

PRÉSENTATION DE PANZANI ET DE SES ENGAGEMENTS RSE

Brochure basée sur le Rapport RSE 2025

PANZANI

BIEN NOURRIR SÈME L'AVENIR

ÉDITO

Panzani est animé par une mission claire : offrir à tous une alimentation responsable, qui nourrit autant qu'elle réjouit.

Depuis ses débuts, l'histoire de notre entreprise est faite d'audace, de savoir faire et d'engagements, transmis et sans cesse réinventés depuis des générations. Plus que jamais, cette histoire est vivante.

Alors qu'en 2030 Panzani célèbrera ses 80 ans, notre regard reste résolument tourné vers l'avenir. Car ce qui fait la force de Panzani aujourd'hui, ce n'est pas seulement le chemin parcouru depuis les années 1950, mais la manière dont cet héritage continue d'éclairer nos choix et nos actions au quotidien.
En 2025, Panzani est bien plus qu'un acteur majeur des pâtes, sauces, couscous et semoules en France[1]. Nous sommes un collectif engagé, porté par une mission qui donne du sens à chacune de nos décisions, du champ à l'assiette, et qui nous engage à concilier performance, responsabilité et accessibilité.
Cette trajectoire, nous la construisons avec l'ensemble de nos collaborateurs, engagés sur nos sites en France, et avec les filières agricoles françaises que nous accompagnons et développons durablement, notamment autour du blé dur et de la tomate.
Cette ambition s'est traduite par des avancées concrètes sur l'ensemble de notre chaîne de valeur :

- L'accompagnement des filières agricoles françaises dans la transition, notamment à travers le cahier des charges « Blé Responsable Français », et le renforcement de nos partenariats autour du blé dur et de la tomate sur les territoires ;
- La poursuite de notre trajectoire de réduction de l'empreinte carbone, portée par des efforts constants sur nos sites industriels, nos consommations énergétiques et nos modes de transport ;
- L'accélération de la transformation de nos emballages, avec 100 % d'emballages recyclables[2] à fin 2025, grâce à la mise en place de la filière de recyclage du plastique souple ;
- L'amélioration continue de la qualité de nos produits, avec 91,4 % d'entre eux aujourd'hui classés Nutri-score A ou B, ainsi que le déploiement d'Origin'Info pour mieux informer les consommateurs sur l'origine des ingrédients ;
- Le renforcement de notre contribution positive à la société, notamment à travers des actions de dons et de mécénat.

Ces efforts en matière de responsabilité sociale et environnementale ont été récompensés par l'obtention de la médaille Gold EcoVadis, plaçant Panzani dans le top 5 % des entreprises les plus responsables, parmi celles évaluées. Une reconnaissance qui nous honore et qui nous pousse à renforcer notre exigence et notre responsabilité pour aller encore plus loin.

Ce rapport témoigne de ce mouvement continu. Il ne marque pas un aboutissement, mais une étape. Car si nous pouvons être fiers des accomplissements de 2025, nous savons que ces avancées sont un engagement de long terme.



Forts de notre histoire, pleinement ancrés dans le présent et tournés vers l'avenir, nous avançons avec ambition et confiance. Le meilleur reste à venir.

Albert MATHIEU
Président

1. Source Circana 2025, CAM P13, tous circuits France : leader à marque nationale en volumes pâtes, sauces, couscous nature.
2. 99,97% des emballages, en poids sont recyclables. Ce taux de recyclabilité est calculé selon la méthodologie TREE de CITEO et correspond aux poids des emballages mis sur le marché et disposant de filières de recyclage matures ramenés au poids total de nos emballages mis sur le marché.

