



# PANZANI

BIEN NOURRIR SÈME L'AVENIR

**RAPPORT  
DE RESPONSABILITÉ  
SOCIALE D'ENTREPRISE  
2023**

- P.03 ÉDITO D'ALBERT MATHIEU
- P.04 PANZANI, SON IDENTITÉ ET SES VALEURS
- P.06 L'HISTOIRE DE PANZANI
- P.08 MODÈLE D'AFFAIRES
- P.10 GOUVERNANCE PANZANI & RSE
- P.12 ENJEUX DE DURABILITÉ
- P.14 PRÉSENTATION DE NOTRE DÉMARCHÉ RSE
- P.16 SCORECARD RSE

- P.18 *Oui* AU MEILLEUR POUR NOS FILIÈRES
- P.22 ENGAGEMENT #1 : ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION DE NOS DEUX FILIÈRES STRATÉGIQUES : BLÉ DUR ET TOMATE
- P.30 ENGAGEMENT #2 : FAVORISER DES PRATIQUES RESPONSABLES POUR TOUTES NOS MATIÈRES PREMIÈRES
- P.31 ENGAGEMENT #3 : S'APPUYER SUR L'ÉVALUATION SEDEX POUR NOS FOURNISSEURS

- P.32 *Oui* AU MEILLEUR POUR L'ENVIRONNEMENT
- P.36 ENGAGEMENT #1 : CONTRIBUER À L'ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE
- P.40 ENGAGEMENT #2 : S'ADAPTER AUX CONSÉQUENCES DU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE
- P.41 ENGAGEMENT #3 : MINIMISER L'IMPACT DE NOS SITES DE PRODUCTION
- P.44 ENGAGEMENT #4 : S'INSCRIRE DANS UN MODÈLE CIRCULAIRE POUR NOS EMBALLAGES

- P.48 *Oui* AU MEILLEUR DANS L'ASSIETTE
- P.52 ENGAGEMENT #1 : PROPOSER DES PRODUITS BONS, ÉQUILIBRÉS ET ACCESSIBLES
- P.54 ENGAGEMENT #2 : ACCOMPAGNER NOS CONSOMMATEURS VERS UNE ALIMENTATION PLUS DURABLE

- P.56 *Oui* AU MEILLEUR POUR BIEN VIVRE ENSEMBLE
- P.60 ENGAGEMENT #1 : METTRE EN PLACE DES CONDITIONS DE TRAVAIL TOUJOURS PLUS RESPONSABLES
- P.62 ENGAGEMENT #2 : FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS COLLABORATEURS ET LA PÉRENNISATION DE NOS SAVOIR-FAIRE
- P.63 ENGAGEMENT #3 : PROMOUVOIR L'ENGAGEMENT DE NOS COLLABORATEURS
- P.65 ENGAGEMENT #4 : AGIR POUR L'ENGAGEMENT CITOYEN

- P.66 TABLEAU DES INDICATEURS
- P.68 PROCESSUS DE REPORTING
- P.69 AVIS D'ASSURANCE LIMITÉE
- P.71 INDICATEURS AUDITÉS

**Il y a plus de soixante-dix ans, c'est la volonté de nourrir les Français et de partager avec eux sa passion des pâtes qui a guidé Jean Panzani, le fondateur de la marque. Cette volonté nous anime toujours aujourd'hui. Elle nous pousse, chaque jour, à mettre en œuvre nos savoir-faire pour proposer aux Français une alimentation responsable et joyeuse.**

Entreprise française et marque emblématique, Panzani est le leader<sup>1</sup> sur les marchés des pâtes, des sauces et des graines de couscous. C'est aussi une entreprise implantée localement, qui entretient des liens étroits avec le tissu agricole français.

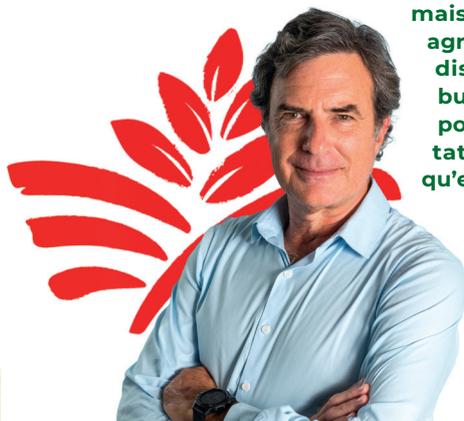
Notre présence dans le quotidien des familles depuis plusieurs générations et notre ancrage local fort nous engagent. Ainsi, face aux défis sociaux et environnementaux auxquels notre société est confrontée, nous nous sommes engagés à repenser nos modèles. Car nous en sommes convaincus : « Bien nourrir sème l'avenir ! »

Aujourd'hui, nous publions notre premier Rapport de responsabilité sociale d'entreprise. Au-delà de l'intention de transparence qui nous guide, nous souhaitons y partager notre projet d'entreprise, qui s'appuie sur une trilogie de croissance profitable, humaine et responsable. Car notre projet de transformation, nous le voulons collectif et notre démarche de progrès, fédératrice : c'est avec l'ensemble de notre écosystème que nous tracerons la voie vers une alimentation plus saine et plus respectueuse de notre environnement.

Chez Panzani, la proximité est une valeur essentielle. Nous sommes engagés en faveur d'un approvisionnement en blé dur 100 % français depuis 2019 pour nos productions françaises et nous accompagnons nos filières agricoles stratégiques (blé dur et tomate) dans leur transformation vers une agriculture durable, afin de proposer des produits qui soient toujours aussi savoureux tout en étant responsables.

Nous travaillons également à minimiser notre impact environnemental, en contribuant à la neutralité carbone planétaire et en développant la circularité dans nos process et emballages.

**Nous sommes fiers d'être porteurs d'un projet incluant non seulement nos collaborateurs, mais également les consommateurs, les agriculteurs, nos partenaires, nos clients distributeurs 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

# QUI SOMMES-NOUS ?

## Un collectif humain et passionné depuis plus de 70 ans

Panzani est une **entreprise à taille humaine qui rassemble 819 collaborateurs**, répartis sur 7 sites dans toute la France.

Chaque jour, nos équipes **font vivre et perdurer le savoir-faire et l'expertise de notre fondateur, Jean Panzani**. Du champ à l'assiette, nous donnons quotidiennement le meilleur pour que "Bien nourrir sème l'avenir".

Disposant de ses propres semouleries et ateliers de production, Panzani se différencie notamment par sa **maîtrise de chacune des étapes de transformation de semoules, de pâtes et de graines de couscous**. Répartis au nord et au sud de la France, **nos sites de fabrication sont liés à 4 bassins d'approvisionnement en blé dur**. La commercialisation de nos pâtes est également organisée dans une **logique de proximité** via nos entrepôts nord/sud, en partenariat avec nos clients, pour offrir des produits accessibles à tous.

**Pour nos sauces, nous avons également développé une expertise pointue en termes d'innovation et de développement**. Toutes nos recettes sont imaginées et mises au point au sein de notre atelier dédié, le Foodlab.

Enfin, pour nos **clients BtoB<sup>1</sup>**, nous mettons au point **des solutions innovantes** en matière d'ingrédients comme de produits élaborés grâce à notre centre d'innovation, le Durum Center.

### NOS MARQUES EMBLÉMATIQUES

Leader sur les marchés des pâtes, semoules, graines de couscous et sauces, Panzani<sup>2</sup> compte, au sein de son portefeuille étendu de marques, 6 marques clés à forte notoriété : Panzani, Ferrero, Zakia, Le Renard, Régia et Panzani Solutions dédiée au BtoB et au Food Service<sup>3</sup>.



Notre marque la plus emblématique, **Panzani, a été élue n°1 des marques alimentaires plébiscitées par les Français en 2023<sup>4</sup>**, elle est présente dans **83 % des foyers<sup>5</sup>**.



**Ferrero, notre marque plus que centenaire**, a déjà conquis plusieurs générations depuis sa création grâce à sa graine de couscous de qualité. **Le Renard, notre marque leader sur le marché de la semoule<sup>6</sup>**, est réputée pour sa qualité supérieure et son expertise depuis les années 1950.

1. BtoB, Business to Business désigne les échanges interentreprises. 2. Source Circana 2023, CAM P13, tous circuits France : leader à marque nationale en volumes pâtes, sauces, couscous nature. 3. Restauration hors foyer. 4. Classement YouGov 2023, Panzani n°1 des marques de grande consommation suscitant le plus d'intention d'achat auprès des Français. 5. Taux de pénétration de la marque Panzani, Kantar 2023 France. 6. Circana 2023 : Le Renard n°1 sur la semoule en vente volume, tous circuits France. 7. Voir Pilier 3 - Engagement 1 : Proposer des produits bons, équilibrés et accessibles, p.52.



### NOTRE MISSION

**Bien nourrir le plus grand nombre** est au cœur de notre vocation. Nous nous engageons à prendre soin de tous en proposant des produits essentiels, fédérateurs et accessibles. Nos pâtes, semoules, graines de couscous et sauces, équilibrées et peu transformées, sont des exemples concrets de notre engagement. Nous accordons une grande importance au profil nutritionnel (90,9% de nos produits sont Nutri-Score A ou B)<sup>7</sup> et à l'accessibilité de nos produits, afin de répondre aux besoins et aux attentes de tous nos consommateurs.

### NOTRE RAISON D'ÊTRE

**Semer l'avenir, c'est avoir la capacité d'innover et de se réinventer pour répondre aux enjeux de l'assiette d'aujourd'hui et de demain.**

# NOS VALEURS

Nous défendons une vision responsable et joyeuse de l'alimentation, qui se retrouve dans nos valeurs, animées chaque jour par notre collectif humain et passionné.

## L'OPTIMISME

Résolument tournés vers l'avenir et déterminés à participer à sa réalisation, nous avons choisi l'optimisme pour guider toutes nos actions. C'est pourquoi le « oui » fait partie intégrante de notre vocabulaire.

"Oui"

## LA PROXIMITÉ

Chez Panzani, nous avons à cœur d'offrir une aventure collective à nos collaborateurs. Nous cultivons une atmosphère propice à la convivialité et avons mis en place un management en « circuit court », où chaque voix peut s'exprimer. Parce que l'humain est notre plus grande richesse, nous nous attachons chaque jour à fédérer et nourrir le lien entre tous nos collaborateurs. Nous cherchons aussi à être au plus proche de nos fournisseurs, clients et consommateurs.

## L'AUDACE

Depuis son origine, l'audace nourrit l'histoire et la culture entrepreneuriale de Panzani. L'inventivité et l'agilité dont nous faisons preuve nous poussent à remettre sans cesse les acquis en question pour améliorer nos pratiques et passer à l'action.

## LA RESPONSABILITÉ

Nous nous engageons à agir de façon responsable. Collectivement, nous voulons prendre soin des femmes et des hommes de notre écosystème, de nos filières, de notre environnement. Cela demande d'être attentif et à l'écoute des personnes, des idées, de la diversité des approches.



# L'HISTOIRE DE PANZANI

**Notre histoire, celle d'un Français d'origine italienne passionné qui a contribué à donner le goût des pâtes aux Français !**

**1941**

## L'ARTISAN DANS SON GRENIER

En 1941, Jean Panzani, Italien descendant d'une famille de Toscans, fabrique et commercialise ses pâtes fraîches artisanales en France. Cinq ans plus tard, il ouvre sa première usine de pâtes sèches à Parthenay dans les Deux-Sèvres, pour faire découvrir aux Français tout le plaisir des pâtes.



**1960**

## L'ÉCLOSION D'UN LEADER

Dans les années 1960, et avec l'essor de la grande distribution, Jean Panzani incite la profession à se structurer. Plusieurs fusions donnent naissance à Régia-Panzani. Son siège est installé à Lyon en 1967.

Panzani développe alors une nouvelle activité, celle de semoulier, et peut ainsi maîtriser entièrement sa filière blé dur et la qualité de ses produits. Depuis, tout le savoir-faire de semoulier-pâtier de la marque est perpétué par les collaborateurs de l'entreprise. Une véritable expertise du champ à l'assiette !

**1950**

## LA NAISSANCE D'UNE MARQUE

En 1950, l'entreprise prend le nom de Panzani et innove avec un emballage en cellophane transparent. Cette idée a permis aux consommateurs de visualiser immédiatement la qualité et la variété des pâtes. Aujourd'hui, cette transparence est une véritable signature de la marque Panzani. Dès 1952, Panzani étend son activité en proposant des sauces tomate en boîte en fer, une idée simple et savoureuse pour accompagner ses pâtes !



**1970**

## « DES PÂTES OUI, MAIS DES PANZANI ! »

Fort de son succès, Panzani rejoint le groupe Danone en 1971. Pour la marque, c'est un véritable virage stratégique et industriel, avec des sites de production totalement modernisés.

Panzani renforce encore sa maîtrise de la qualité du blé dur en créant en 1973 le premier Centre de Recherche et d'Étude sur les Céréales et les Pâtes Alimentaires, le CRECERPAL.

Deux ans plus tard, un slogan culte voit le jour : « Des pâtes oui, mais des Panzani ! » Avec Don Patillo, les pâtes Panzani deviennent un véritable péché de gourmandise, grâce au travail remarquable réalisé sur la qualité des produits.



1980  
1990

## LE GOÛT DE L'INNOVATION

Dans les années **1980 à 1990** s'ouvre la conquête du **marché à l'international**. Aujourd'hui, nos produits sont présents dans **62 pays**, pour 19 % de notre chiffre d'affaires sur le périmètre groupe consolidé.

Panzani innove et se diversifie, partant à la **conquête de nouveaux marchés et de nouvelles expertises**, comme les sauces pour féculents et les bases culinaires (Tomacouli). C'est aussi la création des pâtes 3 Minutes en 1996, une véritable innovation : une pâte plus fine qui cuit plus vite, tout naturellement !

2000  
2020

## PANZANI CONTINUE DE SE RÉINVENTER

En 2005, Panzani rejoint le groupe Ebro Foods et continue de nourrir de fortes ambitions sur ses marchés.

**La marque réinvente ses marchés avec plusieurs nouveautés** : les pâtes Express prêtes en deux minutes au micro-ondes ou encore les mini-pâtes. En 2015, la marque lance la gamme « Une pâte sèche, bonne comme une pâte fraîche », qui reçoit le **Trophée de l'innovation LSA** dans la catégorie « épicerie salée ».

AUJOURD'HUI

## UNE ENTREPRISE TOURNÉE VERS L'AVENIR

Panzani est une société française, détenue par le fonds CVC depuis janvier 2022. Plus que jamais consciente des nouveaux défis à relever, l'entreprise s'engage autour d'une mission : **offrir à tous une alimentation responsable qui nourrit autant qu'elle réjouit**.

C'est ainsi qu'aujourd'hui Panzani est résolument tournée vers l'avenir, en proposant des produits savoureux, responsables et innovants sur ses différentes catégories : pâtes, semoules, graines de couscous, sauces, solutions techniques... pour les consommateurs comme pour ses clients professionnels de l'industrie ou de la restauration.



# NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES, DU CHAMP À L'ASSIETTE

## Nos ressources

### HUMAIN

**819 collaborateurs**  
(CDI + CDD + alternants) à fin décembre 2023

### INDUSTRIEL

→ **6 sites** de production en propre (3 semouleries, 2 sites de production de pâtes, 1 site de production de graines de couscous)

→ **1 siège social**

### RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT

→ **1 centre de recherche** dédié aux céréales et pâtes alimentaires, le CRECERPAL

→ **1 centre applicatif** dédié à la promotion et la valorisation du blé dur pour les clients industriels et Food Service, le Durum Center

→ **1 atelier de développement** dédié aux sauces, le Foodlab

→ **1 cahier des charges** Blé Responsable Français dédié incluant de nouvelles pratiques agricoles pour la filière blé dur

### MATIÈRES PREMIÈRES STRATÉGIQUES

→ **Blé dur** : 460 000 tonnes en moyenne par an, soit environ un tiers de la production nationale<sup>1</sup>

→ **Tomates** : environ 100 000 tonnes nécessaires à la fabrication de nos sauces

### 6 MARQUES CLÉS À FORTE NOTORIÉTÉ

dont Panzani, marque leader des pâtes et des sauces en France, fondée en 1950, avec un taux de pénétration de 83 %<sup>2</sup>, mais aussi Ferrero, Zakia, Le Renard, Régia, Panzani Solutions.

1. Bilan du marché blé dur annuel FranceAgriMer, campagne 2022-2023, 1,3 million de tonnes en 2023. 2. Taux de pénétration de la marque Panzani, Kantar 2023 France. 3. Comptant les CDI + CDD (hors alternants).

## Notre modèle pour des produits essentiels, bons et accessibles à tous



### 02 CONCEPTION DES PRODUITS (pâtes, semoules, graines de couscous et sauces)

- une équipe de 35 personnes<sup>3</sup> en R&D
- 3 à 4 innovations produits lancées chaque année, issues de 300 essais par an



### 04 DISTRIBUTION

La distribution est organisée autour de 4 business units (BU) :

- **BU Grande Distribution (GMS - Grandes et moyennes surfaces)** qui supervise les activités de vente auprès des enseignes de la grande distribution en France
- **BU International (BUI)** qui supervise les activités de vente à l'international sous les marques de Panzani
- **BU Panzani Solutions** qui pilote les activités BtoB (ingrédients et solutions techniques, graines de couscous et semoule industriels, restauration hors foyer)
- **BU Produits du Monde** qui est en charge des ventes sous les marques spécialisées Le Renard et Zakia principalement

## 01 SÉLECTION DES MATIÈRES PREMIÈRES



- **28 partenaires**, coopératives et organismes stockeurs, représentant **3 500 producteurs de blé dur** en France
- **des collaborations de longue durée** avec des partenaires fournisseurs de nos sauces qui s'approvisionnent auprès de **producteurs de tomates** en Espagne, en Italie, au Portugal et en France

## 03 PRODUCTION ET TRANSFORMATION



- **une maîtrise totale du process** pour nos pâtes et nos graines de couscous, avec une première transformation du blé dur au sein de nos trois semouleries puis une seconde transformation de la semoule en graines de couscous ou pâtes dans nos trois sites de production
- **des partenariats** avec des entreprises spécialisées pour la production de nos sauces



# Nos résultats 2023

## RÉSULTATS FINANCIERS

**590 millions €** en 2023 de Chiffre d'Affaires sur le périmètre groupe consolidé, dont 19 % à l'international

**399 000 tonnes** de produits vendus sur le périmètre groupe consolidé, dont 29 % à l'international

## PROGRÈS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIÉTAUX

- **Contribution à la souveraineté alimentaire de la France** : transformation de 75 % du blé dur français destiné à l'industrie française
- **Appui à la pérennisation de la filière blé dur française** : 244 910 tonnes sous cahier des charges Blé Responsable Français (Nature 1 et Nature 2<sup>4</sup>) en 2023, dont 90 100 tonnes de Nature 2
- **Note EcoVadis<sup>5</sup> de 65/100 points** avec la mention **Silver**, **top 7 % de notre secteur d'activités**
- **Une trajectoire de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre (GES) approuvée par Science Based Targets Initiative (SBTi)**, signifiant que notre trajectoire est conforme aux ambitions de l'Accord de Paris visant à maintenir le changement climatique en dessous de + 1,5 °C
- **Certification BREEAM<sup>6</sup> Silver** sur notre nouveau siège, Le Moulin
- **Un résultat de 7,9/10 au baromètre Pulse<sup>7</sup>** destiné à mesurer l'engagement de nos collaborateurs
- **Dons à la société civile** : 130 tonnes de produits en dons aux associations, soit l'équivalent de 1,3 million de portions<sup>8</sup>

4. Voir p.22 - Engagement 1 : La charte Blé Responsable Français. 5. EcoVadis est une plateforme de notation de responsabilité sociale des entreprises. Le système de notation EcoVadis s'appuie sur un ensemble de critères de gestion non financiers tenant compte de l'environnement, des droits de l'Homme, de l'éthique et de la consommation durable. 6. La certification BREEAM évalue la performance environnementale d'un bâtiment en tenant compte de divers critères, notamment la performance énergétique, la gestion de l'eau, les émissions de gaz à effet de serre (GES), la qualité de l'air intérieur, l'utilisation de matériaux durables et la gestion des déchets. 7. Outil de mesure qui évalue la performance, la satisfaction et le bien-être des collaborateurs au sein des entreprises. 8. Équivalence calculée pour une portion de 100 g de pâtes par personne.

