

PRÉSENTATION DE PANZANI ET DE SES ENGAGEMENTS RSE

Brochure basée sur le Rapport RSE 2024



PANZANI
BIEN NOURRIR SÈME L'AVENIR

En 2024, Panzani a présenté son premier Rapport RSE volontaire, l'opportunité pour notre entreprise leader des pâtes, sauces, couscous et semoules en France¹, de faire le point sur les différentes actions mises en place et les progrès accomplis.

Quelques mois plus tard, en septembre 2024, les démarches engagées par l'entreprise en matière de responsabilité sociale et environnementale ont été récompensées par la médaille EcoVadis Platinum, une distinction honorant le top 1 % des entreprises les plus responsables parmi toutes celles évaluées. Quelle fierté pour l'ensemble de nos collaborateurs !

Aujourd'hui, face aux défis sociaux et environnementaux auxquels la société est confrontée, Panzani réaffirme plus que jamais son ambition en faveur d'une alimentation plus équilibrée, durable et accessible à tous.

L'avenir, nous le construisons avec l'ensemble de nos 860 collaborateurs basés sur nos 7 sites en France, et en lien avec les filières agricoles françaises dont nous soutenons activement le développement (blé dur, tomate).

Cet ancrage national fort, et la présence de nos marques dans le quotidien des consommateurs depuis plusieurs générations, nous confèrent une volonté, celle de développer un modèle toujours plus vertueux.

Notre projet de transformation, nous le voulons collectif, et notre démarche de progrès, fédératrice : c'est avec l'ensemble de notre écosystème que nous souhaitons tracer la voie vers une alimentation plus durable.

Le rapport 2024 vient parfaitement illustrer nos avancées concrètes, comme :

- l'accélération des volumes de blé dur cultivés sous la charte « Blé Responsable Français » (voir p.22 du Rapport RSE),
- l'accompagnement de la relance de la filière tomate française (voir p.30),
- la poursuite de la trajectoire de réduction de l'empreinte carbone (voir p.38),
- des produits toujours meilleurs dans l'assiette, qui combinent intérêt nutritionnel et impact environnemental limité (voir p.56),
- des initiatives sociales pour le bien-être de tous, collaborateurs comme citoyens, notamment au travers d'actions de dons et de mécénats (voir p.71).

Avec cette nouvelle édition du Rapport RSE, et de nouvelles actions fortes comme celle d'adopter progressivement le logo Origin'Info pour sensibiliser les consommateurs à l'origine des ingrédients primaires de ses produits vendus en France, Panzani marque une nouvelle étape dans sa démarche de communication avec transparence auprès de ses consommateurs et parties prenantes afin de continuer à consolider un projet d'entreprise plus durable.



Albert MATHIEU
Président

QUI SOMMES-NOUS ?

Panzani, un collectif humain et passionné depuis plus de 70 ans

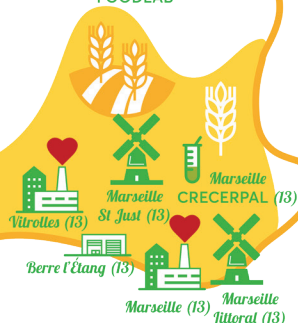
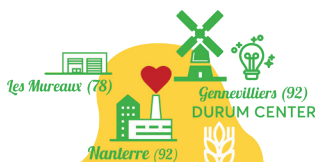
Panzani est une entreprise française à taille humaine qui rassemble **862 collaborateurs**, répartis sur **7 sites dans toute la France**. Chaque jour, nos équipes font vivre et perdurer le savoir-faire et l'expertise de notre fondateur, Jean Panzani. **Du champ à l'assiette**, nous donnons quotidiennement le meilleur pour que « **Bien nourrir sème l'avenir** ».

1950

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



4 bassins
d'approvisionnement
en blé dur



Nos marques emblématiques

Leader sur les marchés des pâtes, semoules, graines de couscous et sauces, Panzani compte, au sein de son portefeuille, **6 marques clés à forte notoriété** : Panzani, Ferrero, Zakia, Le Renard, Régia et Panzani Solutions, dédiée au BtoB et au Food Service².



NOTRE MISSION

Offrir à tous une alimentation responsable qui nourrit autant qu'elle réjouit.

Nous nous engageons à prendre soin de tous en proposant des produits essentiels, fédérateurs et accessibles.

La responsabilité au cœur de notre mission :
en 2024, Panzani a obtenu la médaille Ecovadis Platine³, nous plaçant dans le Top 1% des entreprises les plus performantes en matière de RSE parmi toutes celles évaluées.

