

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022



DALTERFOOD GROUP
EXPÉRIENCE ET PASSION DANS
L'INDUSTRIE FROMAGÈRE ITALIENNE



RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022

DALTERFOOD GROUP
EXPÉRIENCE ET PASSION DANS
L'INDUSTRIE FROMAGÈRE ITALIENNE

INDEX

| | |
|--|-----------|
| _LETTRE AUX PARTIES PRENANTES | 1 |
| _FAITS MARQUANTS 2022 DE DALTERFOOD GROUP | 3 |
| _CHAP. 1 | |
| LE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR DALTER | 5 |
| 1.1 L'Agenda 2030 : les objectifs de DalterFood Group | 7 |
| 1.2 Analyse de matérialité et engagement des parties prenantes | 10 |
| | |
| _CHAP. 2 | |
| NOS VALEURS | 18 |
| 2.1 DalterFood Group : une histoire qui dure depuis plus de 40 ans | 19 |
| 2.2 Les valeurs de DalterFood Group | 20 |
| 2.3 Gouvernance et structure de l'entreprise | 22 |
| 2.4 Éthique et intégrité des affaires | 26 |
| | |
| _CHAP. 3 | |
| LA DURABILITÉ ÉCONOMIQUE DE DALTERFOOD GROUP | 32 |
| 3.1 Marchés desservis et produits offerts | 33 |
| 3.2 Le modèle d'affaires, le marché et les produits offerts | 34 |
| | |
| _CHAP. 4 | |
| GESTION RESPONSABLE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT | 37 |
| 4.1 La chaîne de valeur | 42 |
| 4.1.1 Les apporteurs de lait, partenaires stratégiques du Groupe | 43 |
| 4.2 Le bien-être animal | 45 |

| | |
|---|-----------|
| _CHAP. 5 | |
| LA GARANTIE DE LA QUALITÉ DU CLIENT AU CONSOMMATEUR | 51 |
| 5.1 Le contrôle tout au long du processus de production et sur les matières premières | 53 |
| 5.1.1 Traçabilité et suivi | 54 |
| 5.2 Santé et sécurité des consommateurs | 55 |
| 5.2.1 L'attention à l'égard de nos clients | 57 |
| | |
| _CHAP. 6 | |
| LE SOUCI DE L'ENVIRONNEMENT | 62 |
| 6.1 Circularité dans les activités de DalterFood | 63 |
| 6.1.1 Durabilité de l'emballage | 64 |
| 6.2 Consommations énergétiques et émissions | 66 |
| 6.3 Consommation d'eau | 69 |
| | |
| _CHAP. 7 | |
| LA PROTECTION DU CAPITAL HUMAIN | 71 |
| 7.1 Inclusion, bien-être et épanouissement des employés | 72 |
| 7.2 Santé et sécurité au travail | 76 |
| 7.3 Communauté locale et territoire | 78 |
| | |
| _ANNEXES – INDICATEURS DE PERFORMANCE | 80 |
| | |
| _INDEX DU CONTENU GRI | 91 |



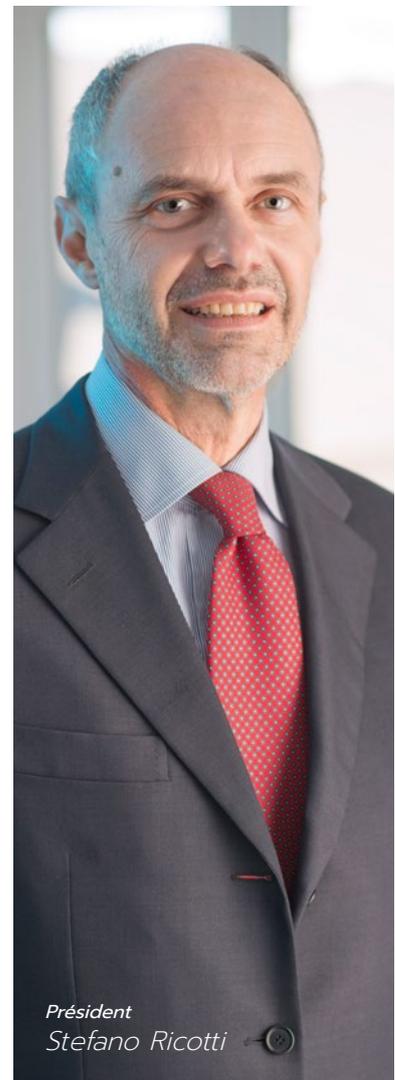
LETTRE AUX PARTIES PRENANTES

“ 2022 a été une année de fortes turbulences au niveau macroéconomique, du déclenchement de la guerre en Ukraine et ses répercussions sur le coût de l'énergie et de toutes les matières premières, jusqu'à la pandémie qui, bien que dans une moindre mesure, a continué à influencer les marchés, sans oublier le changement climatique qui, avec des épisodes de sécheresse alternant avec de fortes inondations, perturbe nos sociétés, et en premier lieu notre région.

Il est donc de plus en plus important **de nous engager concrètement** afin que notre activité soit économiquement, écologiquement et socialement durable, avec des projets qui nous permettent de rendre nos produits encore meilleurs pour nos clients, mais aussi pour la collectivité dont nous faisons partie. Ces projets sont résumés dans ce document, qui représente la deuxième étape du parcours entamé l'année dernière, pour rendre compte de notre engagement en faveur d'une croissance de plus en plus durable.

Malgré le contexte critique, dans une année aussi compliquée que 2022, où nous avons été contraints de revoir nos prix de vente pour compenser l'augmentation de nos coûts de production, nous avons réussi à **enregistrer une hausse de 15 %**, avec des résultats très positifs sur les marchés européens, **le nombre de nos employés a augmenté de 4 %** et nous avons lancé des projets importants, qui porteront leurs fruits dans les années à venir.

Nous avons entamé un processus d'analyse de l'efficacité énergétique de notre établissement de coupe et de conditionnement ainsi que de nos fromageries, dans le but de réduire notre impact sur l'environnement, **en investissant dans les énergies renouvelables**, en premier lieu dans le **photovoltaïque**, avec pour objectif de créer un plan à moyen terme qui nous amènera d'ici à 2025 à **autoproduire au moins 20 % de l'énergie** que nous consommons.



Président
Stefano Ricotti



Administrateur Délégué
Alberto Viappiani

En ce qui concerne nos emballages, nous sommes entrés dans la deuxième phase du projet qui consiste à passer des matériaux complexes multicouches aux monomatériaux, **recyclables dans le plastique**, avec l'objectif de mettre en place, après la gamme monodose, les **nouveaux matériaux** sur tous les emballages grand public et industriels d'ici 2025, afin de compléter le projet sur l'ensemble de notre portefeuille de produits en trois ans.

De même, nous continuons à travailler pour une filière du fromage Parmigiano Reggiano (Parmesan) de plus en plus intégrée et durable, et nous étudions, avec les apporteurs de lait, de nouvelles collaborations avec des médecins vétérinaires qui permettront d'**augmenter le niveau de bien-être animal** certifié au sein de nos étables.

Nous savons que la richesse de notre Groupe réside avant tout dans ses collaborateurs et c'est pourquoi nous avons décidé, afin de contribuer, même modestement, à faire face à un contexte économique complexe, d'inclure parmi les avantages des **chèques-repas pour tous les sites en Italie**. Nous avons également repris, après l'arrêt forcé causé par la pandémie, **les projets de formation**, avec

des plans dédiés aux compétences transversales, de l'anglais aux outils informatiques, et à celles spécifiques à chaque fonction, afin de continuer à **augmenter notre patrimoine de connaissances**.

Pour finir, nous souhaitons **prendre personnellement soin de notre territoire et de la communauté** dont nous faisons partie. C'est dans cet esprit que nous avons établi d'importantes collaborations avec des associations de Reggio d'Émilie, notamment avec la coopérative Panta Rei, que nous accompagnerons dans l'étude de nouveaux protocoles pour l'accès à l'alimentation des enfants autistes, dans le cadre d'un partenariat auquel nous nous sommes engagés également pour les années à venir.

Nous sommes parfaitement conscients d'avoir obtenu des résultats importants grâce avant tout à la contribution de chacun de nos collaborateurs et de nos partenaires ; de grands défis nous attendent mais nous sommes prêts à les surmonter, car l'excellence a toujours été notre objectif.



Directeur Général
Andrea Guidi

Président
Stefano Ricotti

Administrateur Délégué
Alberto Viappiani

Directeur Général
Andrea Guidi

FAITS MARQUANTS 2022 DE DALTERFOOD GROUP



146 millions d'euros

DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2022

(+15 % par rapport à 2021)



plus de **32 millions**

DE LITRES DE LAIT

TRAITÉS



100 %

des entreprises agricoles ont
obtenu la certification

BIEN-ÊTRE ANIMAL



10 audits

**POUR ÉVALUER LE RESPECT
DU BIEN-ÊTRE ANIMAL**

(+4 par rapport à 2021)



**3 diagnostics de
performance énergétique**

effectués en 2022, en
vue d'améliorer l'efficacité
énergétique



-31 %

**DE CONSOMMATION DE
PLASTIQUE**

(par rapport à 2021)



EMBALLAGES

100 %

recyclables

pour les lignes des portions et
des barquettes individuelles



**3 systèmes
de tri**

Dont deux compacteurs pour
le plastique et le carton et un
système de big bag pour le
polyéthylène transparent



**55 nouvelles
embauches**

en 2022, (avec un taux
d'embauche de 32 %)



56 %

**DE LA FORMATION
DÉDIÉE À LA SÉCURITÉ
DES LIEUX DE TRAVAIL**





LE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR DALTER FOOD GROUP

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR DALTERFOOD GROUP

L'ambition de DalterFood Group est d'être une entreprise de référence dans son secteur, en adoptant une méthode de travail qui vise à respecter les personnes et l'environnement dans tous les domaines. Le rapport de développement durable de DalterFood Group est rédigé sur la base d'une sélection de « normes GRI de reporting de développement durable » publiées par la Global Reporting Initiative (GRI), comme indiqué dans le tableau « Index du contenu GRI ».

Le périmètre de reporting des données et des informations économiques et financières correspond à celui des états financiers consolidés au 31 décembre 2022. La société commerciale Baltic Cheese a été exclue du périmètre car elle a été jugée non pertinente pour assurer la compréhension des activités et des impacts générés par le Groupe.

Ce document est :

- Le résultat du processus interne de collecte des données partagé par différentes fonctions de l'entreprise ;
- Rédigé en collaboration entre le Directeur Marketing et RSE du Group et une équipe de consultants externes, spécialisée dans le secteur du développement durable ;
- Supervisé par la direction et approuvé par le Conseil d'Administration.

Le présent rapport constitue l'outil permettant de rendre compte de l'engagement du Groupe dans les différents critères ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance) dans le but d'offrir une vision transparente des stratégies, des activités entreprises et des résultats obtenus pour promouvoir la croissance économique et le développement des activités dans une perspective de durabilité.

Par rapport à l'année précédente, aucun changement significatif n'est à souligner en ce qui concerne la taille, la structure organisationnelle, la structure de propriété et la chaîne d'approvisionnement du Groupe.

Les informations relatives à la période de référence sont comparées à celles de l'exercice précédent, lorsqu'elles sont disponibles, afin de pouvoir comparer les données au fil du temps. Tout retraitement des données de la période précédente est expressément indiqué dans le document. Afin de garantir la fiabilité des données, des estimations n'ont été utilisées qu'en cas de stricte nécessité et, le cas échéant, elles sont indiquées de manière appropriée dans le texte. Le présent rapport de développement durable n'est pas soumis à une vérification externe.

Ce document est mis à la disposition des parties prenantes par le biais de la publication sur le site web de l'entreprise : www.dalterfood.com.



1.1 L'AGENDA 2030 : LES OBJECTIFS DE DALTERFOOD GROUP

Afin de confirmer son engagement à promouvoir un modèle d'entreprise qui intègre la responsabilité économique, sociale et environnementale dans tous les aspects et activités de l'entreprise, à partir de 2021, DalterFood Group s'est fixé des objectifs qui peuvent contribuer à la réalisation des Objectifs de développement durable (ODD) de l'Agenda 2030 pour le développement durable défini en 2015 par les Nations unies. Les 17 objectifs et les 169 cibles associées visent à guider les pays et les organisations du monde entier dans l'adoption de comportements de développement durable tels que la réduction des inégalités, la promotion de la prospérité économique, le développement social et la protection de l'environnement. DalterFood Group a effectué une analyse approfondie et a identifié 8 objectifs applicables à son modèle d'entreprise.

L'AGENDA 2030 DE L'ONU : LES OBJECTIFS CHOISIS PAR DALTERFOOD GROUP



Afin de suivre la contribution du Groupe à l'Agenda 2030, un plan d'objectifs de développement durable a été élaboré et approuvé par les responsables de première ligne, dont les progrès sont examinés périodiquement au cours de réunions spéciales. Les thèmes et les objectifs que DalterFood Group s'engage à atteindre sont reportés ci-dessous :

| THÈME PERTINENT | ACTION | ODD |
|--|---|---|
| <p>INCLUSION, BIEN-ÊTRE ET ÉPANOUISSEMENT DES EMPLOYÉS</p> <p>SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL</p> | <ul style="list-style-type: none"> Assurer la santé et la sécurité des travailleurs à travers l'application de normes et l'adoption de procédures contrôlées Fournir une formation appropriée au personnel, en assurant sa croissance professionnelle Valoriser et renforcer les talents des collaborateurs en créant des parcours de carrière Protéger les diversités et assurer l'inclusion à tous les travailleurs, en évitant toute discrimination |    |
| <p>COMMUNAUTÉ LOCALE ET TERRITOIRE</p> | <ul style="list-style-type: none"> Protéger l'emploi en créant des emplois pour les communautés locales, établir des partenariats avec les écoles/universités Soutenir les communautés locales et les moins fortunés par un engagement concret et défini Créer un sentiment de partage et valoriser la relation avec les éleveurs locaux |  |
| <p>BIEN-ÊTRE ANIMAL</p> | <p>Assurer et protéger la santé, le bien-être et la liberté des animaux, l'ensemble du système entreprise devant y prendre part</p> |  |
| <p>CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES ET ÉMISSIONS</p> <p>ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET GESTION DES RESSOURCES NATURELLES</p> | <ul style="list-style-type: none"> Sélectionner avec soin la matière première en adoptant des critères de durabilité et en traçant son origine et son parcours Réduire les émissions atmosphériques Développer des types d'emballages durables, recyclables et en réduisant au maximum l'utilisation de plastique Veiller à la consommation, dont celle énergétique, en limitant son utilisation à la quantité indispensable au processus de production Optimiser les transports afin de réduire/contenir les émissions - logistique durable Veiller aux bonnes pratiques de recyclage et les diffuser, selon les processus de l'économie circulaire Tracer l'utilisation des ressources en eau, notamment celles utiles au processus de production, pour l'utiliser de façon plus responsable |   |

| THÈME PERTINENT | ACTION | ODD |
|--|--|--|
| GESTION DES DÉCHETS ET GASPILLAGE ALIMENTAIRE | <ul style="list-style-type: none"> • Gérer les déchets de façon responsable, en travaillant davantage sur le concept de réduction et sur l'introduction de nouvelles pratiques |  |
| PERFORMANCE ÉCONOMIQUE | <ul style="list-style-type: none"> • Investir dans la recherche et l'innovation afin de garantir des produits et des processus opérationnels toujours plus avancés et durables • Favoriser le maintien d'une forte présence dans les pays présentant le plus fort potentiel de consommation pour la catégorie de fromage vers lesquels l'entreprise exporte déjà |   |
| GESTION RESPONSABLE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT | <ul style="list-style-type: none"> • Établir une relation de confiance avec les fournisseurs pour le maintien de la relation, et s'assurer que les fournisseurs respectent les normes de qualité et de durabilité • Valoriser l'enracinement territorial en créant de la valeur économique |  |



1.2 ANALYSE DE MATÉRIALITÉ ET ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

La rédaction du rapport de développement durable de DalterFood Group commence par l'identification des thèmes pertinents, c'est-à-dire les sujets économiques, environnementaux et sociaux (y compris les droits de l'homme) les plus importants. Pour ce deuxième rapport, le Groupe a mis à jour l'analyse de matérialité en suivant la nouvelle méthodologie proposée par les normes universelles GRI, en révisant le processus d'identification des thèmes pertinents à partir de la hiérarchisation des impacts positifs et négatifs, actuels ou potentiels, générés par les activités de l'entreprise. Afin d'identifier tout nouvel enjeu pertinent et d'intercepter d'éventuelles nouvelles tendances par rapport au rapport précédent, DalterFood Group a tout d'abord effectué une analyse comparative et contextuelle.