# NOTRE GOUVERNANCE & L'ANIMATION DE NOTRE STRATÉGIE

## Un Comité Exécutif qui détermine la stratégie



**Albert MATHIEU**  
Président Directeur Général



**Valérie BEAUCHÊNE**  
Directrice Marketing



**Sébastien BEAUQUIS**  
Directeur Commercial  
GMS et International



**Cécile RENAULT**  
Directrice Qualité,  
R&D et RSE



**Frédéric BROGNART**  
Directeur Général Panzani  
Solutions



**Guillaume DE ROCHEGONDE**  
Directeur Financier & IT



**Jérémy MAILLY**  
Directeur des Ressources  
Humaines



**Olivier DELAUNAY**  
Directeur Opérations  
End-to-End



**Jean-Victor BREGLIANO**  
Directeur des Achats  
blé dur

La Direction Générale de la société est assurée par son Président Albert Mathieu. Celui-ci préside le Comité Exécutif (Comex) de la société, mis en place depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022, qui détermine la stratégie de l'entreprise. Il est **composé des principaux directeurs de la société**, en charge des Directions Marketing, Commerciale GMS et Internationale, Achats Blé Dur, Finances

et Informatique, Ressources Humaines, Panzani Solutions, Opérations End-to-End (regroupant les Directions Achats, Industrielle et Supply), et Qualité, R&D et RSE. Ainsi, tous les métiers et services de la société Panzani sont représentés au sein du Comex. **Cette représentation transversale permet la réactivité et la prise de décision rapide.**

## Une équipe de direction élargie (EDE) pour déployer notre stratégie

En support du Comex, la société s'est également dotée d'une **équipe de direction élargie** composée d'une trentaine de managers issus de toutes les directions métiers. Elle a pour principales missions de déployer la stratégie du groupe, mais également de faire remonter aux membres du Comex les enjeux et besoins des équipes pour assurer la réussite des projets stratégiques et développer plus de transversalité dans l'organisation.

## Des business units (BU) pour dynamiser notre activité de distribution

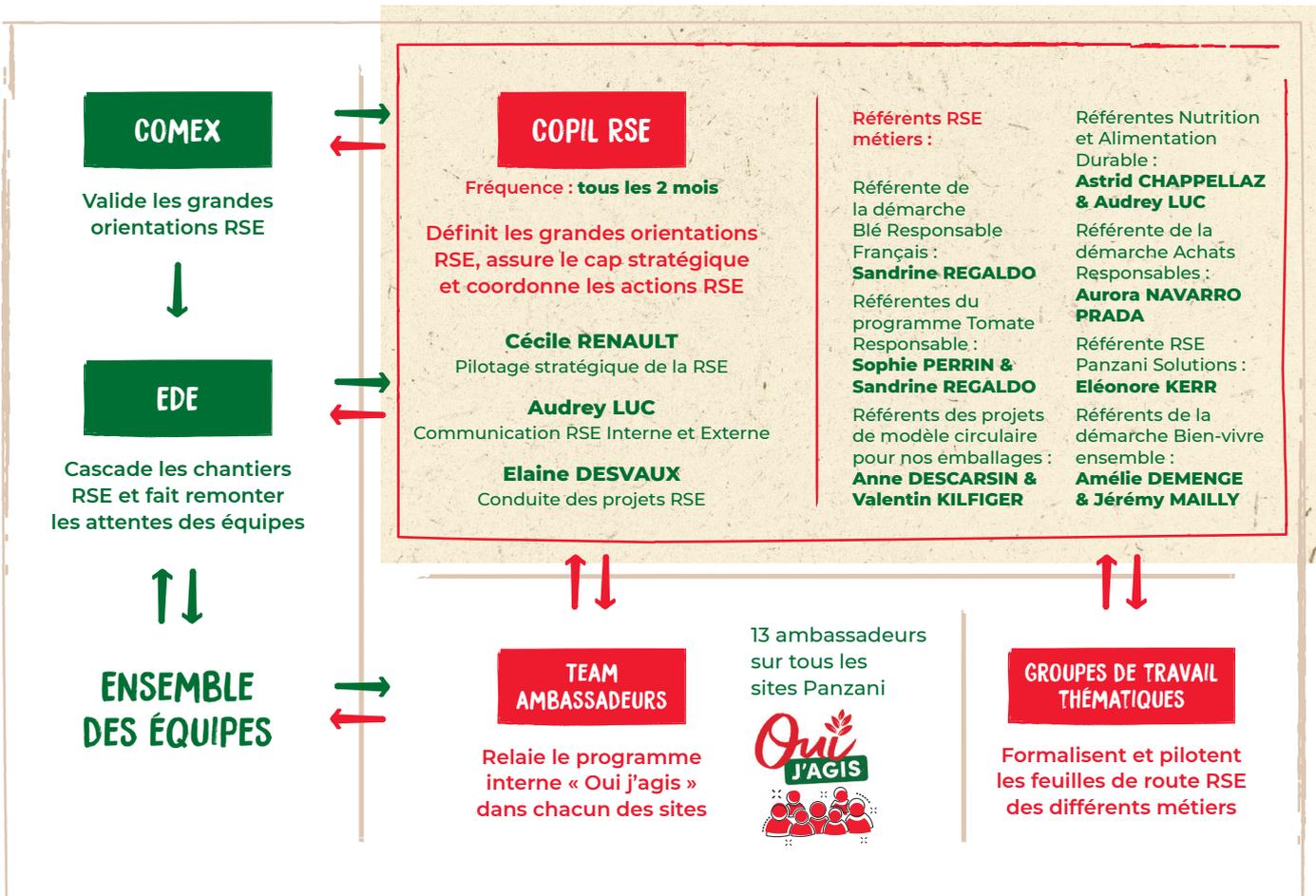
Par ailleurs, la société a organisé son activité de distribution en **business units (BU) au nombre de 4 : BU Grande et Moyenne Surface (GMS), BU International (BUI), BU Panzani Solutions, BU Produits du Monde** (voir p. 08) afin de soutenir son plan de croissance. Cette organisation permet à la fois une adaptation de l'offre aux différents réseaux et marchés existants et une compétence renforcée des équipes du fait d'une spécialisation accrue. Elle est également source de synergie entre les BU.



### Panzani Solutions, une structure unique dédiée aux solutions innovantes

Destinée aux industriels et aux professionnels de la restauration hors foyer (RHF), cette BU propose 4 grands axes de compétences (Techno Pasta, Filière, Bakery, et Sauces, plats cuisinés et coating) pour répondre aux besoins spécifiques de chaque client. Le Durum Center, son centre applicatif pour la promotion et la valorisation du blé dur, abrite également une boulangerie d'essai et une cuisine de démonstration permettant aux clients de tester en conditions réelles nos produits phares.

# La RSE au cœur de notre gouvernance



## Un Comité Scientifique dédié au blé dur

En parallèle de cette gouvernance RSE, nous avons mis en place un Comité Scientifique dédié au blé dur et co-animé par Panzani et Agrosolutions<sup>1</sup>.

Réunissant des membres de l'équipe du CRECERPAL (centre de recherche de Panzani – voir p. 27), de parties prenantes internes (équipes Achats, Qualité, Marketing, Communication, RSE) et des experts indépendants, issus de la recherche académique, d'instituts techniques et du domaine du TIC<sup>2</sup> (INRAE, Arvalis, Mérieux NutriSciences), il a pour objectif de définir les grandes orientations de notre démarche Blé Responsable Français.



Pour aller plus loin, nous avons pour ambition de mettre en place d'ici à fin 2025 un comité parties prenantes plus large, qui rassemblera des experts clés internes et externes autour des enjeux RSE stratégiques de Panzani (nutrition, agriculture...).

Ce comité aura 3 missions principales :

- contribuer à orienter les priorités RSE structurant notre stratégie ;
- challenger nos ambitions et orientations RSE ;
- apporter une caution à nos communications et prises de parole sur les sujets RSE.



1. Cabinet d'expertise-consulting en agroenvironnement, au service des agricultures, des filières et des territoires. 2. Testing, Inspection, Certification.

# NOS ENJEUX DE DURABILITÉ

Afin d'anticiper les nouvelles exigences européennes en matière de reporting extra-financier, nous avons entrepris de mener dès cette année **une première analyse de matérialité d'impact**. Cet exercice, mené avec l'appui du cabinet spécialisé LinkUp, nous a permis d'identifier les incidences positives et négatives que nos activités induisent pour les écosystèmes qui nous entourent et nos parties prenantes. **Pour mener cette analyse, nous avons procédé en 3 grandes étapes :**

## 1<sup>RE</sup> ÉTAPE

### Compréhension de notre écosystème

Au cours de cette **première étape**, nous avons **pré-identifié les grands enjeux de durabilité de notre secteur** en nous appuyant sur les derniers rapports clés en matière d'ESG<sup>1</sup>, d'un benchmark sectoriel et des thèmes et sous-thèmes proposés dans les Actes délégués complétant la directive 2013/34/UE du Parlement européen et du Conseil de l'Europe en ce qui concerne les normes d'information en matière de durabilité. **Cette première étape nous a permis de pré-identifier 45 enjeux.**

En parallèle, nous avons **identifié et cartographié nos parties prenantes** sur l'ensemble de notre chaîne de valeur. **Nous avons défini 11 groupes de parties prenantes à consulter :**

- collaborateurs ;
- consommateurs<sup>2</sup> ;
- financeurs ;
- clients ;
- fournisseurs ;
- fédérations professionnelles ;
- experts et instituts de recherche ;
- écosystème agricole ;
- administrations locales ;
- assureurs ;
- ONG.

## 2<sup>E</sup> ÉTAPE

### Qualification de nos incidences potentielles

Sur ces bases, nous avons réalisé 28 entretiens, dont 11 avec des parties prenantes internes et 17 avec nos parties prenantes externes. **Chacun des enjeux pré-identifiés a été discuté pour aider à sa qualification**. Une première priorisation a ainsi été déterminée avant d'être affinée au travers de workshops avec les référents clés internes.

## 3<sup>E</sup> ÉTAPE

### Détermination de nos enjeux matériels<sup>3</sup> Matrice matérialité d'impact

En synthèse, 33 qualifications de nos incidences potentielles ont été déterminées. Parmi celles-ci et selon notre méthodologie de cotations, **nous avons pu identifier 11 incidences matérielles et 7 incidences significatives<sup>4</sup>**, découlant des activités de Panzani et induisant un impact sur l'environnement et la société.

Cette matrice de matérialité d'impact (ci-après) reprend les principales incidences identifiées pour Panzani et qui ont permis de **consolider les axes prioritaires de notre stratégie RSE**, dont le détail est présenté dans le présent rapport. Elle va également **éclairer nos choix et nourrir nos réflexions et travaux pour le renforcement de notre démarche d'engagement** à court et moyen terme.



1. Par exemple : GIEC, WEF, Ademe 2050... 2. La prise en compte des attentes de nos consommateurs s'est faite au travers de nos études consommateurs. 3. European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG). Matériel : l'information est considérée comme matérielle si son omission ou son inexactitude pourrait influencer les décisions économiques des utilisateurs, prises sur la base des états financiers. En d'autres termes, une information est matérielle si elle a la capacité de changer ou d'affecter la prise de décision des parties prenantes. Non matériel : l'information est considérée comme non matérielle (ou immatérielle) si son omission ou son inexactitude n'a pas d'impact significatif sur les décisions économiques des utilisateurs des états financiers. Autrement dit, si l'absence de cette information ne change pas la décision des parties prenantes, elle est alors jugée non matérielle. 4. Significatif : une incidence est dite significative, lorsqu'elle n'est pas considérée comme matérielle mais reste néanmoins à surveiller, voire à réévaluer ultérieurement, et à prendre en compte dans le cadre de la stratégie de durabilité de Panzani. 5. ESRS : les European Sustainability Reporting Standards (ESRS) sont un ensemble de normes élaborées par l'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) pour guider les entreprises européennes dans la production de rapports de durabilité et de responsabilité environnementale, sociale et de gouvernance (ESG).

# Matrice de matérialité d'impact Panzani

Thème	Incidence identifiée	Notation					
		0	1	2	3	4	5
ESRS S4	Qualité des produits (dont la qualité nutritionnelle)	[Barre verte remplie jusqu'à 5]					
ESRS E1	Émissions de GES de Panzani et sa chaîne de valeur	[Barre verte remplie jusqu'à 4]					
ESRS E1	Charte Blé Responsable Français pour minimiser l'empreinte GES de la filière blé dur	[Barre verte remplie jusqu'à 4]					
ESRS S2	Formation et développement des compétences des agriculteurs	[Barre verte remplie jusqu'à 3]					
ESRS S4	Rôle des produits dans l'assiette durable	[Barre verte remplie jusqu'à 3]					
ESRS S1	Santé-sécurité et prévention des collaborateurs	[Barre verte remplie jusqu'à 3]					
ESRS S2	Contribution aux salaires décents des agriculteurs	[Barre verte remplie jusqu'à 3]					
ESRS E1	Utilisation d'énergies fossiles	[Barre verte remplie jusqu'à 3]					
ESRS E3	Consommation d'eau pour la culture de tomates	[Barre verte remplie jusqu'à 3]					
ESRS E4	Impact des cultures sur la biodiversité locale	[Barre verte remplie jusqu'à 3]					
ESRS E5	Emballages des produits	[Barre verte remplie jusqu'à 3]					
ESRS S1	Équilibre vie professionnelle / vie personnelle des collaborateurs	[Barre beige remplie jusqu'à 2]					
ESRS S1	Collaborateurs en situation de handicap	[Barre beige remplie jusqu'à 2]					
ESRS S3	Relation riverains autour des sites de production	[Barre beige remplie jusqu'à 2]					
ESRS E3	Consommation d'eau pour la fabrication des produits	[Barre beige remplie jusqu'à 2]					
ESRS E4	Soutien au développement de nouvelles variétés de blé dur	[Barre beige remplie jusqu'à 2]					
ESRS G1	Contribution à la prise en compte du bien-être animal dans la chaîne de valeur	[Barre beige remplie jusqu'à 2]					
ESRS S1	Formation et développement des compétences des collaborateurs	[Barre beige remplie jusqu'à 1]					

**Incidences matérielles ≥ 3**

---

< 2,5  
Incidences significatives

## EXEMPLE DE LECTURE

L'incidence identifiée est «Qualité des produits (dont la qualité nutritionnelle)». Celle-ci s'inscrit dans le thème ESRS<sup>5</sup> S4 – Consommateurs et utilisateurs finaux. Cette incidence est la plus significative pour Panzani, avec la note la plus élevée.

# NOTRE DÉMARCHE RSE



*Nous faisons face aujourd'hui à des défis environnementaux, sociaux et sociétaux inédits, qui imposent de repenser nos modèles économique et alimentaire.*

*En tant qu'entreprise française engagée, Panzani a un rôle à jouer. Notre modèle de croissance se nourrit donc de nos engagements et repose sur des valeurs humaines fortes ainsi que sur la conscience de nos impacts, tant environnementaux que sociétaux.*

*C'est pourquoi, nous nous sommes définis une trajectoire de progrès claire, reposant sur des objectifs tangibles et chiffrés, au service de notre mission d'offrir à tous une alimentation responsable qui nourrit autant qu'elle réjouit.*

**Cécile Renault,**  
Directrice Qualité, R&D et RSE



## Les enjeux essentiels pour lesquels nous nous mobilisons :

### 1

#### LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE FRANÇAISE

→ La crise sanitaire et les conflits récents ont repositionné la souveraineté alimentaire au cœur des préoccupations économiques et des décisions publiques. Les Français privilégient les produits locaux et cherchent à connaître l'origine de leur alimentation. L'ancrage national de nos pâtes, semoules et graines de couscous est plus que jamais une réponse.

### 2

#### L'ACCESSIBILITÉ

→ Nos produits sont par nature des produits accessibles et du quotidien. Le contexte inflationniste des derniers mois a conforté notre volonté de maintenir des prix accessibles<sup>1</sup>, tout en proposant de bons produits nourrissants et simples.

### 3

#### LA TRANSITION ALIMENTAIRE ET ENVIRONNEMENTALE

→ Nous sommes à un moment clé où nous devons collectivement changer : nos habitudes alimentaires, nos modes de cultures et de production. Nous voulons être moteurs de cette transformation, au sein de nos équipes comme auprès de nos partenaires, tout en veillant à la bonne qualité nutritionnelle de nos produits.

Parce que les Français nous ont dit « oui » pendant des décennies **aujourd'hui, c'est Panzani qui dit...**



Une alimentation qui apporte du plaisir, tout en ayant un effet positif sur les hommes et les femmes, la société, et en minimisant son impact sur l'environnement.

<sup>1</sup>. Prix de vente librement fixés par le revendeur.

## Les 4 piliers de notre démarche RSE :



Panzani accompagne la transformation de ses filières agricoles vers une agriculture durable. Avec deux filières stratégiques en tête : le blé dur et la tomate.



Panzani œuvre à réduire l'impact direct et indirect de ses activités sur l'environnement et à développer sa contribution à un modèle circulaire, notamment à travers la recyclabilité de ses emballages.



Panzani s'engage pour rendre accessible une alimentation équilibrée et durable en réponse aux enjeux de l'alimentation de demain et aux grandes attentes des Français.



Panzani souhaite participer au bien-être de tous, collaborateurs et citoyens.



Pour mesurer la performance de sa stratégie RSE, Panzani a fait le choix de l'évaluation EcoVadis. En 2023, nous avons obtenu la note de 65/100, nous plaçant dans la catégorie Silver, top 7 % de notre secteur d'activités.

# NOTRE SCORECARD RSE 2023



## Engagements

Oui 

AU MEILLEUR  
POUR NOS FILIÈRES

ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION  
DE NOS DEUX FILIÈRES STRATÉGIQUES :  
BLÉ DUR ET TOMATE

Oui 

AU MEILLEUR POUR  
L'ENVIRONNEMENT

CONTRIBUER À L'ATTÉNUATION  
DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Oui 

AU MEILLEUR  
DANS L'ASSIETTE

PROPOSER DES PRODUITS BONS,  
ÉQUILIBRÉS ET ACCESSIBLES

Oui 

AU MEILLEUR  
POUR BIEN VIVRE  
ENSEMBLE

METTRE EN PLACE DES CONDITIONS DE  
TRAVAIL TOUJOURS PLUS RESPONSABLES

PROMOUVOIR L'ENGAGEMENT  
DE NOS COLLABORATEURS



1. Voir Pilier 1 – Engagement 1: La charte Blé Responsable Français, p.22. 2. Taux de fréquence avec arrêt en 2022: 26.  
3. Outil de mesure qui évalue la performance, la satisfaction et le bien-être des collaborateurs au sein des entreprises.

Description	KPI's	2023	Objectifs
Réduire l'impact environnemental en développant des pratiques agricoles durables avec notre cahier des charges Blé Responsable Français	<b>Blé dur sous charte Blé Responsable Français</b>	<b>244 910 t</b> dont 90 100 t de Nature 2 <sup>1</sup> (+ 26% vs 2022)	<b>SEMIS 2025</b> <b>260 000 t</b> pour la récolte 2026 – 100 % Nature 2 (soit 100 % du blé dur nécessaire pour la production des pâtes Panzani fabriquées en France)
Réduire l'impact environnemental en développant des pratiques agricoles durables avec notre programme Tomate Responsable	<b>Part des tomates en programme Tomate Responsable</b>	<b>Essais pilotes</b>	<b>HORIZON 2030</b> <b>80 %</b>
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre (GES)	<b>Émissions de GES scopes 1 et 2 vs 2019</b>	<b>- 8 %</b>	<b>HORIZON 2030</b> <b>- 47 %</b>
	<b>Émissions de GES scope 3 vs 2019</b>	<b>- 4 %</b>	<b>HORIZON 2030</b> <b>- 28 %</b>
Utiliser des emballages qui soient recyclables	<b>Part des emballages recyclables en poids</b>	<b>94 %</b>	<b>2025</b> <b>100 %</b> (conformément à la loi AGECE)
Améliorer la qualité nutritionnelle des produits	<b>Part des produits en Nutri-Score A ou B</b>	<b>90,9 %</b>	<b>2026</b> <b>&gt; 95 %</b>
Travailler à réduire les accidents sur les sites	<b>TF</b> (taux de fréquence des accidents avec arrêt)	<b>15,2</b>	<b>2026</b> <b>Diviser par 4</b> vs 2022 soit un TF < 5 <sup>2</sup>
Faire progresser l'engagement de nos collaborateurs	<b>Note d'engagement<sup>3</sup></b>	<b>7,9/10</b>	<b>2026</b> <b>8,5/10</b>





**AU MEILLEUR  
POUR NOS FILIÈRES**



**De la qualité de nos matières premières dépend la qualité de nos semoules, de nos pâtes, de nos grains de couscous, et de nos sauces.**

Leur sélection rigoureuse est donc capitale. C'est notamment pour cela qu'**en 1973 nous avons créé le tout premier centre de recherche dédié à l'évaluation et au développement des variétés de blé dur, le Centre de Recherche et d'Étude sur les Céréales et les Pâtes Alimentaires, le CRECERPAL**. Son rôle est essentiel pour garantir l'utilisation de blés durs de haute qualité et proposer à nos consommateurs des pâtes d'une couleur jaune doré à la bonne tenue à la cuisson, ainsi que de la semoule et des grains de couscous de haute qualité.