PLATINUM Top 1%

ecovadis

Sustainability Rating

SEP 2024



Siège social Panzani



Usines :

- **Pâtes** : Marseille et Nanterre
- **Couscous** : Vitrolles



Semouleries :

Marseille Littoral,
Marseille Saint-Just,
Gennevilliers



Dépôts prestés :

Les Mureaux, Berre-l'Étang



Centre de Recherche :

Marseille CRECERPAL



Durum Center -

Centre d'innovation :
Gennevilliers



Foodlab - Atelier de développement des sauces :
Lyon

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

Nos ressources

HUMAIN

862 collaborateurs

(CDI + CDD + alternants) à fin décembre 2024

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** : 450 000 tonnes en moyenne par an,
soit environ un tiers de la production nationale¹

→ **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 %², mais aussi Ferrero, Zakia, Le Renard, Régia,
Panzani Solutions.

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 personnes³** 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

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 2024 France. 3. Comptant les CDI + CDD (hors alternants).

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 2024

RÉSULTATS FINANCIERS

571 millions € en 2024 de Chiffre d'Affaires sur le périmètre groupe consolidé, dont 17 % à l'international

396 000 tonnes de produits vendus sur le périmètre groupe consolidé, dont 24 % à l'international

PROGRÈS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIÉTAUX

- **Contribution à la souveraineté alimentaire de la France :** transformation de 75 %⁴ du blé dur français destiné à l'industrie française
- **Appui à la pérennisation de la filière blé dur française :** 267 283 tonnes sous cahier des charges Blé Responsable Français (Nature 1 et Nature 2⁵) en 2024, dont 133 125 tonnes de Nature 2
- **Note EcoVadis⁶ de 80/100 points** avec la mention **Platine en 2024**, top 1 % des entreprises évaluées par EcoVadis.
- **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 BREEAM⁷ Silver** sur notre nouveau siège, Le Moulin
- **Un résultat de 7,8/10 au baromètre Pulse⁸** destiné à mesurer l'engagement de nos collaborateurs
- **Dons à la société civile :** 428 tonnes de produits en dons aux associations, soit l'équivalent de 4.3 millions de portions⁹

4. Moyenne en fonction du bilan céréalier annuel de FranceAgriMer 2024, et des données du contrôle de gestion Panzani. 5. Voir p.22 du Rapport RSE - Engagement 1 : La charte Blé Responsable Français. 6. EcoVadis est une plateforme de notation de responsabilité sociétale 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. 7. 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. 8. Outil de mesure qui évalue la performance, la satisfaction et le bien-être des collaborateurs au sein des entreprises. 9. Équivalence calculée pour une portion de 100 g de pâtes par personne.

NOTRE DÉMARCHE RSE

Chez Panzani, nous croyons en une alimentation qui allie plaisir, qualité et responsabilité. Bien nourrir, c'est aussi s'efforcer de proposer des produits issus de filières engagées, contribuant à limiter l'impact sur l'environnement et respectant le travail des agriculteurs. Chaque jour, nous agissons pour accompagner la transition de nos filières agricoles, améliorer nos pratiques industrielles et réduire nos impacts, avec une conviction forte : le progrès se construit collectivement. En collaborant avec nos partenaires, en innovant et en restant à l'écoute des attentes des consommateurs, nous dessinons un avenir où l'alimentation durable¹ est une évidence. Notre ambition est claire : proposer des produits qui nourrissent autant qu'ils réjouissent, tout en contribuant à une alimentation et un monde plus vertueux.

Cécile Renault,
Directrice Qualité,
R&D et RSE



Les enjeux essentiels pour lesquels nous nous mobilisons :

- la souveraineté alimentaire française
- l'accessibilité
- la transition alimentaire et environnementale

Parce que les Français nous ont dit « oui » pendant des décennies, **aujourd'hui, c'est Panzani qui dit... « oui » à une alimentation responsable et joyeuse.**

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.



Les 4 piliers de notre démarche RSE :

Oui  **AU MEILLEUR POUR NOS FILIÈRES**

Oui  **AU MEILLEUR POUR L'ENVIRONNEMENT**

Oui  **AU MEILLEUR DANS L'ASSIETTE**

Oui  **AU MEILLEUR POUR BIEN VIVRE ENSEMBLE**

PLATINUM Top 1%

ecovadis

Sustainability Rating

SEP 2024

Pour mesurer la performance de sa stratégie RSE, Panzani a fait le choix de l'évaluation EcoVadis. En 2024, nous avons obtenu la note de 80/100 (+ 15 points par rapport à 2023), nous plaçant dans la catégorie Platine, Top 1 % des entreprises les plus performantes en RSE parmi l'ensemble des entreprises évaluées par EcoVadis. La même année, nous avons adhéré au Pacte Mondial de l'ONU, nous engageant à respecter et à promouvoir les 10 principes liés aux droits de l'homme, aux normes du travail, de l'environnement et à la lutte contre la corruption.