Un atelier réunissant les différentes fonctions de l'entreprise et des enquêtes menées auprès d'un échantillon représentatif de plus de 700 personnes issues de différentes catégories de parties prenantes (clients, fournisseurs, employés) a permis de définir les thèmes pertinents associés aux impacts prioritaires pour le Groupe.

Les enjeux qui se sont avérés pertinents et les impacts sous-jacents sont reportés dans le tableau suivant :

| THÈME PERTINENT | PRINCIPAUX IMPACTS | TYPE D'IMPACTS | DESCRIPTION DES PRINCIPAUX IMPACTS |
|--|---|----------------------|--|
| ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ | Non-conformité | Négatif Potentiel | Non-conformité aux lois, règlements et normes internes et externes applicables, avec les impacts sociaux/ environnementaux/économiques négatifs qui en découlent |
| | Droits humains | Négatif Potentiel | Cas de violation des droits de l'homme au sein de l'organisation et de sa chaîne de valeur |
| | Conduite des affaires contraire à l'éthique | Négatif Potentiel | Impacts négatifs sur les personnes et sur les systèmes économiques générés par une conduite des affaires contraire à l'éthique |
| | Lutte contre la corruption | Négatif Potentiel | Cas de corruption |
| ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET GESTION DES RESSOURCES NATURELLES | Prélèvements d'eau | Négatif Actuel | Prélèvement d'eau à des fins productives ayant des incidences négatives sur la disponibilité des ressources en eau sur le territoire |
| | Rejets d'eau | Négatif Potentiel | Rejets d'eau non soumis à des traitements d'épuration adéquats |
| | Consommation de matières premières pour l'emballage | Négatif Actuel | Impact environnemental lié à l'utilisation de matériaux d'emballage en raison de l'utilisation de matériaux non recyclables |

| THÈME PERTINENT | PRINCIPAUX IMPACTS | TYPE D'IMPACTS | DESCRIPTION DES PRINCIPAUX IMPACTS |
|---|---|-------------------|---|
| QUALITÉ ET SÉCURITÉ DU PRODUIT | Étiquetage responsable | Négatif Actuel | Diffusion d'informations inexactes, trompeuses ou mensongères sur l'organisation ou ses produits |
| | Non-conformité des produits | Négatif Potentiel | Cas de non-conformité dans le domaine de la santé et de la sécurité des produits |
| | Satisfaction des clients | Positif Actuel | Offre de produits et de services qui répondent aux besoins des clients |
| BIEN-ÊTRE ANIMAL | Bien-être animal | Négatif Potentiel | Non-respect du bien-être et de la santé des animaux |
| INCLUSION, BIEN-ÊTRE ET ÉPANOUISSEMENT DES EMPLOYÉS | Formation et développement des employés | Positif Actuel | Amélioration des compétences des travailleurs par le biais d'activités de formation et de développement professionnel, également liées à des objectifs d'épanouissement et d'évaluation personnalisée |
| | Satisfaction et bien-être des employés | Positif Actuel | Promotion de la satisfaction et du bien-être des employés à travers la mise en œuvre d'activités de bien-être et d'avantages spécifiques |
| | Emploi | Positif Actuel | Création d'emplois et recrutement |
| | Juste rémunération du personnel | Positif Actuel | Politiques de rémunération équitables qui mettent en valeur les compétences des travailleurs |
| PERFORMANCE ÉCONOMIQUE | Création de valeur | Positif Actuel | Génération de valeur économique et distribution en lien avec les parties prenantes (par ex., employés, fournisseurs) |
| SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL | Accidents et maladies professionnelles | Négatif Actuel | Accidents et maladies professionnelles sur le lieu de travail ayant des conséquences négatives sur la santé des travailleurs directs ou des collaborateurs externes |
| | Promotion de la santé | Positif Actuel | Promotion de la santé des employés |
| SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS | Qualité des produits | Positif Actuel | Offre de produits sûrs et de haute qualité tout au long de la filière |
| CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES ET ÉMISSIONS | Consommation d'énergie | Négatif Actuel | Consommation d'énergie provenant de sources non renouvelables, entraînant des impacts négatifs sur l'environnement et une réduction des stocks d'énergie |
| | Production d'émissions de GES, directes et indirectes liées à la consommation d'énergie (champs d'application 1 et 2) | Négatif Actuel | Contribution au changement climatique par l'intermédiaire des émissions de GES, directes et indirectes liées à la consommation d'énergie, en relation avec les activités menées dans les bureaux et les sites du Groupe |
| | Production d'émissions indirectes de GES (champ d'application 3) | Négatif Actuel | Production d'émissions ayant une incidence sur le climat liées aux activités de production et de transport tout au long de la chaîne de valeur |

| THÈME PERTINENT | PRINCIPAUX IMPACTS | TYPE D'IMPACTS | DESCRIPTION DES PRINCIPAUX IMPACTS |
|--|---|----------------------|--|
| GESTION RESPONSABLE DES MATIÈRES PREMIÈRES LAITIÈRES | Impacts de l'élevage sur les écosystèmes et la santé du sol | Négatif Potentiel | Impacts sur la biodiversité et la qualité des écosystèmes naturels, y compris l'érosion et/ou la réduction de la fertilité du sol, également liés à l'utilisation de pesticides, à la mauvaise gestion des effluents et à la production de méthane tout au long de la chaîne d'approvisionnement |
| GESTION RESPONSABLE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT | Fournisseurs locaux | Positif Actuel | Promouvoir l'achat auprès de fournisseurs locaux |
| | Impacts négatifs des fournisseurs | Négatif Potentiel | Impacts environnementaux et sociaux négatifs liés à l'achat de biens et de services auprès des fournisseurs |
| GESTION DES DÉCHETS | Déchets | Négatif Potentiel | Pollution de l'environnement due à la production de déchets dangereux et non dangereux |

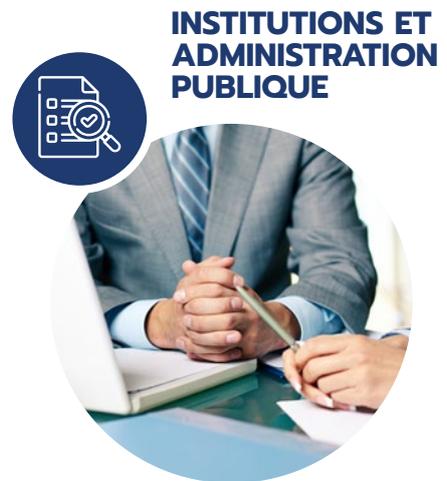
En ce qui concerne l'impact « Production d'émissions indirectes de GES (champ d'application 3) », DalterFood Group reconnaît la nécessité de mesurer son empreinte carbone afin d'être plus conscient de ses impacts sur l'environnement et, par conséquent, d'adopter toutes les mesures nécessaires pour les réduire. C'est pourquoi un processus est en cours afin d'évaluer la voie la plus appropriée pour mesurer les émissions totales produites par l'entreprise (y compris les émissions de GES - champ d'application 3) qui prendra du temps, mais dont les résultats seront disponibles d'ici la fin de 2023.



LES PARTIES PRENANTES

DalterFood Group estime que l'écoute et la participation de ses interlocuteurs est une priorité essentielle pour comprendre leurs besoins et leurs attentes.

Pour ce deuxième rapport, le Groupe a mis à jour la cartographie des parties prenantes et a identifié les catégories suivantes :

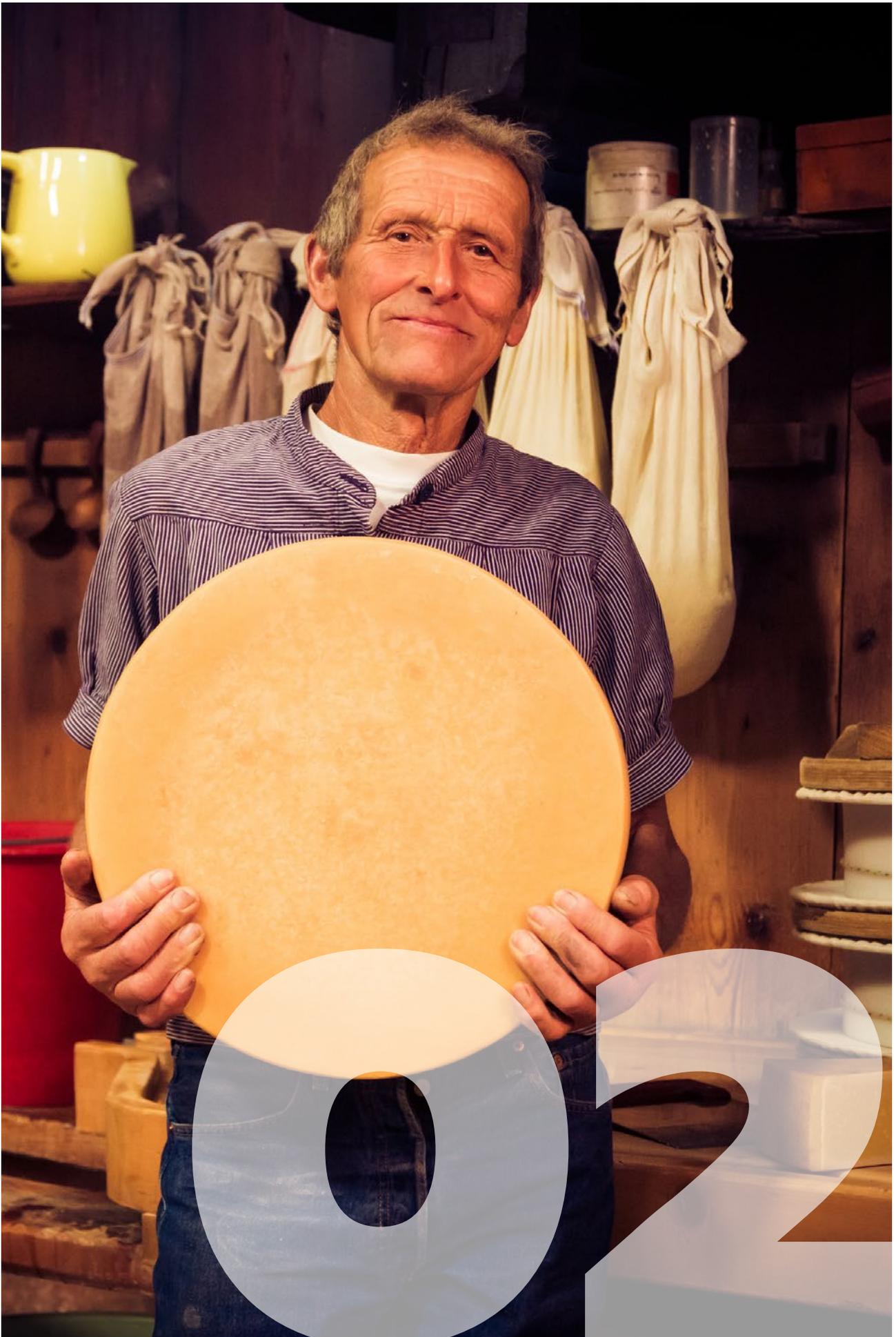


Par rapport à l'exercice précédent, des parties prenantes telles que les actionnaires et les investisseurs, les institutions et l'administration publique, ainsi que la communauté locale ont été ajoutées pour mieux illustrer le cadre des parties prenantes avec lesquelles le Groupe est en relation. Pour chaque catégorie de parties prenantes, les principaux modes de participation sont décrits ci-dessous :

| PARTIE PRENANTE | MODES DE PARTICIPATION |
|--|---|
|  <p>EMPLOYÉS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Notes d'information exposées sur les tableaux d'affichage de l'entreprise • Médias sociaux • Vidéos d'information • Newsletter • Logiciel de l'entreprise • Rencontres directes, en présentiel avec la direction |
|  <p>CLIENTS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Contacts téléphoniques directs • Rencontres en présentiel • Médias sociaux • E-mail • Salons et événements • Enquête satisfaction client |
|  <p>FOURNISSEURS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Rencontres en présentiel • Médias sociaux • E-mail/contacts téléphoniques |
|  <p>ACTIONNAIRES ET INVESTISSEURS</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Réunions du Conseil d'Administration • Rencontres périodiques |

| PARTIE PRENANTE | MODES DE PARTICIPATION |
|--|--|
|  <p>COMMUNAUTÉS LOCALES ET TERRITOIRE</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Participation à des associations territoriales • Participation aux réseaux de relations de la filière • Identification de projets visant à soutenir la communauté locale |
|  <p>INSTITUTIONS ET ADMINISTRATION PUBLIQUE</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Dialogue permanent sur l'évolution de la réglementation • Rencontres périodiques |
|  <p>APPORTEURS DE LAIT</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Rencontres en présentiel • Publipostage/Contacts téléphoniques |







02

_2. NOS VALEURS

NOS VALEURS

L'histoire de DalterFood Group est celle du fromage râpé frais et d'un long parcours d'innovation pour faire connaître la tradition fromagère italienne dans le monde entier.

Signature d'un partenariat avec **Genius Food Ideas**, entreprise spécialisée dans les légumes, pour une première diversification des produits.

Acquisition de la **première fromagerie** de Parmigiano Reggiano.

Naissance de la filiale **Baltic Cheese**.



1978

Dalter Alimentari est née sous l'impulsion de quatre entrepreneurs d'Émilie qui ont uni leur expérience pour se consacrer au secteur alors inexploré du fromage râpé.

Après l'invention du premier produit, le temps et les ressources consacrés à l'innovation ont donné naissance aux produits et aux formats qui ont marqué le parcours de l'entreprise, des premières barquettes individuelles de fromage râpé à la plus vaste gamme de coupes du marché.

2005

Entrée de Dalter Alimentari dans le capital social de **Star Gourmet** et expansion sur le marché espagnol.