Au-delà des enjeux liés à la qualité de nos matières premières, nous devons prendre en compte les bouleversements que vit le monde agricole, impacté par les effets du changement climatique. Il est aussi source de solutions pour y faire face et évoluer vers un système alimentaire plus résilient. **Engagé depuis près de cinquante ans aux côtés des acteurs de la filière blé dur en France** et, plus récemment, **initiateur de projets pilotes sur la culture de la tomate**, nous accompagnons cette transformation. Une démarche de progrès **vers une agriculture durable**, contribuant au respect des écosystèmes.

Au cœur de notre démarche, il y a nos deux **matières premières majeures** : le blé dur, bien sûr, mais également la tomate, ingrédient incontournable de nos sauces et bases culinaires (coulis, pulpes...). **Nous avons mis en place une démarche spécifique pour chacune de ces filières**, axée sur la transition agroécologique, en adoptant une approche de coconstruction avec nos partenaires pour définir des objectifs à la fois ambitieux et atteignables. Dans la même dynamique, nous déployons une nouvelle politique d'achats responsables pour aller plus loin dans nos exigences RSE avec l'ensemble de nos partenaires.

## NOS OBJECTIFS



**100 %**  
de Blé Responsable  
Français<sup>1,2</sup>

SEMIS 2025



**80 %**  
de nos tomates en  
programme responsable



HORIZON 2030

**Notre contribution  
aux objectifs de  
développement durable  
(ODD) de l'ONU**



1. Objectif sur le volume contractualisé aux semis 2025, récolté en 2026.

2. Sous notre charte Blé Responsable Français - Nature 2 pour nos pâtes fabriquées en France.



*Oni* AU MEILLEUR POUR NOS FILIÈRES

## Engagement #1



# ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION DE NOS DEUX FILIÈRES STRATÉGIQUES : BLÉ DUR ET TOMATE

## #1.1 Accompagner la transformation de la filière blé dur : la charte Blé Responsable Français (BRF)



Depuis plus de cinquante ans et la création du CRECERPAL, nous collaborons main dans la main avec nos partenaires agricoles. Cet outil de recherche, au service de la filière blé dur française, a permis de faire évoluer les qualités des variétés de blé dur sélectionnées en France, notamment sur deux critères essentiels : la couleur jaune et la qualité des protéines, permettant ainsi de proposer des pâtes de qualité répondant aux attentes des consommateurs.

**Notre rôle de leader** (nous transformons en moyenne 75 % du blé dur destiné à l'industrie française<sup>1</sup>) nous a amenés à établir des collaborations privilégiées avec l'ensemble de nos partenaires agricoles ainsi qu'avec des experts en agronomie. Il s'agit d'un engagement de longue date qui s'est concrétisé ces dernières années par la mise en place de notre charte Blé Responsable Français (BRF).

Dans un premier temps, Panzani et ses partenaires se sont engagés dans une démarche de long terme visant à interdire l'utilisation d'insecticides lors du stockage du blé dur dans les silos des agriculteurs et des organismes stockeurs. Cette première étape, appelée **Nature 1**, a démarré dès 2016<sup>2</sup>. Elle a ensuite été renforcée, à partir de 2021, par la mise en place d'un programme holistique visant au déploiement massif de pratiques agricoles durables, tout en conservant l'interdiction de l'utilisation d'insecticides de stockage : **Nature 2**. La charte Blé Responsable Français regroupe ces deux programmes et les volumes de blés Nature 1 diminuent progressivement au profit de volumes répondant aux exigences du cahier des charges Nature 2, jusqu'aux semis 2025 pour lesquels 100 % des Blés Responsables Français seront des blés Nature 2.

Cette charte Blé Responsable Français (Nature 2) est basée sur un cahier des charges coconstruit avec les coopératives et négoce agricoles et le cabinet expert en agroenvironnement Agrosolutions. L'objectif est de répondre à deux enjeux majeurs : la préservation de la biodiversité et la lutte contre le changement climatique. Elle repose sur un ensemble d'obligations et de recommandations, structurées autour de trois grands engagements, pour produire un blé plus durable et obtenir des pâtes de qualité. Cette charte est une démarche de progrès continue dont les grandes orientations sont validées par notre Comité Scientifique (voir p. 11), constitué d'experts en agronomie, en santé des sols et en contrôle et analyse des risques liés à la sécurité alimentaire des matières premières et des produits finis.

Tous les blés durs issus de cette charte sont tracés, c'est-à-dire que les pratiques agricoles mises en œuvre sur chaque parcelle de blé dur ainsi que les flux de ces blés durs jusqu'à nos installations sont connus. Cette traçabilité est gage de transparence et de fiabilité pour notre démarche.

### INDICATEUR RÉCOLTE 2023

# 244 910 t

de volumes de Blés Responsables Français récoltés (sous cahier des charges Nature 1 + Nature 2) dont 90 100 tonnes de blés Nature 2

### OBJECTIF SEMIS 2025

# 260 000 t

de Blés Responsables Français 100% Nature 2, soit 100 % du blé dur nécessaire pour la production des pâtes Panzani fabriquées en France

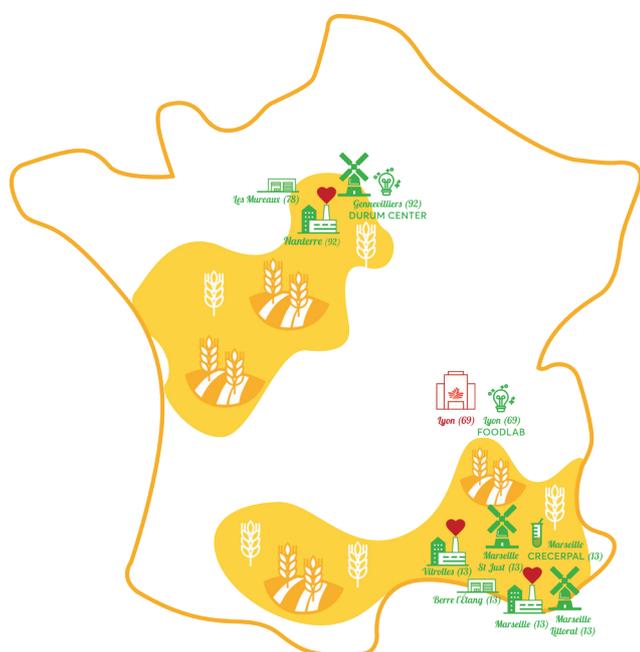
1. Moyenne en fonction du bilan céréalier annuel de FranceAgriMer 2023, et des données du contrôle de gestion Panzani. 2. Les premiers essais ont démarré dès 2016 avec une coopérative; avant déploiement sur tous les bassins de production à partir de 2019.



## Engagement BRF n°1 — Sélectionner un blé dur 100 % français<sup>3</sup>

Aujourd'hui, notre blé dur provient de 4 bassins de production en France, à proximité desquels se trouvent nos sites de transformation du blé, dans une logique de circuit de proximité :

- du centre-ouest et du centre pour la moitié nord de la France, où se situent notre semoulerie de Gennevilliers et notre atelier de production de pâtes de Nanterre ;
- du sud-ouest et du sud-est pour la moitié sud de la France, où se situent à Marseille nos semouleries et nos ateliers de production de La Montre et de Vitrolles.



Légende : voir page 4

**Notre blé dur français provient ainsi d'approximativement 50 000 hectares<sup>4</sup>, situés entre 50 et 400 kilomètres environ de nos moulins<sup>5</sup>.**

Ce choix d'utiliser 100 % de blés durs français pour nos productions en France découle d'une double volonté :

- garantir la qualité de nos pâtes grâce à l'utilisation de blés durs de qualité technologique et répondant à une liste des seules variétés sélectionnées pouvant être cultivées dans le cadre de notre charte Blé Responsable Français (Nature 2) ;
- soutenir la filière blé dur française fragilisée, en collaborant avec tous ses acteurs pour la renforcer, tout en répondant aux enjeux sociétaux, économiques, environnementaux et climatiques actuels et futurs, afin d'assurer sa pérennité.

Ce soutien à la filière blé dur française est plus crucial que jamais à l'heure où le changement climatique constaté sur nos différents bassins de production accentue la sensibilité du blé dur aux pressions des maladies, entraînant une diminution de la qualité et du rendement agronomique du blé dur (en cause, des épisodes prolongés de sécheresse et de températures extrêmes au printemps ou encore de pluies abondantes perturbant les semis). Afin d'évaluer les risques climatiques futurs pour nos 4 bassins de production de blé dur en France, nous avons confié au cabinet expert Agrosolutions la réalisation d'une étude spécifique s'appuyant sur les travaux du GIEC<sup>6</sup>.

Les résultats obtenus valident la nécessité pour chaque territoire de s'adapter aux aléas climatiques en optimisant les itinéraires culturels, comme la date des semis, le positionnement des engrais azotés ou encore le choix variétal.

Pour la filière blé dur française, il est impératif de travailler dès aujourd'hui sur des ressources génétiques adaptées au climat de demain, afin de proposer de nouvelles variétés permettant de faire face à ces défis (voir Pilier 2 – Engagement 2, p. 40).

**Le cahier des charges Blé Responsable Français de Panzani permet de relier le producteur au consommateur et de valoriser notre savoir-faire, car notre production va être transformée en France puis consommée par le consommateur français. C'est une belle récompense pour notre métier et notre savoir-faire !**

**Vincent J.,  
engagé dans la démarche  
Blé Responsable Français,  
agriculteur à Juzes  
(Haute-Garonne)**

3. Pour les pâtes Panzani fabriquées en France. 4. Il s'agit d'une estimation de la surface de blé dur nécessaire à la production de 260 000 tonnes de blé dur avec un rendement national moyen de 5,5 tonnes, soit environ 47 000 hectares arrondis à 50 000 hectares. 5. Selon les années et les conditions climatiques, la distance peut être étendue jusqu'à 850 kilomètres. 6. Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat.

**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.**

**Clément Roux,**  
Responsable Commerce du Grain,  
groupe Arterris, organisme  
stockeur partenaire de Panzani



 **75%**  
de la production de blé dur français destinée à l'industrie française est transformée par Panzani

## Blé dur en France : une filière impactée par les aléas climatiques

Reconnue pour son expertise et la qualité de sa production dans le monde entier, la filière blé dur française se trouve néanmoins fragilisée depuis une dizaine d'années, en raison de la concurrence internationale (compétitivité), mais aussi d'aléas climatiques, plus fréquents et plus extrêmes, impactant la production et la qualité du blé dur.

Depuis moins de quinze ans, les surfaces en blé dur ont été divisées par deux, avec une production qui atteint 1,3 million de tonnes pour la récolte 2023<sup>1</sup>. Actuellement, le blé dur représente moins de 2 % de la production mondiale de céréales, dont seulement 5 % proviennent des agriculteurs français. Et les surfaces continuent de diminuer en France !

En cause, la fragilité de cette céréale, très sensible aux aléas climatiques, notamment le gel de printemps et la pluie à la floraison. Cette sensibilité constitue une prise de risque de plus en plus importante pour le producteur.



<sup>1</sup>. Bilan du marché blé dur annuel FranceAgriMer, campagne 2022-2023.



## Engagement BRF n° 2 — Réduire l'impact environnemental de la culture du blé dur

Le travail mené avec nos partenaires depuis plusieurs années pour réduire l'impact environnemental de la culture du blé dur repose sur deux axes majeurs : promouvoir l'usage raisonné des intrants agricoles et contribuer à la préservation de la faune et la flore locales.

### PROMOUVOIR L'USAGE RAISONNÉ DES INTRANTS : LE BON PRODUIT, À LA BONNE DOSE, AU BON MOMENT

Pour faire un **usage le plus raisonné possible des pesticides**, nos partenaires agricoles utilisent des outils d'aide à la décision permettant d'identifier les périodes à risque élevé pour les cultures et ainsi n'intervenir qu'en cas de besoin avéré. **Panzani a également interdit l'usage de certaines matières actives particulièrement traçantes<sup>2</sup>**. En parallèle, les agriculteurs mènent un travail de réduction des indicateurs de fréquence de traitements phytosanitaires (IFT), avec pour objectif la réduction au maximum de la présence de résidus de pesticides dans les blés durs.

**Des outils d'aide à la décision sont aussi utilisés pour raisonner et ajuster la fertilisation azotée.** L'objectif est d'encourager les agriculteurs à optimiser leurs interventions, pour agir au plus près des besoins de la plante, avec le bon produit, à la bonne dose, au bon moment et au bon endroit. Cela permet de **pérenniser la production de blé dur** dans un contexte de changement climatique (qui impacte les rendements et la capacité d'absorption de l'azote des plantes), mais aussi **de réduire les émissions de gaz à effet de serre de la culture du blé dur.**

### PRÉSERVER LA FAUNE ET LA FLORE LOCALES

Notre charte BRF prévoit un **ensemble de pratiques permettant de contribuer à la préservation de la faune et de la flore locales** telles que l'installation de bandes ou jachères fleuries, de perchoirs ou nichoirs à oiseaux ou encore la mise en place de couverts végétaux spécifiques entre deux cultures.

**Ces installations favorisent la présence de différentes espèces d'êtres vivants** qui vont à la fois **contribuer à réguler, voire éliminer, naturellement les ravageurs du blé dur**, permettant ainsi de limiter l'usage des pesticides, mais aussi **contribuer à préserver la biodiversité locale**

**en créant des continuités écologiques**, c'est-à-dire des structures paysagères faisant office de réservoirs de biodiversité et permettant la circulation des êtres vivants.

Ainsi, la composition des jachères fleuries a été pensée pour attirer en particulier les insectes favorables au blé dur, appelés auxiliaires, comme les coccinelles et les syrphes qui régulent les populations de pucerons à l'automne et au printemps. Les attaques de ces ravageurs sont des vecteurs de maladies virales du blé dur qui impactent négativement le rendement agronomique.

**Les jachères fleuries contiennent une quinzaine d'espèces de fleurs différentes**, comme la coriandre, l'aneth, la marguerite, le bleuet sauvage, le sarrasin... Toutes ces espèces sont indigènes et non horticoles, car elles favorisent le plus la biodiversité locale et sauvage, dont la présence peut parfois être limitée par un trop grand nombre d'abeilles domestiques. **De plus, les nombreuses espèces de nos mélanges floraux permettent d'obtenir une floraison la plus étalée possible**, de mai à juillet, et même un reflorissement à l'automne lorsque les jachères fleuries sont entretenues correctement. Elles contribuent ainsi à **renforcer la présence des insectes protecteurs des cultures**, en leur fournissant refuge et nourriture, à proximité des zones de production du blé dur, sur la plus longue période possible. Enfin, les semences de ces jachères fleuries sont entièrement produites en France !

Pour nous permettre de **mesurer l'impact de ces jachères fleuries**, et en particulier leur efficacité, le bureau d'études expert en agroenvironnement Syrphys réalise, depuis bientôt trois ans, des suivis de fleurissement et des comptages d'insectes sur au moins deux exploitations dans chaque bassin de production du blé dur. **À titre d'exemple**, en 2023, Syrphys a comparé la biodiversité présente sur une bande fleurie spécifique BRF constituée d'une quinzaine d'espèces attirant les auxiliaires, avec la biodiversité présente sur une bande de graminées :

- **Résultats pour la bande fleurie BRF** : 236 insectes comptés en moyenne dont 27 auxiliaires (coccinelles et syrphes) et 192 pollinisateurs.
- **Résultats pour la bande graminée** : 5 insectes comptés en moyenne dont 1 auxiliaire et 0 pollinisateur.

#### INDICATEURS RÉCOLTE 2023

**327 ha**

de bandes ou jachères fleuries, soit 1,8 % des surfaces de Blé Responsable Français (17 780 ha)

**1 005 nichoirs**

ou perchoirs à oiseaux

#### OBJECTIFS SEMIS 2025

**1 000 ha**

de bandes ou jachères fleuries, soit 2 % environ des surfaces de Blé Responsable Français (soit approximativement 50 000 ha<sup>3</sup>)

**5 000 nichoirs**  
ou perchoirs à oiseaux

2. Par exemple, le chlorméquat et le mépiquat, tous deux des régulateurs de croissance. 3. Il s'agit d'une estimation de la surface de blé dur nécessaire à la production de 260 000 tonnes de blé dur avec un rendement national moyen de 5,5 tonnes, soit environ 47 000 hectares arrondis à 50 000 hectares.



## Engagement BRF n° 3 — Soutenir et préparer l'avenir de la filière blé dur française

Contribuer à l'avenir des agriculteurs et de la filière blé dur est un enjeu majeur, sur lequel nous travaillons avec nos coopératives et négoce partenaires. Cela passe par un soutien financier et technique, mais aussi par la mise en place de stratégies d'innovation.

### UN APPUI FINANCIER À LA PRODUCTION

Notre soutien passe en premier lieu par le fait de **donner de la visibilité et des garanties** aux agriculteurs et à leurs organismes stockeurs (coopératives et négoce) concernant les débouchés de leurs récoltes, sur plusieurs années, dans le cadre des **contrats pluriannuels** que nous établissons.

De plus, la mise en place de **pratiques agricoles durables** via le respect du cahier des charges Blé Responsable Français leur garantit **l'obtention d'une prime incitative : 20 euros par tonne au total, dont Panzani s'assure que 60% au minimum reviennent à l'agriculteur.**



### UN SOUTIEN TECHNIQUE POUR ENVISAGER L'AVENIR

La pérennité de la filière est une préoccupation partagée par l'ensemble de ses acteurs. **Panzani y contribue :**

- **en animant le Comité Scientifique**, qui a pour rôle de valider les grandes orientations de la démarche Blé Responsable Français et d'identifier les pratiques d'avenir pour la culture du blé dur ;
- **en créant des réunions spécifiques pour former et informer les agriculteurs partenaires Panzani, les clubs Blé Responsable Français.** Ces moments privilégiés d'échanges autour de notre cahier des charges Blé Responsable Français permettent de renforcer la compréhension par les agriculteurs des attentes des consommateurs et d'initier des réflexions sur les pratiques agricoles durables ;
- **en mettant en place un réseau national d'expérimentations agronomiques avec nos partenaires pour tester des pratiques de culture innovantes.** Ces expérimentations ont toutes pour objectif d'identifier des solutions permettant de limiter l'impact de la production de blé dur sur l'environnement et de limiter ses émissions de gaz à effet de serre.

En 2023, près d'une centaine de microparcelles d'essais ont été mises en place avec nos partenaires : ce sont autant d'échantillons de blé dur qui ont été récoltés et analysés par nos équipes d'experts du CRECERPAL, pour évaluer la qualité technologique des blés produits. Tous les résultats sont partagés avec nos partenaires agricoles pour orienter la poursuite des essais et bâtir des stratégies qui seront testées à l'avenir au niveau de la production.

#### INDICATEURS RÉCOLTE 2023

**615 agriculteurs**  
français engagés dans la démarche **Blé Responsable Français**, sur les 4 bassins de production du blé dur

**8 clubs**  
**Blé Responsable Français menés ;**  
250 agriculteurs informés lors de ces clubs

#### OBJECTIFS SEMIS 2025

environ  
**2 000 agriculteurs**  
engagés dans la démarche **Blé Responsable Français**<sup>1</sup>

1. Notre cible étant un volume de Blé Responsable Français à atteindre, cette estimation du nombre d'agriculteurs engagés pourra évoluer suivant les surfaces contractualisées et le rendement de l'année.



## Le CRECERPAL, un centre de recherche unique en son genre

Fruits d'une approche pionnière et visionnaire de Panzani pour travailler sur la qualité du blé dur français, le CRECERPAL (Centre de Recherche et d'Étude sur les Céréales et les Pâtes Alimentaires) a été créé il y a cinquante ans, avec pour objectif de réduire notre dépendance aux approvisionnements étrangers et d'anticiper les variétés d'avenir. Le CRECERPAL exerce aujourd'hui son expertise au travers de 3 pôles d'activités : orienter la sélection des blés durs vers des variétés de haute qualité ; analyser la

qualité des blés cultivés, de notre semoule et de nos pâtes ; développer l'innovation produits.