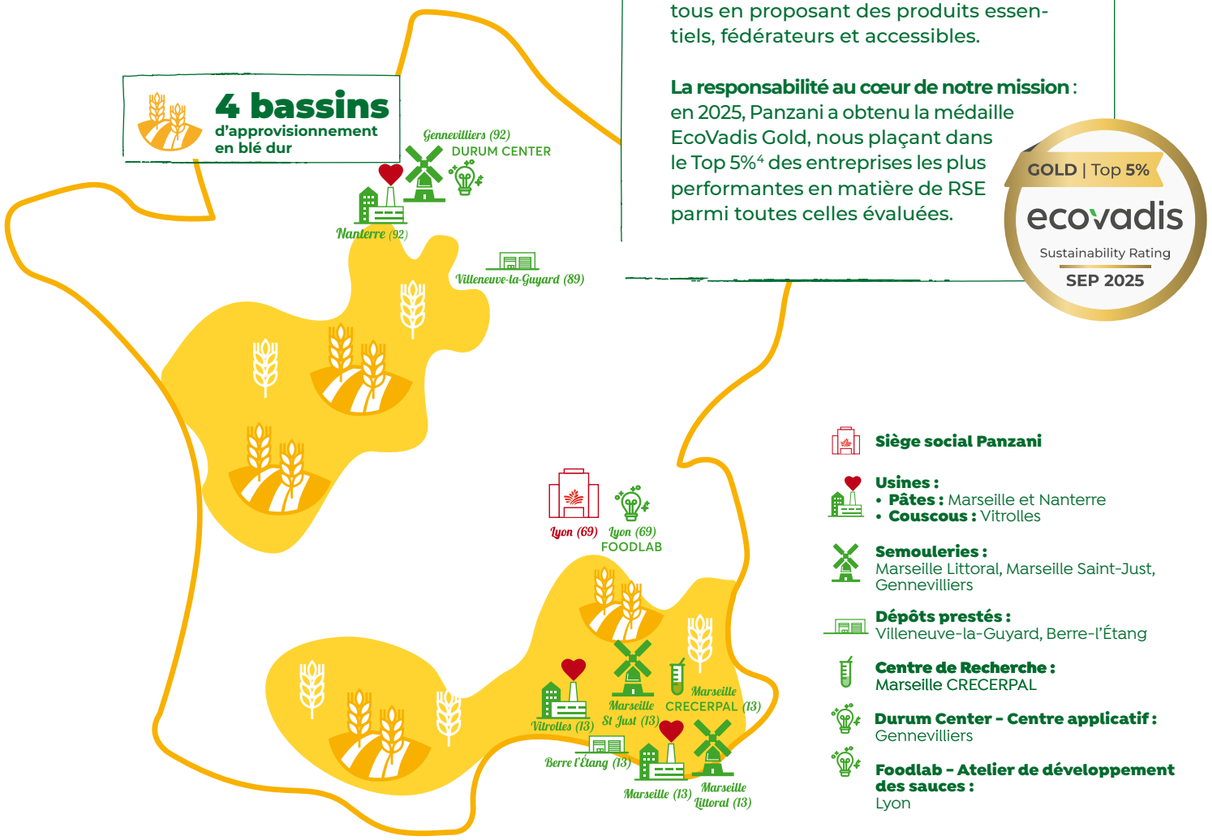
QUI SOMMES-NOUS ?

Panzani, un collectif humain et passionné depuis près de 80 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.





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 Service[3].

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 2025, Panzani a obtenu la médaille EcoVadis Gold, nous plaçant dans le Top 5%[4] des entreprises les plus performantes en matière de RSE parmi toutes celles évaluées.

GOLD | Top 5%
ecovadis
Sustainability Rating
SEP 2025

Siège social Panzani

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

Semouleries : Marseille Littoral, Marseille Saint-Just, Gennevilliers

Dépôts prestés : Villeneuve-la-Guyard, Berre-l'Étang

Centre de Recherche : Marseille CRECERPAL

Durum Center - Centre applicatif : Gennevilliers

Foodlab - Atelier de développement des sauces : Lyon

3. Restauration hors foyer. 4. 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. L'évaluation est disponible à cette adresse : https://recognition.ecovadis.com/lcohppH-9ki-qM9Blg-bXQ

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

Nos ressources

HUMAIN

862 collaborateurs
(CDI + CDD + alternants) à fin décembre 2025

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[1]
- **Tomates :** environ 90 000 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 80 %[2], mais aussi Ferrero, Zakia, Le Renard, Régia, Panzani Solutions.