2008

2010

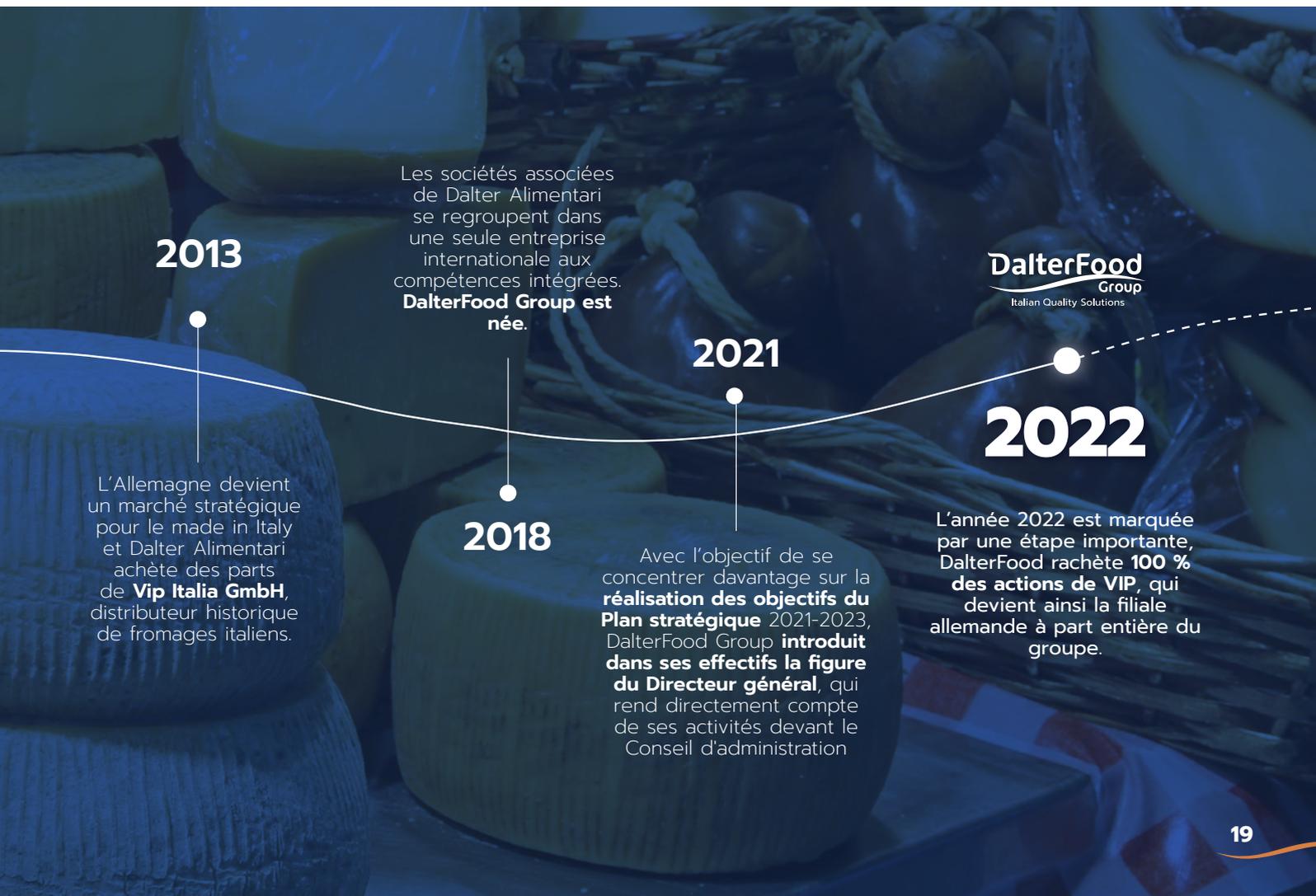
2.1 DALTERFOOD GROUP : UNE HISTOIRE QUI DURE DEPUIS 40 ANS

Dalter Alimentari est né de l'histoire d'un groupe d'entrepreneurs d'Émilie qui décident d'unir leurs expériences pour se consacrer à un secteur totalement inexploré, le fromage râpé.

Grâce à l'engagement et aux ressources engagées, une vaste gamme de produits et de formats de fromage a été créée, depuis les premières barquettes de fromage râpé en portion individuelle jusqu'à la plus grande variété de coupes, qui ont marqué le parcours de DalterFood.

Aujourd'hui, le Groupe opère sur différents marchés, de la production à la distribution, pour sélectionner et distribuer les meilleures spécialités alimentaires italiennes en Europe et dans le monde.

Fort de plus de 40 ans d'expérience dans la production et le conditionnement du Parmigiano Reggiano, le groupe DalterFood Group est de nos jours l'un des principaux acteurs du secteur de la production, de la coupe et du conditionnement des fromages à pâte dure et de la distribution internationale de produits alimentaires traditionnels italiens.



2013

L'Allemagne devient un marché stratégique pour le made in Italy et Dalter Alimentari achète des parts de **Vip Italia GmbH**, distributeur historique de fromages italiens.

Les sociétés associées de Dalter Alimentari se regroupent dans une seule entreprise internationale aux compétences intégrées. **DalterFood Group est née.**

DalterFood
Group
Italian Quality Solutions

2021

Avec l'objectif de se concentrer davantage sur la **réalisation des objectifs du Plan stratégique 2021-2023**, DalterFood Group **introduit dans ses effectifs la figure du Directeur général**, qui rend directement compte de ses activités devant le Conseil d'administration

2022

L'année 2022 est marquée par une étape importante, DalterFood rachète **100 % des actions de VIP**, qui devient ainsi la filiale allemande à part entière du groupe.

2018

2.2 LES VALEURS DE DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group se consacre à l'innovation des tables du monde tout en conservant une forte empreinte de la tradition alimentaire italienne, en sélectionnant et en conditionnant avec passion les meilleurs fromages affinés AOP italiens et d'autres excellences, dont le Parmigiano Reggiano, qui est produit dans les deux fromageries situées dans les collines de Reggio d'Émilie.

_NOTRE VISION

“ Faire plaisir à tous les **consommateurs** aux quatre coins du globe **qui aiment la bonne chère**, en proposant des **produits durables** et les saveurs de la **cuisine italienne traditionnelle**.

_NOTRE MISSION

“ Mettre chaque jour notre capacité d'**écoute** et notre **expertise** du secteur laitier et fromager italien au service de nos clients, afin de proposer des **solutions personnalisée** qui racontent avec passion l'histoire de nos produits.



Chaque jour, DalterFood Group s'engage à transmettre ses valeurs, telles que :

INNOVER ENSEMBLE



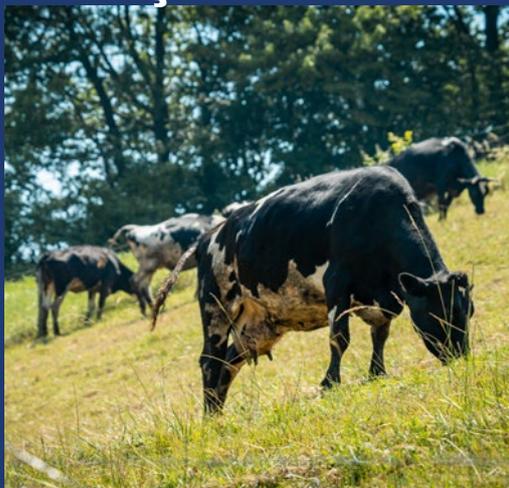
Être à l'écoute des fournisseurs, des clients et des personnes pour améliorer les processus et les produits.

OFFRIR DES PRODUITS ITALIENS



Nous respectons et valorisons la culture des saveurs italiennes et l'exportons dans le monde entier.

SE DÉVELOPPER DE FAÇON DURABLE



Nous croyons en l'importance d'entretenir les relations et de partager les objectifs de durabilité avec les acteurs de la filière.

GÉNÉRER LA CONFIANCE



Nous travaillons avec transparence et compétence pour garantir à nos clients les normes de qualité les plus élevées.

2.3 GOUVERNANCE ET STRUCTURE DE L'ENTREPRISE

Les entreprises qui font partie du nom commercial DalterFood Group sont détenues par un groupe d'entrepreneurs émiliens qui, au fil du temps, ont su assurer leur croissance tout en conservant les valeurs et les particularités de chaque entreprise.

Entreprises détenues en propre qui constituent DalterFood Group :



**Siège social
et établissement de production**
(coupe et conditionnement)



**Société détenant les deux
fromageries Caseificio di Selvapiana
e Canossa et Caseificio del Cigarello**
(approvisionnement en lait et production
du Parmigiano Reggiano).



**Filiale commerciale
pour le marché britannique**



**Filiale commerciale pour le
marché allemand**

BALTIC CHEESES SIA

**Approvisionnement de
fromages à pâte dure étrangers**

Toutes les entreprises sont caractérisées par un modèle traditionnel de gouvernance d'entreprise, adapté au pays dans lequel l'entreprise est basée. Le Conseil d'Administration des sociétés est chargé de la gestion et de l'administration des activités, le Collège des Commissaires aux comptes exerce une fonction de supervision (présent uniquement dans les sociétés italiennes), tandis que l'audit légal des comptes et le contrôle comptable sont confiés à des sociétés d'audit nommées par l'assemblée générale ordinaire.



Conseil d'Administration

Il gère les pouvoirs de l'entreprise sauf dans les cas où la loi exigerait une autorisation spécifique.



Collège des Commissaires aux comptes

Il a pour mission de veiller au respect de la loi et des statuts, au respect des principes de bonne administration et, en particulier, à l'adéquation du système de contrôle interne.



Conseil de surveillance

Il dispose de pouvoirs autonomes d'initiative et de contrôle et est chargé de superviser le fonctionnement et le respect du modèle d'organisation, de gestion et de contrôle de DalterFood Group conformément aux dispositions du Décret législatif italien 231/2001, ainsi que de le mettre à jour.

La société mère est **Dalter Alimentari S.P.A.**, une société privée dont le siège se trouve en Italie, via val d'Enza 134 à Sant'Ilario d'Enza (RE), qui opère par le biais d'établissements de production directe et commercialise ses produits en Italie et à l'étranger, et qui exerce le rôle de direction et de coordination des politiques commerciales, de gestion et financières de ses filiales.

Le Conseil d'Administration de Dalter Alimentari S.p.A est composé du Président, de l'Administrateur Délégué et du Conseiller, représentant l'actionnariat, et se réunit tous les mois dans le but de contrôler les performances économiques et financières du Groupe et d'examiner les principaux aspects de l'activité. Chaque mois, la stratégie relative aux questions de développement durable élaborée par la direction générale et les responsables de fonctions, ainsi que les résultats obtenus, sont également présentés au Conseil d'Administration pour partage et approbation.

| CONSEIL D'ADMINISTRATION AU 31.12.2022 | MANDAT | DATE ACTE DE NOMINATION |
|---|-------------------------------|------------------------------------|
| RICOTTI STEFANO | Président | 29/06/2021 |
| VIAPPIANI ALBERTO | Administrateur Délégué | 05/07/2021 |
| RICOTTI MARTINO | Conseiller | 29/06/2021 |

| COLLÈGE DES COMMISSAIRES AUX COMPTES AU 31.12.2022 | MANDAT | DATE ACTE DE NOMINATION |
|---|--|------------------------------------|
| BERTANI ALBERTO | Commissaire au compte titulaire | 26/06/2020 |
| RAVACCHIA FRANCESCO | Commissaire au compte titulaire | 26/06/2020 |
| SASSI ANDREA | Commissaire au compte titulaire | 26/06/2020 |
| RINALDI ROBERTO | Commissaire aux comptes suppléant | 26/06/2020 |
| FONTANA FILIPPO | Commissaire aux comptes suppléant | 26/06/2020 |

Le Conseil d'Administration est composé uniquement d'actionnaires, qui ont nommé un Directeur général chargé de la gestion stratégique et ordinaire des affaires du Groupe. Le Directeur général est une figure indépendante et n'occupe pas le poste de Président ni celui d'Administrateur Délégué. Le Directeur général participe au Conseil d'Administration avec le Directeur financier, le Contrôleur de gestion et le Directeur commercial. Tous les membres du Conseil d'Administration et du Collège des Commissaires aux comptes sont des hommes de nationalité italienne et âgés de plus de 50 ans, à l'exception d'un membre dont l'âge est compris entre 30 et 50 ans. Au 31 décembre 2022, le groupe des responsables de fonction est composé de 9 personnes, dont 3 femmes et 6 hommes, tous de nationalité italienne.

La gestion stratégique et ordinaire des impacts de l'organisation sur l'économie, l'environnement et les personnes est confiée au Directeur général, soutenu par les différents responsables de fonction. Les impacts sont ensuite présentés chaque année dans le rapport de développement durable.

Les politiques de rémunération de la Direction générale relèvent de la responsabilité du Conseil d'Administration, tandis que celles des employés sont gérées par le Directeur général, qui occupe également le poste de Directeur des Ressources Humaines.

Au niveau du Groupe, le rapport entre la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée et la rémunération médiane des employés (à l'exclusion de la personne la mieux payée) est de 10,82.

ORGANIGRAMME DE DALTER ALIMENTARI S.p.A.

PRÉSIDENT

Stefano Ricotti

ADMINISTRATEUR DÉLÉGUÉ

Alberto Viappiani

DIRECTEUR GÉNÉRAL

Andrea Guidi



SERVICES TECHNIQUES

L. Davoli



PRODUCTION

M. Cantù



RESSOURCES HUMAINES

DIRECTEUR RH DU GROUPE

Andrea Guidi



VENTES

DIRECTEUR COMMERCIAL DU GROUPE

Antonio Gizzi



ADMINISTRATION, FINANCE
ET CONTRÔLE

DIRECTEUR FINANCIER

Lorenzo Calestani



MARKETING

DIRECTEUR MARKETING ET RSE DU GROUPE

Alessandra Caroti



TECHNOLOGIE DE
L'INFORMATION

DIRECTEUR INFORMATIQUE DU GROUPE

Roberto Zanna



QUALITÉ

DIRECTEUR QUALITÉ DU GROUPE

Iulia Pantea



ACHATS

DIRECTEUR ACHATS DU GROUPE

Lorena Rizzi

2.4 ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ DES AFFAIRES

Pour DalterFood Group, le respect des principes éthiques et la transparence dans l'exercice de l'activité de l'entreprise sont une condition nécessaire pour faire des affaires.

Le code d'éthique de DalterFood Group, approuvé par le Conseil d'Administration et contraignant pour les employés de toutes les sociétés du Groupe, les collaborateurs, les partenaires et les fournisseurs, exprime les engagements et les responsabilités éthiques dans la conduite des affaires afin de construire un environnement sain caractérisé par un fort sens de l'intégrité éthique. Par le biais de ce document, le Groupe demande d'adopter une conduite conforme aux principes de l'entreprise, en tenant compte de la diversité culturelle, sociale et économique. Parmi les critères de conduite générale, le code d'éthique de DalterFood Group tient compte des points suivants :



Lutte contre les comportements illicites ;



Sélection et gestion du personnel ;



Établissement de la relation de travail ;



Travail des enfants et travail forcé ;



Sécurité et santé ;



Protection de la vie privée et traitement des informations confidentielles ;



Égalité des chances ;



Intégrité et protection de la personne ;



Harcèlement au travail et abus de substances alcooliques et de stupéfiants ;



Devoirs des collaborateurs.

Chaque employé ou collaborateur reçoit une copie du document lors de son embauche, qu'il est tenu de signer. Afin de disposer d'un code d'éthique en phase avec l'évolution du marché, DalterFood Group prévoit de le mettre à jour au cours de l'année à venir. Au cours de la période de référence, DalterFood Group n'a enregistré aucun cas significatif de non-conformité aux lois et règlements.

PRINCIPES ET VALEURS DU GROUPE

- ✓
 Honnêteté et légalité
- ✓
 Impartialité
- ✓
 Prévention et résolution des conflits d'intérêts
- ✓
 Esprit d'entreprise
- ✓
 Loyauté dans les opérations et les transactions
- ✓
 Diligence dans l'exécution des tâches et des contrats
- ✓
 Confidentialité
- ✓
 Qualité des services et des produits
- ✓
 Valeur des ressources humaines
- ✓
 Protection de la qualité de l'environnement, de la santé et de la sécurité des travailleurs
- ✓
 Équité en matière d'autorité
- ✓
 Sécurité et authenticité des produits et protection des marques et des brevets
- ✓
 Intégrité et dignité de la personne
- ✓
 Garantie de qualité (étiquetage, traçabilité, classification, emballage, transport)
- ✓
 Transparence, exactitude et exhaustivité des informations



Contrôle interne et conseil de surveillance

Le Conseil de surveillance est chargé de gérer l'efficacité et le respect du code d'éthique et du modèle d'organisation conformément au décret législatif italien 231/2001¹.

Parmi les différentes tâches du Conseil de surveillance, il y a aussi celle d'évaluer tout signalement éventuel reçu de la part des employés concernant des comportements contraires au code d'éthique et de mener les enquêtes nécessaires, tout en respectant la plus grande confidentialité et la vie privée. De cette manière, DalterFood Group s'assure que les employés peuvent faire part de leurs préoccupations sans crainte de représailles ou de sanctions. Depuis sa création, le Conseil de surveillance n'a jamais reçu de signalements.

Les employés peuvent profiter d'outils supplémentaires pour signaler des infractions, tels qu'une adresse électronique dédiée et deux boîtes aux lettres situées dans les espaces de pause des bureaux et de la production.

Il est donc essentiel que l'organisation se dote d'outils d'analyse et de prévention avancés, tels que l'approche fondée sur les risques², qui lui permettent de prendre des décisions opportunes et efficaces, à la suite d'évaluations précises des risques et des opportunités liés à ses choix. L'approche fondée sur les risques² vise donc à obtenir les résultats escomptés, en donnant la possibilité de saisir les opportunités d'amélioration, tout en éliminant ou en réduisant autant que possible les répercussions négatives sur le rendement causées par l'organisation ou par des conditions extérieures à celle-ci.

