur pour nos filières
- Oui au meilleur pour l'environnement
- Oui au meilleur dans l'assiette
- Oui au meilleur pour bien vivre ensemble

... et symbolisé par notre nouvelle identité visuelle

qui reflète notre dynamisme et notre volonté d'affirmer notre projet d'entreprise, nos valeurs et notre mission.

Cette nouvelle identité témoigne de notre expertise du champ à l'assiette.

Elle incarne nos valeurs fondamentales : **l'optimisme, l'audace, la proximité et la responsabilité**. En somme, elle représente une identité tournée vers l'avenir, résolument optimiste.

Elle porte notre mission : **offrir à tous une alimentation responsable qui nourrit autant qu'elle réjouit, exprimée sous notre logo d'entreprise par notre raison d'être : « Bien nourrir sème l'avenir ».**



Oui
À UNE ALIMENTATION
RESPONSABLE & JOYEUSE



Oui

AU MEILLEUR
POUR NOS FILIÈRES



PANZANI accompagne la transformation de ses filières vers une agriculture durable :

- En soutenant et accompagnant la transformation agricole de nos 2 filières stratégiques : le blé dur et la tomate
- En nous assurant que l'ensemble de nos fournisseurs répondent à nos exigences en termes d'éthique et sont engagés dans une démarche environnementale alignée avec la nôtre

PANZANI, 100 % DE BLÉ DUR BLÉ RESPONSABLE FRANÇAIS À 2025

Choisir 100% de blé cultivé, moulu et transformé en France.

Protéger la biodiversité de nos campagnes
- nos engagements à horizon 2025 :

- Sans résidus de pesticides
 - 0 pesticide de stockage depuis 2022
 - 0 résidus de pesticides de champs en 2025
- + de 1000 hectares de bandes fleuries semées
- 5000 refuges à disposition des oiseaux

Sécuriser l'avenir de la filière blé dur française

- en soutenant nos agriculteurs
 - dans le temps, avec des contrats pluriannuels
 - en valorisant les bonnes pratiques, via des primes de 20 €/tonne
- en participant au développement d'une filière bas carbone, par le biais de réseaux d'essais agronomiques et de fermes pilotes avec l'appui d'un Comité Scientifique et de nos partenaires

PANZANI :
1^{ER} TRANSFORMATEUR
de la filière blé dur en France

Notre objectif :
L'ensemble de nos
3000 AGRICULTEURS
ENGAGÉS dans la démarche
(vs. 800 actuellement)

Filière blé dur France :
1 300 000 T
5 % de la production mondiale
de blé dur

PANZANI :
1/3 de la production totale
75 % de la production
à destination de la France



L'objectif était de créer une identité corporate qui nous représente, à notre image, qui incarne nos métiers, nos valeurs, et de donner du sens à nos engagements au travers de notre raison d'être. Cette identité vient soutenir notre visibilité en tant qu'acteur engagé pour une alimentation responsable et joyeuse. »

Audrey Luc

Directrice Communication et Affaires Publiques PANZANI



Le métier d'agriculteur est un métier de passion ! Nos agriculteurs sont fiers de nourrir les Français, et de savoir que leur blé dur sert à fabriquer des pâtes Panzani tant appréciées des consommateurs. Ils font le choix de collaborer avec Panzani car ils partagent les mêmes gages de qualité. En tant qu'agriculteurs engagés dans la démarche Blé Responsable Français de Panzani, ils répondent à un cahier des charges précis et rigoureux, avec la mise en place de pratiques agricoles durables. »

Nicolas Prevost

Directeur Métiers du Grain, Groupe ARTERRIS

Arterris
L'Art de la Terre

PANZANI, 100 % DE TOMATES EN FILIÈRE RESPONSABLE À 2030

AUJOURD'HUI

Nos approvisionnements se font principalement en Italie et en Espagne, les plus gros pays producteurs de tomates à proximité immédiate de la France et bénéficiant de conditions idéales pour cette culture.

- Les tomates produites pour Panzani sont cultivées en plein champ sans recours aux serres, afin qu'elles puissent mûrir au soleil pendant la saison propice.
- Elles sont ensuite récoltées à maturité en plein cœur de l'été, lorsque leur couleur témoigne de leur gorgement de soleil, leur conférant ainsi toutes leurs saveurs.
- Pour préserver leur qualité, les tomates sont transformées dans les 48 heures suivant leur sortie des champs.

DEMAIN

PANZANI souhaite s'engager activement dans le développement

- de la filière tomates France,
- d'une filière responsable à horizon 2030

NOS ENGAGEMENTS POUR LA FILIÈRE

Pour tenir notre ambition d'avoir 100 % de tomates en filière responsable à 2030 nous avons lancé une démarche d'agriculture régénératrice avec l'ONG Earthworm et les experts Ideagro sur le terrain en Espagne.

Cette démarche vise à adresser les 3 grands enjeux de la culture de tomates :

- la préservation de la ressource en eau : suivi et optimisation de la consommation d'eau sur des parcelles équipées de compteurs et tensiomètres
- la santé des sols : mise en place de couverts végétaux, baisse de la fertilisation, mise en place de biosolutions
- la diminution des intrants

Actuellement nous accompagnons et formons des agriculteurs pour la mise en place de ces pratiques d'agriculture régénératrice.

Résultats à ce jour : en 2022 nous avons mis en place cette démarche sur une quinzaine de parcelles, l'objectif étant de la déployer plus largement auprès de nos producteurs et notamment en France.



Une filière française déficitaire à date

Filière tomates pour l'industrie en France :

150 000 TONNES
vs un besoin des industriels français de
1 100 000 TONNES.