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



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



02 CONCEPTION DES PRODUITS

(pâtes, semoules, graines de couscous et sauces)

- **une équipe de 35 personnes**[3] en R&D
- **près de 40 innovations produits** lancées chaque année, issues de 300 essais par an (hors innovations pour nos clients industriels)



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



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

Nos résultats 2025

RÉSULTATS FINANCIERS

549 millions € en 2025 de Chiffre d'Affaires sur le périmètre groupe consolidé, dont 16 % à l'international

403 000 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 70 %[4] du blé dur français destiné à l'industrie française
- **Appui à la pérennisation de la filière blé dur française :** 277 914 tonnes sous cahier des charges Blé Responsable Français (Nature 1 et Nature 2[5]) en 2025, dont 155 496 tonnes de Nature 2
- **Note EcoVadis[6] de 81/100 points** avec la mention **Gold - Top 5 %** des entreprises évaluées par EcoVadis **en 2025**.
- **Une trajectoire de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre (GES) approuvée par la 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[7] Silver** sur notre nouveau siège, Le Moulin
- **Un résultat de 8,1/10 au baromètre Pulse[8]** destiné à mesurer l'engagement de nos collaborateurs
- **Dons à la société civile :** 307 tonnes de produits en dons aux associations, soit l'équivalent de 3 millions de portions[9]

1. Selon FranceAgriMer, la production française de blé dur s'établit autour de 1,2 à 1,3 million de tonnes sur les campagnes récentes (2023-2025). 2. Taux de pénétration de la marque Panzani, Kantar 2025 France. 3. Comptant les CDI + CDD + alternants + stagiaires.

4. Moyenne en fonction du bilan céréalier annuel de FranceAgriMer 2024, et des données du contrôle de gestion Panzani. 5. Voir p.22 – 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. L'évaluation est disponible à cette adresse : https://recognition.ecovadis.com/lcohppH-9ki-qM9Blg-bXQ 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 durable[1] est une évidence.
Notre ambition est claire : proposer des produits qui nourrissent autant qu'ils réjouissent, tout en contribuant à une alimentation plus responsable.

Cécile Renault,
Directrice Qualité,
R&D et RSE



Les enjeux essentiels pour lesquels nous nous mobilisons :

- la souveraineté alimentaire française
- l'accessibilté
- 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.

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). 2. 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. L'évaluation est disponible à cette adresse : https://recognition.ecovadis.com/1cohppH-9ki-qM9Blg-bXQ. 3. Évaluation disponible à cette adresse : https://recognition.ecovadis.com/1cohppH-9ki-qM9Blg-bXQ

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

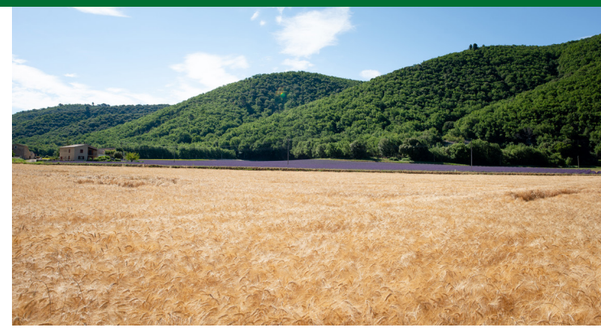


GOLD | Top 5%
ecovadis
Sustainability Rating
SEP 2025

Pour mesurer la performance de sa stratégie RSE, Panzani a fait le choix de l'évaluation EcoVadis[2]. En 2025, nous avons obtenu la note de 81/100 (+ 1 point par rapport à 2024), nous plaçant dans la catégorie Gold - Top 5 % des entreprises les plus engagées en RSE[3] parmi l'ensemble des entreprises évaluées par EcoVadis.

Depuis 2024, nous adhérons 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.

Oui 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]
RÉCOLTE 2030

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 CRECERPAL[4], 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 70 % du blé dur destiné à l'industrie française[5], 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 pour la récolte 2030. 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 2024, 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 % FRANÇAIS[1]

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 hectares[2], situés entre 50 et 400 kilomètres environ de nos moulins[3]. 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 2025 : 631 ha de bandes ou jachères fleuries et 1 763 nichoirs ou perchoirs à oiseaux.