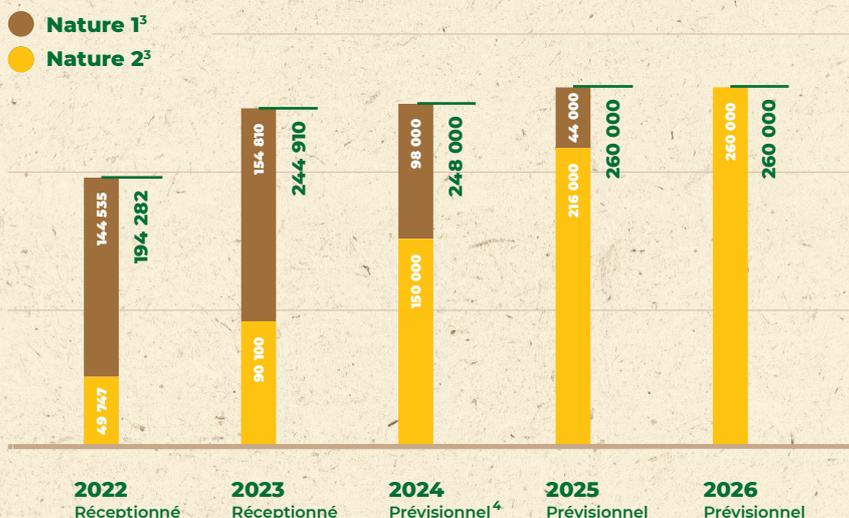
En travaillant de l'amont à l'aval, le CRECERPAL est devenu une référence en matière d'analyses technologiques des blés durs et des produits transformés, et un acteur majeur de la filière blé dur. À notre connaissance, nous sommes le seul fabricant de pâtes alimentaires à posséder un outil de recherche de ce type, capable de qualifier le potentiel technologique des blés durs avec une telle précision, tant sur le potentiel « couleur » que sur la qualité des protéines, grâce à des méthodes spécifiques développées pour nos équipes.

Ouvri AU MEILLEUR POUR NOS FILIÈRES

## BLÉ RESPONSABLE FRANÇAIS, UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS VERS UNE AGRICULTURE RAISONNÉE ET DURABLE

En 2023, Panzani enregistre 90 100 tonnes de Blé Responsable Français – Nature 2, soit presque le double de production en volume par rapport à 2022. À terme, plus de 20 % de la production française de blé dur (sur la base de la production 2023, soit 1,3 million de tonnes<sup>2</sup>) sera récoltée sous cahier des charges Blé Responsable Français – Nature 2, soit 260 000 tonnes.

## Une accélération des volumes de Blés Responsables Français



2. Bilan du marché blé dur annuel FranceAgriMer, campagne 2022-2023, 1,3 million de tonnes en 2023. 3. Définition de Nature 1 et Nature 2 en p. 26. 4. Les volumes prévisionnels peuvent être amenés à être révisés en fonction des conditions climatiques, des rendements et de la qualité des blés durs de l'année.

## #1.2

# Accompagner la transformation de la filière tomate : vers un programme Tomate Responsable

La tomate est l'ingrédient star de nos sauces, 95 % de nos références de sauces en contiennent ! Nous lui accordons donc une attention toute particulière, en matière de qualité et de goût, mais veillons aussi aux impacts environnementaux et sociaux de sa culture. Ainsi, **nous sommes engagés, avec nos partenaires, dans le développement d'un programme Tomate Responsable.**

Pour nos sauces, nous choisissons des tomates cultivées en plein champ et récoltées à maturité en été, ce qui leur confère toute leur saveur.



## #1.2.1 — Coconstruire notre démarche via des projets pilotes

Afin d'atteindre notre ambition d'avoir près de 80 % de nos tomates répondant à une charte responsable à l'horizon 2030, nous avons lancé **dès 2017**, avec notre principal partenaire en Espagne, **notre programme Nature Panzani**. Son objectif premier était d'améliorer les pratiques agricoles afin de limiter les résidus de pesticides dans les produits. **Depuis lors, des essais expérimentaux sont menés chaque année** avec le soutien des experts agronomiques de la société Ideagro<sup>1</sup> pour trouver des alternatives efficaces aux pesticides chimiques et restreindre drastiquement l'utilisation de certaines substances actives (néonicotinoïdes et CMR<sup>2</sup> catégorie 1 notamment).

**Le travail mené avec les agriculteurs pilotes depuis 2017 montre notamment la possibilité :**

- **d'utiliser des biosolutions** (solutions naturelles) pour le contrôle de certaines maladies ou ravageurs en alternative aux solutions chimiques ;
- **de réduire la fertilisation minérale sans impacter les rendements**, ni la qualité des tomates, avec des gains de productivité pour l'agriculteur, des impacts positifs sur la santé du sol et sur l'empreinte carbone.

**En 2021, le programme Nature Panzani a été élargi afin de prendre en compte de nouveaux enjeux et un partenaire, l'ONG Earthworm Foundation, est venu renforcer l'équipe d'experts (jusqu'en décembre 2023) afin d'apporter un appui technique et de former les agriculteurs.**

Pour ce programme élargi, devenu Tomate Responsable, nous avons identifié **3 enjeux majeurs** sur lesquels travailler avec nos partenaires :

- **la préservation de la ressource en eau ;**
- **l'amélioration de la santé des sols et la réduction de l'impact carbone de la culture ;**
- **la préservation de la biodiversité.**

Ce programme, **aujourd'hui encore au stade de pilote en Espagne, sur un nombre réduit de parcelles** (26 au total) et **d'agriculteurs impliqués** (21 au total), permet de tester et d'évaluer de nouvelles pratiques avant de les étendre.

**Elles sont transformées dans les 48 heures suivant leur récolte, afin de préserver leur goût.**

Ces critères de sélection nous amènent aujourd'hui à privilégier un approvisionnement en Italie, en Espagne ou au Portugal, les principaux pays producteurs de tomates destinées à la transformation en Europe et qui bénéficient de conditions idéales pour cette culture. Mais **nous travaillons également activement au développement d'approvisionnements en France** répondant à nos besoins.

En 2023, les **pratiques testées** ont été les suivantes :

- suivi, sur 6 parcelles pilotes, des consommations d'eau et de l'humidité du sol à l'aide de compteurs et de tensiomètres, afin d'**optimiser les pratiques** en fonction des besoins réels de la plante. **L'objectif étant, à l'horizon 2030, de réduire la consommation d'eau d'irrigation de 5 % ;**
- **mise en place de couverts végétaux en inter-culture** sur des parcelles tests. Le but est de former l'agriculteur à cette pratique et d'en évaluer les bénéfices, notamment sur la quantité de matière organique présente dans le sol, la structuration du sol, ainsi que l'amélioration de la biodiversité. En tout, 14 agriculteurs ont pu tester cette pratique pour une surface totale de 69,5 hectares répartis en 19 parcelles ;
- **expérimentations de nouvelles stratégies de fertilisation sur 2 bassins de production distincts**, pour démontrer qu'une baisse de 20 % de la fertilisation minérale est possible sans impacter la qualité des tomates, ni les rendements, et avec des impacts positifs sur la santé du sol et sur l'empreinte carbone de la culture (estimation d'une réduction de 7 % de l'impact carbone – mesures 2022). En tout, 12 agriculteurs ont pris part à l'expérimentation, chacun sur une parcelle, soit 17 hectares au total pour environ 1 160 tonnes de tomates. Pour cette expérimentation, ils ont reçu chaque semaine la visite de techniciens agronomes (87 visites en tout).

Soucieux **d'accompagner les agriculteurs dans la conduite du changement et de promouvoir ces pratiques plus durables**, nous avons mis en place avec nos partenaires des visites de champs, des formations spécifiques animées par des experts et une journée d'échanges et d'information afin de partager les résultats obtenus dans les exploitations pilotes. En nous appuyant sur le dialogue entre pairs, nous avons proposé aux agriculteurs pilotes de rendre compte de leur contribution à un programme global et de partager leur expérience ainsi que la valeur ajoutée de ces nouvelles pratiques.

Parallèlement à ce programme pilote, nous avons entamé un recensement des pratiques d'agriculture durable existantes chez nos principaux partenaires, de manière à identifier celles qui pourraient être développées. Ce travail sera poursuivi en 2024.

## Vers une agriculture régénératrice



Pour aller plus loin et viser la régénération des sols et leur fertilité, nous visons le développement d'une approche systémique globale qui s'appuie sur 3 leviers principaux :

- la réduction du travail du sol ;
- la couverture des sols tout au long de l'année ;
- la diversité des espèces cultivées.

En 2023, 16%<sup>3</sup> des agriculteurs de notre partenaire espagnol, se sont engagés dans cette transition, avec chacun une ou plusieurs parcelles pilotes (soit environ 69 ha au total). En 2024, nous testerons les couverts végétaux avec 20 à 25% des agriculteurs partenaires.



### #1.2.2 — Pour la relance d'un approvisionnement de tomates françaises

Chez Panzani, nous souhaitons développer nos approvisionnements en tomates françaises. Or, la production nationale de tomates destinées à la transformation ne couvre pas les besoins de l'industrie française. C'est pourquoi nous voulons contribuer activement à la relance de la filière tomates françaises aux côtés de ses différents acteurs.

En 2023, nous avons utilisé environ **6 000 tonnes de tomates, issues de la production française**, pour la fabrication de nos produits. **En 2024, ce sont entre 9 000 et 12 000 tonnes qui devraient être contractualisées, soit une augmentation de 50% couvrant un peu plus de 8 % de nos besoins.** Notre volonté est d'augmenter progressivement ces volumes dans les années qui viennent.

En parallèle, un état des lieux est en cours afin de définir une feuille de route permettant de développer des méthodes de production plus responsables, en cohérence avec notre socle de base : la maîtrise de l'irrigation, l'amélioration de la santé des sols et la préservation de la biodiversité.

#### UNE NÉCESSAIRE RELANCE DE LA FILIÈRE TOMATE D'INDUSTRIE EN FRANCE

# 160 000 t

**de tomates dédiées à l'industrie produites en France** versus un besoin des industriels français de 1 100 000t, et de 100 000t pour Panzani<sup>4</sup>.

1. Ideagro est une entreprise indépendante recherche appliquée en agroalimentaire. Elle est spécialisée dans les problématiques du sol et dans le développement d'engrais, de biostimulants et de produits à base de micro-organismes. 2. Acronyme désignant les substances chimiques classées comme cancérigènes, mutagènes ou toxiques pour la reproduction de catégorie 1. Cette classification est attribuée aux substances pour lesquelles il existe des preuves suffisantes sur l'homme ou des preuves expérimentales concluantes sur les animaux, indiquant qu'elles peuvent provoquer un cancer, des mutations génétiques ou des effets néfastes sur la fertilité et le développement de la progéniture. Les substances CMR catégorie 1 sont considérées comme présentant le plus haut niveau de risque dans ces domaines et leur utilisation est strictement réglementée au sein de l'Union européenne et d'autres juridictions. 3. Pourcentage calculé sur la base des 89 agriculteurs de notre partenaire en 2023. 4. Source World production estimate of tomatoes for processing.



## Engagement #2



# FAVORISER DES PRATIQUES RESPONSABLES POUR TOUTES NOS MATIÈRES PREMIÈRES

**Notre démarche de responsabilité commence, en amont de nos sites de production,** par la sélection rigoureuse de nos matières premières et par les relations que nous entretenons avec nos fournisseurs partenaires.

Nous veillons quotidiennement, à chaque étape de la chaîne de valeur, à obtenir un **produit optimal qui répond aux exigences de nos consommateurs.**

Nous attendons d'eux qu'ils s'engagent avec nous dans la lutte contre le changement climatique, la réduction de leur impact sur l'environnement et l'adoption de pratiques éthiques tout au long de leur propre chaîne de valeur.

**Dès 2018,** nous avons formulé une démarche d'Achats Responsables, dans l'optique de continuer à améliorer notre engagement en garantissant des pratiques responsables sur l'ensemble de nos matières premières.

**En 2023,** une version plus approfondie de cette charte a été élaborée, visant à renforcer notre processus de sélection ainsi que l'adhésion de nos partenaires fournisseurs à nos principes d'engagement.

**Elle est organisée autour des sujets fondamentaux suivants :**

- respect de nos cahiers des charges qualité ;
- éthique et transparence ;
- approvisionnement responsable ;
- pratiques agricoles durables et bien-être animal ;
- respect de la biodiversité ;
- responsabilité environnementale ;
- substances dangereuses ;
- rejets.

Nous prévoyons de déployer cette charte auprès de l'ensemble de nos fournisseurs en 2024.

En complément, certaines **matières premières sensibles font l'objet d'une attention toute particulière.** C'est notamment le cas de la viande qui, bien que représentant une part relativement faible de nos achats<sup>1</sup>, est présente dans la recette de certaines de nos sauces. Pour cette matière première, notre premier point d'attention est la maîtrise des origines : plus des deux tiers de notre viande de bœuf sont français, notre viande de porc provient d'Espagne et nous ne nous approvisionons pas en dehors de l'Union européenne.

**Pour aller plus loin,** nous avons entamé une série d'audits de nos fournisseurs portant sur différentes dimensions, notamment leurs pratiques en matière de bien-être animal.

1. La viande représente moins de 4 % des achats de Panzani en valeur hors blé dur.

# Engagement #3



## S'APPUYER SUR L'ÉVALUATION SEDEX<sup>2</sup> POUR NOS FOURNISSEURS

En complément de notre charte d'Achats Responsables, nous avons choisi de nous appuyer sur la **plateforme d'évaluation des fournisseurs Sedex**.

Ainsi, depuis 2020, nous évaluons la performance environnementale, sociétale, éthique et de gouvernance de nos fournisseurs via la base de données Sedex et l'audit SMETA<sup>3</sup>.

Un **suivi des fournisseurs** évalués par ce biais est effectué chaque mois par notre équipe Achats.

2. Sedex, acronyme de Supplier Ethical Data Exchange, est une organisation à but non lucratif. Sedex a pour mission de promouvoir des pratiques commerciales éthiques et responsables dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. 3. SMETA est l'une des normes d'audit social qui reflète tous les aspects des pratiques commerciales responsables et éthiques. 4. 80 % de notre masse d'achats. 5. Données à novembre 2023.

### INDICATEUR 2023

# 57%

de notre top 80<sup>4</sup> fournisseurs sont inscrits sur la plateforme Sedex, 25 % sont en cours d'inscription<sup>5</sup>

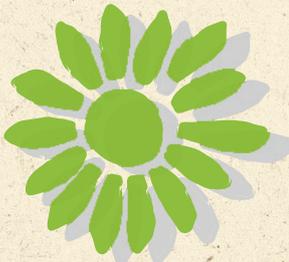
### OBJECTIF 2024

# 100%

de notre top 80 fournisseurs, référencés via la plateforme Sedex ou équivalent (type EcoVadis)



# Ouv



AU MEILLEUR POUR  
L'ENVIRONNEMENT



Conscients des défis environnementaux auxquels nous devons faire face, nous sommes engagés dans **une démarche de réduction de nos impacts tout au long de notre chaîne de valeur**, tout en garantissant une gestion durable des ressources naturelles.

**Cette démarche repose sur plusieurs axes clés :**

- l'atténuation du changement climatique en agissant sur l'ensemble de notre chaîne de valeur, du champ à l'assiette ;
- l'adaptation aux conséquences du dérèglement climatique, notamment pour nos filières agricoles stratégiques (blé dur, tomate) ;
- la réduction de l'impact environnemental de nos sites de production via une gestion optimisée des énergies et de l'eau, ainsi que par la valorisation et la réduction de nos déchets ;
- le développement d'un modèle circulaire en favorisant notamment le recyclage en fin de vie de nos emballages et en explorant de nouveaux modèles de distribution.

## NOS OBJECTIFS



**- 47 %**  
d'émissions  
de GES sur  
les scopes 1 et 2<sup>1</sup>  
*(périmètre défini en p. 41)*

HORIZON 2030

**- 28 %**  
d'émissions de  
GES sur le scope 3<sup>1</sup>  
*(périmètre défini en p. 41)*

HORIZON 2030



**95 %**  
de déchets  
valorisés

HORIZON 2030

**100 %**  
d'emballage  
recyclable<sup>2</sup>

en participant activement  
à la mise en place de la  
filière française de recyclage  
du polypropylène (PP),  
matériau utilisé pour  
l'emballage de nos pâtes

HORIZON 2025

### Notre contribution aux objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU



1. Année de référence : 2019. 2. En adéquation avec la loi n°2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi AGECL), qui prévoit la mise en place d'une filière de responsabilité élargie-des producteurs (REP) pour les emballages industriels et commerciaux à compter de 2025.



Oui au meilleur pour l'environnement

## Engagement #1



# CONTRIBUER À L'ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

## #1.1 Notre stratégie climat

Le changement climatique constitue un enjeu majeur de notre siècle et les entreprises jouent un rôle crucial dans la transition vers une économie décarbonée. **Panzani entend apporter sa contribution à cet enjeu sans précédent.**

En 2022, nous nous sommes engagés auprès de l'initiative mondiale Science Based Targets initiative (SBTi), lancée par le World Wide Fund for Nature (WWF) aux côtés du Global Compact (ONU), du World Resources Institute (WRI) et du Carbon Disclosure Project (CDP), à mettre en cohérence notre démarche bas-carbone avec les recommandations du GIEC de contenir le réchauffement de la planète sous les 1,5 °C d'ici à la fin du siècle.

**Pour ce faire, nous nous sommes définis des objectifs de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre (GES) à court et moyen terme. Ces derniers ont été approuvés par la SBTi en octobre 2023.**

**Ainsi, nous nous sommes engagés d'ici à 2030 (comparativement à 2019) à :**

- **réduire nos émissions sur les scopes 1 et 2<sup>1</sup> de 47 %**, démontrant ainsi notre volonté de minimiser les impacts directs de nos activités sur le climat ;
- **réduire nos émissions sur le scope 3<sup>2</sup> de 28 %**, ce qui reflète notre engagement à prendre en compte l'ensemble de nos émissions, y compris celles provenant de notre chaîne d'approvisionnement et de nos activités indirectes.

**Notre stratégie climat s'est structurée en 3 étapes.**

### #2.1.1 — Mesurer notre empreinte carbone

La mesure de nos émissions de GES a porté sur l'ensemble de notre chaîne de valeur depuis 2019 en suivant la méthodologie du Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Pour cela, nous avons été accompagnés par le cabinet EcoAct, garant de la méthodologie et

notamment en charge de l'actualisation des bases de données des facteurs d'émissions, afin de nous inscrire dans un processus de fiabilisation et d'amélioration continue de la mesure de notre empreinte carbone.

Cette étape de mesure, préalable indispensable à la prise de décision, a été renouvelée en 2022 et 2023, permettant de fiabiliser le reporting climat, de valider un premier palier de réduction de nos émissions de GES et de consolider nos axes de progrès.

Ce processus nous a permis d'identifier les leviers d'actions ayant le plus de potentiel d'impact et d'établir notre stratégie d'ici à 2030, telle que soumise à la SBTi.

#### Précisions méthodologiques :

L'empreinte carbone de Panzani est présentée en approche market-based<sup>3</sup>.

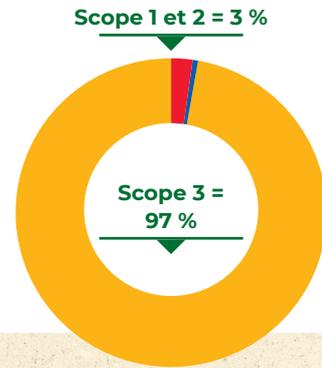
**Scopes 1 et 2 :** les calculs sont réalisés sur la base des données primaires provenant des factures énergétiques des sites et des facteurs d'émissions standardisés issus de la base carbone de l'Ademe. Le poste Énergie prend en compte l'ensemble des consommations d'énergie des bâtiments inclus dans le périmètre, qu'elles soient pour le chauffage, l'électricité, etc.

**Scope 3 :** les émissions du scope 3 sont estimées conformément à la méthodologie du GHG Protocol. Les émissions sont calculées en appliquant aux données d'activités des facteurs d'émissions issus principalement de la base carbone de l'Ademe et d'Agribalyse. Les techniques appliquées pour estimer les émissions de GES peuvent rencontrer certaines contraintes, notamment dues à des approximations nécessaires, à la pertinence des données disponibles ou à une accessibilité restreinte de ces dernières. Cela signifie qu'à l'inverse des scopes 1 et 2, les variations annuelles des émissions du scope 3 peuvent être corrélées à la qualité des données collectées et des procédés de calcul employés. Le scope 3 est l'objet d'un travail d'amélioration constante des données initiales, des techniques, des périmètres et des facteurs d'émissions afin d'accroître sans cesse leur détail et leur fiabilité. Néanmoins, les estimations du scope 3 fournissent des informations sur les proportions des principaux postes d'émissions de Panzani et lui permettent d'orienter les stratégies de réduction de son empreinte carbone.