Lutte contre la corruption et protection de la vie privée

Afin de protéger la vie privée de ses collaborateurs, DalterFood Group adopte toutes les normes nécessaires pour garantir des modes de traitement et de stockage des données aussi précis que possible. Ces normes prévoient l'interdiction, sauf dans les cas prévus par la loi, de communiquer/divulguer des données à caractère personnel sans le consentement préalable de la personne concernée et établissent les règles de contrôle, de la part de chaque collaborateur, des normes de protection de la vie privée et du traitement des données conformément aux dispositions du décret législatif italien 196/03 et de la législation similaire en vigueur au Royaume-Uni.

De plus, le Groupe veille à ce que les informations et les données collectées dans le cadre des activités de l'entreprise soient utilisées dans les limites et conformément aux procédures de l'entreprise et dans le respect de la réglementation nationale du pays où l'entreprise du Groupe opère.

Au cours de l'année de référence, DalterFood Group n'a relevé aucun cas de corruption, ni aucune action en justice relative à un comportement anticoncurrentiel et à des violations des lois antitrust et antimonopole, ni aucune plainte concernant des violations de la vie privée des clients et la perte de données les concernant.

¹ Le modèle d'organisation prévu par le décret législatif italien 231/2001 est valable pour les sociétés basées en Italie, le Conseil de surveillance est le même pour toutes les sociétés du Groupe.

² Manière proactive de traiter les problèmes en rassemblant systématiquement des informations, des connaissances et des actions pour faire face à l'incertitude et aux opportunités potentielles à saisir grâce à l'adoption de systèmes de gestion intégrés.

Transparence et légalité

DalterFood Group s'engage à agir conformément aux principes de clarté, d'honnêteté et de transparence afin que les transactions, les négociations et la conduite visant à l'accomplissement de son activité soient marquées par la plus grande honnêteté dans la gestion du Groupe, sans favoriser aucun groupe d'intérêt ou individu. Tous les collaborateurs sont tenus de fournir des informations complètes, transparentes, compréhensibles et précises. En particulier, lors de l'élaboration des contrats, le Groupe prend soin de préciser à la partie contractante, de manière claire et transparente, tous les aspects, clauses et comportements à observer dans toutes les circonstances prévues.







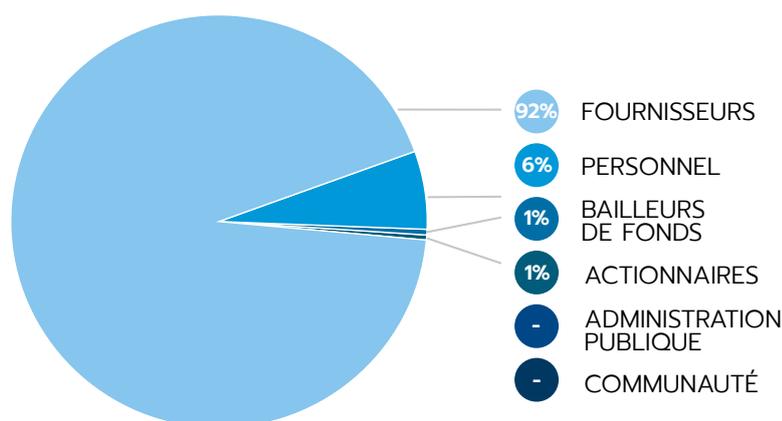
LA DURABILITÉ ÉCONOMIQUE DE DALTERFOOD GROUP

LA DURABILITÉ ÉCONOMIQUE DE DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group est conscient des responsabilités économiques liées à son activité : la valeur distribuée³ aux différentes parties prenantes dépend de la performance économique. En 2022, le Groupe a démontré une forte résilience, grâce à laquelle il a atteint ses objectifs de rentabilité budgétisés. Les produits proviennent exclusivement des activités de l'entreprise : la vente de produits génère la valeur économique de l'entreprise qui, dans une optique de participation et de partage des résultats obtenus, est en grande partie répartie entre les parties prenantes qui ont eu des relations économiquement importantes avec le Groupe, qui lui ont apporté de la valeur (comme celle dérivée du travail) et qui ont contribué de diverses manières au bien-être de l'entreprise. La valeur économique qui reste après la répartition est conservée par le « système de l'entreprise », qui met en réserve les ressources nécessaires au développement de l'organisation. Plus précisément, la valeur économique générée par DalterFood Group en 2022 est de 155 millions d'euros environ, qui provient principalement de la part des recettes consolidées du Groupe, égale à 146 millions d'euros environ (+15 % par rapport à 2021).

| | 31.12.2021 ⁴ MILLIERS D'EUROS | % | 31.12.2022 MILLIERS D'EUROS | % |
|---|---|-------|--------------------------------|-------|
| VALEUR ÉCONOMIQUE DIRECTE GÉNÉRÉE | 134 272 | 100 % | 155 511 | 100 % |
| VALEUR ÉCONOMIQUE DISTRIBUÉE ⁵ | 128 610 | 96 % | 148 221 | 95 % |
| VALEUR ÉCONOMIQUE CONSERVÉE | 5 662 | 4 % | 7 290 | 5 % |

VALEUR ÉCONOMIQUE DISTRIBUÉE EN 2022



³ La valeur économique distribuée se compose des coûts d'exploitation, des rémunérations et des avantages sociaux, des paiements aux fournisseurs de capitaux et des paiements à l'administration publique. Toutes les données relatives à l'aperçu de la valeur économique générée et distribuée ont été extraites du compte de résultat de l'exercice et réévaluées sur la base des indications des normes GRI.

⁴ À la suite d'un processus d'amélioration du système de reporting et afin d'assurer la comparabilité, les données relatives à la valeur économique générée, distribuée et conservée par le Groupe ont été retraitées par rapport à celles publiées dans le précédent rapport de développement durable. Pour les données publiées précédemment, il convient de se référer au rapport de développement durable 2021, publié sur le site <https://www.dalterfood.com/>.

⁵ Il convient de noter qu'en 2021 et 2022, des dividendes de 501 000 euros et 1 000 000 euros ont été respectivement versés aux actionnaires, en prélevant une partie de la réserve de bénéfices des exercices précédents.

3.1 MARCHÉS DESSERVIS ET PRODUITS OFFERTS

De la production à la distribution, DalterFood Group opère sur différents marchés en produisant et en distribuant les meilleures spécialités alimentaires italiennes en Europe et dans le monde. Le succès du Groupe est principalement lié à deux facteurs : la recherche de la qualité (aussi bien du produit, dans la sélection des meilleures matières premières, que des processus) et la tendance à l'innovation. C'est à DalterFood Group que l'on doit le lancement sur le marché italien du fromage râpé emballé : un produit qui, à l'instar de nombreux autres présentés au fil des années, a modifié les habitudes de consommation du fromage.

Fort de son penchant naturel pour l'innovation et la qualité, DalterFood Group s'est lancée dans des défis toujours plus ambitieux. Après avoir consolidé sa position de chef de file dans le secteur alimentaire et la restauration collective et commerciale, le Groupe a notamment lancé une politique d'internationalisation, d'abord axée sur les marchés européens les plus exigeants puis élargie aux zones hors UE. Aujourd'hui, l'entreprise dessert 32 pays à travers le monde et réalise environ 80 % de son chiffre d'affaires à l'étranger, grâce à ses deux filiales et à son réseau commercial.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (ANNÉE 2022)



24 156 000 €

16,5 %

Italie



121 316 000 €

82,9 %

Europe



913 000 €

0,6 %

Reste du monde



3.2 LE MODÈLE D'AFFAIRES, LE MARCHÉ ET LES PRODUITS OFFERTS

LE MODÈLE D'AFFAIRES DE DALTERFOOD GROUP



LA COLLECTE DU LAIT

La qualité de notre lait est le fruit de **relations de confiance à long terme avec des éleveurs sélectionnés.**



LA PRODUCTION DU PARMIGIANO REGGIANO

Nous garantissons l'**excellence du Parmigiano Reggiano** grâce à une production en interne dans nos fromageries et à des investissements continus dans la formation et l'innovation.



LE PORTIONNEMENT DES FROMAGES

Nous proposons **une grande variété de coupes et d'emballages** de fromages à pâte dure et semi-dure, des portions individuelles aux formats destinés à l'industrie alimentaire.



EXPORTATION ET DISTRIBUTION

Nous faisons découvrir les spécialités italiennes au monde entier grâce à **notre réseau de filiales**, logistiques et de vente.



Comme indiqué dans les paragraphes précédents, DalterFood Group propose une large gamme de fromages et de produits typiques de la culture alimentaire italienne, coupés et conditionnés pour répondre aux exigences de l'industrie alimentaire, des professionnels de la restauration et du canal de la vente au détail. Plus précisément :

- **Fromages à pâte dure italiens AOP** (Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino Romano)
- **Fromages à pâte dure italiens non AOP**
- **Fromages à pâte filée** (burrata, burrata de bufflonne)
- **Fromages frais** (mozzarella, mozzarella de bufflonne, gorgonzola)
- **Autres spécialités italiennes** (charcuterie, hors-d'œuvre de légumes)

L'originalité du Groupe réside précisément dans l'étendue de sa gamme de produits : le Parmigiano Reggiano (produit phare de DalterFood Group) a tout d'abord été accompagné de fromages italiens traditionnels, tels que le Grana Padano et le Pecorino Romano, puis d'une sélection de fromages italiens et étrangers, tels que le Spinoro, la Mozzarella, l'Emmenthal, l'Edamer et le Pastamore. Mais ce n'est pas tout : au fil des ans, une grande variété de coupes - par exemple, cubes, feuilles, pépites, copeaux, bâtonnets et filets - et d'emballages a été introduite, toujours dans le but de satisfaire les besoins du plus grand nombre de clients possible.

En plus de créer un nouveau modèle de filière, éthique et équilibré, où l'excellence est la valeur à récompenser, le Groupe s'est engagé à améliorer le tissu de production local en encourageant les petits acteurs tels que les fromageries de montagne. Les deux fromageries produisent aujourd'hui 180 meules par jour et transforment environ 750 quintaux de lait provenant des étables limitrophes, situées dans la plaine ou dans des zones de montagne. Cela permet de produire le Parmigiano Reggiano traditionnel, le Parmigiano Reggiano biologique et le Parmigiano Reggiano certifié Produit de montagne.

En ce qui concerne l'étiquetage et les informations, dans tous les produits et services offerts par DalterFood Group, l'origine, le contenu, l'utilisation sûre et l'élimination de ceux-ci sont indiqués.

À cet égard, l'organisation n'a détecté aucun cas de non-conformité au cours de l'année de référence qui aurait entraîné une amende, une sanction, une pénalité, un avertissement ou une non-conformité aux codes d'autoréglementation. De plus, DalterFood Group, toujours en ce qui concerne l'année de référence 2022, n'a détecté aucun cas de non-conformité aux réglementations qui aurait entraîné une amende, une sanction ou un avertissement en matière de communication marketing, y compris la publicité, la promotion et le parrainage.







4

GESTION RESPONSABLE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

4. GESTION RESPONSABLE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

DalterFood Group a travaillé dur pour créer un modèle de filière unique, performant et durable, en récompensant et en incitant tous les acteurs qui y participent à faire tout leur possible pour obtenir un produit de qualité supérieure. Le Groupe contrôle toutes les étapes de la filière : de la collecte du lait à la production dans les deux fromageries qu'il détient, jusqu'à la coupe, le conditionnement et la distribution sur le marché italien et étranger.

Nous sommes à l'écoute de vos besoins pour donner une nouvelle coupe à vos attentes. Et la qualité ne souffre d'aucun compromis.

Le Parmigiano Reggiano est un **fromage AOP de très grande qualité**, unique sur le marché italien et international, dont la production, de la traite des vaches à l'affinage et au conditionnement, est réglementée par le Consortium de protection du Parmigiano Reggiano.

En ce qui concerne DalterFood Group, le lait est acheté auprès de **41 apporteurs** qui répondent aux meilleures exigences en matière de qualité et de bien-être animal. Ils ne sont pas considérés comme de simples fournisseurs, mais comme de véritables partenaires stratégiques. Le panorama des exploitations agricoles qui coopèrent avec le Groupe est varié aussi bien en ce qui concerne la taille, de petites exploitations familiales de 40 têtes jusqu'aux grandes exploitations de 200, qu'en ce qui concerne l'emplacement, afin de pouvoir fournir aux deux fromageries du lait de plaine, destiné à la production de Parmigiano Reggiano traditionnel, mais aussi du lait biologique et du lait de montagne, et enfin, du lait biologique, « Prodotto di Montagna di Sola Pezzata Rossa Italiana » pour la production d'un fromage unique, le « Parmigiano Reggiano di Sola Pezzata Rossa Italiana ».



LA PRODUCTION DU PARMIGIANO REGGIANO



Grâce à l'expérience des fromagers de DalterFood Group et à l'utilisation de lait d'origine locale, un Parmigiano Reggiano de la plus haute qualité est fabriqué chaque jour au sein des fromageries.

Le lait de la traite du soir arrive à la fromagerie et on le laisse reposer jusqu'au matin dans des cuves en acier spéciales à température contrôlée : pendant la nuit, le processus d'affleurement de la crème se produit. Celle-ci sera ensuite destinée à la production du beurre tandis que le lait écrémé est mélangé avec le lait entier de

la traite du matin. La présure et les ferments lactosériques, une culture de ferments dérivés du lactosérum de la transformation de la veille, sont ensuite ajoutés. Ce processus marque le début du caillage, qui dure environ 10 minutes. Le lait caillé (caillebotte) est fragmenté en de nombreux petits grains par le fromager à l'aide d'un tranche-caillé, un outil très ancien. Cette procédure est très importante : c'est le fromager, en fonction de son expérience et de sa sensibilité, qui décide de la taille des grains et qui détermine donc la qualité du futur produit. Une fois ce passage terminé, l'opération de cuisson à 55 degrés environ peut commencer. La cuisson terminée, la masse repose pendant 50 à 60 minutes, puis est soulevée et retirée de la chaudière pour former deux meules jumelles de Parmigiano Reggiano. Chaque chaudière contient 1 100 litres de lait et, pour produire une meule





de Parmigiano Reggiano, il faut environ 550 litres de lait. Une meule pèse en moyenne de 38 à 40 kg ; par conséquent, il faut 14 litres de lait pour produire 1 kg de Parmigiano Reggiano. Une fois extraites des chaudières, les meules sont mises à sécher pendant 2 à 3 jours, puis placées dans de la saumure pendant 15 à 17 jours.

L'affinage qui s'ensuit permet de transformer le caillé en Parmigiano Reggiano. Une fois l'étape du salage terminée, les meules sont transportées vers l'entrepôt et on les laisse reposer sur des planches en bois, où elles restent pendant toute la durée de l'affinage. La partie extérieure se dessèche et forme une croûte qui, n'étant pas traitée, est comestible. La période d'affinage varie d'un minimum de 12 mois jusqu'à 40-48 mois. C'est pendant cette période que le Parmigiano Reggiano prend son parfum, ses arômes, ses senteurs. À la fin du 12^e mois (période minimale d'affinage), les experts du Consortium de protection du Parmigiano Reggiano examinent les meules et les sélectionnent une par une. C'est ce que l'on appelle l'« expertise par martelage » qui permet de confirmer que la meule répond à toutes les exigences de l'appellation d'origine protégée et qu'elle peut donc se prévaloir, par l'apposition du marquage caractéristique au feu, de la dénomination « Parmigiano Reggiano ». Pendant la phase initiale d'affinage, les meules sont brossées, retournées et contrôlées chaque jour, pour s'assurer que l'affinage se fait de façon parfaite et uniforme.



COUPE ET CONDITIONNEMENT

Les meules de Parmigiano Reggiano, de Pecorino Romano, de Spinoro et de tous les autres fromages à pâte dure sont transportées après affinage au sein de l'établissement de Sant'Ilario d'Enza pour l'étape de portionnement et de conditionnement. Ici, les meules sont tout d'abord lavées, séchées et découpées en portions pour devenir ensuite, au cours de la deuxième étape du traitement, des tranches, des pétales, des copeaux, des filets, des pépites ou du fromage râpé, conditionné dans des emballages de différentes tailles pour répondre au mieux aux demandes des clients (de 5 g à 5 kg pour les sacs, tandis que le poids peut atteindre 20 kg pour les tranches sous vide). Les différentes références de mélanges de fromages destinées à l'industrie et à la restauration, spécialement étudiées et équilibrées pour satisfaire toutes les exigences de préparation, sont également produites à Sant'Ilario : que ce soit pour assaisonner une farce, réaliser un gratin doré ou donner du goût à une pizza surgelée.