PANZANI :
100 000 TONNES
de tomates nécessaires à la fabrication de nos sauces



« Nous sommes convaincus que nous devons minimiser notre impact et maximiser notre contribution positive sur l'environnement. C'est pourquoi nous nous engageons à réduire l'impact direct et indirect de nos activités, et à mettre en place un modèle circulaire, au travers notamment de la recyclabilité de tous nos packagings. »

Cécile Renault,
Directrice R&D, Qualité et RSE du Groupe PANZANI

Notre empreinte carbone

2 % Autres

3 %

Activités industrielles

15 %

Transport



50 %

Amont agricole et autres achats

30 %

Utilisation de nos produits par les consommateurs

PANZANI AGIT POUR RÉDUIRE L'IMPACT DE SES ACTIVITÉS SUR L'ENVIRONNEMENT

En contribuant à la neutralité carbone planétaire via

- la décarbonation de notre industrie
- la réduction des émissions GES sur l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici 2030 :
 - 47% de nos émissions carbone directes (activités industrielles) (vs. 2019)
 - 28% de nos émissions carbone indirectes (vs. 2019)

En inscrivant nos activités dans un modèle circulaire via

- le développement d'une démarche d'éco-packaging, avec l'ambition d'avoir **100 % d'emballages recyclables** à horizon 2025
- l'inscription dans une démarche Zéro Waste : 0 déchet non recyclé, 100 % de biodéchets valorisés

-47%

de nos émissions carbone
scope 1 et 2 à 2030

-28%

de nos émissions carbone
scope 3 à 2030

100%

emballages recyclables
en 2025

0

déchet non recyclé

100%

des biodéchets valorisés

Oui

AU MEILLEUR POUR L'ENVIRONNEMENT





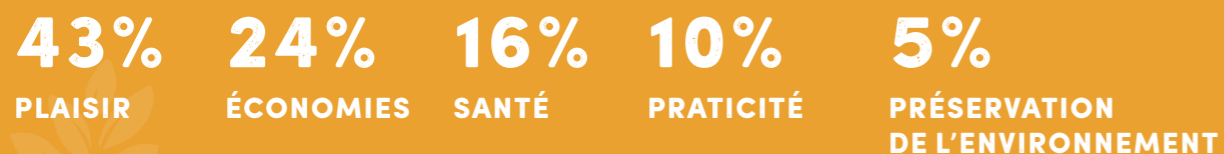
Oui

AU MEILLEUR DANS L'ASSIETTE

Notre objectif : rendre accessible une alimentation saine et durable en réponse aux grandes attentes des Français



Ce que recherchent les Français dans le cadre de leurs achats de produits de grande consommation



source : Iri - Shopperscan 2022

PANZANI, MARQUE PLAISIR

- des produits consensuels, qui réjouissent les grands comme les petits, présents dans 83 % des foyers
- des produits iconiques : les coquillettes, LE best seller Panzani, mais aussi les spaghettis ou encore les torti...
- des innovations qui permettent de mieux manger en se faisant plaisir, telles que les pâtes Complètement Bon! ou encore les sauces Légumes du marché



Nous sommes convaincus que...

... le plaisir du goût passe par des ingrédients simples

... le plaisir de cuisiner réside dans la simplicité et la facilité de préparation de nos produits

... le plaisir se partage, et que nos produits, adoptés par tous, petits et grands, au travers de recettes simples ou élaborées, sont une réponse évidente à ces besoins ! »

Valérie Beauchêne

Directrice marketing Groupe PANZANI



PANZANI, PARTENAIRE D'UNE ALIMENTATION ÉQUILIBRÉE

- Panzani a fait le choix d'afficher le Nutriscore sur ses produits depuis 2019
- Un objectif clair à 2025 : **95 % de nos produits en Nutriscore A – B**
- Depuis 2018, 60% de nos sauces ont été retravaillées avec moins de sel et/ou moins de sucre

95%
de nos produits en
Nutriscore A – B à 2025

60%
des recettes de sauces
rénovées avec
moins de sel/sucre.

PANZANI, MARQUE DU QUOTIDIEN DES FRANÇAIS, RÉSOLUMENT ACCESSIBLE !

- À titre d'exemple un paquet de coquillettes Panzani de 500gr coûte actuellement 1,05 € en moyenne en hypermarché (IRI, mai 2023).
- Panzani permet donc à une famille de 4 personnes d'accéder à un plat de pâtes accompagné d'une sauce pour moins de 3 € !

PANZANI, MARQUE ENGAGÉE POUR L'ENVIRONNEMENT QUI ACCOMPAGNE LES FRANÇAIS

- en leur permettant de faire le choix de produits français, soutenant des filières locales et responsables
- en leur proposant des solutions pour diminuer leur empreinte environnementale :
 - avec des produits à cuisson rapide, telles que l'innovation Panzani les 3 Minutes.
 - avec des conseils de cuisson passive sur nos nouveaux packagings. Le principe est simple : il suffit d'éteindre le feu à mi-cuisson, et de couvrir durant le reste du temps de cuisson indiqué. Et c'est prêt !



Oui

AU MEILLEUR POUR BIEN VIVRE ENSEMBLE



Chez PANZANI, nous souhaitons participer au bien-être de tous, collaborateurs ou citoyens.

- En promouvant la diversité et l'inclusion : un collectif de travail qui se veut aussi ouvert, accessible et fédérateur que ses marques
- En offrant des conditions et un cadre de travail toujours plus agréables et adaptés aux besoins de nos employés
- En agissant pour l'engagement citoyen, auprès d'associations partenaires
- Et en étant tous les ambassadeurs de notre savoir-faire !



PANZANI
BIEN NOURRIR SÈME L'AVENIR



CONTACTS PRESSE : MATRIOCHKA INFLUENCES

PAOLA LAMBERT

panzani@mtrchk.com - 06 37 41 30 18