1. Les régimes alimentaires durables sont des régimes alimentaires ayant de faibles conséquences sur l'environnement, qui contribuent à la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi qu'à une vie saine pour les générations actuelles et futures. Les régimes alimentaires durables contribuent à protéger et à respecter la biodiversité et les écosystèmes, sont culturellement acceptables, économiquement équitables et accessibles, abordables, nutritionnellement sûrs et sains, et permettent d'optimiser les ressources naturelles et humaines (FAO, 2010)



AU MEILLEUR
POUR NOS FILIÈRES



De la qualité de nos matières premières dépend la qualité de nos semoules, de nos pâtes, de nos graines de couscous et de nos sauces. Nous accompagnons la transformation de ces filières agricoles vers une agriculture durable, avec nos deux filières stratégiques en tête : le blé dur et la tomate.

NOS OBJECTIFS



100 %
de Blé Responsable
Français^{1,2,3}

SEMIS 2025

80 %
de nos tomates en
programme responsable



HORIZON 2030

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 CRECERPAL⁴, nous collaborons main dans la main avec nos partenaires agricoles. Ce centre de recherche, au service de la filière blé dur française, a permis de faire évoluer la qualité des variétés de blé dur sélectionnées en France.

En tant que leader, nous transformons en moyenne 75 % du blé dur destiné à l'industrie

française⁵, nous avons établi des collaborations privilégiées avec l'ensemble de nos partenaires agricoles et des experts en agronomie. Ces engagements de longue date ont été concrétisés par la mise en place de notre charte Blé Responsable Français (BRF).

Dès 2016, avec nos partenaires, nous nous sommes investis dans une démarche long terme visant à interdire l'utilisation d'insecticides lors du stockage du blé dur dans les silos des agriculteurs et des organismes stockeurs. En 2021, la Charte a été renforcée par un programme global pour

développer des pratiques agricoles durables. En 2024, elle a été reconnue par la Sustainable Agriculture Initiative (SAI)⁶ comme alignée sur son contenu avec son référentiel Farm Sustainability Assessment (FSA)⁷, au niveau Silver.

Tous les blés issus de cette démarche sont tracés, ce qui constitue un gage de transparence et de fiabilité. L'objectif est ainsi de répondre à deux enjeux majeurs : la préservation de la biodiversité et la lutte contre le changement climatique.



Aujourd'hui nous utilisons
100 % de blé français,
pour la fabrication de nos
pâtes en France

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. 3. 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. 4. Centre de Recherche et d'Étude sur les Céréales et les Pâtes Alimentaires. 5. Moyenne en fonction du bilan céréalier annuel de FranceAgriMer 2023, et des données du contrôle de gestion Panzani. 6. La Sustainable Agriculture Initiative (SAI) Platform est un organisme à but non lucratif qui rassemble plus de 190 membres du secteur agro-alimentaire (des petites coopératives agricoles aux grandes multinationales) et dont le but est de faciliter le partage de connaissances et de pratiques pour soutenir le développement et la mise en œuvre d'une agriculture durable. 7. Le référentiel FSA évalue la durabilité des exploitations agricoles. Il a été pensé pour améliorer les pratiques sociales, environnementales, économiques et de gestion globale de ces exploitations.

LES 3 ENGAGEMENTS DE LA CHARTE BLÉ RESPONSABLE FRANÇAIS



N°1 : SÉLECTIONNER UN BLÉ DUR 100 % FRANÇAIS¹

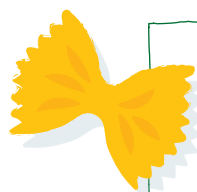
Notre blé dur provient de 4 bassins de production en France, à proximité de nos sites de transformation. Il provient ainsi d'environ 50 000 hectares², situés entre 50 et 400 kilomètres environ de nos moulins³. Le choix d'utiliser du blé dur 100 % français découle d'une double volonté : garantir la qualité de nos pâtes et soutenir la filière de blé dur française.



N°2 : RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE LA CULTURE DU BLÉ DUR

Le travail mené avec nos partenaires repose sur 2 axes majeurs :

- ➔ **Promouvoir l'usage raisonné des intrants : le bon produit, à la bonne dose, au bon moment.** Nos partenaires agricoles mènent un travail de réduction des indicateurs de fréquence de traitements phytosanitaires (IFT), avec pour objectif de réduire au maximum 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.
- ➔ **Préserver la faune et la flore locales**, grâce à l'installation de bandes ou jachères fleuries et de nichoirs à oiseaux favorisant ainsi la protection naturelle des cultures et de la biodiversité.



En 2024 : 548 ha de bandes ou jachères fleuries et 1 404 nichoirs présents.

Objectifs semis 2025 : 1000 ha de bandes ou jachères fleuries et 5000 nichoirs.