Objectifs récolte 2030 : 1000 ha de bandes ou jachères fleuries et 5 000 nichoirs ou perchoirs à oiseaux.

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

Face aux aléas climatiques croissants, Panzani a mené en 2024 une analyse approfondie pour évaluer la vulnérabilité de ses principaux bassins de production d'approvisionnement en France et identifier les leviers d'adaptation les plus pertinents[4]. Cette étude confirme que le changement climatique devrait impacter à terme tous les pays producteurs de blé dur, dont la France, du fait de l'augmentation de la fréquence des aléas.

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 Arvalis[5] 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 national blé dur,** auquel Panzani a participé, aux côtés des acteurs de la filière, représentés par le SIFPAF[6] et Intercéréales, et signé par le Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire en février 2024. Doté de 43 M€, dont 11 M€ de soutien public, ce plan stratégique s'articule autour de 3 priorités :
  - **Sécuriser les surfaces cultivées,** grâce à la mise en place de mécanismes assurantiels ;
  - **Décarboner la filière,** via la recherche variétale et agronomique, les investissements bas carbone et les projets d'innovation pour les collecteurs de grains, notamment le projet BLE CAR DUR d'Arvalis ;
  - **Développer les variétés de blé dur de demain,** capables de répondre aux défis climatiques et agronomiques.

En 2025, la ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, Annie Genevard, s'est rendue sur le site de production de pâtes Panzani à Marseille, réaffirmant l'importance accordée par l'État au soutien de cette filière stratégique pour la souveraineté alimentaire française.

Aujourd'hui, 65 % des pâtes consommées en France sont importées, alors même que le pays dispose d'un savoir-faire agricole et industriel reconnu. Les pastiers français se mobilisent pour renforcer la production de pâtes fabriquées en France à partir de blé dur français, avec un cap clair : reconquérir des parts de marché pour les pâtes françaises, pour passer de 35 % à 45 % en 10 ans.

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

Face à l'intensification des aléas climatiques, nous avons engagé une refonte de notre modèle d'approvisionnement en tomate. Une étude de vulnérabilité a confirmé la nécessité de diversifier les origines géographiques de notre filière : nous nous approvisionnons en Italie, en Espagne, au Portugal et en France, principaux pays producteurs de tomates d'industrie en Europe.

La certification GlobalG.A.P., socle de notre programme Tomate Responsable

GlobalG.A.P. est une certification internationale de référence pour les bonnes pratiques agricoles.

Elle garantit notamment :

- La traçabilité des productions, depuis la parcelle jusqu'au produit transformé ;
- Une gestion raisonnée de l'irrigation, fondée sur le suivi des consommations d'eau et la protection de la ressource ;
- Le respect de pratiques agricoles responsables, incluant la sécurité alimentaire, la santé des sols, la gestion des intrants et la protection des travailleurs ;
- Une harmonisation des exigences entre pays, facilitant le dialogue avec des fournisseurs évoluant dans des contextes réglementaires différents.

Afin de réduire notre dépendance aux zones les plus vulnérables, nous poursuivons une stratégie de diversification de nos sources d'approvisionnement, notamment en France. En 2025, nous avons utilisé environ 14 000 tonnes de tomates françaises, soit une hausse de 17 % par rapport à 2024, couvrant 15 % de nos besoins. L'objectif à court terme est de porter cette part à environ 20 %, puis de la stabiliser.

La refonte de notre modèle d'approvisionnement en tomate vise également à harmoniser les pratiques de nos partenaires. Afin d'assurer une convergence progressive vers des pratiques agricoles responsables, nous avons fait le choix de nous appuyer sur un référentiel commun, reconnu à l'international et accessible à l'ensemble de nos partenaires, en nous orientant vers la certification GlobalG.A.P.