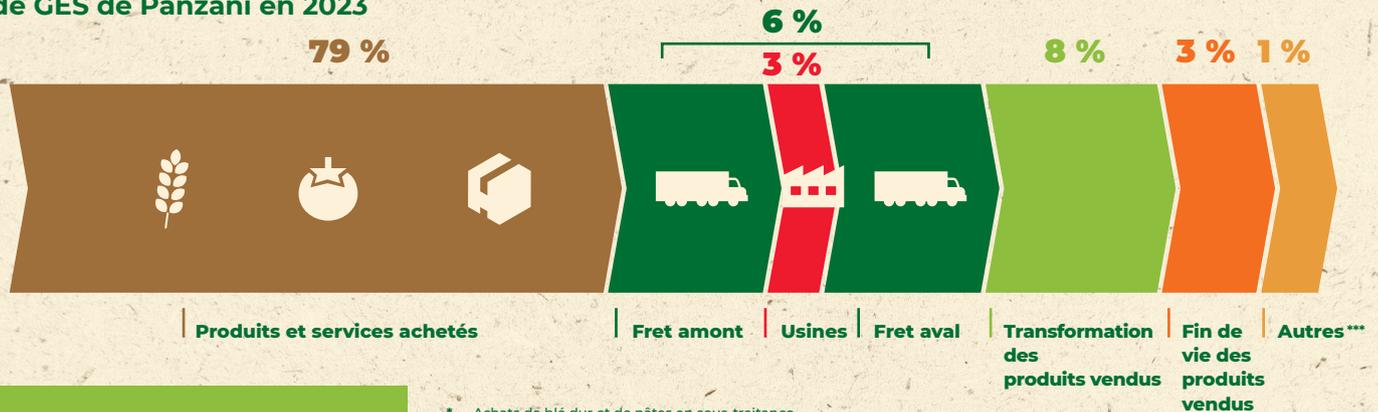
## NOTRE EMPREINTE CARBONE 2023<sup>4</sup>

En 2023, les émissions totales de GES de Panzani représentent 763 312 teqCO<sub>2</sub>, se répartissant de la sorte :

- **scope 1** : 19 013 teqCO<sub>2</sub> ;
- **scope 2** : 2 449 teqCO<sub>2</sub> ;
- **scope 3** : 741 850 teqCO<sub>2</sub>.



### Répartition des émissions de GES de Panzani en 2023



Dont achats de blé dur\* = 49 %\*\*  
Dont achats de sauces\* = 25 %\*\*

- \* Achats de blé dur et de pâtes en sous-traitance
- \*\* Sur l'empreinte carbone totale
- \*\*\* Autres : traitement des déchets générés par les opérations, déplacements professionnels, domicile-travail, immobilisations...

## LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DE PANZANI ONT BAISSÉ DE 4 % ENTRE 2022 ET 2023

Cela s'explique par :

- une baisse de 8 % des émissions de GES des scopes 1 et 2, en lien avec une diminution de la consommation de gaz naturel de 7%, associée à un effet volume produit et aux économies d'énergie issues des actions d'efficacité énergétique mises en œuvre par les sites de production (voir p. 43, 3.1 – Minimiser notre impact lié aux énergies).
- une baisse de 4 % des émissions de GES du scope 3, en lien avec une réduction de 8 % des émissions associées à la transformation des produits vendus<sup>5</sup>, et une réduction de 8 % des émissions associées au transport de nos matières premières et de nos produits finis.



Je suis fière de contribuer activement aux projets de développement durable mis en place au sein de Panzani. L'année 2023 a été particulièrement marquante, avec la validation de nos objectifs de réduction des émissions de GES par la SBTi. Ce premier rapport RSE représente une occasion précieuse de partager nos actions et nos engagements envers la durabilité.

**Elaine Desvaux,**  
Responsable de projets RSE,  
Panzani

1. Les émissions des scopes 1 et 2 concernent les émissions de GES en lien direct avec les activités de production de Panzani. Scope 1 : émissions directes provenant de sources liées à la combustion d'énergies fossiles dans les usines de Panzani, de l'usage de véhicules de société à des fins professionnelles et de fuites de fluides frigorigènes des installations de réfrigération. Scope 2 : émissions indirectes liées à la consommation d'électricité et aux achats de chaleur. 2. Les émissions du scope 3 concernent les autres émissions indirectes, notamment les achats de matières premières, le transport amont et aval, la transformation de produits finis, la fin de vie des produits (emballages) et les déchets. Bien que nous les mesurons, nous excluons les émissions liées à l'utilisation de nos produits et aux déplacements des consommateurs vers les magasins, ces postes ayant été exclus de notre trajectoire sur recommandation du SBTi. 3. Utilisation du facteur d'émissions du fournisseur auprès duquel Panzani se fournit en électricité. Avec cette méthode, lorsqu'une entreprise achète des garanties d'origine, elle peut déclarer des absences d'émissions de GES liées à la production de l'énergie consommée pour la partie de l'électricité couverte par les garanties. 4. Méthodologie du GHG Protocol, approche market-based, exclusion des postes « utilisation des produits vendus » et « déplacement des consommateurs vers les magasins ». 5. Les émissions de GES liées à la transformation des produits vendus correspondent aux émissions générées par la transformation des produits vendus en BtoB : la semoule de blé dur qui sera transformée en pâtes ou en couscous par nos clients et les coproduits de semouleries, destinés à l'alimentation animale.

## #2.1.2 — Réduire notre empreinte carbone

### L'AMONT AGRICOLE

Quand il s'agit de **réduire nos émissions de GES**, notre amont agricole, et plus particulièrement notre approvisionnement en blé dur<sup>1</sup>, fait l'objet d'une **attention toute particulière**. Il représente près de 49 % de nos émissions totales (scopes 1, 2 et 3).

Grâce à la mise en place progressive de notre cahier des charges Blé Responsable Français (voir p. 22) et l'identification d'autres leviers permettant d'aller plus loin sur la décarbonation de la filière, nous **visons une réduction de 10 à 15 %<sup>2</sup>** des émissions de GES sur notre amont blé dur.



### L'exemple du programme « blé dur bas-carbone »

L'outil Carbon Extract, développé par notre partenaire Agrosolutions, permet de **mesurer et d'engager la transition bas-carbone des exploitations agricoles**. Il nous a permis de mesurer l'empreinte carbone de la culture de blé dur sur des exploitations représentatives de nos 4 bassins de production français, représentant un échantillon de 2 fermes par bassin géographique soit 8 fermes pilotes et d'**identifier des leviers à mettre en place pour la réduire**. Ces leviers sont notamment : choisir des formes d'engrais azotés moins émissives, optimiser les apports d'azote, introduire la présence de légumineuses dans la rotation ou en interculture, maximiser la couverture du sol, minimiser le travail du sol, limiter les exportations des résidus de culture. **Autant de pistes pour faire évoluer le cahier des charges Blé Responsable Français de Panzani et les pratiques des agriculteurs sur le terrain.**

### LE TRANSPORT

Chez Panzani, **la proximité est un enjeu clé**. Nos activités sont organisées selon une segmentation nord/sud, avec une implantation de nos semouleries et de nos ateliers de production de pâtes en fonction de nos 4 bassins d'approvisionnement en blé dur :

- **le blé dur des bassins du sud approvisionne nos semouleries du sud de la France et celui en provenance des bassins du nord, nos sites se trouvant dans la partie nord du pays<sup>3</sup> ;**
- **la distribution de nos pâtes est pensée de la même manière : la moitié nord de la France est approvisionnée par les produits fabriqués dans notre usine de Nanterre, la moitié sud par notre usine de La Montre à Marseille<sup>4</sup>.**

**Malgré ces efforts d'optimisation, l'empreinte carbone de nos transports représente par 6% de nos émissions de GES totales.** C'est pourquoi nous développons une

stratégie visant à réduire l'empreinte carbone de nos transports, à commencer par celui nécessaire à l'acheminement de nos matières premières. Aujourd'hui, 52 % de nos volumes de blé dur sont acheminés par péniche dans le nord de la France (contre seulement 31 % en 2019) et 42 % par le rail dans le sud (contre 17 % pour l'année 2019).



### Action concrète

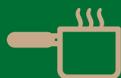
**Notre participation à la remise en service de la voie ferrée de Beaucaire dans le Gard a permis de favoriser le transport durable du blé dur vers nos sites de production.** Cette collaboration avec la coopérative agricole partenaire Arterris a été décisive dans la réhabilitation de la voie ferrée, entraînant une réduction des émissions de GES de l'acheminement de notre blé dur, tout en améliorant notre efficacité logistique. **À titre d'exemple, pour acheminer 1 500 tonnes de blé dur, un seul train est nécessaire, alors qu'il faudrait 50 camions pour transporter le même volume par la route.**

### LA GESTION DE L'ÉNERGIE

Bien que ne représentant que 3 % de notre empreinte carbone, nos émissions liées à nos sites de production et à nos consommations d'énergies (dites scope 1 et scope 2) doivent également être réduites de façon significative. Pour ce faire, **nous travaillons sur plusieurs axes**, en lien avec nos objectifs de réduction :

- **améliorer la performance énergétique** de nos sites de production, tels que les semouleries et les sites de fabrication de pâtes et de couscous. Nous développons notamment des systèmes de récupération de la chaleur produite lors du séchage des pâtes dans nos sites de Nanterre et La Montre ;
- **décarboner notre énergie** et notamment le gaz naturel, grâce à différentes solutions aujourd'hui à l'étude, telles que les chaudières biomasse ou la géothermie (voir p. 41, 3.1 – *Minimiser notre impact lié aux énergies*).

1. Achats de blé dur et de pâtes en sous-traitance issus de la transformation du blé dur. 2. Potentiel de réduction estimé par Agrosolutions, via une analyse des leviers du cahier des charges Blé Responsable Français, associés à d'autres leviers de réduction de l'empreinte carbone. 3. Selon les années et les conditions climatiques, la distance peut être étendue exceptionnellement jusqu'à 850 kilomètres. Elle est réalisée par voie ferroviaire. 4. Selon les demandes de nos distributeurs, des exceptions peuvent arriver avec une logistique de distribution revue en conséquence. 5. La cuisson passive des pâtes consiste à faire cuire les pâtes dans de l'eau bouillante pendant un temps très court, puis de laisser les pâtes finir de cuire grâce à l'inertie thermique de l'eau. 6. Economies réalisées en cuisson passive (recommandation d'éteindre le feu à la moitié du temps de cuisson) comparées à un mode de cuisson classique de 10 minutes, phase d'ébullition incluse. 7. Economies comparées à des pâtes classiques soumises à un temps de cuisson de 10 minutes, en utilisant une cuisinière au gaz naturel ou électrique, phase d'ébullition de l'eau incluse.



## On ne s'arrête pas là !

Une partie de l'empreinte carbone de nos produits se joue également chez nos consommateurs, lors de la cuisson de nos pâtes. C'est pourquoi nous souhaitons les accompagner vers des pratiques plus sobres, en mettant en avant des solutions telles que la cuisson passive<sup>5</sup> sur nos emballages (voir p. 54). En réduisant le temps

de cuisson des pâtes, cette méthode toute simple permet de baisser de 21 %<sup>6</sup> les émissions de GES associées à cette étape de la préparation.

Dans la même optique, nos gammes de pâtes 3 Minutes, pensées initialement pour permettre un gain de temps, sont une alternative intéressante pouvant permettre une baisse jusqu'à 30 % des émissions de GES<sup>7</sup> liées à la cuisson.

### #2.1.3 — Sensibiliser nos collaborateurs aux enjeux climatiques

Afin de sensibiliser nos collaborateurs, nous avons entamé en 2023 le déploiement de la Fresque du Climat<sup>8</sup>, en mobilisant en premier lieu les membres du Comex et ceux de l'équipe de direction élargie. Nous poursuivons cette démarche en 2024, avec pour ambition de sensibiliser 250 à 300 de nos collaborateurs à l'horizon 2025, grâce à l'appui de nos fresqueurs internes.

La Fresque est un outil :

- **scientifique (neutre et objectif)** : il repose sur les données des rapports scientifiques du GIEC dont les recommandations guident les décisions politiques et économiques mondiales ;
- **accessible** : grâce à son approche ludique et pédagogique, il permet à tous les publics de s'approprier la question du changement climatique ;
- **impactant** : sans culpabiliser, et grâce à une compréhension partagée des mécanismes en jeu, la Fresque encourage les individus à engager un échange constructif.



8. Association loi de 1901 française, fondée en décembre 2018, dont l'objectif est de sensibiliser le public au réchauffement climatique.



# S'ADAPTER AUX CONSÉQUENCES DU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

Le GIEC<sup>1</sup> a publié en février 2022 un rapport<sup>2</sup> mettant en évidence les conséquences rapides et profondes du changement climatique sur les sociétés et les écosystèmes mondiaux. Ce rapport souligne particulièrement l'impact sur l'agriculture, avec des pertes de récoltes prévisibles à court terme en raison de l'augmentation de la fréquence et de l'intensité des événements climatiques extrêmes. **Ces changements ont un impact économique direct sur les acteurs de la filière, dont fait partie Panzani.**

En réponse, divers travaux sont en cours en France et à l'échelle internationale pour développer des stratégies d'adaptation au changement climatique. Parallèlement à ces efforts, **Panzani a pris l'initiative en 2023 de lancer une étude de risques sur ses principales filières**

**agricoles** : le blé dur, la tomate et la viande. Cette étude, menée par le cabinet Agrosolutions, vise à anticiper les risques climatiques et leurs conséquences sur ces filières stratégiques, et à renforcer la résilience de notre approvisionnement en matières premières.

L'objectif de cette étude est d'**identifier et d'intégrer les moyens d'adaptation** les plus pertinents pour à la fois limiter notre exposition à ces risques et mettre en place les solutions pour y faire face. Bien que la finalisation de l'étude ne soit prévue que pour 2024, une première analyse sur la filière blé dur est déjà partagée dans ce rapport (*voir p. 22*).

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

2. Le rapport « Impacts, adaptation et vulnérabilité », publié le 28 février 2022.





## MINIMISER L'IMPACT DE NOS SITES DE PRODUCTION

Afin de minimiser l'impact environnemental de nos sites de production, nous menons des actions locales permettant de réduire nos consommations d'énergie et d'eau. En parallèle, nous poursuivons nos efforts pour réduire et revaloriser nos déchets, en particulier les coproduits de nos activités industrielles.

### #3.1 Minimiser notre impact lié aux énergies

Sur nos 6 sites de production (3 semouleries et 3 sites de transformation de pâtes et graines de couscous), les 3 sites de transformation de pâtes et de graines de couscous (La Montre, Nanterre et Vitrolles) représentent 90 % des émissions de GES des scopes 1 et 2. En effet, ces 3 sites consomment 97 % du gaz naturel de Panzani, principalement utilisé dans notre procédé de production pour deux fonctions : faire monter en température l'eau surchauffée permettant de sécher les pâtes et la graine de couscous en fin de process et produire de la vapeur nécessaire à la cuisson de la graine de couscous.

En 2023, nos efforts se sont donc particulièrement portés sur ces sites, même si l'ensemble du périmètre industriel est intégré à la démarche de performance énergétique et de décarbonation.

#### #3.1.1 — Performance énergétique : vers un système de management de l'énergie

##### 1<sup>RE</sup> ÉTAPE : MESURE ET PILOTAGE

2023 a vu le renforcement de notre management de l'énergie avec, d'une part, la mise en place d'un reporting mensuel permettant de suivre la performance énergétique en lien avec le mix produit et, d'autre part, le déploiement de capteurs sur les sites de Nanterre et La Montre. Ces capteurs nous permettent d'avoir une vision instantanée des consommations énergétiques et de renforcer le pilotage de notre plan d'actions.

Ces mesures, couplées à l'utilisation d'un Energy Management Tool (EMT) sur les sites de Nanterre et La Montre, nous permettent de mettre en perspective

la consommation énergétique au regard des paramètres de production et de fonctionnement des usines, afin de suivre et d'optimiser la performance énergétique au quotidien.

Notre volonté est de pérenniser ce système de management des énergies via une certification ISO 50001. Pour cela, nous lançons un pilote sur le site de Nanterre en 2024, pour une certification envisagée en 2025.

##### 2<sup>DE</sup> ÉTAPE : MISE EN PLACE ET SUIVI DES PLANS D' ACTIONS DES SITES

Depuis plusieurs années, nous mettons en place des initiatives pour récupérer la chaleur émise par nos opérations, en nous appuyant sur les actions identifiées lors des audits énergétiques réalisés en 2021 et 2022 sur nos sites.

Des applications distinctes illustrent notre engagement dans cette démarche, notamment à travers nos sites de production de pâtes et de graines de couscous :

- Dans nos installations, nous utilisons des compresseurs d'air pour alimenter nos machines. Nous récupérons la chaleur produite par ces compresseurs pour chauffer l'eau incorporée à la semoule lors de la fabrication des pâtes à La Montre et à Nanterre.
- À Nanterre, pour ce même usage, nous récupérons également la chaleur émise par nos équipements de « groupe froid ». Cela permet pour ce site d'économiser 530 mégawattheures (MWh) d'énergie par an et de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> de 100 tonnes par an.
- Sur le site de Vitrolles, nous récupérons la chaleur générée par le séchage du couscous pour préchauffer l'air d'entrée des séchoirs, permettant ainsi de réduire notre consommation de gaz naturel.

Entre 2021 et 2023, nous avons constaté une baisse significative de la consommation de gaz. Grâce à une série d'actions mises en place sur les sites de Nanterre et La Montre, nous avons réussi à réduire le nombre de kilowattheures (KWh) à la tonne de produit fabriqué et à réduire notre consommation de gaz naturel en absolu de 8 %.

#### INDICATEURS 2023

**101 368 152 kWh PCS<sup>1</sup>**  
de gaz naturel consommé sur l'ensemble de nos sites

**72 151 816 kWh**  
d'électricité consommée sur l'ensemble de nos sites

1. Pouvoir Calorifique Supérieur.



### Action concrète n° 1



Le changement de technologie de la pompe à vide sur notre site de Marseille a entraîné une réduction de 57 % de la consommation électrique de cette installation. **Cette optimisation s'est traduite par un gain de 453 MWh d'électricité.** En parallèle, cette transition a également permis **une économie de 2 000 mètres cubes d'eau, équivalant à environ deux châteaux d'eau !**

### Action concrète n° 2



#### Décarbonation de nos procédés de production

En 2023, à la suite d'audits énergétiques réalisés en 2022, nous avons lancé une **étude technico-économique sur nos sites industriels** de La Montre, Nanterre et Vitrolles, avec la société Naldeo. Cette étude a confirmé l'intérêt d'explorer les technologies de biomasse en substitution des chaudières à gaz. Nous avons donc lancé une étude de faisabilité d'implantation d'un projet de chaudière biomasse sur le site de La Montre. La **mise en place d'une chaudière biomasse** diminue l'empreinte carbone liée à la production d'eau surchauffée de près de 90 %, en considérant les besoins actuels du site. En parallèle, une nouvelle étude d'implantation d'une chaudière biomasse rendra ses conclusions en fin d'année 2024 sur le site de Nanterre.

1. Gains annuels sur base de référence 2021.

### #3.1.2 — Réduire nos consommations d'eau

L'eau joue un rôle crucial dans les processus de transformation du blé dur en semoule, puis de la semoule en pâtes et en graines de couscous :

- lors de la transformation du blé dur en semoule, l'eau est utilisée pour nettoyer les grains et faciliter la séparation des composants du grain pendant la mouture. Cette « eau process » constitue plus de 90 % de la consommation d'eau dans nos moulins ;
- concernant la transformation de semoule en pâtes ou graines de couscous, l'eau est indispensable pour hydrater la semoule et permet la formation et le développement du gluten lors du pétrissage. Cette « eau process » joue également un rôle important lors de l'extrusion et de la mise en forme des pâtes. Elle représente entre 65 et 75 % de la consommation d'eau totale dans nos usines de pâtes.

En parallèle de cette eau indispensable à l'élaboration de nos produits, nous utilisons de l'« eau non process », notamment pour le nettoyage de nos outils industriels. Afin de **réduire nos consommations** en « eau non process », nous avons mené des études techniques qui ont permis d'**identifier des leviers d'action**. Nous avons par exemple mis place des équipements moins consommateurs en eau (nouveaux lave-moules) sur le site de Nanterre, permettant de **réduire notre consommation** de 11 % en 2023, et nous prévoyons une réduction de 9 % en 2025 à volumes de production constants.