N°3 : SOUTENIR ET PRÉPARER L'AVENIR DE LA FILIÈRE BLÉ DUR

Nous travaillons avec nos coopératives et nos partenaires sur cet enjeu majeur. Cela passe par un appui financier, via des contrats pluriannuels et des primes incitatives et par un soutien technique pour envisager l'avenir, à travers des expérimentations agronomiques et des formations spécifiques (les clubs Blé Responsable Français).

PRÉPARER LA FILIÈRE BLÉ DUR AUX RISQUES CLIMATIQUES

Pour anticiper les impacts du changement climatique sur la filière blé dur, Panzani a mené en 2024⁴ une analyse approfondie qui nous enseigne que :

- ➔ Le changement climatique devrait impacter à terme tous les bassins de production français auprès desquels Panzani s'approvisionne (baisse globale de la pluviométrie, épisodes d'excès d'eau post-semis et de sécheresses au printemps, températures élevées...).
- ➔ Bien que chacun des bassins de production soit impacté différemment par les aléas climatiques, tous nos bassins actuels d'approvisionnement vont faire face à un déficit hydrique croissant pouvant affecter le rendement et la qualité du blé dur.

Pour sécuriser l'approvisionnement en blé dur français face à ces risques, plusieurs leviers sont déployés :

- ➔ La mise en place de projets visant à **adapter la culture de blé dur à ces conditions futures**, comme le programme RESILDUR dans la région sud-est piloté par Arvalis⁵ en partenariat avec les organismes stockeurs de la région et Panzani. Il vise à identifier les leviers d'adaptation aux stress thermique/hydrique et aux enjeux de la décarbonation de la culture du blé dur.
- ➔ Le **plan de souveraineté nationale blé dur** auquel Panzani a participé, aux côtés des acteurs de la filière française de blé dur, représentés par le SIFPAF⁶ et par Intercéréales, et **signé par le Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire** lors du Salon International de l'Agriculture 2024. Ce plan comporte 3 volets : la sécurisation par la mise en place de mécanismes assurantiels ; la décarbonation par la recherche variétale et l'agronomie ; et des programmes de recherche et développement pour créer le matériel végétal de demain.



1. Pour les pâtes Panzani fabriquées en France. 2. 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. 3. Selon les années et les conditions climatiques, la distance peut être étendue jusqu'à 850 kilomètres. 4. Étude menée avec l'appui du cabinet d'expertise-conseil en agroenvironnement Agrosolutions. 5. Arvalis-Institut du végétal. 6. Syndicat des Industriels Fabricants de Pâtes Alimentaires de France.

#1.2

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

95 % de nos références de sauces contiennent de la tomate ! Nous choisissons des tomates cultivées en plein champ et récoltées à maturité en été, ce qui leur confère toute leur saveur. 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.



Définir les standards de la tomate responsable

Face aux défis climatiques, en 2024, nous avons poursuivi les essais sur le terrain conduits depuis 2017 sur 3 enjeux majeurs :

- 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.

Nous avons également mené une étude de vulnérabilité, qui confirme la nécessité d'une stratégie de diversification des origines géographiques de notre tomate. Nous renforçons ainsi notre approvisionnement en France et poursuivons notre engagement pour aller vers une tomate responsable et durable.

Ainsi Panzani engage une réflexion sur la création d'un socle commun pour une tomate responsable basé sur le référentiel Global Gap⁸, en concertation avec l'ensemble de ses fournisseurs partenaires. **L'objectif : définir des critères partagés pour une production plus durable et résiliente face aux défis climatiques.**

En parallèle, nous souhaitons développer nos approvisionnements en tomates françaises.

En 2024, nous avons utilisé environ 12 000 tonnes de tomates issues de la production française, soit le double de 2023.

En 2025, l'ambition de Panzani est de monter à 16 000 tonnes de tomates françaises contractualisées, soit une augmentation de 30 % couvrant un peu plus de 16 % de nos besoins.

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 1 100 000 t, et
de 100 000 t pour Panzani⁷.



Engagement #2

FAVORISER DES PRATIQUES RESPONSABLES POUR TOUTES NOS MATIÈRES PREMIÈRES

Depuis 2018, nous encadrons nos relations avec nos fournisseurs via une charte d'Achats Responsables.

En 2023, nous l'avons renforcée pour inclure des critères de transparence, d'approvisionnement responsable et de bien-être animal. En 2024, cette charte a été partagée à l'ensemble de nos fournisseurs représentant 80% de nos dépenses en matières premières, produits manufacturés et services stratégiques à notre activité (notamment le transport).

En complément, certaines matières premières sensibles font l'objet d'une attention toute particulière, comme la viande qui, bien que représentant une part relativement faible de nos achats 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 approvisionnons pas en dehors de l'Union européenne.

Engagement #3

S'APPUYER SUR L'ÉVALUATION SEDEX⁹ POUR NOS FOURNISSEURS

En complément de notre charte d'Achats Responsables, nous utilisons depuis 2020 la plateforme Sedex pour évaluer la performance environnementale, sociétale, éthique et de gouvernance de nos fournisseurs, via la base de données Sedex et l'audit SMETA¹⁰.