Nous en avons fait le socle de notre programme Tomate Responsable au regard de la reconnaissance de cette certification par les clients, comme par les partenaires industriels internationaux. **L'objectif : définir des critères partagés pour une production plus durable et résiliente face aux défis climatiques.**



Engagement #2

FAVORISER DES PRATIQUES RESPONSABLES POUR TOUTES NOS MATIÈRES PREMIÈRES

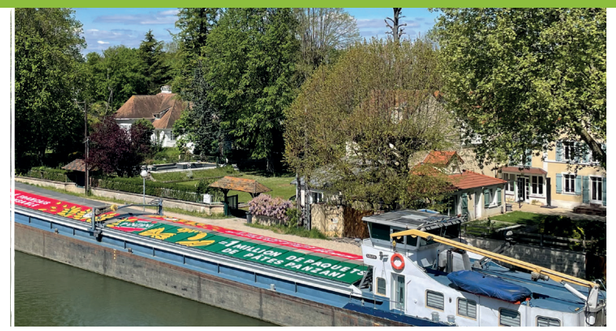
Notre démarche de responsabilité commence, en amont de nos sites de production, par la **sélection rigoureuse de nos matières premières** et par les **relations que nous entretenons avec nos fournisseurs partenaires**. Nous attendons d'eux qu'ils s'engagent avec nous dans la lutte contre le changement climatique, la réduction de leur impact sur l'environnement, l'adoption de pratiques éthiques tout au long de leur propre chaîne de valeur et la garantie d'un produit de qualité qui répond aux exigences de nos consommateurs.
Lorsque cela est pertinent, nous intégrons des critères RSE directement dans nos cahiers des charges, afin d'orienter les pratiques de nos fournisseurs. Par exemple, pour la filière tomate, nous privilégions des approvisionnements reposant sur des standards tels que la certification GlobalG.A.P., qui encadre les bonnes pratiques agricoles en matière d'environnement, de traçabilité et de conditions de travail.

Engagement #3

ÉVALUER ET ENGAGER NOS FOURNISSEURS EN MATIÈRE DE RSE

En complément de l'intégration de critères RSE dans nos processus achats, nous déployons une **démarche d'engagement de nos fournisseurs sur les enjeux de durabilité.**
Au cœur de cette démarche, notre Charte d'Achats Responsables, mise à jour en 2023, formalise nos exigences en matière d'environnement, de pratiques sociales et d'éthique. Elle renforce notre processus de sélection.
Depuis 2024, cette charte a été partagée à l'ensemble de nos fournisseurs représentant 80 % de nos achats en matières premières, produits manufacturés et services stratégiques à notre activité (notamment le transport).
En 2025, 71% de nos achats (en €) ont été réalisés avec des fournisseurs ayant signé la charte.

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

Année de référence 2022

- 42 %
d'émissions de GES sur les scopes 1 et 2[1]
(périmètre défini en p. 39 du Rapport RSE)
HORIZON 2030

- 30 % *FLAG* **- 25 %** *NON-FLAG*
d'émissions de GES sur le scope 3[1]
(périmètre défini en p. 39 du Rapport RSE)
HORIZON 2030

100 %
d'emballage recyclable[3]
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

En 2023, la **Science Based Targets Initiative (SBTi)** a approuvé nos objectifs de **réduction d'émissions de GES**[2].

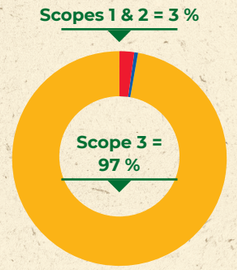
Engagement #1

CONTRIBUER À L'ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

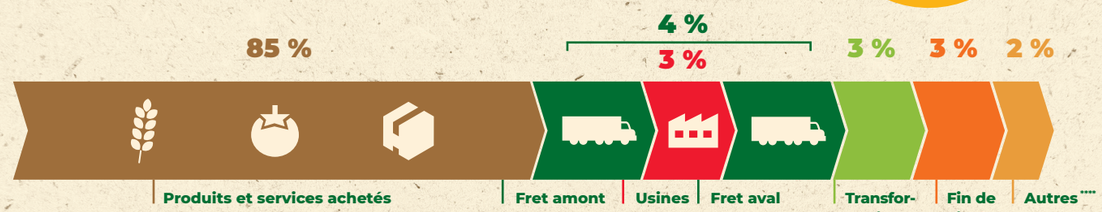
1 Mesurer notre empreinte carbone

NOTRE EMPREINTE CARBONE 2025[4]
En 2025, les émissions totales de GES de Panzani représentent 689 671 teqCO_2, se répartissant de la sorte :