Autre exemple, le site de Vitrolles a réduit sa consommation en eau brute de 19 % en 2023, grâce à l'installation d'un filtre à sable en amont de l'osmoseur chaudière.



Au total, ces initiatives vont permettre une réduction de la consommation d'eau de l'ordre de 11 000 mètres cubes en 2024 et une prévision de réduction de 19 500 mètres cubes en 2025 à volumes de production constants (base 2023), soit environ 14 % de la consommation totale en eau de nos usines de pâtes et de graines de couscous sur la période 2024-2025.

### #3.1.3 — Valoriser nos déchets et coproduits

Minimiser notre impact sur l'environnement c'est aussi éliminer progressivement les déchets de production non valorisés, c'est pourquoi nous nous engageons dans une démarche « Vers zéro déchet non valorisé » d'ici à 2030<sup>3</sup>.

Aujourd'hui, ce sont déjà **près de 85 % de nos déchets qui sont mis en filière de revalorisation** : les déchets alimentaires, principalement valorisés en alimentation animale ou méthanisés, le carton, le bois, la ferraille et le plastique.

Concernant les 15 % de déchets non valorisés à date, notre cible à l'horizon 2030 est de passer à 5 % en renforçant nos démarches de tri sur nos sites et en investissant sur de nouveaux équipements.

#### VALORISER NOS COPRODUITS

Notre activité de semoulier au sein de nos moulins **génère des coproduits**, notamment le son. Issu de la transformation des grains de blé dur, **il a la particularité d'avoir une haute teneur en fibres et en protéines, ce qui en fait un atout pour l'alimentation des animaux**.

Ainsi, la totalité de nos coproduits est revalorisée par nos partenaires en filière animale (élevage) ou par l'industrie du petfood (aliments pour les animaux domestiques). C'est ainsi qu'une petite partie (environ 1 000 tonnes par an) des **coproduits de nos semouleries sont valorisés en alimentation animale**, par exemple dans une ferme à insectes à Cavailon près de notre semoulerie marseillaise.



2. Consommation d'eau de nos 6 sites industriels (3 semouleries et 3 usines de transformation de pâtes et graines de couscous, en excluant le siège, les entrepôts logistiques et les labos R&D). 3. La cible exacte à atteindre est 95 %.

## Engagement #4



# S'INSCRIRE DANS UN MODÈLE CIRCULAIRE POUR NOS EMBALLAGES



### L'emballage idéal

« L'emballage "idéal", c'est celui qui permet d'éviter le gaspillage du produit qu'il contient tout en ayant un impact le plus faible possible sur l'environnement », souligne l'entreprise Citeo<sup>1</sup>.

1 – L'emballage doit répondre à sa fonction principale : préserver et transporter le produit qu'il contient pour éviter son gaspillage.

2 – Pour minimiser son impact environnemental, il doit être écoconçu selon les critères suivants : masse, recyclabilité, intégration de matière recyclée ou issue de ressources renouvelables, possibilité d'être réemployé.

Notre stratégie s'inscrit dans le cadre du décret 3R (Réduction, Recyclage et Réemploi) de la loi anti-gaspillage et pour une économie circulaire (dite loi AGECE).



## #4.1 Réduire

Le premier levier pour réduire l'impact environnemental de nos emballages est de réduire la matière utilisée. C'est pourquoi nous travaillons depuis plusieurs années à affiner l'épaisseur du plastique de nos sachets de pâtes et à optimiser nos dimensionnels cartons. Nous retravaillons également le format de certains de nos sachets de pâtes pour les simplifier, dans le but d'économiser de la matière : film plastique, clip de fermeture et carton ondulé.

### Un travail continu pour réduire nos emballages :

- Réduction du poids de nos emballages primaires, entamée il y a dix ans et qui a permis un passage de 60  $\mu\text{m}^2$  à 45  $\mu\text{m}$ . Ce travail se poursuit en 2023 et 2024 avec pour objectif d'atteindre 40  $\mu\text{m}$  sur certains packs.
- Réduction de matière sur nos pots de verre avec un objectif de - 3 à - 5 % en 2025.
- Harmonisation des hauteurs de caisse de nos emballages secondaires pour permettre un gain logistique et matière.
- Réduction de l'épaisseur du film étirable de 23 à 17  $\mu\text{m}$  sur une partie de nos palettes de produits finis (emballages tertiaires).

1. Citeo est une entreprise spécialisée dans le recyclage des emballages ménagers et des papiers graphiques. 2. Mesure en micromètres. 3. Le score unique, également appelé « single score EF », recommandé par la Commission européenne, est calculé en prenant en compte des facteurs de pondération pour chaque indicateur d'impact de l'analyse de cycle de vie. Cette pondération tient compte à la fois de la relative robustesse de chaque indicateur et des enjeux environnementaux associés. Le score est exprimé en points (pts), et plus il est élevé plus l'impact sur l'environnement est important.



## Quel emballage pour nos sachets de pâtes ?

Chez Panzani, le choix de la matière utilisée pour nos sachets de pâtes et son impact sur l'environnement sont des préoccupations majeures. Aujourd'hui, il s'agit d'un plastique souple en mono-matériau polypropylène (PP).

Pour éclairer nos décisions et scénarios d'évolution, nous avons fait réaliser une analyse de cycle de vie (ACV) par un tiers indépendant, Maobi, qui a suivi la norme ISO 1440-44. Cette étude a permis d'évaluer la performance environnementale de différentes solutions d'emballage envisageables pour un paquet de pâtes (base de travail : une portion de coquillettes de 500 g) : film PP, étui carton et film papier. Cette étude a pris en compte les emballages primaires, secondaires et tertiaires, et l'ensemble de leur cycle de vie.

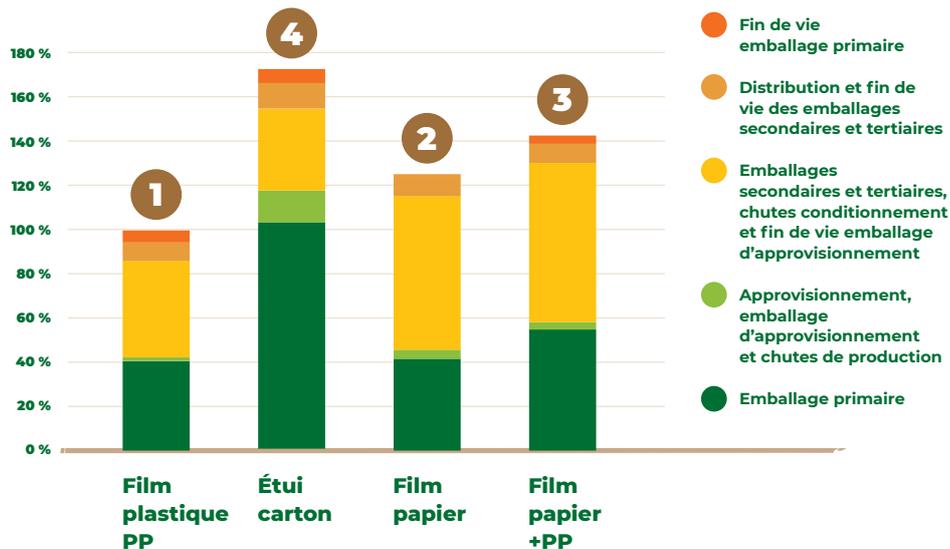
Les résultats démontrent que le film PP est, à date, l'emballage le plus optimisé, avec le score unique<sup>3</sup> le moins impactant : 1,7 fois moins impactant que son équivalence en étui carton – voir graphique ci-après.

Cette optimisation s'explique principalement par les efforts de réduction de la masse du film PP réalisés ces dernières années, aussi bien au niveau de l'unité consommateur que de l'emballage de transport et de la chaîne logistique.

Le plastique utilisé pour nos sachets de pâtes est un matériau extrêmement léger, tout en étant solide et protecteur pour nos produits. Il se caractérise par une épaisseur très fine et une absence d'espace vide à l'intérieur. Il est **6 x plus léger qu'un étui carton** pour une même contenance de produit.

### Analyse comparative de l'impact environnemental des différents emballages Panzani

Score unique environmental footprint Method 3.0 (Pt)



Le Score unique environnemental, préconisé par la Commission Européenne, est calculé avec des facteurs de pondération pour chacun des indicateurs ; la pondération prend à la fois en compte la robustesse relative de chacun de ces indicateurs et les enjeux environnementaux. Le score est exprimé en points (pts), et plus il est élevé plus l'impact sur l'environnement est important. Pour plus d'information, la note méthodologique est accessible sur demande auprès des contacts en dernière page du rapport.

## #4.2 Recycler

Il est de notre responsabilité de mettre sur le marché des emballages qui soient recyclables techniquement, mais qui bénéficient également d'une filière de recyclage existante à l'échelle du territoire français. Pour ce faire, nous travaillons sur deux axes majeurs :

- l'implication dans la création de filières de recyclage pour les plastiques ménagers souples, notamment le polypropylène (PP). Nous sommes ainsi membre actif du consortium Flex25 avec d'autres marques et acteurs de la chaîne de valeur, une initiative de Citeo qui va permettre la mise en place de nouvelles filières de recyclage à l'horizon 2025 ;
- la conception de nos emballages uniquement en mono-matériau, et l'étude de la faisabilité d'autres matières bénéficiant déjà de filières de recyclages existantes.

*Chez Panzani, inscrire nos activités dans un modèle circulaire est essentiel. Nous sommes conscients que les emballages ont des impacts sur l'environnement qu'il faut impérativement réduire. C'est pourquoi notre équipe s'engage à innover constamment pour trouver des solutions alternatives afin d'atteindre les objectifs de circularité que nous nous sommes fixés à l'horizon 2025 et au-delà.*

**Anne Descarsin,**  
Responsable Conception &  
Développement Packaging,  
Panzani

INDIGATEUR 2023

**94%**  
du poids de nos  
emballages  
sont recyclables

OBJECTIF 2025

**100%**  
d'emballage  
recyclable en 2025<sup>1</sup>

1. En adéquation avec la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi AGECE) qui prévoit la mise en place d'une filière de responsabilité élargie des producteurs (REP) pour les emballages industriels et commerciaux à compter de 2025. 2. Conforme à la déclaration éco-emballage relative aux emballages ménagers mis sur le marché français en 2023. 3. L'Institut de liaisons des entreprises de consommation (Ilec) est un acteur incontournable de la relation industrie-commerce. 4. Interlocuteur reconnu des pouvoirs publics, Perifem, Fédération technique du commerce, œuvre pour embarquer l'ensemble des acteurs de la distribution afin de créer un écosystème commercial plus responsable.



## #4.3 Réemployer

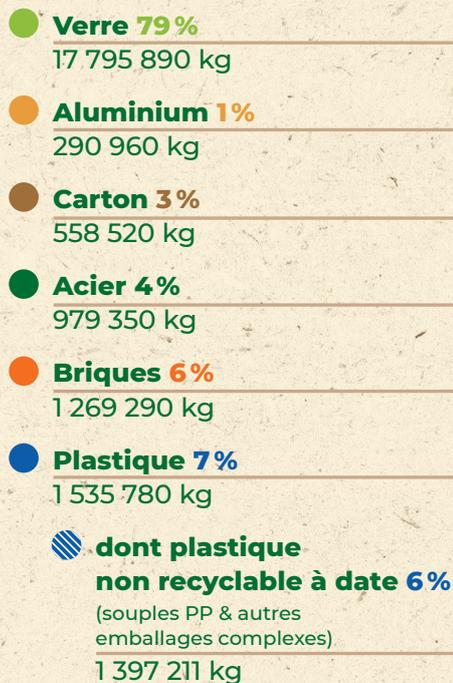
Pour aller plus loin dans la circularité de nos emballages, nous étudions plusieurs pistes :

- l'intégration de 20 % de matière recyclée dans nos films PP ;
- la contribution au développement du vrac, avec des tests en cours depuis 2019 et notre participation depuis décembre 2022 à l'initiative « En avant vrac ! » lancée par l'Ilec<sup>3</sup> et Perifem<sup>4</sup>. Cette initiative vise à faire collaborer tous les acteurs de la chaîne de valeur pour développer l'offre en vrac. La phase 1 du groupe de travail a pris fin en 2023. Panzani entre, en 2024, dans la seconde phase du projet, qui consiste en des tests menés en magasins pour mettre en place un système universel et commun à tous. L'objectif final est de développer la vente en vrac pour réduire la mise en marché d'emballages plastiques à usage unique.

en  
**à Vrac!**



### Répartition des différents types d'emballages en poids pour Panzani (2023)<sup>2</sup>



# Qui



AU MEILLEUR  
DANS L'ASSIETTE



**Nos produits occupent une place privilégiée au sein des foyers français et de leur quotidien. Cette proximité avec nos consommateurs nous confère une responsabilité : celle de proposer des produits accessibles, simples, savoureux et équilibrés. Mais ce n'est pas tout, nous avons également un rôle à jouer dans la transition alimentaire en cours.**

Alors que les inégalités d'accès à une alimentation de qualité persistent et que les problématiques de santé liées à l'alimentation continuent de croître, alors que notre alimentation est responsable d'un tiers des émissions mondiales de gaz à effet de serre tout en ayant un impact considérable sur les ressources et la biodiversité<sup>1</sup>, il est de notre devoir de contribuer à des changements positifs.

Dans ce contexte, nous avons des leviers d'action clairs : grâce à la force de nos marques, leaders<sup>2</sup> sur leurs catégories, à travers nos produits et nos innovations, nous pouvons accompagner les Français sur le chemin de l'alimentation durable. Une alimentation plus végétale et plus locale, dans laquelle les produits simples à base de céréales, tels que les pâtes, auront toute leur place pour concilier nutrition et faible impact environnemental. Le tout, sans renoncer au plaisir, qui demeure le premier critère de choix des consommateurs face à l'offre de produits de grande consommation (PGC)<sup>3</sup>.

C'est pourquoi nous travaillons continuellement à l'amélioration nutritionnelle de nos produits, sans compromis sur leur qualité et leur goût. Mais nous voulons aussi aller au-delà et guider nos consommateurs dans leurs choix à travers notre charte nutritionnelle et environnementale, en cours d'élaboration en 2024.

1. Les Nations Unies, Alimentation et changement climatique : une alimentation plus saine pour une planète en meilleure santé. 2. Source Circana 2023, CAM P13, tous circuits France : leader à marque nationale en volumes pâtes, sauces, cous-cous nature. 3. 44 %, source Circana, Shopperscan.

## NOS OBJECTIFS

**> 95 %<sup>1</sup>**  
**de nos produits<sup>2</sup>**  
**en Nutri-Score A ou B**



**HORIZON FIN 2026**

### Notre contribution aux objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU

**2** FAIM  
«ZÉRO»



**3** BONNE SANTÉ  
ET BIEN-ÊTRE



**13** MESURES RELATIVES  
À LA LUTTE CONTRE  
LES CHANGEMENTS  
CLIMATIQUES



1. La cible exacte à atteindre est 95,1 % au 31 décembre 2026, en prenant en compte le nouvel algorithme du Nutri-Score qui sera effectif à partir d'avril 2024. 2. Références prises en compte : les produits types pâtes, sauces, couscous et céréales, plats cuisinés pouvant être commercialisés en France sous les marques de Panzani (Panzani), Ferrero, Régia, St Bon, Banzai Noodle, Le Renard, Zakia).



Oui AU MEILLEUR DANS L'ASSIETTE

## Engagement #1



# PROPOSER DES PRODUITS BONS, ÉQUILIBRÉS ET ACCESSIBLES

## #1.1 Partenaire d'une alimentation équilibrée

Au cœur de notre mission chez Panzani réside l'engagement de **contribuer à une alimentation équilibrée et accessible à tous**. En tant que leader français<sup>1</sup> sur le marché des pâtes, des sauces et des graines de couscous, nos produits sont des incontournables qui rassemblent les familles et les amis autour de délicieux repas partagés. Pour que ces moments de convivialité puissent rimer avec équilibre, **nous travaillons continuellement à l'amélioration de la qualité nutritionnelle de nos produits**. Ainsi, depuis 2018, nous avons repensé **60 % des recettes de nos sauces**, notamment pour en réduire la teneur en sucre et/ou en sel, sans en altérer le goût, afin de continuer à sublimer les pâtes de la meilleure des façons.

Nos efforts se poursuivent et **nous travaillons à ce que, en 2026, 95 % de nos produits soient Nutri-Score A ou B<sup>2</sup>**.

En 2023, 90,9 %<sup>3</sup> de nos produits sont Nutri-Score A ou B.



1. Circana 2023, CAM P13, tous circuits France : leader à marque nationale en volumes pâtes, sauces, couscous nature. 2. La cible exacte à atteindre est 95,1 % au 31 décembre 2026, en prenant en compte le nouvel algorithme du Nutri-Score qui sera effectif à partir d'avril 2024. Références prises en compte : les produits types pâtes, sauces, couscous et céréales, plats cuisinés pouvant être commercialisés en France sous les marques de Panzani (Panzani, Ferrero, Régia, Si Bon, Banzai Noodle, Le Renard, Zakia). 3. Le Nutri-Score des références produits est calculé avec le nouvel algorithme (effectif en avril 2024) à partir des valeurs nutritionnelles affichées sur les étiquettes des références produits au 31 décembre 2023. Les références prises en compte sont les mêmes que celles de l'objectif. 4. D'après une étude Consopole menée en 2021 auprès d'un panel représentatif de consommateurs de produits Panzani, les produits Complètement Bon ont été jugés aussi bons que les pâtes Panzani classiques en goût et en appréciation globale.

Nous mettons aussi notre capacité d'innovation au service du **mieux-manger**. Nous avons ainsi créé des pâtes semi-complètes aussi bonnes que les pâtes classiques<sup>4</sup>, la gamme « Complètement Bon », avec plus de fibres. Ou encore les sauces « Morceaux Gourmands », composées de généreux morceaux de légumes, avec 100 % d'ingrédients d'origine naturelle.



*Chez Panzani, 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. Et le plaisir se partage. Nos produits, adoptés par tous, petits et grands, au travers de recettes faciles ou élaborées, sont une réponse évidente à ces besoins !*

**Valérie Beauchêne,**  
Directrice Marketing,  
Panzani

## #1.2 Répondre aux besoins de nos clients du Food Service et de l'industrie

En tant qu'acteur majeur du secteur du Food Service, nous nous engageons à offrir des produits de qualité et durables à nos clients professionnels. Cela se traduit notamment par un **accompagnement des collectivités** pour répondre aux critères exigeants de la loi EGalim<sup>5</sup> : bio, Haute Valeur Environnementale (HVE) niveau 3<sup>6</sup>, Label rouge<sup>7</sup> et solutions pour menus végétariens. Cet enjeu nous tient à cœur, car nous voulons **offrir le meilleur aux enfants de maternelle et primaire, aux collégiens, lycéens et étudiants, qui sont particulièrement friands de pâtes**. C'est avec un sentiment de fierté et un sens de la responsabilité que nous nous tenons aux côtés de tous ces acteurs de l'enseignement, de la restauration sociale et de la santé.

En parallèle, nous travaillons main dans la main avec nos clients industriels pour leur fournir des ingrédients de haute qualité présentant des avantages à la fois fonctionnels et nutritionnels. Par exemple, nous leur proposons des ingrédients issus de blé dur, donc d'origine naturelle et végétale, pouvant se substituer à des additifs ou des ingrédients d'origine animale.



## #1.3 Répondre à l'enjeu majeur de l'accessibilité

Rendre accessible au plus grand nombre une alimentation simple et équilibrée est un engagement majeur pour Panzani, qui prend encore plus d'importance dans le contexte inflationniste que nous connaissons depuis deux ans.

À titre d'exemple, un paquet de coquillettes Panzani 500 g coûte actuellement 1,03 €<sup>8</sup> fin 2023 (prix moyen hors promotion hypermarché-supermarché en France). Pour une famille de 4 personnes, nous permettons donc d'accéder à un plat de pâtes accompagné d'une sauce pour moins de 4 €<sup>9</sup>.

5. Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous. Cette législation française a été adoptée en 2018. 6. La Haute Valeur Environnementale (HVE) niveau 3 est le niveau le plus élevé de la certification environnementale des exploitations agricoles. Elle est basée sur des objectifs de résultats et repose sur des indicateurs de performance environnementale. Cette certification concerne la protection de la biodiversité, la réduction de l'utilisation de produits phytosanitaires, la gestion raisonnée de la fertilisation et la gestion économique de la ressource en eau. 7. Le Label Rouge est « le signe de qualité français qui atteste qu'un produit possède un niveau de qualité supérieur à celui d'un produit courant similaire ». Il est décerné par l'État qui l'attribue sur avis de l'Institut national de l'origine et de la qualité. 8. Circana, mai 2023. 9. Calcul sur la base des sauces bestsellers Panzani : bolognaise classique 425 g à 1,88 €, provençale 400 g à 2,05 € - prix moyen hors promo HM/SM France à fin décembre 2023.