7. World production estimate of tomatoes for processing. 8. Ensemble de normes internationalement reconnues visant à garantir des bonnes pratiques agricoles. Créé en 1997 par des détaillants européens, la certification GLOBALG.A.P. couvre divers aspects de la production agricole, notamment la sécurité alimentaire, la durabilité environnementale et le bien-être des travailleurs. 9. 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. 10. SMETA est l'une des normes d'audit social qui reflète tous les aspects des pratiques commerciales responsables et éthiques.

Oui AU MEILLEUR POUR L'ENVIRONNEMENT



Chez Panzani, nous visons à réduire notre impact environnemental sur toute notre chaîne de valeur, en adaptant nos pratiques agricoles, en optimisant la gestion des ressources sur nos sites de production, et en favorisant le recyclage ainsi que de nouveaux modèles de distribution, comme le vrac ou le réemploi.

NOS OBJECTIFS

- 47 %
d'émissions de GES
sur les scopes 1 et 2'

(périmètre défini en p. 41
du Rapport RSE)

- 28 %
d'émissions de
GES sur le scope 3'

(périmètre défini en p. 41
du Rapport RSE)

100 %
d'emballage recyclable³

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

HORIZON 2030

HORIZON 2030

HORIZON 2025



En 2023, la Science Based Targets Initiative (SBT¹) a approuvé nos objectifs de réduction d'émissions de GES².

Engagement #1

CONTRIBUER À L'ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

1 Mesurer notre empreinte carbone

NOTRE EMPREINTE CARBONE 2024⁴

En 2024, les émissions totales de GES de Panzani représentent 671 732 teqCO₂, se répartissant de la sorte :

■ **scope 1** : 18 562 teqCO₂ ;
■ **scope 2** : 2 394 teqCO₂ ;
■ **scope 3** : 650 776 teqCO₂.

Scopes 1 & 2 = 3 %

Scope 3 =
97 %

Répartition des émissions de GES de Panzani en 2024

84 %

4 %

3 %

3 %

3 %

3 %

Produits et services achetés

Fret amont

Usines

Fret aval

Transformation
des
produits
vendus⁵

Fin de
vie des
produits
vendus

Autres^{***}

Dont achats de blé dur* = 49 % **
Dont achats de sauces = 28 % **

*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...



- 4 %
des émissions de GES
de Panzani entre 2023 et 2024

- 2 %
sur les scopes 1 et 2

Près de
- 4 % sur le scope 3

2 Réduire notre empreinte carbone

Les émissions de gaz à effet de serre ont baissé de 4% entre 2023 et 2024.

Nos actions de réduction se traduisent tout au long de notre chaîne de valeur, **de l'amont agricole aux transports, en passant par la gestion de notre énergie. Un exemple d'action concrète d'optimisation de nos transports** : notre participation à la **réhabilitation de la**

voie ferrée de Beaucaire a favorisé l'acheminement des volumes de blé dur, en réduisant les émissions de GES et en améliorant l'efficacité logistique. **Pour acheminer 1500 tonnes de blé dur, un seul train est nécessaire, alors qu'il faudrait 50 camions pour transporter le même volume par la route.**



Engagement #2

S'ADAPTER AUX CONSÉQUENCES DU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

Nous avons mené, en 2023 et 2024, une étude de vulnérabilité en collaboration avec Agrosolutions, afin **d'anticiper les risques climatiques** et leurs conséquences sur nos approvisionnements en blé dur et tomate. L'objectif est **d'adapter nos stratégies pour renforcer la résilience de nos filières** face aux évolutions climatiques.

L'étude a permis d'identifier les principaux risques climatiques affectant nos bassins de production et d'évaluer leur vulnérabilité. Ces risques ont également été croisés avec d'autres facteurs environnementaux, agronomiques, économiques, sociaux, sociétaux et réglementaires.

Enfin, une hiérarchisation des leviers d'adaptation a été réalisée pour chaque bassin de production. Ceux-ci sont détaillés dans notre Rapport RSE en p. 28-29 pour la filière blé dur et en p. 30-31 pour la filière tomate.

Engagement #3

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, tout en valorisant nos déchets et coproduits. Cela passe par une stratégie globale visant à **minimiser l'impact environnemental** lié à nos consommations d'énergie, en particulier sur nos sites de production.