- **scope 1 :** 19 076 teqCO_2 ;
- **scope 2 :** 1 163 teqCO_2 ;
- **scope 3 :** 669 432 teqCO_2 *(dont 55% d'émissions FLAG).*



Répartition des émissions de GES de Panzani en 2025



Dont achats de blé dur* = 51 %**
Dont achats de sauces = 26 %**

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

- 9 %
d'émissions de GES
au total entre 2022 et 2025

- 14 %
sur les scopes 1 et 2

- 9 %
sur le scope 3

2 Réduire notre empreinte carbone

Les émissions de gaz à effet de serre ont baissé de 9% depuis 2022 et sont restées stables entre 2024 et 2025.
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.**
Par exemple, 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, 47 % de nos volumes de blé dur sont acheminés par péniche dans le nord de la France et 41 % par le rail dans le sud. Avec près de 200 000 tonnes de blé dur transportées via la péniche ou le train, cela contribue à éviter plus de 6 500 camions sur 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 règlementaires.
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.

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 », notamment pour le nettoyage de nos outils industriels. Nous déployons progressivement un outil de suivi automatisé des consommations d'eau sur nos sites. Ainsi, en 2025, cet outil a permis de réduire les pertes d'eau de 16 % par rapport à 2024 grâce à une meilleure détection des fuites et dérives de consommation.

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 plus de **91% 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 #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.** En 2025, cette démarche s'est structurée avec la mise en place d'une gouvernance dédiée à deux niveaux : une équipe centrale d'experts et, sur les trois sites les plus consommateurs d'énergie, des référents dédiés au suivi des consommations et au déploiement des actions d'efficacité énergétique. Cette structuration a conduit à la formalisation d'un **Schéma Directeur de l'Énergie (SDE) Groupe**, définissant les principales actions d'efficacité énergétique communes au Groupe, les actions spécifiques aux sites et les projets de plus long terme

Engagement #4

S'INSCRIRE DANS UN MODÈLE CIRCULAIRE POUR NOS EMBALLAGES

Chez Panzani, notre stratégie s'inscrit dans le **décret 3R** (Réduction, Recyclage et Réemploi) de la loi anti-gaspillage et pour une économie circulaire.
Pour réduire nos emballages, nous travaillons 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** réalisée démontre que le **film PP est, à date, l'emballage le plus optimisé**, avec le score unique[5] le moins impactant : **1,7 fois moins que son équivalence en étui carton** (voir le détail p. 49 du Rapport RSE).

Depuis fin 2025 près de **100%**[6] **de nos emballages sont recyclables en poids.** En effet, suite à notre participation au consortium Flex25, aux côtés d'autres acteurs, **la filière française de recyclage des emballages ménagers souples en PP est opérationnelle depuis décembre 2025.** Cette avancée permet aujourd'hui le recyclage effectif de ces emballages utilisés notamment pour nos pâtes, rendant nos solutions conformes aux nouvelles capacités industrielles de tri et de recyclage.

1. Année de référence : 2022. 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. 6. Arrondi à 100%, le taux de recyclabilité est de 99,97% en poids d'emballages.