## Engagement #2



# ACCOMPAGNER NOS CONSOMMATEURS VERS UNE ALIMENTATION PLUS DURABLE



### #2.1 Des solutions concrètes pour réduire son empreinte environnementale en cuisine

Chez Panzani, nous proposons des **solutions à celles et ceux qui souhaitent se faire plaisir, tout en réduisant leur impact sur l'environnement** : nos pâtes 3 Minutes, plus fines, sont conçues pour une cuisson plus rapide. Initialement pensées pour permettre un gain de temps pour nos consommateurs, elles prennent encore plus de sens aujourd'hui en permettant de réduire la consommation d'énergie liée à la cuisson. Dans cette même lignée, **nos nouveaux emballages mettent en avant la cuisson passive**, qui consiste à éteindre le feu à mi-cuisson et à couvrir le reste du temps indiqué pour obtenir une cuisson optimale tout en réduisant sa consommation d'énergie. **Cette méthode toute simple permet de baisser de 21 %<sup>1</sup> les émissions de gaz à effet de serre (GES) associées à cette étape de la préparation.**

Ainsi, en leur proposant d'adopter ces pratiques simples, mais efficaces, nous invitons les consommateurs à prendre part à notre engagement en faveur de l'environnement.



1. Économies réalisées en cuisson passive (recommandation d'éteindre le feu à la moitié du temps de cuisson) comparées à un mode de cuisson classique de 10 minutes, phase d'ébullition incluse.

#2.2

## Accompagner le développement d'une alimentation plus durable

Nous en sommes convaincus : **nos pâtes et nos graines de couscous peuvent jouer un rôle important dans la végétalisation de l'alimentation.** Offrant une option simple, accessible, appréciée de tous, elles permettent de composer des repas entièrement végétaux, qui sauront à la fois être rassasiants et équilibrés. C'est également le cas de nos sauces à base de légumes et de notre bolognaise veggio à base de protéines végétales pour le Food Service.

Pour aller plus loin et **guider nos consommateurs vers des choix de repas** répondant à la fois à ces critères nutritionnels et environnementaux, nous élaborons actuellement une charte dédiée. Nous avons pour cela initié un travail visant à mieux comprendre l'impact nutritionnel et environnemental de nos produits, qu'ils soient consommés seuls, combinés entre eux ou avec d'autres ingrédients ou aliments. Cette base de connaissance de plus de 800 possibilités nous permettra d'identifier et de créer des combinaisons qui allient plaisir, équilibre nutritionnel et faible impact environnemental. **En découleront des recettes et des astuces que nous partagerons avec nos consommateurs d'ici à 2025.**

Les pâtes ou graines de couscous c'est :



ET C'EST  
TOUT !



*Chez Panzani, l'innovation au service de la transition alimentaire est au cœur de notre stratégie. Nous croyons fermement qu'il faut dès à présent proposer aux consommateurs des solutions pour les accompagner vers une alimentation plus durable. La création de notre charte nutritionnelle et environnementale s'inscrit parfaitement dans cette volonté.*

*Nous sommes déterminés à jouer un rôle actif dans l'accompagnement des consommateurs vers des pratiques alimentaires responsables, leur offrant ainsi des options qui allient plaisir, qualité et respect de l'environnement.*

**Audrey Luc,**  
Directrice Communication & Affaires Publiques, Panzani

**Astrid Chappellaz,**  
Responsable Recherche & Développement Sauces, Panzani

# Oui



**AU MEILLEUR  
POUR BIEN VIVRE  
ENSEMBLE**



**Avec 819 collaborateurs répartis sur 7 sites dans toute la France, nous formons un collectif humain et passionné, uni par une vision commune. Nous voulons faire de notre entreprise un acteur responsable qui contribue au bien-être de tous, en particulier de nos collaborateurs, qui donnent chaque jour le meilleur, et de nos consommateurs, qui nous renouvellent leur confiance à chaque achat.**

Agir pour des conditions de travail de qualité, le bien-être de nos collaborateurs et leur développement continu, ainsi que pour la pérennisation de nos savoir-faire est donc un enjeu essentiel. Notre engagement citoyen est aussi un guide. C'est pourquoi, nous mettons en place des dispositifs permettant à nos collaborateurs de s'engager à nos côtés tout en renforçant notre empreinte positive sur la société.

Car chez Panzani, nous en sommes convaincus : c'est ensemble que nous œuvrons pour un avenir meilleur !

## NOS OBJECTIFS

Travailler à réduire les accidents sur les sites de production :

**Diviser par 4 le taux de fréquence<sup>1</sup> avec arrêt**

(vs 2022, soit un TF < 5)<sup>2</sup>

**HORIZON 2026**

Faire progresser chaque jour l'engagement de nos collaborateurs :



**Atteindre 8,5/10<sup>3</sup> en note d'engagement**

**HORIZON 2026**

**Notre contribution aux objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU**



1. Le taux de fréquence est le rapport entre le nombre total d'accidents (sur le lieu du travail) ayant entraîné la mort ou une incapacité totale d'un jour au moins (hors jour de l'accident) et le nombre d'heures d'exposition au risque, multiplié par 1 000 000 (afin d'obtenir des chiffres exploitables). 2. Taux de fréquence avec arrêt en 2022 : 26. 3. Via baromètre Pulse, outil de mesure qui évalue la performance, la satisfaction et le bien-être des collaborateurs au sein des entreprises.





## Engagement #1



# METTRE EN PLACE DES CONDITIONS DE TRAVAIL TOUJOURS PLUS RESPONSABLES

## #1.1 Préserver la santé et la sécurité de nos collaborateurs

La sécurité de nos collaborateurs est une priorité absolue. Nous avons la volonté de réduire drastiquement le nombre d'accidents du travail. Dans cette optique, une nouvelle organisation axée sur la sécurité est en cours de déploiement sur l'ensemble des sites Panzani au cours de l'année 2024.

Différentes actions sont d'ores et déjà en place. Tout d'abord, nous modernisons nos installations en investissant spécifiquement pour la sécurité de nos collaborateurs. Ensuite, nous mettons en place de nouveaux process, comme les visites sécurité annuelles effectuées par des membres du Comex et le développement de formations en santé et sécurité au travail (SST) adaptées aux besoins de nos collaborateurs. Des journées de sensibilisation ainsi que des ateliers sur sites sont également organisés afin de sensibiliser l'ensemble de notre personnel aux bonnes pratiques en matière de sécurité.

La santé et la sécurité passent aussi par la prévention. C'est un chantier que nous avons débuté en 2023, avec la perspective de la signature d'un nouvel accord triennal de pénibilité pour la période 2024-2026. Des interventions régulières d'assistantes sociales, d'infirmières, d'ergonomes et d'ostéopathes ont eu lieu sur différents sites.

### INDICATEURS 2023

**12%**  
des collaborateurs Panzani ont reçu une formation SST

**27 accidents recensés**  
dont 19 entraînant un arrêt de travail d'au moins un jour :

- **-40%** (vs 2022) sur notre taux de fréquence avec arrêt actuellement de 15,2
- **-20%** (vs 2022) sur notre taux de gravité<sup>1</sup>, actuellement à 1,8

### OBJECTIF 2025

**Diviser par 4**  
le taux de fréquence avec arrêt (vs 2022<sup>2</sup>)



## 2023 : inauguration de notre nouveau siège social

L'année 2023 a été marquée par l'aménagement de notre nouveau siège social à Lyon, nommé « Le Moulin », un nom choisi par les collaborateurs en hommage à notre savoir-faire de semoulier-pâtisier. Ce tout nouvel espace propice à la collaboration transversale et au bien-être des équipes a été conçu en concertation avec nos collaborateurs, avec notamment pour objectifs de respecter les différents modes de travail

et de prendre en compte l'impact environnemental du bâtiment. Nous avons ainsi obtenu le niveau Silver de la certification BREEAM<sup>3</sup>. De plus, nous avons fait le choix d'un site dont l'accès aux transports en commun ou aux mobilités douces est facilité, afin de favoriser des modes de déplacement durables.

Les lieux de travail et de vie de nos sites industriels ont également bénéficié d'une modernisation importante, avec un investissement significatif de 1,2 million d'euros.

## #1.2 Agir en faveur du bien-être au travail

Chez Panzani, agir en faveur du bien-être au travail c'est avant tout accompagner nos collaborateurs au quotidien avec des actions concrètes et adaptées à leurs besoins. Ce sont par exemple des jours de télétravail additionnels pour les personnes arrivant en fin de carrière, l'aménagement du temps de travail pour des postes exposés aux risques ou encore un soutien, notamment par la mise à disposition d'informations utiles via des guides thématiques, à certains moments charnières de la vie comme l'arrivée d'un enfant ou la préparation de la retraite.

Nous organisons également des événements conviviaux tels que des manifestations sportives (équipe de football sur le site de La Montre, participation à la course « Run in Lyon » pour 45 collaborateurs du siège...) ou des journées des familles permettant aux collaborateurs de faire découvrir l'entreprise à leurs proches. Après le siège en 2023, un événement de ce type sera organisé à La Montre et à Nanterre en 2024.

### Actions concrètes

Nous avons entrepris en 2023 une rénovation complète de l'infirmier, des bureaux de l'assistante sociale, et du CRECERPAL sur le site de Saint-Just. Les travaux de rénovation sur tous nos sites industriels se poursuivront en 2024.



*Nous sommes convaincus que pour développer l'engagement et le bien-être des collaborateurs et citoyens, il faut :*

- offrir de bonnes conditions et un cadre de travail de qualité, qui s'adaptent aux évolutions actuelles ainsi qu'aux exigences de sécurité de tous ;
- développer nos talents et sécuriser nos savoir-faire, notamment de semoulier-pâtier, pour la souveraineté de la filière blé dur et pâtes ;
- favoriser l'engagement citoyen du plus grand nombre et faire de nos collaborateurs des ambassadeurs au quotidien.

**Jérémy Mailly,**  
Directeur des Ressources Humaines,  
Panzani

### EFFECTIFS

**819** CDD, CDI et alternances

au 31 décembre 2023, soit une augmentation d'environ 7% vs l'effectif global fin 2022

Dont **725** en CDI

au 31 décembre 2023, soit une augmentation d'environ 7% vs l'effectif total en CDI fin 2022

## #1.3 Mettre en place un dialogue social de qualité

En 2023, de nouvelles élections professionnelles ont été organisées dans tous les sites, ce qui a donné lieu à un dialogue social renouvelé avec **près de 90 rencontres**, qui ont permis soit de partager de l'information (CSE, CSSCT<sup>4</sup>), soit de négocier des accords.

Pour favoriser et entretenir ce dialogue social, Panzani a initié en 2023, et continuera en 2024, la formation aux dynamiques sociales des acteurs clés tels que les présidents d'instances, les représentants du personnel et les équipes RH. Ces formations sont l'occasion d'approfondir des sujets d'animation des réunions, d'amélioration des conditions de travail et de gestion des relations humaines.

Dans le cadre des dernières négociations, Panzani a signé avec les partenaires sociaux plusieurs accords. Certains concernent l'ensemble de l'entreprise – accord sur les salaires, accord d'intéressement, accord sur la composition des instances représentatives du personnel (IRP) – ; d'autres concernent spécifiquement les sites de production – accord de suppléance, accord d'astreinte, accord sur les primes transports.

À titre d'illustration, en dehors des négociations usuelles, les élus ont activement participé à des projets structurants, comme le déménagement du siège social, les moyens de lancement d'une nouvelle catégorie de produits en 2024 ou l'aménagement des RTT en vue de l'optimisation des capacités de production à La Montre.

1. Le taux de gravité est le rapport entre le nombre de journées perdues par incapacité temporaire sur les heures travaillées multiplié par 1 000. 2. Taux de fréquence avec arrêt en 2022 : 26. 3. La certification BREEAM évalue la performance environnementale d'un bâtiment en tenant compte de plusieurs critères, tels que la consommation d'énergie, la gestion de l'eau, les émissions de gaz à effet de serre, la qualité de l'air intérieur, l'utilisation de matériaux durables et la gestion des déchets. 4. Comité social et économique & Commission santé, sécurité et conditions de travail.



## FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS COLLABORATEURS ET LA PÉRENNISATION DE NOS SAVOIR-FAIRE

### Développement des compétences

La formation est un facteur clé pour développer et accompagner nos talents, les fidéliser et renforcer leur employabilité.

En 2023, la priorité a été donnée aux thématiques de la sécurité et du développement personnel.

En 2024, nous procéderons à une refonte de notre programme de formations afin de répondre à la fois aux besoins identifiés par les managers et les équipes, et aux objectifs de notre stratégie, tout en tenant compte de notre culture d'entreprise et des évolutions de nos métiers. Le programme qui en découlera mettra l'accent sur les formations métiers et sur celles visant plus d'efficacité professionnelle, comme celles sur la gestion de projet ou un parcours spécifique pour les managers.

En parallèle, nous souhaitons mettre en place des parcours de mobilité interne, par exemple au sein de la Direction Industrielle, des équipes Marketing et Commerciales. Des tronc communs seront donc développés, avec des modules optionnels, afin d'inscrire chaque collaborateur dans des mises en situation en fonction de son domaine de compétences.

Nous veillons également à organiser des moments d'échange entre les managers et les collaborateurs, afin que chacun puisse s'exprimer, notamment sur son développement au sein de Panzani et ses besoins en matière de formation pour les mois à venir. Des sujets systématiquement abordés lors de l'entretien de développement qui a lieu chaque année pendant la période estivale.

#### INDICATEURS 2023

11 certificats de qualification professionnelle

+ 44,5%  
d'heures de formation (versus 2022),  
ce qui correspond à 14 055 heures



*Dans chacun de nos sites industriels, la compétence et l'expertise de nos collaborateurs sont valorisées par la mise en place de certificats de qualification professionnelle (CQP).*



### Sécuriser notre savoir-faire

En 2023, nous avons lancé un groupe de travail dédié à renforcer et développer nos formations sur nos savoir-faire essentiels, tels que ceux liés à la semoulerie et aux métiers de pastier.

Parallèlement, nous avons entrepris l'identification et le suivi des rôles à compétences uniques (RCU) afin de garantir la transmission sécurisée de ces savoir-faire. Ce processus de suivi vise à anticiper les départs en retraite et à assurer la continuité des compétences clés au sein de l'entreprise.



## Engagement #3



# PROMOUVOIR L'ENGAGEMENT DE NOS COLLABORATEURS

## #3.1 Encourager une culture du feedback !

Après une première année pilote en 2022, l'année 2023 a vu la mise en place de Pulse, un baromètre destiné à mesurer l'engagement de nos collaborateurs<sup>1</sup>. Cette initiative permet de ritualiser l'écoute des collaborateurs et de déployer des plans d'actions adaptés.

Les résultats de l'année pilote 2022 et de cette année 2023 de mise en œuvre ont montré une nette évolution positive : notre taux de participation a augmenté de 5 points et notre note d'engagement de 1,3 point à périmètre comparable. Aussi, la note d'engagement de cette première édition (post-année pilote) a été de 7,9/10, avec un taux de participation de 54 %.

### OBJECTIF 2026

Faire progresser chaque jour l'engagement de nos collaborateurs :  
**Atteindre 8,5/10**



<sup>1</sup>. Outil de mesure qui évalue la performance, la satisfaction et le bien-être des collaborateurs au sein des entreprises.

En 2023, nous avons également lancé un outil de développement appelé « Feedback 360 », qui sera proposé à l'ensemble de nos managers. Le principe de cet outil, administré via une plateforme digitale, consiste en un questionnaire personnalisé pour Panzani ainsi qu'un débriefing individuel réalisé par un coach, offrant ainsi à nos managers l'opportunité d'acquérir des compétences essentielles en matière de leadership et de gestion d'équipes.

En 2023, cet outil a été testé par les membres du Comex. En 2024, il sera mis en place pour l'ensemble de notre équipe de direction élargie, avant d'être déployé à l'ensemble des managers d'ici à 2026.



### #3.2 Promouvoir l'égalité femmes-hommes

Notre objectif est d'assurer une égalité de traitement en matière d'évolution professionnelle et une égalité salariale entre les femmes et les hommes pour un même niveau de responsabilités, de diplômes, de compétences et d'ancienneté. Pour cela, des indicateurs sont suivis par les instances de représentation du personnel et nous observons avec attention **notre index de l'égalité professionnelle femmes-hommes**.<sup>1</sup>

En 2024, Panzani a démarré une négociation sur l'égalité professionnelle avec ses élus, afin d'avoir un accord sur trois ans et ainsi formaliser des engagements et des moyens précis.

### #3.3 Promouvoir l'égalité des chances, pour tous

Enfin, nous accordons de l'importance à la nécessité de former les nouvelles générations, notamment en intégrant des jeunes via des contrats d'apprentissage en alternance. Au 31 décembre 2023, il y avait 55 personnes en alternance au sein de Panzani.

Également, nos recruteurs sont formés à la non-discrimination et s'assurent des bonnes pratiques en matière de recrutement.

#### INDICATEURS 2023

**< 8 %**  
de taux d'absentéisme<sup>2</sup>

**12,4 %**  
de taux d'attrition<sup>3</sup>  
(soit une réduction de 22,5 % vs 2022)

**86/100**  
d'index égalité femmes-hommes

**51,1 %**  
de manager femmes<sup>4</sup>  
au 31 décembre 2023

**45 %**  
de femmes au sein de l'EDE inclus Comex  
au 31 décembre 2023

**4,26 %**  
de collaborateurs en situation de handicap

1. L'index de l'égalité professionnelle est un outil visant à calculer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes dans l'entreprise. Il est obligatoire pour toute entreprise présentant au moins 50 salariés au cours de l'année écoulée. Il doit être publié chaque année, au plus tard le 1<sup>er</sup> mars. 2. Le taux d'absentéisme est un pourcentage qui se calcule grâce à une formule qui met en parallèle le nombre de jours d'absence (mois ou année) sur le nombre de jours de travail (mois ou année) que l'on multiplie par 100 dans le but d'avoir un pourcentage. 3. Le taux d'attrition est le nombre de sorties CDI cumulées sur l'année 2023 divisé par l'effectif CDI présent au 31/12/2022. 4. Pourcentage de femmes cadres sur l'effectif cadres total.



## AGIR POUR L'ENGAGEMENT CITOYEN

### #4.1 Tous ambassadeurs : « Oui, j'agis ! »

En 2023, nous avons lancé notre programme d'ambassadeurs « Oui, j'agis ! », qui a pour but de sensibiliser et mobiliser l'ensemble de nos collaborateurs aux enjeux environnementaux et sociétaux. Pour ce faire, nous avons rassemblé une équipe de « super-ambassadeurs » avec 13 ambassadeurs et 2 référents volontaires, présents dans chacun de nos sites. Ils y jouent un rôle essentiel de promotion des actions de l'entreprise auprès de leurs collègues.



Ce programme s'appuie sur une plateforme dédiée, « Vendredi »<sup>5</sup>, et des outils de communication internes permettant de partager avec nos collaborateurs des contenus thématiques autour de la RSE. Il se déploie selon des temps forts thématiques, qui permettent à chacun de s'impliquer concrètement et de devenir un porte-parole au sein de son cercle professionnel et personnel sur les sujets traités. Chaque temps fort

comprend un webinaire, des supports de communication tels que des posters et des brochures, des sessions de questions-réponses animées par nos ambassadeurs, ainsi que des quiz interactifs. Pour la première année du programme « Oui, j'agis ! » 2023-2024, 4 thématiques ont été programmées : Blé Responsable Français, Enjeux climat, Santé et Sécurité au travail, Nutrition et Alimentation durable. La première thématique a donné lieu à des animations au dernier trimestre 2023, les autres seront déployées courant 2024.

#### INDICATEURS 2023

**1/3** des collaborateurs éligibles se sont inscrits sur la plateforme Vendredi au lancement en 2023 et ont participé à au moins une action de sensibilisation (5 actions en moyenne par personne)

### #4.2 Promouvoir des actions de solidarité

Chez Panzani, nous nous engageons en faveur de la société en développant le mécénat de compétences : en 2024, Panzani va proposer à ses collaborateurs de s'engager en faveur d'une cause d'intérêt général. Un groupe de travail est en cours de constitution pour assurer la mise en place de cette initiative. Notre objectif est de dédier 500 jours au profit d'associations partenaires d'ici à 2026 et 1 000 jours d'ici à 2030.