Nos efforts se concentrent sur 3 axes clés :



Vers un système de management de l'énergie : depuis 2023, nous avons renforcé notre management énergétique, avec la mise en place d'un reporting mensuel et l'installation de capteurs pour suivre les consommations en temps réel, afin de **piloter efficacement notre performance énergétique.**



Réduire nos consommations d'eau : l'eau joue un rôle crucial dans la transformation du blé dur en semoule, puis de la semoule en pâtes et en graines de couscous. Cette « eau process » représente une grande partie de notre consommation. En parallèle, nous travaillons également à réduire l'usage de l'eau « non process ». Ainsi sur notre site de Nanterre, nous avons mis en place de nouveaux lave-moules moins consommateurs en eau, permettant une réduction de 11 % de notre consommation depuis 2023.



Valoriser nos déchets et coproduits : en éliminant 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.** 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. De plus, nos **activités génèrent des coproduits** (comme le son, à haute teneur en fibres et protéines, issu de la transformation des grains de blé dur), qui sont en totalité revalorisés par nos partenaires en **filière animale ou par l'industrie du petfood.**

Engagement #4

S'INSCRIRE DANS UN MODÈLE CIRCULAIRE POUR NOS EMBALLAGES

Chez Panzani, 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 AGEC).

Pour réduire nos emballages, nous travaillons depuis plusieurs années à affiner l'épaisseur de nos sachets de pâtes, à optimiser les dimensions de nos cartons et à simplifier le format de certains de nos emballages.



Actuellement, nos sachets de pâtes sont en plastique souple, polypropylène (PP). **L'analyse de cycle de vie (ACV)** réalisée démontre que **le film PP est, à date, l'emballage le plus optimisé, avec le score unique⁵ le moins impactant : 1,7 fois moins que son équivalence en étui carton** (voir le détail p. 49 du Rapport RSE).

Aujourd'hui, ce sont **94 % de nos emballages qui sont recyclables en poids** (verre, aluminium, carton, acier, etc.), les 6% restant concernent les emballages de nos sachets de pâtes. **Pour agir et atteindre l'objectif de 100 % d'emballages recyclables**, 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.**

Pour aller plus loin dans la circularité de nos emballages, nous explorons plusieurs pistes : l'intégration de 20 % de matière recyclée dans nos films PP ou encore le développement du vrac (voir le détail p. 51 du Rapport RSE).

1. Année de référence : 2019. 2. 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. 3. 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 AGEC), 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. 4. Méthodologie du GHG Protocol, approche market-based, exclusion des postes « utilisation des produits vendus » et « déplacement des consommateurs vers les magasins ». 5. 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.

Oui AU MEILLEUR DANS L'ASSIETTE



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

NOTRE OBJECTIF



> 95 %¹
de nos produits² en
Nutri-Score A ou B



HORIZON FIN 2026



Engagement #1

PROPOSER DES PRODUITS BONS, ÉQUILIBRÉS ET ACCESSIBLES

#1.1 Partenaire d'une alimentation équilibrée

Chez Panzani, nous travaillons continuellement à l'amélioration de la qualité nutritionnelle de nos produits. Depuis 2018, nous avons repensé 60 % des recettes de nos sauces pour réduire leur teneur en sucre et/ou en sel, sans en altérer le goût. Nos efforts se poursuivent et nous travaillons à ce que, en 2026, 95 % de nos produits soient en Nutri-Score A ou B. 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 classiques³, la gamme « Complètement Bon », avec plus de fibres ; ou encore la sauce Arrabbiata avec un Nutri-Score A et 100 % d'ingrédients d'origine naturelle. **Et en 2025, nous prévoyons le lancement d'une sauce bolognaise 100 % végétale et d'une sauce tomate cuisinée Ail & Oignon aux tomates françaises !**



Déjà 91,3 % de nos produits en Nutri-Score A ou B ou à fin 2024 !⁴

#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, durables et répondant aux critères de la loi EGAlim – bio, Haute Valeur Environnementale (HVE) et Label rouge-, tout en proposant des options pour menus végétariens. Nous collaborons aussi avec nos clients industriels pour leur offrir des solutions durables adaptées à leurs besoins.

#1.3 Répondre aux attentes des consommateurs en matière de transparence



Nous poursuivons notre démarche de transparence en adoptant progressivement le logo Origin'Info sur nos produits. Dès mai 2025, dix de nos références arboreront le logo Origin'Info en grandes et moyennes surfaces. Ces nouveaux emballages permettront d'identifier facilement l'origine des ingrédients primaires utilisés. Dans la continuité de notre engagement pour les filières françaises, cette initiative marque une nouvelle étape dans la sensibilisation des consommateurs à l'origine des produits agricole dans les produits finis.

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, Si Bon, Banzai Noodle, Le Renard, Zakia). 3. 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. 4. En prenant en compte le nouvel algorithme du Nutri-Score qui est effectif depuis Mars 2025 (publié au Journal officiel et est entré en vigueur le 16/03/2025). Références prises en compte : les produits type pâtes, sauces, couscous et céréales, plats cuisinés, où le Nutri-Score est affiché sur l'emballage et qui sont facturés en France sous les marques de Panzani (Panzani, Ferrero, Régia, Si Bon, Banzai Noodle, Le Renard, Zakia, Le Garde, Expert Gold, Mzia, Hadjila, Panzani+, Yasmina).