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 produits[2] en Nutri-Score A ou B

NUTRI-SCORE A B C D E

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 classiques[3], la gamme « Complètement Bon », avec plus de fibres ; ou encore nos sauces légumes, formulées avec 100 % d'ingrédients d'origine naturelle. Et en 2026 nous prévoyons le lancement des innovations suivantes :

- **La gamme de sauces « Les recettes maison », sans conservateur, sans colorant, sans additif, et sans arôme ajouté.**
- **La gamme de pâtes « Les protéinées », enrichies en protéines végétales pour 66% de protéines en plus.**



Déjà 91,4 % de nos produits en Nutri-Score A ou B ou à fin 2025 ![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), Label rouge, et des solutions 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. En 2025, plus de 60% de nos références de pâtes ont été revues pour arborer le logo Origin'Info en grandes et moyennes surfaces (GMS) d'ici mai 2026 et 100% de nos gammes de pâtes afficheront le logo d'ici fin 2026. Le logo est également en cours de déploiement sur nos sauces (QR code). Cette initiative permet aux consommateurs d'identifier facilement l'origine des ingrédients utilisés. Elle marque une nouvelle étape dans la sensibilisation des consommateurs à l'origine des produits agricoles.

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 de Mars 2025. 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 équilibrée[5] et durable en réponse aux enjeux de l'alimentation de demain.

L'alimentation durable

De quoi parle-t-on ?

Selon la FAO[6] *(l'agence des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture)* **l'alimentation durable s'articule autour de 4 dimensions :**



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

En 2024, nous avons mené une étude scientifique, avec l'appui de 2 cabinets experts[7] 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 A B C D E

NUTRI-SCORE A B C D E

→ 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-frites[9].

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

Oui

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 fréquence[1] avec arrêt (*vs* 2022, soit un TF < 5)[2]

HORIZON 2030

Faire progresser chaque jour l'engagement de nos collaborateurs :

atteindre 8,5/10[3]
en note d'engagement

HORIZON 2030

Engagement #1

METTRE EN PLACE DES CONDITIONS DE TRAVAIL TOUJOURS PLUS RESPONSABLES

La sécurité de nos collaborateurs est une priorité absolue. En 2025, nous avons poursuivi le déploiement de notre politique santé-sécurité avec le renforcement de notre culture prévention, à travers des actions techniques et comportementales.

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. 68 du *Rapport RSE*).

Cela passe aussi par la mise en place d'un dialogue social de qualité. En 2025, Panzani a signé plusieurs accords majeurs avec ses partenaires sociaux, portant notamment sur les revalorisations salariales, l'intéressement et le fonctionnement du CSE, afin de renforcer le partage de la valeur et l'équité au sein de l'entreprise.

ACTION CONCRÈTE

Nos actions en faveur de la parentalité

En 2025, nous avons renforcé notre dispositif Panzatribu (berceaux réservés, garde d'urgence, orientation scolaire) et poursuivi le déploiement de notre accord sur l'égalité professionnelle (congé paternité, guide de la parentalité, accompagnement des collaboratrices).

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 2025

862 collaborateurs (CDI + CDD + alternants) à fin décembre 2025

15 % des collaborateurs ont reçu une formation SST (6,4% en 2024)

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 #3

PROMOUVOIR L'ENGAGEMENT DE NOS COLLABORATEURS

En 2025, le baromètre Pulse[4], utilisé depuis 2022 et qui mesure **l'engagement des collaborateurs,** a été reconduit avec un taux de participation de 58 % (-7 pts vs 2024) et le taux d'engagement est désormais à 8,1 pts (+0,3 pts vs 2024). Des résultats qui illustrent la dynamique positive d'engagement des collaborateurs et l'impact des actions mises en place, malgré une participation en baisse cette année.

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 2025

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.

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.** Depuis sa création, le programme a été rythmé par plusieurs temps forts :

Oui J'AGIS



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 100 missions réalisées en 2025.

En parallèle, nous avons renforcé notre engagement auprès du monde agricole en devenant, pour la deuxième année consécutive, **mécène des 5èmes Journées Nationales de l'Agriculture**, organisées sous le haut patronage du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire.

INDICATEURS 2025

418 collaborateurs éligibles se sont inscrits sur la plateforme Komeet depuis le lancement en octobre 2023

307 t de produits donnés aux associations soit l'équivalent de 3 millions de portions[4]

PANZANI

BIEN NOURRIR SÈME L'AVENIR

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
panzani@mtrchk.com

Pour découvrir notre Rapport RSE 2025