Avec plus de 20 lignes de production, DalterFood Group investit dans le développement de solutions technologiques pour offrir des emballages toujours plus pratiques et polyvalents qui garantissent la fraîcheur et la sécurité maximales de ses fromages. Ces technologies sont également adoptées dans une perspective de circularité et de réduction des matériaux utilisés afin de réduire l'impact de ses activités sur l'environnement.



4.1 LA CHAÎNE DE VALEUR

La filière laitière italienne traite 850 millions de litres de lait par an : les éleveurs italiens travaillent souvent dans des conditions plus difficiles que leurs collègues européens et le prix du lait produit en Italie est en moyenne plus élevé en raison de la morphologie du territoire, de la difficulté d'approvisionnement en matières premières et en aliments pour animaux, et des coûts énergétiques. La demande mondiale de produits laitiers et fromagers devrait augmenter dans les années à venir, il faudra donc anticiper les demandes du marché et renforcer les mesures pour garantir la qualité des produits offerts afin de ne pas perdre le positionnement stratégique acquis. À cet égard, les grands acteurs du secteur mettent en place tous les moyens nécessaires pour acheter des matières premières à la qualité garantie. Le modèle de filière protégée et contrôlée de DalterFood Group permet non seulement de protéger le territoire et le patrimoine agroalimentaire italien, mais aussi d'obtenir des normes de qualité élevées, en assurant aux consommateurs un produit collecté, transformé et distribué avec un impact minimal sur l'environnement. À ses débuts, en 2005, le Groupe collaborait avec 5 éleveurs. Aujourd'hui, ils sont au nombre de 41, tous situés dans la province de Reggio d'Émilie dont 85 % dans les zones de montagne.

LA GAMME DES PRODUITS DE DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group achète à des fournisseurs externes, en plus de fromages d'autres types, également certaines meules de Parmigiano Reggiano, dans les cas où la production interne à la filière ne serait pas suffisante pour couvrir les besoins du marché. Le Groupe accorde une grande attention à l'approvisionnement de toutes les matières premières, à travers la définition de procédures et de protocoles stricts, essentiels pour garantir la haute qualité qui caractérise ses produits tout au long de la chaîne de valeur. L'attention portée par le Groupe à la chaîne d'approvisionnement découle de la nécessité de coordonner les nombreuses activités industrielles qui sont canalisées vers des catégories de produits spécifiques, dans le but d'atteindre les niveaux d'efficacité indispensables pour pouvoir continuer à être compétitif, y compris sur les marchés primaires. Les personnes qui achètent une bouteille de lait sont de plus en plus attentives aux valeurs de la filière et à l'importance de la traçabilité de chaque passage. En 2022, le nombre de fournisseurs de DalterFood Group s'élève à 932.



DalterFood Group s'engage à coopérer avec des partenaires sensibles aux questions de durabilité, en se fixant comme objectif à moyen et long terme de réaliser un questionnaire visant à évaluer leur degré de sensibilité aux questions sociales et environnementales et de partager son code d'éthique avant d'établir des accords de collaboration.

4.1.1 | Les apporteurs de lait, partenaires stratégiques du Groupe



41
APPORTEURS

qui cultivent et produisent de façon autonome les fourrages



32
KILOMÈTRES

le rayon dans lequel se trouvent les étables



0
MOIS

d'attente du paiement grâce au « crédit de filière »

| APPORTEURS | 2021 | 2022 | U.M. |
|---|------------|------------|------------------|
| Total apporteurs | 40 | 41 | N ^{BRE} |
| Distance maximale entre apporteurs et entreprise | 37 | 32 | KM |
| Total lait apporté et transformé par la filière à l'année | 31 897 512 | 32 606 273 | LITRES |
| Moyenne journalière de lait apportée | 87 390 | 89 332 | N ^{BRE} |
| Total de têtes présentes chez les apporteurs | 4 972 | 5 247 | N ^{BRE} |
| Total inspections/audits annuels effectués par l'entreprise à l'égard des apporteurs | 6 | 14 | N ^{BRE} |
| Total rapports/non-conformités détectées | 1 | 0 | N ^{BRE} |

CONFIANCE MUTUELLE ET COOPÉRATION

Afin de créer une relation de confiance mutuelle, DalterFood Group a introduit, pour la première fois dans le secteur, le crédit de filière grâce à la collaboration avec un établissement de crédit sur lequel le Groupe s'appuie. Grâce à ce crédit, les éleveurs peuvent être payés immédiatement pour leur lait, contre une moyenne de report de paiement de 12 mois environ dans le secteur et, dans certains cas, des pointes pouvant atteindre 24 mois. Cette stratégie leur permet de planifier les investissements visant à moderniser leur structure et à garantir ainsi un lait de qualité. L'entreprise a mis à la disposition des éleveurs ses services de conseil financier et juridique, afin de les aider à se développer en tant qu'entrepreneurs. Enfin, elle leur a assuré la présence permanente de spécialistes en Assurance Qualité et d'un technologue en denrées alimentaires pour gérer les étables conformément aux réglementations en vigueur et pour veiller davantage au bien-être des animaux.

De plus, suite à la décision du Consortium de protection du Parmigiano Reggiano de permettre que le lait destiné à la production du Parmigiano Reggiano soit canalisé vers d'autres utilisations à certaines périodes de l'année, les exploitations agricoles peuvent se consacrer à la transformation d'autres produits laitiers demandés par les consommateurs et profiter des opportunités de marché les plus favorables. Pour aider ses fournisseurs dans ce sens, DalterFood Group a installé un centre d'écoulement des surplus de lait et deux réfrigérateurs au sein de la fromagerie de Cigarellino afin d'offrir des possibilités de stockage à d'autres fromageries également.

Pouvoir compter sur des éleveurs fidèles, qui travaillent avec passion, qui sont conscients et enthousiastes de faire partie d'une équipe et surtout d'être les acteurs d'un grand projet, est très important pour nous.



4.2 LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

DalterFood Group est convaincue que la responsabilité d'entreprise s'évalue tout au long de la filière de production et qu'une communication transparente est un outil indispensable pour permettre aux consommateurs de choisir leurs achats en toute conscience. C'est pourquoi, bien qu'elle n'éleve pas directement de vaches laitières, elle est attentive à la question de l'élevage et du bien-être animal.

Plus la qualité de vie des vaches est élevée, plus la qualité de la production laitière et fromagère sera élevée.

L'enjeu du bien-être animal rencontre un intérêt croissant dans l'opinion publique, de plus en plus attentive et sensible aux questions concernant la durabilité, l'éthique et la qualité des consommations et des habitudes. DalterFood Group continue à travailler sur plusieurs fronts pour améliorer son impact environnemental et la durabilité de la filière. Tout d'abord, en 2022 également, le Groupe a renouvelé la certification de la filière du bien-être animal pour la filière du Parmigiano Reggiano, délivrée par Certiquality conformément au protocole de ClassyFarm, l'organisme national de référence pour le bien-être animal.

L'engagement du Groupe sur ce sujet se traduit également par la participation de l'ensemble de ses apporteurs de lait, qui travaillent pour obtenir cette certification.



100 %

des entreprises agricoles ont obtenu la Certification Bien-être animal



100 %

des apporteurs de lait ont été soumis au cours des trois dernières années à un contrôle de la part des vétérinaires du **Consortium de protection du Parmigiano Reggiano**, mandatés par DalterFood Group.



10 AUDITS

de vérification effectués par le Groupe chez les apporteurs pour évaluer le respect du bien-être animal.



En effet, la volonté de nouer des rapports de collaboration avec des vétérinaires spécialisés figure parmi les objectifs à court terme de DalterFood Group. Et ce, pour accompagner les exploitations agricoles qui font partie de sa filière afin qu'elles obtiennent la certification de bien-être animal et pour contrôler les principaux aspects en matière de durabilité.

Certiquality est le point de référence pour les organisations qui souhaitent obtenir une certification volontaire des produits laitiers fabriqués avec du lait provenant d'élevages en possession de l'attestation délivrée par le CReNBA sur le bien-être animal.

Les atouts d'un produit Certiquality :

- Lait transformé provenant d'étables en possession d'une attestation de bien-être animal délivrée par le CReNBA, qui montre que le score minimum requis par la norme du CReNBA a été dépassé ;
- Maintien de l'attestation au fil du temps ;
- Garantie du respect des cinq libertés du bien-être animal conformément à la politique européenne en matière de bien-être animal ;
- Toutes les étapes du processus, de l'élevage des vaches à la collecte, au transport et à la transformation du lait, sont maîtrisées grâce à l'application des principes d'identification et de traçabilité ;
- Certiquality, organisme tiers indépendant, vérifie le respect des paramètres suivants :
 - o absence de faim, de soif et de mauvaise alimentation
 - o absence de désagréments environnementaux
 - o absence de maladie et de blessure
 - o liberté de manifester les caractéristiques comportementales propres à chaque espèce
 - o absence de peur et de stress.

Pour obtenir cette certification, qui atteste que le **lait utilisé provient d'étables qui respectent les conditions du bien-être animal**, les entreprises doivent passer un examen qui concerne quatre macro-domaines de leur activité :



- ☑ **Gestion de l'entreprise et du personnel ;**
- ☑ **Structures et équipements ;**
- ☑ **Conditions de vie des animaux dans les élevages ;**
- ☑ **Biosécurité.**



La complexité de cette certification ne se limite pas à la collecte du lait mais concerne tous les acteurs de la filière de production du fromage : des 41 élevages pour la production du lait aux fromageries de Selvapiana et de Cigarello où il est transformé, en passant par les caves d'affinage où le Parmigiano Reggiano « vieillit » lentement, par la coupe, le portionnement et le conditionnement au sein de l'établissement de Sant'Ilario d'Enza, jusqu'aux entrepôts de stockage, où le produit fini attend d'être expédié à travers l'Italie et dans le monde entier. La certification du bien-être animal est une reconnaissance importante, qui met en avant le travail des éleveurs, sans lesquels DalterFood Group n'aurait jamais pu obtenir ce résultat. Dans le même temps, cette certification récompense également l'activité que le Groupe a réalisée dans la filière, en investissant sur les fromageries et dans les ressources humaines avec une approche véritablement unique dans le secteur du Parmigiano Reggiano.

En second lieu, l'entreprise s'efforce d'augmenter le nombre de fournisseurs qui disposent d'étables à stabulation libre : dans ce type d'élevage spécifique, les animaux sont libres de se déplacer, ce qui permet d'éliminer l'inconfort causé par les contraintes physiques des structures traditionnelles.

Enfin, grâce à la collaboration avec des organismes tiers, DalterFood Group a adopté des procédures de récupération du lait qui permettent d'utiliser à d'autres fins le lactosérum, généralement utilisé pour l'alimentation des porcs.

DalterFood Group est également membre de Confindustria, de Confalimentare et du Consortium de protection du Parmigiano Reggiano.



LA BIODIVERSITÉ DU PARMIGIANO REGGIANO

Le Parmigiano Reggiano est un produit unique caractérisé par une grande richesse : sa biodiversité, qui dépend non seulement des fourrages, mais aussi de la race des vaches et de l'emplacement des fromageries. En effet, selon le cahier des charges, seul le lait des vaches autochtones de la zone de production du Parmigiano Reggiano peut être utilisé pour sa production, c'est-à-dire : le lait de la Vacca Bianca, de la Vacca Rossa, de la Frisona, de la Vacca Bruna et de la Pezzata Rossa Italiana. Chacune de ces races est dotée de caractéristiques particulières, qui sont ensuite transmises au Parmigiano Reggiano.

Cette diversité commence justement par les fourrages avec lesquels elles sont nourries, qui poussent sur le territoire, une bande de terre d'environ dix mille kilomètres carrés, comprise entre les provinces de Parme, de Reggio d'Émilie, de Modène, de Mantoue sur la rive droite du Pô et de Bologne sur la rive gauche du Reno. Grâce à cet emplacement, ce fromage est spécial, la zone étant riche en différentes plantes fourragères. Les prairies, qui se régénèrent de façon autonome, abritent en effet entre 60 et 70 variétés de plantes fourragères indigènes, que l'on ne trouve nulle part ailleurs, et qui confèrent au Parmigiano Reggiano un profil sensoriel unique. Enfin, il existe une propension particulière à s'adapter aux différentes cultures, grâce également à ses nombreuses certifications, qui protègent le consommateur en matière de qualité, mais sont également sensibles à sa culture d'origine. Le Groupe s'engage à respecter chacune de ses caractéristiques et à valoriser les éléments qui font du Parmigiano Reggiano un produit unique et authentique.

La fromagerie Colline di Canossa e Selvapiana (matricule 417) et la fromagerie Colline di Canossa e del Cigarello (matricule 320) sont les deux fromageries du Groupe dédiées à la production et à l'affinage du Parmigiano Reggiano.

Ce sont des sols propices au pâturage et caractérisés par une biodiversité végétale qui fournit aux vaches un fourrage équilibré et complet, aux fortes propriétés nutritionnelles.

C'est dans ces sols que la luzerne, la plante herbacée qui donne au Parmigiano Reggiano sa saveur incomparable, se développe.

Le Groupe produit et distribue notamment des types de Parmigiano Reggiano faisant partie des « biodiversités » réglementées par le Consortium :



Parmigiano Reggiano Produit de montagne, produit dans des fromageries de montagne, avec du lait provenant d'élevages de montagne, avec un affinage de 24 mois minimum, dont au moins 12 dans des entrepôts de montagne.

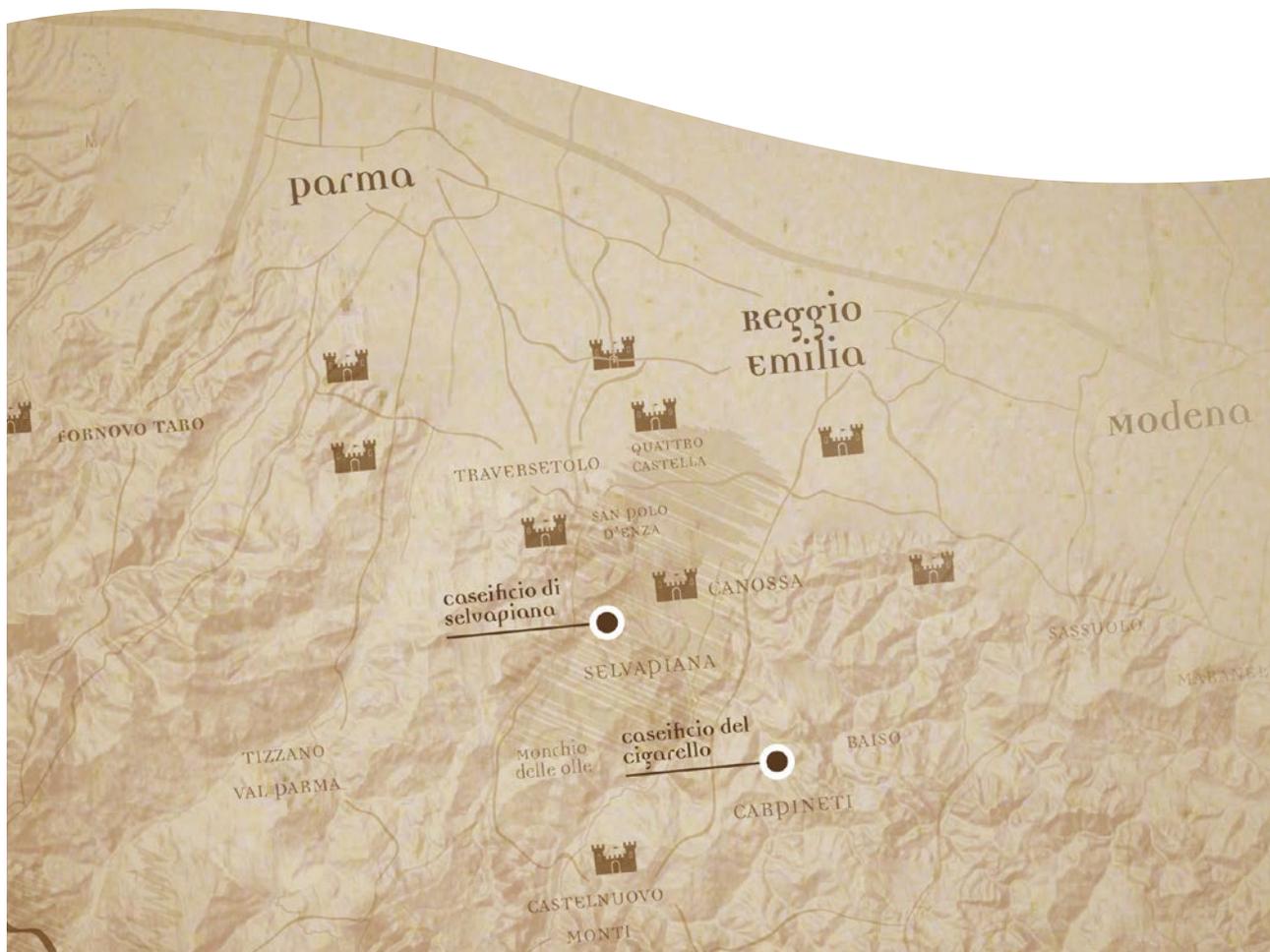
Parmigiano Reggiano biologique, produit conformément aux normes de l'agriculture biologique, avec du lait provenant d'exploitations agricoles qui respectent ces mêmes normes.