Engagement #2

ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT D'UNE ALIMENTATION PLUS DURABLE

Dans le cadre de notre stratégie RSE, et du pilier Oui au meilleur dans l'assiette, notre démarche est de rendre accessible une alimentation plus équilibrée⁵ et durable en réponse aux enjeux de l'alimentation de demain.



QUELLE PLAGE POUR LES PLATS DE PÂTES DANS L'ALIMENTATION DURABLE ?

En 2024, nous avons mené une étude scientifique, avec l'appui de 2 cabinets experts⁷ afin d'évaluer de manière croisée l'apport nutritionnel et l'impact environnemental de plats composés de nos pâtes et sauces de marque Panzani les plus consommés. Nous avons pu mettre en évidence que nos plats de pâtes et sauces Panzani peuvent constituer une solution cœur de repas intéressante dans le cadre d'une démarche contribuant à favoriser une alimentation plus durable.

Les conclusions clés à retenir :

75 % DES ASSIETTES PÂTES + SAUCES PANZANI NUTRI-SCORE A OU B



→ Nutri-Score B : même avec du fromage !⁸

UNE QUALITÉ NUTRITIONNELLE INTÉRESSANTE, QUI PEUT ÊTRE RENFORCÉE PAR L'AJOUT DE LÉGUMES OU DE LÉGUMINEUSES



DES ASSIETTES PÂTES + SAUCES PANZANI À L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL MODÉRÉ



→ Un impact 1,5x à 8x inférieur en comparaison d'autres plats du quotidien.

Par exemple un plat de pâtes à la sauce bolognaise a un impact environnemental 4 fois moindre qu'un steak-frites⁹.

UN APPORT EN PROTÉINES PROCHE DE CEUX D'UN PLAT INTÉGRANT DE LA VIANDE

En moyenne, les différentes combinaisons de pâtes Panzani étudiées dans l'étude scientifique présentent un taux de protéines compris entre **3,75 g et 5,47 g pour 100 g**, soit un niveau équivalent à celui d'un plat de riz au poulet (4,23g/100 g).



5. Une assiette est dite équilibrée lorsqu'elle respecte les proportions entre légumes, féculents complets et protéines, selon les repères nutritionnels de l'ANSES (2017), Avis relatif à la révision des repères alimentaires pour les adultes du futur PNNS, Saisine n°2016-SA-0238. 6. FAO, Biodiversité et régimes alimentaires durables, 2010. 7. Link Up et MS Nutrition. 8. 75 % des plats de pâtes étudiés sont Nutri-Score B, d'après l'étude scientifique menée par LinkUp et MS Nutrition sur 24 combinaisons de pâtes + sauces Panzani étudiées en 2024. 9. Score PEF (Product Environmental Footprint), indicateur européen d'évaluation de l'empreinte environnementale d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie. Une assiette de pâtes (100g de pâtes crues) avec une sauce bolognaise classique Panzani (100g) et du fromage (20 g) a un impact environnemental quatre fois moindre (PEF : 0,1 mPt/portion) qu'un steak-frites (100 g de steak et 150 g de frites), dont le PEF est estimé à 0,434 mPt/portion



AU MEILLEUR
POUR BIEN VIVRE
ENSEMBLE



Chez Panzani, nous voulons contribuer au bien-être de tous, notamment de nos collaborateurs, qui donnent chaque jour le meilleur d'eux-mêmes, et de nos consommateurs, qui nous font confiance à chaque achat. Garantir des conditions de travail de qualité, le bien-être de nos équipes, leur développement continu et la préservation de nos savoir-faire est essentiel.

NOS OBJECTIFS



Travailler à réduire les accidents sur les sites de production :

**diviser par 4
le taux de fréquence¹
avec arrêt** (vs 2022, soit un TF < 5)²

HORIZON 2026

Faire progresser chaque jour l'engagement de nos collaborateurs :

**atteindre 8,5/10³
en note d'engagement**

HORIZON 2026



Engagement #1

METTRE EN PLACE DES CONDITIONS DE TRAVAIL TOUJOURS PLUS RESPONSABLES

La sécurité de nos collaborateurs est une priorité absolue. En 2024, une nouvelle organisation centrée sur la sécurité dans l'ensemble de nos sites est en cours de déploiement. Des actions sont déjà mises en place comme des journées de sensibilisation pour l'ensemble du personnel autour d'ateliers spécifiques.

Chez Panzani, **agir en faveur du bien-être au travail c'est avant tout accompagner nos collaborateurs au quotidien** avec des mesures concrètes (voir le détail p. 66 du Rapport RSE).