#### INDICATEURS 2023

**130 t** de produits donnés aux associations, soit l'équivalent de 1,3 million de portions<sup>6</sup>

En parallèle, nous poursuivons nos engagements en faveur de la lutte contre la précarité alimentaire, une cause qui nous tient particulièrement à cœur :

- **engagement associatif historique** : depuis plus de dix ans, nous soutenons activement des organisations telles que le Secours populaire français, Les Restos du Cœur et d'autres associations venant en aide aux étudiants et aux populations en situation de précarité ;
- **opérations de partage et de sensibilisation lors de journées spéciales**. À titre d'exemple : l'opération « La Table Panzani », qui offrait 100 repas au Secours populaire français le 25 octobre 2023, la Journée mondiale des pâtes ;
- **des actions en faveur de l'anti-gaspillage**, notamment en prenant part à l'initiative « Too Good To Go » et « Pour nourrir demain », qui ont proposé 2 000 « colis anti-gaspi » à moitié prix, composés notamment avec des produits Panzani.

<sup>5</sup>. Une plateforme spécialisée pour favoriser l'engagement des collaborateurs.  
<sup>6</sup>. Équivalence calculée pour une portion de 100 g de pâtes par personne.

# TABLEAU DES INDICATEURS

Parties	Sous-parties	Indicateurs RSE			Unités	Formules de détermination de l'indicateur RSE & périmètre
		Définition	Données 2023	Objectif cible		
À PROPOS	Notre démarche RSE	Notation Ecovadis	65/100 (= mention silver)			
	PILIER 1 : OUI AU MEILLEUR POUR NOS FILIÈRES	Engagement #1 Accompagner la transformation de nos deux filières stratégiques : blé dur et tomate	[Blé] Blé dur sous charte Blé responsable Français (BRF) - Nature 1 et Nature 2	244 910t dont 90 100t de Nature 2	260 000t pour la récolte 2026 sur semis 2025 - 100% Nature 2 (soit 100% du blé dur nécessaire pour la production des pâtes Panzani fabriqués en France)	tonne
[Blé] Indicateur BRF : Nombre d'hectares de bandes ou jachères fleuries			327 hectares, soit 1,8% des surfaces de BRF (17 780ha)	1 000 hectares soit 2% env. des surfaces de BRF (soit 50 000ha)	hectares	
[Blé] Indicateur BRF : Nombre de nichoirs ou perchoirs			1 005 nichoirs ou perchoirs à oiseaux	5 000 nichoirs ou perchoirs à oiseaux	nichoirs/perchoirs	
[Blé] Indicateur BRF : Prime versée aux OS pour le blé dur sous charte BRF			20€/tonnes dont 60% min versé à l'agriculteur		€/tonnes	
[Blé] Indicateur BRF : Nombre d'agriculteurs engagés dans BRF			615 agriculteurs sur les 4 bassins de production	2 000 agriculteurs pour semis 2025	agriculteurs	
[Blé] Indicateur BRF : Nombre de clubs BRF menés			8 clubs BRF		clubs BRF	
[Blé] Indicateur BRF : Nombre d'agriculteurs formés lors de ces clubs			250 agriculteurs		agriculteurs	
[Tomate] Part des tomates en programme Tomate Responsable			essais pilotes	80% à horizon 2030	%	
[Tomate] Nombre de parcelles pilotes monitorées pour mesurer la consommation en eau			6 parcelles	Réduction la consommation d'eau d'irrigation de 5% d'ici 2030	parcelles	
[Tomate] Mise en place de couverts végétaux en intercultures			14 agriculteurs		agriculteurs	
[Tomate] Nombre de parcelles qui ont mis en place les couverts végétaux en intercultures		19 parcelles soit 69,5 ha		hectares		
[Tomate] Nombre d'agriculteurs qui ont mis en place de nouvelles stratégies de fertilisation		12 agriculteurs		agriculteurs		
[Tomate] Nombre de parcelles qui ont testé des stratégie de fertilisation		17 ha soit 1160t de tomates		hectares		
[Tomate] Part de tomates utilisées issues de la production française		6 000 tonnes	9 000 à 12 000 tonnes contractualisés à 2024	%		
Engagement #2 Achats responsables		Origine viande de bœuf française	2/3			
Engagement #3 Évaluation fournisseur (SEDEX)		Pourcentage du top 80 fournisseurs inscrits sur la plateforme SEDEX ou équivalent	57%	100% en 2024	%	
		Pourcentage du top 80 en cours d'inscription sur la plateforme SEDEX ou équivalent	25%		%	
PILIER 2 : OUI AU MEILLEUR POUR L'ENVIRONNEMENT	Engagement #1 Contribuer à l'atténuation du changement climatique	Émissions de gaz à effet de serre (GES) scope 1 et scope 2 Market-Based	19 013 teqCO2 (scope 1) 2 449 teqCO2 (scope 2)	- 47% (vs 2019) d'émissions de gaz à effets de serre (GES) sur les émissions directes (scope 1 & 2) à 2030	tCO2	
		Émissions de gaz à effet de serre (GES) scope 3	741 850 teqCO2	- 28% (vs 2019) d'émissions de GES sur les émissions indirectes qui correspondent à nos achats de matières premières, au transport,(scope 3) à 2030	tCO2	En excluant les émissions liées à l'utilisation de nos produits et aux déplacements des consommateurs vers les magasins, ces postes ayant été exclus de notre trajectoire sur recommandation du SBTi
		Taux de réduction des émissions de gaz à effet de serre sur amont blé dur (qui représente 43%)		10 à 15%	%	
		Volumes de blé dur sont acheminés par péniche dans le nord de la France	52%		%	
		Volumes de blé dur acheminés par le rail dans le sud de la France	42%		%	
		Réduction de GES permises aux consommateurs grâce à la cuisson passive	21%		%	Économies réalisées en cuisson passive (recommandation d'éteindre le feu à la moitié du temps de cuisson) comparées à un mode de cuisson classique de 10 minutes, phase d'ébullition de l'eau incluse
		Réduction de GES permises aux consommateurs grâce aux pâtes 3 minutes	30%		%	Économies comparées à des pâtes classiques soumises à un temps de cuisson de dix minutes, en utilisant une cuisinière au gaz naturel ou électrique, phase d'ébullition de l'eau incluse
	Engagement #3 Minimiser l'impact de nos sites de production	Consommation de gaz naturel sur l'ensemble de nos sites	101 368 152 kWh PCS		kWh PCS	
		Part de la consommation de gaz naturel sur les 3 sites de transformation (la Montre, Nanterre, Vitrolles)	97%		%	
		Réduction de la consommation de gaz naturel	8% (versus 2021)		%	
	Consommation d'électricité sur l'ensemble de nos sites	72 151 816 kWh		kWh		

Parties	Sous-parties	Indicateurs RSE			Unités	Formules de détermination de l'indicateur RSE & périmètre
		Définition	Données 2023	Objectif cible		
		Consommation d'eau totale sur l'ensemble de nos sites	163 398 m <sup>3</sup>		m <sup>3</sup>	Consommation d'eau de nos six sites industriels (3 semouleries et 3 usines de transformation de pâtes et grains de couscous, en excluant le siège, les entrepôts logistiques et les labos R&D)
		Consommation d'eau de process dans les moulins	90 %		%	
		Consommation d'eau totale dans nos usines de pâtes.	Entre 65 et 75 %		%	
		Réduction de la consommation d'eau globale des usines de pâtes et couscous	11 000m <sup>3</sup> en 2024 et 19 500 m <sup>3</sup> en 2025		m <sup>3</sup>	
		Poids total des déchets	5063t		tonne	
		Part des déchets mis en filière de valorisation	85 %	95 % d'ici 2023	%	
		Poids des co-produits des moulins et semouleries valorisés	114 999t		tonne	
	Engagement #4 S'inscrire dans un modèle circulaire pour nos emballages	Épaisseurs des sachets de pâtes	45µm	40µm en 2024	µm	
		Intégration de matière recyclée dans le film PP		Essais avec 20% de rPP en 2024	%	
		Part des emballages recyclables en poids	94 %	100 % en 2025 conformément à la loi AGECE	%	Poids des emballages recyclables sur poids total des emballages. Périmètre : déclaration éco emballage relative aux emballages ménagers mis sur le marché français en 2023 (données CITEO)
PILIER 3 : OUI AU MEILLEUR DANS L'ASSIETTE	Engagement #1 Proposer des produits bons, équilibrés et accessibles	Produits en Nutri-Score A ou B	90,90 %	> 95 % en 2026	%	Nombre de produits Panzani en Nutri-Score A et B / nombre de produits Panzani totaux *100
	PILIER 4 : OUI AU MEILLEUR POUR LE BIEN VIVRE ENSEMBLE	Introduction	Effectif global (CDD, CDI et alternances)	819 au 31 décembre 2023		collaborateurs
Effectif total en CDI			725 au 31 décembre 2023		collaborateurs	Salariés en CDI + CDI ayant contracté un congé sabbatique : Ouvriers + Employés + Maîtrises + Cadres. Exclusion : apprentissages, alternance, stagiaire.
Engagement #1 Mettre en place des conditions de travail toujours plus responsables		Collaborateurs Panzani ayant reçu une formation SST	12 %		%	Tout salarié en contrat CDI + CDD + Apprentissage. Exclusion : intérimaires, prestataires, stagiaires
		Nombre d'accidents recensés dont ceux entraînant un arrêt de travail d'au moins un jour	30 accidents recensés dont 19 entraînant un arrêt de travail d'au moins un jour		accidents	
		Diminution du taux de gravité	-20% (vs 2022) sur notre taux de gravité, actuellement à 1,8			Nombre de journées perdues par incapacité temporaire sur les heures travaillées multiplié par 1 000
		Diminution du taux de fréquence avec arrêt	Diminution de 40% (versus 2022) sur notre taux de fréquence actuellement de 15,2	Diviser par 4 ce taux d'ici 2026		Nombre total d'accidents du travail déclarés x 1 000 000 / Total d'heures travaillées retirer
		Certification BREEAM	Silver			
Engagement #2 Favoriser le développement de nos collaborateurs et la pérennisation de nos savoir-faire		Nombre de certificats de qualification professionnelle	11 certificats de qualification professionnelle		certificats	
		Augmentation des heures de formations des salariés	Augmentation de 44,5% d'heures de formations (versus 2022) ce qui correspond à 14,055 heures		%	
Engagement #3 Promouvoir l'engagement de nos salariés		Note d'engagement des collaborateurs PULSE	Note de 7,9/10 baromètre Pulse avec un taux de participation de 54 %	Atteindre une note de 8,5/10 en 2026	%	
		Effectif total en alternance	55 CDD alternants au 31 décembre 2023	contrats d'alternances	collaborateurs	
		Taux d'absentéisme	Inférieur à 8 %		%	Tout salarié en contrat CDI + CDD + Apprentissage. Exclusion: intérimaires, prestataires, stagiaires Pourcentage qui se calcule grâce à une formule qui met en parallèle le nombre de jours d'absence (mois ou année) sur le nombre de jours de travail (mois ou année) que l'on multiplie par 100 dans le but d'avoir un pourcentage
		Taux d'attrition	12,4 % (soit une réduction de 22,5% versus 2022)		%	Tout salarié en contrat CDI + CDD + Apprentissage. Exclusion: intérimaires, prestataires, stagiaires Le taux d'attrition est le nombre de sorties CDI cumulées sur l'année 2023 divisé par l'effectif CDI présent au 31/12/2022
		Index égalité femmes/hommes	86/100		%	
		Part de managers femmes	51,1 % au 31 décembre 2023		%	Effectif femmes cadres/Effectif cadres total (en %)
	Pourcentage de femmes au sein de l'EDE et Comex	45 % au 31 décembre 2023		%		
	Collaborateurs en situation de handicap	4,26 %		%		
	Engagement #4 Promouvoir l'engagement de nos collaborateurs	Collaborateurs inscrits sur la plateforme Vendredi	1/3 des collaborateurs		collaborateurs	
		Dons réalisés aux associations	130 tonnes de produits soit l'équivalent de 1,3 millions de portions		tonne	

# PÉRIMÈTRE DE REPORTING RSE

Le présent document fournit des informations spécifiques sur la performance extra-financière de Panzani. Basé sur une démarche volontaire, ce rapport annuel RSE présente ainsi la stratégie et les actions menées par Panzani en matière de développement durable sur toutes les activités faisant partie du périmètre Groupe Panzani consolidé pour la période du 1<sup>er</sup> janvier 2023 au 31 décembre 2023, correspondant à l'exercice fiscal de l'entreprise. Sont exclues, les activités des filiales internationales car jugées non matérielles<sup>1</sup> (Panzani Asia, Panzani Pasta Romania, Panzani West Africa). Dans le cas où un indicateur présenté dans ce rapport couvre un périmètre différent, ce dernier est précisé par une note de bas de page.

Est également intégrée à ce rapport une matrice de matérialité d'impact présentant les incidences matérielles et significatives de Panzani sur l'environnement et la société. Cette première étape vise à préparer la réalisation d'une matrice de double matérialité.

En complément de ce rapport, les parties prenantes intéressées peuvent consulter le site internet du Groupe Panzani : <https://www.groupe-panzani.fr/nos-engagements>

# MÉTHODOLOGIE DE REPORTING RSE

Les indicateurs retenus par Panzani afin de mesurer sa performance 2023 en matière de développement durable couvrent les thèmes sociaux, environnementaux et de gouvernance, ainsi que les enjeux couverts par les ESRS<sup>2</sup>, tels que définis dans les Actes délégués complétant la directive 2013/34/UE du Parlement européen et du Conseil de l'Europe en ce qui concerne les normes d'information en matière de durabilité<sup>3</sup>, et évalués par Panzani comme matériels, à la suite de l'analyse de matérialité d'impact.

Une sélection d'indicateurs évalués comme particulièrement matériels au regard du secteur d'activité de Panzani et de ses enjeux RSE a fait l'objet d'une vérification par un organisme tiers indépendant (OTI), le cabinet Ernst & Young (EY).

Panzani travaille avec le cabinet EcoAct depuis 2019 pour mesurer et identifier les leviers de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre (GES)<sup>4</sup>.

À l'issue de ces travaux de vérification, le cabinet EY a émis un avis d'assurance modérée sur la conformité et la sincérité de cette sélection d'indicateurs publiés dans le présent rapport.

1. Représentant moins de 2 % du chiffre d'affaires du périmètre groupe précité. 2. Les European Sustainability Reporting Standards (ESRS) sont un ensemble de normes élaborées par l'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) pour guider les entreprises européennes dans la production de rapports de durabilité et de responsabilité environnementale, sociale et de gouvernance (ESG). 3. La Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) est une directive de l'Union européenne visant à améliorer et à étendre les exigences de reporting de durabilité des entreprises. Elle remplace et renforce la Non-Financial Reporting Directive (NFRD) de 2014. 4. Les émissions de GES des scopes 1, 2 et 3 sont définies en p. 41-42.

# REMERCIEMENTS

Nous remercions l'ensemble des contributeurs de notre rapport de responsabilité sociale d'entreprise.

Rédaction, conception et réalisation : LinkUp

# **Rapport d'assurance limitée du vérificateur indépendant sur les Informations présentées dans le rapport RSE pour l'exercice clos le 31 décembre 2023**

## **Au Président,**

Conformément à la mission qui nous a été confiée par la direction, nous avons réalisé une mission d'assurance limitée sur les informations extra-financières (ci-après les « Informations »), préparées au regard des procédures de l'Entité (ci-après le « Référentiel »), présentées dans le Rapport RSE (ci-après la « Déclaration ») pour l'exercice clos le 31 décembre 2023.

## **Conclusion sous forme d'assurance limitée**

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux » et des éléments probants que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause le fait que les Informations ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.

## **Préparation des Informations**

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont disponibles dans la Déclaration, à la colonne « Formules de détermination de l'indicateur RSE & périmètre » du tableau constituant le chapitre « Tableau des indicateurs ».

## **Limites inhérentes à la préparation des Informations**

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement.

## **Responsabilité de l'Entité**

Il appartient à la direction de l'Entité de :

- sélectionner ou établir des critères appropriés pour préparer les Informations ;
- préparer des Informations conformément au Référentiel ;
- concevoir, mettre en place et maintenir le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

## **Responsabilité du vérificateur indépendant**

Il nous appartient :

- de planifier et réaliser la mission de façon à obtenir l'assurance limitée que les Informations ne comportent pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs ;
- d'exprimer une conclusion indépendante sur la base des éléments probants que nous avons obtenus ;
- de communiquer notre conclusion au président de Panzani.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation des dites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur :

le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;  
la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

### **Normes professionnelles appliquées**

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément à la norme internationale ISAE 3000 (révisée) - *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information* publiée par l'IAASB (*International Auditing and Assurance Standards Board*).

### **Indépendance et contrôle qualité**

Notre indépendance est définie par le Code d'éthique de l'IESBA (*International Code of Ethics for Professional Accountants (including Independence Standards)*).

Par ailleurs, nous appliquons la norme International Standard on Quality Management 1 qui implique de définir et mettre en place un système de contrôle qualité comprenant des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles et des textes légaux et réglementaires applicables.

### **Moyens et ressources**

Nos travaux ont mobilisé les compétences respectivement de cinq personnes et se sont déroulés entre février et juillet 2024.

### **Nature et étendue des travaux**

Nous avons planifié et réalisé nos travaux de manière à prendre en compte le risque d'anomalies significatives de nature à remettre en cause le fait que les Informations ont été établies conformément au Référentiel. Sur la base de notre jugement professionnel, nous avons notamment mis en œuvre les procédures suivantes :

- prendre connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- apprécier le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations ;
- consulter les sources documentaires utilisées et mener des entretiens auprès des personnes concernées afin d'analyser le déploiement et l'application du Référentiel ;
- mettre en œuvre des procédures analytiques sur les Informations et vérifier, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des Informations ;
- tester les Informations au niveau d'un échantillon d'entités représentatives que nous avons sélectionnées en fonction de leur activité, de leur contribution aux informations consolidées, de leur implantation et d'une analyse de risque ;
- mener des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures, et mettre en œuvre des tests de détail approfondis sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance limitée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable. En conséquence, le niveau d'assurance obtenu dans le cadre d'une mission d'assurance limitée est substantiellement inférieur à celui qui aurait été obtenu si une mission d'assurance raisonnable avait été réalisée.

Lyon, le 26 juillet 2024  
Le vérificateur indépendant  
EY & Associés  
Xavier Guillas

# Annexe 1

Informations considérées comme les plus importantes

<b>Informations sociales</b>	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
Effectif total (nombre) ; Effectif total en CDI (nombre) ; Part de managers femmes (%) ; Taux d'absentéisme (ratio) ; Taux de fréquence avec arrêt (ratio). Nombre d'accidents du travail avec arrêt de travail d'au moins un jour ;	Les résultats de la politique en matière de ressources humaines ; Les résultats de la politique en faveur de la santé et de la sécurité des employés.
<b>Informations environnementales</b>	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
Emissions de gaz à effet de serre (GES) scope 1 (teqCO <sub>2</sub> ) ; Emissions de gaz à effet de serre (GES) scope 2 Market-Based (teqCO <sub>2</sub> ) ; Emissions de gaz à effet de serre (GES) scope 3 (tCO <sub>2</sub> e) ; Consommation d'eau totale sur l'ensemble des sites (m <sup>3</sup> ) ; Part des emballages recyclables (%).	Les résultats de la politique en matière d'environnement.
<b>Informations sociétales</b>	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
Volume de blé dur sous charte Blé responsable Français (BRF) - Nature 1 et Nature 2 (tonne) ; Part des produits en <i>Nutri-Score</i> A ou B (%).	Les résultats de la politique en matière de responsabilité sociétale et de gouvernance ; Les résultats de la politique en faveur de la satisfaction des clients et des consommateurs ; Les résultats de la politique en matière d'approvisionnement et de production agricoles dits-durables, ainsi que de traçabilité.



**PANZANI**  
BIEN NOURRIR SÈME L'AVENIR

**Pour toutes informations  
complémentaires,  
vous pouvez contacter :**

**Audrey Luc**

Directrice Communication  
& Affaires Publiques  
[aluc@panzani.fr](mailto:aluc@panzani.fr)

**Cécile Renault**

Directrice R&D, Qualité et RSE  
[crenault@panzani.fr](mailto:crenault@panzani.fr)

**Elaine Desvaux**

Responsable RSE  
[edesvaux@panzani.fr](mailto:edesvaux@panzani.fr)