Parmigiano Reggiano uniquement de vaches « Pezzata Rossa italiana », certifié biologique et produit de montagne, produit avec le lait d'une seule race de vache, la Pezzata Rossa italienne, issue d'un seul élevage, l'Azienda Agricola Le Boccède, exclusivement dans la fromagerie Caseificio del Cigarello.



La biodiversité est un enjeu particulièrement important pour DalterFood Group, qui conçoit et réalise ses activités de production dans le plus grand respect des lieux d'origine de la matière première, à toutes les étapes de la filière. La protection et la préservation de la biodiversité permettent de :

- Fournir une alimentation variée et riche d'un point de vue nutritionnel ;
- Créer des systèmes de production résilients et résistants aux parasites et aux maladies ;
- Assurer la durabilité de ces mêmes systèmes de production au fil du temps.







5 _LA GARANTIE, DE LA QUALITÉ DU CLIENT AU CONSOMMATEUR

_LA GARANTIE DE LA QUALITÉ DU CLIENT AU CONSOMMATEUR

Pour DalterFood Group, satisfaire et protéger ses clients est une priorité en restant à l'écoute de leurs demandes et en améliorant la qualité de ses produits et de ses services.

Pour atteindre cet objectif, le Groupe concentre ses activités de recherche, de développement et de commercialisation sur l'obtention de normes de qualité élevées qui ne s'exprime pas seulement par des certifications et des contrôles stricts, mais qui représente un engagement constant de toute la filière, de la production dans les fromageries à la distribution.



5.1 LE CONTRÔLE TOUT AU LONG DU PROCESSUS DE PRODUCTION ET SUR LES MATIÈRES PREMIÈRES

« Lorsque le produit arrive chez nous, notre tâche est de lui donner de la valeur.

Même si nous sommes certains de la qualité du fromage que nous recevons, nous effectuons constamment des contrôles chimiques, organoleptiques, microbiologiques et nutritionnels sur la matière première et le produit fini.

Nous nous sentons responsables de la qualité du produit que nous introduisons sur le marché.

En plus d'être producteurs, nous sommes co-emballeurs. Cela signifie que d'importantes entreprises de la grande distribution apposent leur marque sur ce que nous fabriquons ».

Iulia Pantea

*Directeur Qualité du Groupe
DalterFood Group*



DalterFood Group, par l'intermédiaire de la société Colline di Canossa, a créé un système de récompense de la qualité du lait qui va au-delà des paramètres exigés par le Consortium de protection et qui se traduit par un meilleur rendement du produit et une réduction des défauts du fromage. L'engagement de l'entreprise dans ce domaine ne se limite pas seulement à la garantie d'une qualité élevée du produit, mais se traduit également par une communication claire, transparente et complète à ses clients, leur permettant de faire des choix d'achat éclairés.

Afin de consolider ses contrôles de qualité, le Groupe a entamé un processus de requalification du bureau de qualité visant à sa centralisation, à travers l'embauche de nouveau personnel et la définition d'un responsable de groupe comme figure de coordination pour les personnes de référence des autres bureaux. De plus, en 2022, DalterFood Group s'est engagé à réaliser un plan de formation dédié et a prévu de réviser le manuel de sécurité alimentaire afin de définir de façon claire et centralisée les lignes directrices à respecter pour son adoption. L'objectif de cette requalification est de créer une équipe interchangeable capable d'assurer la continuité de l'activité.

5.1.1 | Traçabilité et suivi

Pour la vente et la distribution de ses produits, DalterFood Group, comme cela est indiqué plus en détail dans le modèle organisationnel conformément au décret législatif italien 231/01, s'engage à respecter de façon ponctuelle la réglementation en vigueur en matière d'étiquetage, de traçabilité, de classification, d'emballage et de transport qui régit le secteur alimentaire.

À cette fin, DalterFood Group assure les exigences d'information conformément à la loi, sur la base des critères nécessaires suivants :



Ne pas induire en erreur en ce qui concerne les caractéristiques de la denrée alimentaire

(nature, identité, propriétés, composition, quantité, durée de conservation, pays d'origine et lieu de provenance, méthode de fabrication ou de production) ;



**Précision, clarté
et compréhensibilité :**
exactitude, lisibilité, intelligibilité de la part
du consommateur moyen.

DalterFood Group est en effet responsable des informations relatives aux denrées alimentaires et veille à ce qu'elles soient exactes et non trompeuses conformément à la réglementation en vigueur, afin d'assurer la traçabilité du produit, la protection du consommateur et son droit à un choix éclairé.

Sur ses étiquettes, le Groupe communique de façon rigoureuse les informations suivantes :

- L'origine des ingrédients du produit
- Le contenu, notamment en ce qui concerne les substances qui peuvent avoir un impact environnemental ou social significatif
- L'utilisation sûre du produit
- L'élimination du produit et les impacts environnementaux ou sociaux qui en découlent.

Ces paramètres sont également vérifiés lors d'audits spécifiques. Les données relatives à l'année en question sont indiquées ci-dessous.

| INSPECTIONS ET AUDITS RÉALISÉS | 2022 |
|---|------|
| OCQPR (Organisme de contrôle de la qualité Productions réglementées) | 260 |
| BRC-IFS (British Retail Consortium-International Food Standard) | 1 |
| ICEA (Institut de certification éthique et environnementale) (biologique) | 2 |
| ISO 22005 - Fromage Parmigiano Reggiano | 1 |
| MIPAFF (Ministère italien des Politiques agricoles, alimentaires et forestières) | 1 |
| Service vétérinaire | 10 |
| Clients | 7 |

5.2 SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

DalterFood Group s’est toujours engagé à fournir à ses clients un produit sûr et fiable, en faisant de la qualité son objectif premier. Cette mission se traduit en un grand nombre de contrôles liés au produit, au processus et à l’environnement, effectués aussi bien en interne que par le biais de laboratoires qualifiés externes.

En ce qui concerne les processus de production, DalterFood Group a obtenu diverses certifications importantes qui témoignent de l’attention constante portée aux normes de qualité et qui sont résumées dans le tableau ci-dessous :

| |  |  |  |  |  |
|---|---|---|---|---|---|
|  | ✓ | ✓ | ✓ | | |
|  | | | | ✓ | |
|  | ✓ | | ✓ | | |
|  | ✓ | ✓ | ✓ | | |
|  | ✓ | | ✓ | ✓ | |
|  | | | | | ✓ |



En ce qui concerne les matières premières et les emballages, le Groupe a entièrement revu sa procédure d'approbation des fournisseurs, afin de renforcer les contrôles sur les processus d'achat. Ainsi, tous les fournisseurs doivent :

- Être présents dans la liste des fournisseurs approuvés par le Bureau d'assurance qualité, en fournissant une documentation appropriée en ce qui concerne les produits et l'activité exercée ;
- Être en possession d'un système de qualité documenté qui comprend un audit interne réalisé de façon autonome ;
- Avoir à disposition toute la documentation attestant la conformité au contact alimentaire de tous les emballages destinés au conditionnement des produits.
- Fournir des produits dérivant de matières premières non OGM et conformes aux règlements CE 1829/2003 et CE 1830/2003 ;
- Fournir des produits qui n'ont pas été exposés aux rayonnements ionisants. De plus, les fournisseurs de produits sous marque de distributeur doivent détenir la certification du système GFSI (BRC/IFS/ISO 22005) ou faire l'objet d'un audit d'approbation par le Bureau d'assurance qualité.

Le Groupe a également envisagé l'introduction, à partir de 2023, du Code de conduite des fournisseurs, dont la signature sera contraignante pour tous les fournisseurs, en vue d'assurer la transparence, la protection et la garantie du respect des principes et des valeurs du Groupe tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

De plus, en octobre 2022, en ce qui concerne la fromagerie de Cigarello et le centre de conditionnement de Sant'Ilario d'Enza, le Groupe a entamé un processus visant à obtenir la certification HALAL afin d'attester que les produits et les processus industriels (y compris l'emballage) respectent les normes éthiques, sanitaires et hygiéniques de la loi et de la doctrine islamique, et peuvent donc être commercialisés dans tous les pays de confession musulmane.

Le soin et l'attention que DalterFood Group porte à la préservation de la santé et de la sécurité de ses consommateurs ont également toujours été démontrés par son respect strict des codes d'autorégulation en matière de santé et de sécurité des produits et des services.

L'engagement de DalterFood Group se traduit par :



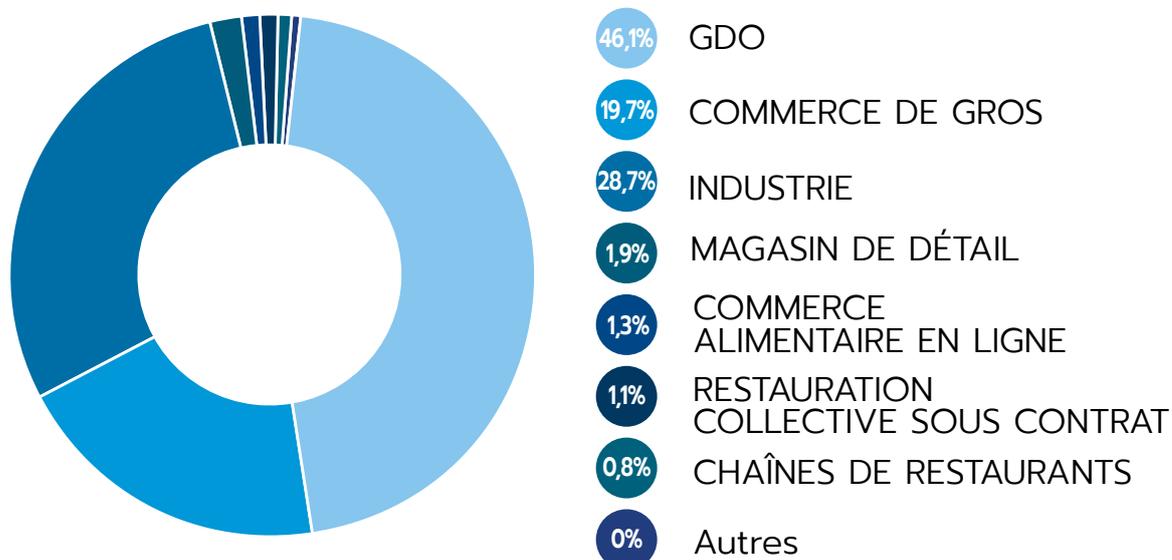
5.2.1 | L'attention à l'égard de nos clients

L'activité de l'entreprise est axée sur le canal B2B, grâce à l'approche de conseil développée au fil des ans, à la qualité de ses produits et à un service de très haut niveau. Au fil des ans, le Groupe a consolidé des partenariats solides :

- **Dans le canal de la vente au détail**, pour lequel il produit et conditionne des produits de marque ;
- **Dans la filière industrielle**, dans tous les secteurs où le fromage est un ingrédient à forte valeur ajoutée- de la production de plats cuisinés frais et surgelés, aux salades prêtes à l'emploi, en passant par les pizzas, les pâtes farcies, les sauces et les jus ;
- **Dans le secteur de la restauration**, des chaînes de restaurants à la restauration collective, jusqu'au monde émergent des paniers repas et de la livraison.

| CANAUX DE DISTRIBUTION | % 2021 | % 2022 |
|---|--------|--------|
| GDO | 50,0 % | 46,1 % |
| Commerce de gros | 17,8 % | 19,7 % |
| Industrie | 26,2 % | 28,7 % |
| Magasin de détail | 2,0 % | 1,9 % |
| Commerce alimentaire en ligne | 1,6 % | 1,3 % |
| Restauration collective sous contrat | 1,2 % | 1,1 % |
| Chaînes de restaurants | 0,8 % | 0,8 % |
| Autres | 0,5 % | 0,4 % |

CANAUX DE DISTRIBUTION DALTERFOOD



LES CHOIX QUI GUIDENT LES CLIENTS DE DALTERFOOD GROUP

La Direction de l'entreprise se fixe donc comme objectif principal la satisfaction des attentes du client à travers un processus testé au fil des ans et ancré à tous les niveaux de l'entreprise, dans lequel chaque demande du client est traduite en une spécification technique enregistrée dans le système de qualité, formalisée et vérifiée périodiquement grâce aux retours d'information fournis par le client lui-même.

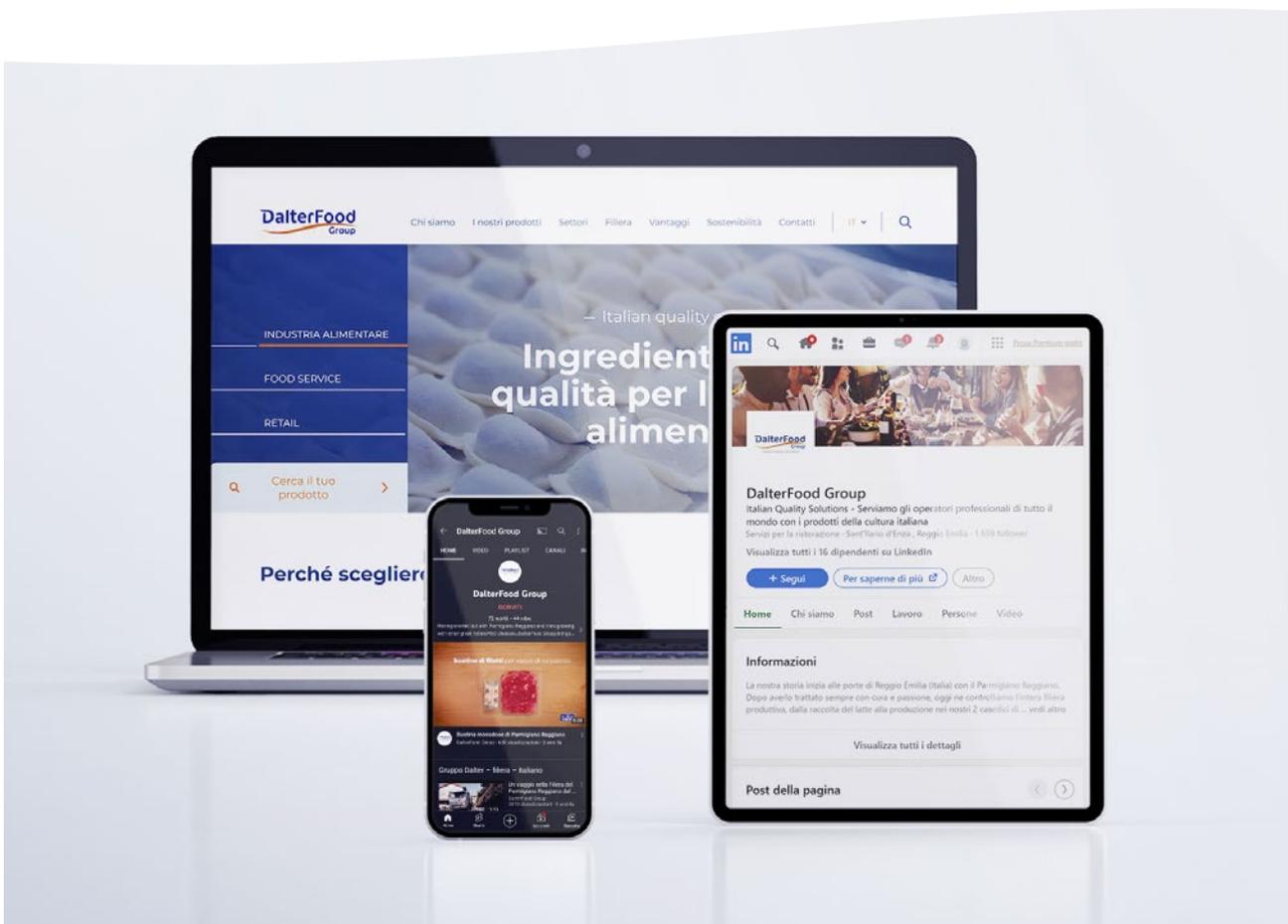
Pour DalterFood Group, l'écoute des clients est un outil indispensable pour observer de plus près les besoins, les exigences et les caractéristiques de chaque entreprise, au-delà du processus d'achat. L'implication directe avec les clients permet au Groupe d'appréhender les besoins spécifiques de chacun d'entre eux, afin de pouvoir les satisfaire au mieux à travers des solutions ad hoc. La volonté du Groupe de répondre aux attentes de ses clients est également démontrée par le fait qu'une enquête annuelle de satisfaction des clients est menée dans le but de recueillir des informations en vue d'améliorer en permanence le service fourni.