Cela passe aussi par la mise en place d'un dialogue social de qualité. Pour favoriser et entretenir ce dialogue social, Panzani anime depuis 2023 une formation aux dynamiques sociales des acteurs clés tels que les présidents d'instances et les équipes RH. Ces formations sont l'occasion d'approfondir des sujets de gestion des relations sociales.

ACTION CONCRÈTE

3 accords majeurs signés en 2024

Ils visent à améliorer les conditions de travail et à renforcer l'engagement des collaborateurs : accord NAO sur les revalorisations salariales ; accord pénibilité et accord sur l'égalité professionnelle (Voir p.67 du Rapport RSE).

Engagement #2

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS COLLABORATEURS

La formation est un facteur clé pour développer nos talents, les fidéliser et renforcer leur employabilité. En 2024, nous avons structuré notre offre de formation pour répondre plus efficacement aux besoins identifiés sur nos sites et aux enjeux stratégiques de l'entreprise. La priorité est notamment donnée aux sujets Sécurité, Amélioration Continue, Management, Gestion de projet et Compliance.

INDICATEURS 2024

862 collaborateurs dont **753**
en CDI au 31 décembre 2024 (soit une
augmentation d'environ 4% par
rapport à l'effectif total en CDI fin 2023)

6,4%
des collaborateurs ont reçu
une formation SST

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 ou 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 #3

PROMOUVOIR L'ENGAGEMENT DE NOS COLLABORATEURS

En 2024, le baromètre Pulse⁴, utilisé depuis 2022 et qui mesure l'**engagement des collaborateurs**, a connu une progression significative : le taux de participation a atteint 65 % (+11 points) et le taux d'engagement est désormais au-dessus du benchmark Bleexo (+0,5 point) de référence. Des résultats qui illustrent la dynamique positive d'engagement des collaborateurs et l'impact des actions mises en place.

Chez Panzani, nous nous engageons à **promouvoir l'égalité des chances pour tous**. Nous garantissons l'égalité salariale et de traitement entre femmes et hommes, à compétences, diplômes, responsabilités et ancienneté équivalents. En 2024, nous avons franchi une étape importante avec la signature d'un accord triennal sur l'égalité professionnelle, structurant nos engagements en matière de parité, parentalité et accès à la formation.

Parallèlement, nous soutenons **la formation des jeunes**, en les intégrant via des contrats d'apprentissage en alternance et en formant nos recruteurs à la non-discrimination, tout en veillant à appliquer des pratiques de recrutement équitables.

INDICATEUR 2024

91/100 d'index égalité femmes-hommes



4. Outil de mesure qui évalue la performance, la satisfaction et le bien-être des collaborateurs au sein des entreprises.
5. Une plateforme spécialisée pour favoriser l'engagement des collaborateurs. 6. Équivalence calculée pour une portion de 100 g de pâtes par personne.

Engagement #4

AGIR POUR L'ENGAGEMENT CITOYEN

Lancé en 2023, le programme d'ambassadeurs "Oui, j'agis !" continue de **mobiliser nos collaborateurs autour des enjeux environnementaux et sociétaux**. Grâce à une équipe de 13 ambassadeurs et 2 référents volontaires, présents sur chacun de nos sites, nous **favorisons une dynamique d'engagement interne** et encourageons chacun à devenir **acteur du changement**. Ce programme s'appuie sur la plateforme "Vendredi"⁵ et des outils de communication interne permettant de diffuser des contenus thématiques tout au long de l'année. En 2024, nous avons organisé deux temps forts, l'un dédié à la santé et la sécurité au travail, et l'autre aux enjeux climatiques, pour approfondir la sensibilisation sur ces sujets clés.



Chez Panzani, nous croyons en l'**importance de l'engagement solidaire et du mécénat de compétences**. Depuis novembre 2024, nous avons ouvert à tous nos collaborateurs la possibilité de s'engager en faveur d'une cause d'intérêt général, avec pour objectif de dédier 500 jours à des associations partenaires d'ici 2026 et 1 000 jours d'ici 2030.

En parallèle, nous avons renforcé notre engagement auprès du monde agricole en devenant **mécène des Journées Nationales de l'Agriculture 2024** sous le haut patronage du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire.

INDICATEURS 2024

320 collaborateurs éligibles se sont inscrits sur la plateforme Vendredi au lancement en 2024

428 t de produits donnés aux associations soit l'équivalent de 4,3 millions de portions⁶



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

Audrey Luc

Directrice Communication
& Affaires Publiques
aluc@panzani.fr

Cécile Renault

Directrice R&D, Qualité et RSE
crenault@panzani.fr

Elaine Desvaux

Responsable RSE
edesvaux@panzani.fr

**Pour toute demande presse,
vous pouvez contacter :**

Matriochka Influences
Ludovic Benmokhtar
panzani@mtrchk.com

**Pour découvrir notre
Rapport RSE 2024**