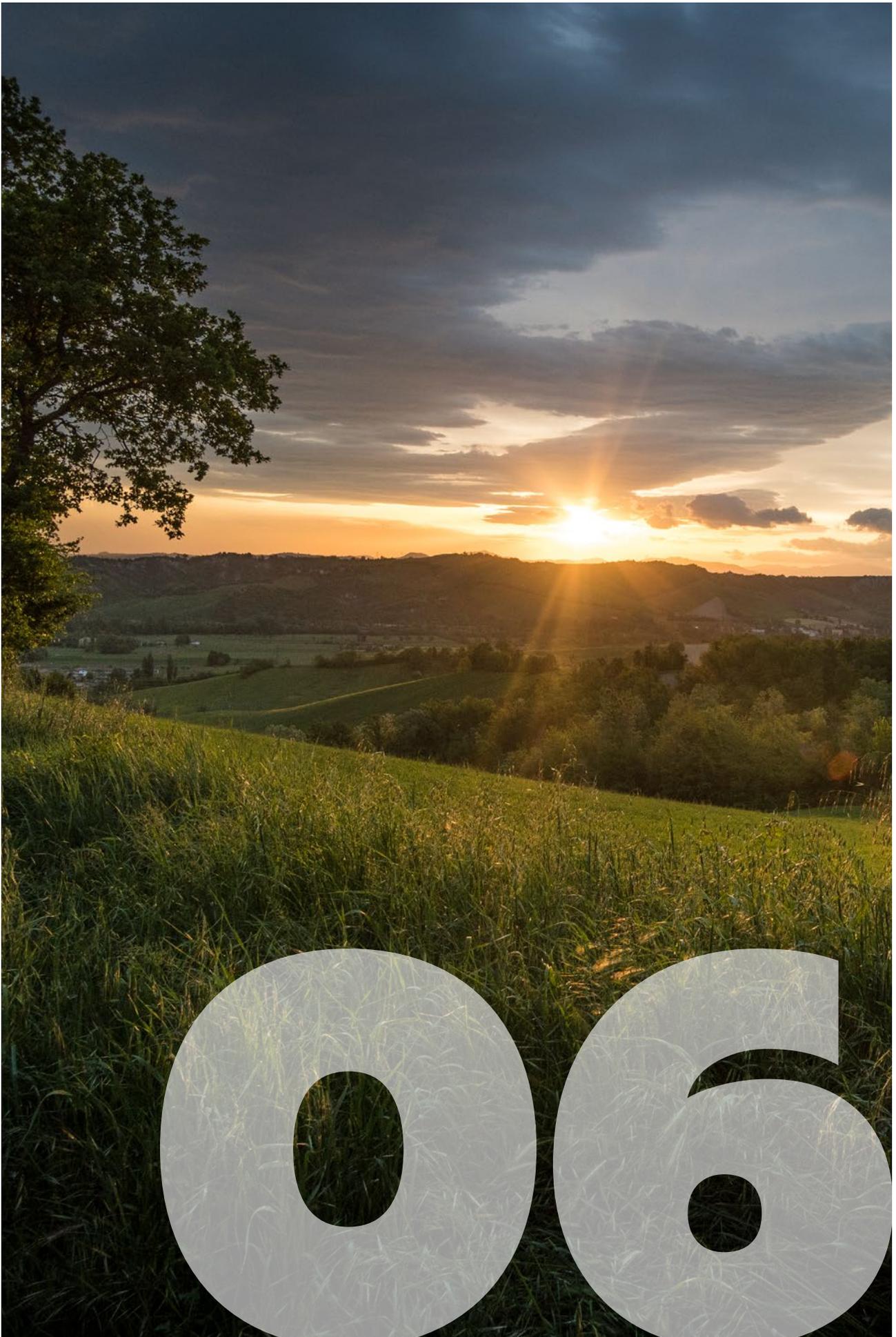


Communication

Plus de trente ans d'activité et une croissance constante ont permis au Groupe de consolider sa réputation et sa crédibilité : des ressources intangibles précieuses, capables de favoriser les relations avec les clients et les parties prenantes en général. La réputation de la marque s'avère également être un levier clé dans les stratégies de développement et de croissance sur les différents marchés.

La communication externe est désormais gérée par le site web de l'entreprise et les principaux canaux sociaux, notamment le profil LinkedIn de DalterFood Group, qui a enregistré une hausse l'année dernière en ce qui concerne le nombre de followers et d'interactions avec les clients.







6

LE SOUCI DE
L'ENVIRONNEMENT

_LE SOUCI DE L'ENVIRONNEMENT

Aujourd'hui plus que jamais, les dangers liés aux risques climatiques sont ressentis et considérés comme urgents par les entreprises et par la population en général.

DalterFood Group s'engage à les contrer en mettant en œuvre diverses initiatives visant à atténuer, adapter et compenser son impact environnemental, ainsi qu'à contribuer à la réalisation de l'objectif 13 de l'Agenda 2030 (« Lutter contre le changement climatique »), à travers la promotion d'une culture d'entreprise orientée vers la durabilité environnementale.



6.1 CIRCULARITÉ DANS LES ACTIVITÉS DE DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group offre une large gamme de produits en ce qui concerne le type de fromages, qu'ils soient italiens (AOP et non AOP) ou étrangers, et en ce qui concerne le poids et le format, allant de 3 à 45 kg (râpé, en copeaux, en morceaux, etc.).

Les principales matières premières utilisées par le Groupe sont le lait et le fromage, qui sont achetés comme intrants pour la production, tandis que les étiquettes et le carton ondulé sont principalement utilisés pour leur distribution (emballage). En ce qui concerne l'ensemble des matières premières utilisées, les quantités relatives à 2022 sont restées quasiment stables par rapport à 2021, à l'exception des étiquettes et du carton ondulé, qui ont augmenté respectivement de 17 % et 36 %, ce qui reflète l'augmentation de la production enregistrée au cours de l'année.

De par la nature de ses activités, DalterFood Group ne produit pas de déchets alimentaires : plus précisément, tous les résidus restant de la production sont soit réutilisés dans d'autres produits (par exemple, les copeaux de fromage qui ne sont pas intacts et ne peuvent donc pas être vendus tels quels au client final sont utilisés dans la production de fromage râpé), soit destinés à un usage zootechnique (c'est le cas de ce que l'on appelle la catégorie 3, c'est-à-dire les sous-produits qui ne sont pas aptes à la vente).

Toutes les lignes de conditionnement sont organisées selon les étapes de production suivantes :



Des bandes transporteuses et des élévateurs sont présents sur les différentes lignes. Le fromage est déplacé d'une ligne à l'autre (par exemple, du lavage à la coupe, de la coupe au conditionnement primaire) par des opérateurs qui sont responsables du bon fonctionnement de la ligne et de ses équipements et, lorsqu'elle n'est pas automatisée, de la mise en carton finale des emballages. Pour la distribution des produits aux clients, des palettes en plastique ou en bois sont utilisées. En ce qui concerne l'utilisation des palettes, DalterFood Group a rejoint depuis 2020 le circuit CHEP, une plateforme qui s'occupe de la gestion efficace de cette ressource. Plus précisément, l'initiative vise à attribuer, en fonction des besoins des entreprises du circuit, des palettes déjà en circulation, réduisant ainsi l'utilisation des matériaux nécessaires à leur production à partir de zéro et les émissions dues à leur transport depuis l'entreprise productrice jusqu'au client utilisateur de la marchandise. À cet égard, 40 % des palettes en bois et 7 % des palettes en plastique appartiennent au circuit CHEP.

6.1.1 | Durabilité de l’emballage

DalterFood Group opère dans un environnement en constante évolution en matière de réglementation, de technologie et d’organisation. À cet égard, les activités mises en œuvre par la fonction R&D du Groupe, au cours des dernières années, ont été axées sur l’adoption de toutes les mesures nécessaires pour se conformer aux nouvelles directives européennes en la matière.

Le Groupe s’efforce d’introduire de nouveaux modèles de production et de consommation qui soient durables dans le moyen et long terme. La durabilité dans le choix des matériaux d’emballage respectueux de l’environnement représente un parcours en constante amélioration pour DalterFood Group. Depuis 2019, des travaux ont notamment commencé pour faire passer les lignes d’emballage du multimatériau au monomatériau, permettant ainsi de recycler ce dernier dans la filière dédiée. À ce jour, ce changement n’a pu être effectué que sur les lignes flexibles des portions individuelles et des monodoses, mais des travaux sont en cours pour l’étendre également à toutes les autres lignes. De plus, DalterFood Group travaille depuis longtemps à la réduction des épaisseurs de plastique et à l’optimisation des configurations.

Dans le cadre de son engagement en faveur de l’environnement, le Groupe utilise des matières premières recyclées pour la production : en 2022, 80 % des emballages en carton ondulé et 9 % des emballages en plastique appartiennent en effet à cette catégorie.

De plus, un certain nombre de produits secondaires (sous-produits) destinés à un usage industriel dérivent quotidiennement du processus de fabrication du fromage : en particulier le lactosérum, destiné à la concentration pour l’extraction de protéines utilisées dans l’industrie cosmétique et/ou pharmaceutique, et la crème de lait pour le barattage, servant à la production alimentaire de beurre, tous deux récupérés à 100 %.



Le secteur de la Recherche et du Développement permet de développer de nouveaux procédés pour l'amélioration du rendement et la recyclabilité des emballages. Le Groupe a également entrepris de nouvelles initiatives pour réduire l'utilisation du plastique à usage unique, en sensibilisant tous les employés à cette question (ex. : distributeurs d'eau, gourdes, etc.).

En ce qui concerne la **gestion des déchets**, un sujet complexe aux nombreux éléments critiques en raison de la variété des matériaux à éliminer, DalterFood Group s'engage à réduire la quantité de déchets produits en essayant de développer des processus de traitement de plus en plus efficaces. Plus précisément, il existe trois systèmes de tri :

- Deux compacteurs pour le plastique et le carton ;
- Des big bags pour la collecte des monomatériaux en PE (polyéthylène transparent), c'est-à-dire un plastique spécifique qui suit une fin de vie spécifique ;
- Les déchets génériques indifférenciés.

Ces systèmes permettent de trier les déchets à la fois sur les sites de production et dans les bureaux, et donc d'augmenter la fraction des déchets destinés à la valorisation et à la réutilisation.

En 2022, les principaux **types de déchets** générés ont été les suivants :

- Fer et acier, avec un poids total de 5,2 tonnes (+ 61 % par rapport à 2021). Cette hausse reflète l'augmentation de la production en général ;
- Boues provenant du traitement des effluents, avec un poids total de 27,6 tonnes et une réduction de 12 % par rapport à l'année dernière, en raison de l'installation d'un nouveau système d'épuration ;
- Emballages en plastique, avec un poids total de 50,3 tonnes (- 31 % par rapport à 2021). La réduction est due aux progrès continus enregistrés dans la production et la gestion des emballages en plastique ;
- Emballages en papier et en carton, avec un poids total de 47,1 tonnes, enregistrant une augmentation de 41 % par rapport à 2021 en raison de l'installation du compacteur, qui a permis une meilleure élimination du produit et donc une augmentation de ce déchet.

De plus, depuis 2022, le Groupe a commencé à rédiger un rapport concernant la quantité d'**équipements hors d'usage**, à hauteur de 8 tonnes, et d'emballages mixtes, à hauteur de 13 tonnes, tandis que l'absence de déchets dangereux est confirmée cette année encore.

L'engagement de DalterFood Group continuera à croître dans les années à venir grâce à la poursuite d'**objectifs ambitieux**, qui peuvent être résumés dans les flux suivants :

- Optimisation des emballages carton et de la palettisation des produits ;
- Réduction du grammage des emballages primaires et secondaires ;
- Utilisation de plastique recyclable et recyclé ;
- Expérimentation de matériaux pour remplacer le plastique, préservant de façon identique la qualité du produit et garantissant les mêmes caractéristiques de durée de conservation, d'arôme et de fraîcheur que les emballages standard, comme par exemple l'utilisation du fer blanc d'acier.

6.2 CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES ET ÉMISSIONS

Les principaux vecteurs énergétiques utilisés par DalterFood Group sont le gaz naturel et l'électricité pour la production (éclairage, gestion et fonctionnement des installations, des chaudières et des lignes de production) et le gasoil et l'essence pour la flotte automobile à usage professionnel.

En ce qui concerne la consommation interne du Groupe, en 2022, il y a eu une augmentation aussi bien de la consommation d'électricité avec un total de 13 491 GJ (+7 % par rapport à 2021⁶) que de la consommation de gaz naturel avec une valeur de 26 559 GJ (+3% par rapport à 2021), principalement en raison de l'augmentation en parallèle de la production.

En revanche, en ce qui concerne la flotte de l'entreprise, par rapport à l'année précédente, il y a eu une augmentation de la consommation d'essence pour un total de 233 GJ (+36 %) et une réduction de la consommation de gasoil pour un total de 1 101 GJ (-8 %). D'une manière générale, la fin de la pandémie a permis le rétablissement des activités professionnelles antérieures à l'état d'urgence et, par conséquent, l'augmentation des déplacements.

| CONSOMMATIONS MOYENNES | Unité de mesure | 2021 | 2022 |
|------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| Volumes de production | kg | 12 874 000 | 13 175 000 |
| Électricité | kWh/kg | 0,27 | 0,28 |
| Gaz naturel | m ³ /kg | 0,050 ⁷ | 0,051 |
| Gasoil | l/kg | 0,0024 | 0,0022 |

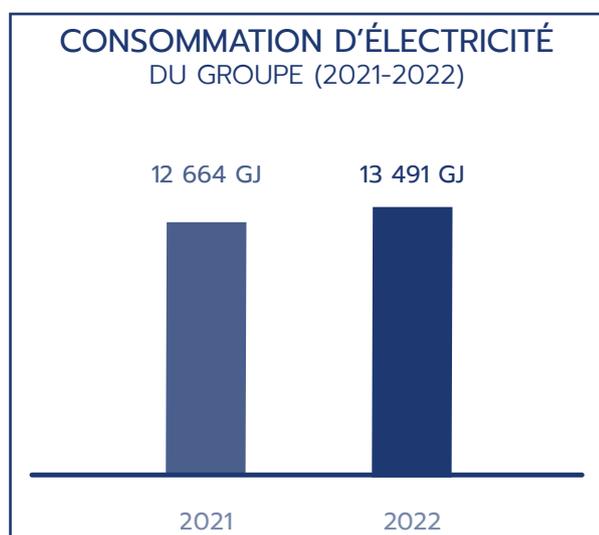
⁶ À la suite d'un processus d'amélioration du système de reporting et afin d'assurer la comparabilité, les données relatives à la consommation totale d'énergie ont été retraitées par rapport à celles publiées dans le précédent rapport de développement durable. Pour les données publiées précédemment, il convient de se référer au rapport de développement durable 2021, publié sur le site www.dalterfood.com

⁷ À la suite d'un processus d'amélioration du système de reporting et afin d'assurer la comparabilité, les données relatives à la consommation moyenne de gaz naturel ont été retraitées par rapport à celles publiées dans le précédent rapport de développement durable. Pour les données publiées précédemment, il convient de se référer au rapport de développement durable 2021, publié sur le site www.dalterfood.com

DIAGNOSTIC DE PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE

En 2022, DalterFood Group a soumis la fromagerie de Cigarello et Canossa, la fromagerie Colline di Selvapiana e Canossa ainsi que le site de production de Dalter Alimentari S.p.A. à un diagnostic de performance énergétique, dans le but d'identifier des actions d'amélioration en matière d'efficacité énergétique et de coûts et, par conséquent, d'adopter un plan d'action visant à réduire davantage les externalités négatives sur l'environnement.

En ce qui concerne les fromageries, la consommation dérive principalement du fonctionnement des machines, des chaudières, des chambres froides et du contrôle de la température de l'entrepôt. En revanche, en ce qui concerne le siège de Sant'Ilario, l'énergie est utilisée pour faire fonctionner les machines, les chambres froides et les bureaux.



Plus précisément, le diagnostic réalisé pour la fromagerie de Cigarello et Canossa a montré que, comme il n'existe actuellement aucun système de contrôle de la consommation d'énergie, il est nécessaire d'évaluer son introduction dans les prochaines années afin de garder sous contrôle les lignes les plus énergivores de la fromagerie, ainsi que d'évaluer l'installation d'un système photovoltaïque pour la production d'électricité à partir de sources renouvelables et d'un système de gestion de l'énergie basé sur le web.

À ce jour, la fromagerie Colline di Selvapiana e Canossa est déjà contrôlée par un système de surveillance, auquel il serait toutefois nécessaire

d'ajouter le contrôle des lignes électriques, afin de maîtriser la consommation d'énergie des installations les plus énergivores. Compte tenu du projet actuellement en cours visant à l'installation d'un système photovoltaïque de 100 kWh, il a été suggéré, dans ce cas également, d'envisager l'installation d'un système de gestion de l'énergie basé sur le web.

En revanche, le diagnostic réalisé pour Dalter Alimentari S.p.A. a montré que les systèmes de contrôle actuellement utilisés sont déjà optimaux. De plus, sur la base des résultats de l'évaluation, la Société est en train d'évaluer :

- La possibilité d'intervenir pour optimiser la centrale d'air comprimé afin d'améliorer l'expulsion de l'air chaud tout en maintenant la centrale dans un environnement propre et frais ;
- L'adoption d'un système de gestion de l'énergie ISO 50001 ;
- L'installation d'une centrale de cogénération alimentée au gaz naturel ;
- L'installation d'un système solaire thermique « VIRTU HOT »⁸ ;
- L'installation d'un nouveau système photovoltaïque.

⁸ Nouvelle technologie de capteurs solaires sous vide développée par Naked Energy « VIRTU HOT » pour la production d'énergie thermique. Dans ce cas précis, l'énergie thermique produite par le système serait utilisée pour préchauffer l'eau lorsqu'elle entre dans le générateur de vapeur, ce qui permettrait de réduire la consommation de gaz pour la même quantité de vapeur produite.

LES ÉMISSIONS

DalterFood Group surveille les émissions de gaz à effet de serre (champ d'application 1 et champ d'application 2), conscient de l'impact qu'elles ont sur le climat et plus précisément :

- **Champ d'application 1** : comprend les émissions directes générées par l'entreprise, dont la source est détenue ou contrôlée par l'entreprise, tels que les combustibles utilisés pour le chauffage et les moyens de fonctionnement nécessaires aux activités de l'entreprise.

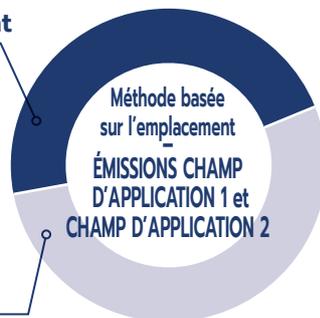
- **Champ d'application 2** : comprend les émissions indirectes générées par l'énergie achetée et consommée par l'entreprise. Plus précisément, comme l'exigent les normes de reporting GRI, ces émissions sont calculées selon des méthodes basées sur l'emplacement ou sur le marché, en utilisant des facteurs d'émission reconnus à l'échelle nationale et internationale.

Au niveau du Groupe, en 2022, les émissions directes du champ d'application 1⁹ ont été égales à 1 442 tCO₂e, tandis que les émissions indirectes du champ d'application 2¹⁰ ont été égales à 1 180 tCO₂ selon la méthode basée sur l'emplacement et égales à 1 718 tCO₂, selon la méthode basée sur le marché.

CHAMP D'APPLICATION 2

Méthode basée sur l'emplacement

1 180 tCO₂



CHAMP D'APPLICATION 1

1 442 tCO₂

CHAMP D'APPLICATION 2

Méthode basée sur le marché

1 718 tCO₂



CHAMP D'APPLICATION 1

1 442 tCO₂

⁹ Pour le calcul des émissions du champ d'application 1, les facteurs d'émission « DEFRA 2022 » ont été utilisés. Celles-ci sont exprimées en tonnes de CO₂, car la source utilisée n'indique pas de facteurs d'émission pour les gaz autres que le CO₂.

¹⁰ Les normes GRI de reporting sur le développement durable proposent deux méthodes pour calculer les émissions du champ d'application 2 : la « méthode basée sur l'emplacement » et la « méthode basée sur le marché ». Pour la méthode basée sur le marché, les émissions de CO₂ provenant de l'électricité achetée à des fournisseurs externes dans le cadre d'un contrat réel sont prises en compte et peuvent être calculées en considérant : les certificats de garantie d'origine de l'énergie et les contrats directs avec les fournisseurs, les facteurs d'émission spécifiques aux fournisseurs, les facteurs d'émission liés au « mix résiduel », c'est-à-dire l'énergie et les émissions non surveillées ou non réclamées (méthodologie utilisée, avec le facteur d'émission de l'Italie pour l'année 2022) : 457 gCO₂/kWh - source : AIB 2022 - European Residual Mixes 2021). La méthode basée sur l'emplacement est fondée sur les facteurs d'émission moyens liés à la production d'énergie pour des limites géographiques bien définies, y compris des limites locales, infranationales ou nationales (méthodologie utilisée, avec le facteur d'émission de l'Italie pour l'année 2022 : 315 gCO₂/kWh - source : TERNA 2019 - Facteurs d'émissions atmosphériques de gaz à effet de serre dans le secteur national de l'électricité et dans les principaux pays européens).

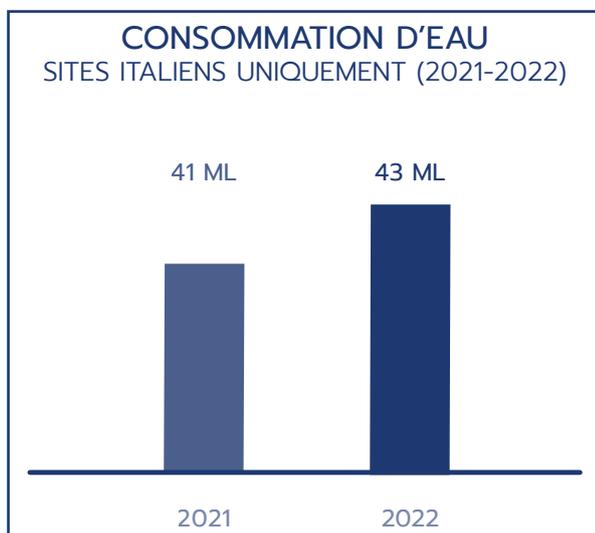
6.3 CONSOMMATION D'EAU

Les processus de production de DalterFood, de par la nature de son activité, utilisent une grande quantité d'eau. Celle-ci est en effet indispensable pour assurer le respect des normes d'hygiène et de santé ainsi que des normes de qualité élevées.

La majeure partie de la consommation d'eau est concentrée dans les activités de traitement, de lavage et de désinfection qui ont lieu dans les fromageries. S'agissant toutefois d'une ressource précieuse et limitée, le Groupe s'engage à minimiser son gaspillage grâce à l'application de technologies spécifiques et à l'adoption de synergies de production qui permettent de réduire la consommation d'eau par unité de produit. Outre l'usage civil, la plus grande quantité d'eau utilisée est due au processus de lavage des meules, qui entraîne la perte de petites quantités de protéines et de matières grasses et, par conséquent, la pollution de l'eau.

Afin d'améliorer le traitement de l'eau, DalterFood Group a installé en 2022 une installation plus performante équipée d'une unité de flottation à air dissous qui permet l'élimination chimique et physique de ces déchets et une meilleure épuration des eaux usées.

En ce qui concerne la consommation d'eau imputable aux prélèvements dans les aqueducs, une consommation de 43 mégalitres a été enregistrée en 2022 (+ 5 % par rapport à 2021), qui peut être contextualisée avec la croissance du chiffre d'affaires du Groupe et le besoin accru de cette ressource dans les processus de production qui en découle.







LA PROTECTION DU CAPITAL HUMAIN

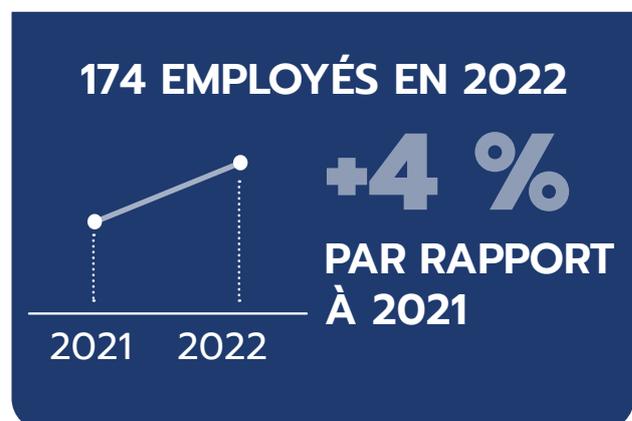
LA PROTECTION DU CAPITAL HUMAIN

DalterFood Group considère ses collaborateurs comme la clé fondamentale du succès. C'est pourquoi l'entreprise protège et valorise leur bien-être et leur satisfaction, en fournissant des outils appropriés de formation et de mise à jour des compétences professionnelles, afin d'améliorer et d'accroître les connaissances et la compétitivité de chaque collaborateur.

7.1 INCLUSION, BIEN-ÊTRE ET ÉPANOUISSEMENT DES EMPLOYÉS

DalterFood Group reconnaît la centralité des employés et l'importance de construire avec eux une relation basée sur les principes de transparence, de loyauté et de confiance mutuelle. Pour le Groupe, l'attention et la valorisation des ressources humaines représentent les piliers sur lesquels repose le modèle de responsabilité adopté, dans le respect de l'égalité des chances et des particularités de l'individu, dans le but d'offrir un climat de travail serein et motivant.

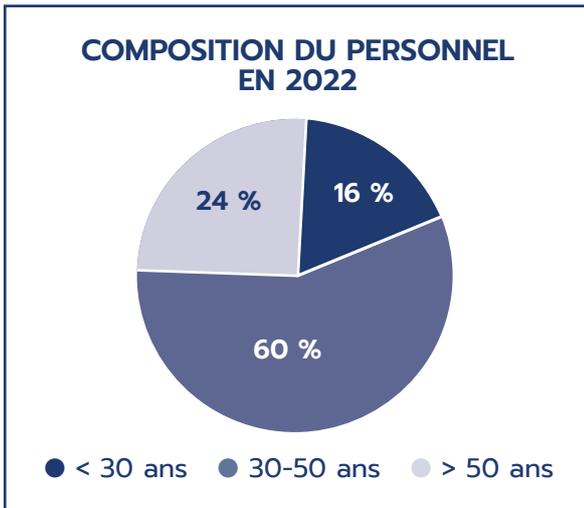
Au 31 décembre 2022, l'effectif de DalterFood Group est composé de 174 personnes, en hausse par rapport aux années précédentes (+4 % par rapport à 2021¹⁾). Au total, 59 % des employés sont des hommes et les 41 % restants sont des femmes. Cet écart est principalement dû à la nature même de l'activité, qui voit la prédominance d'employés masculins en raison de l'effort physique requis par les activités de production (les ressources féminines, en revanche, participent principalement aux tâches de bureau).



¹À la suite d'un processus d'amélioration du système de reporting et afin d'assurer la comparabilité, les données relatives à l'effectif total ont été retraitées par rapport à celles publiées dans le précédent rapport de développement durable. Pour les données publiées précédemment, il convient de se référer au rapport de développement durable 2021, publié sur le site www.dalterfood.com



La catégorie professionnelle la plus représentée est celle des ouvriers (57 %), suivie des employés (31 %), des cadres (11 %) et des dirigeants (1 %).



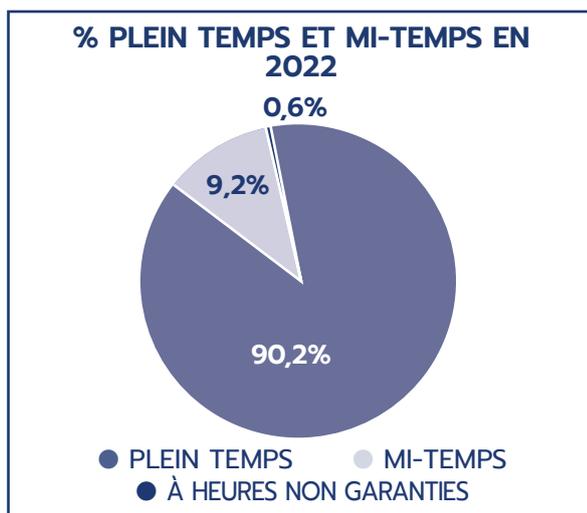
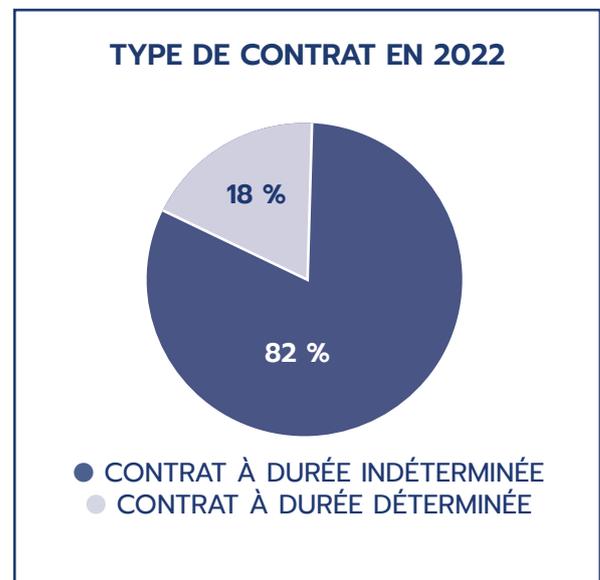
La composition par âge du personnel du Groupe montre une prédominance de la tranche d'âge comprise entre 30 et 50 ans (60 %), tandis que les moins de 30 ans représentent 16 % du personnel et les plus de 50 ans 24 %.

Pour ses activités, le Groupe fait appel à un nombre restreint de travailleurs externes, dont des stagiaires, des travailleurs indépendants, des intérimaires et des contrats sur appel pour un total de 12 personnes au 31 décembre 2022, soit 33 % de plus qu'en 2021.

En 2022, 82 % de l'effectif de DalterFood Group est employé à durée indéterminée (10 unités de plus que l'année précédente) et les 18 % restants à durée déterminée. Cette augmentation reflète l'engagement du Groupe à encourager les embauches à durée indéterminée afin d'assurer la stabilité et la sécurité de ses collaborateurs. En revanche, en ce qui concerne les embauches à temps plein et à mi-temps, le Groupe est également attentif aux besoins de ses employés en matière d'horaires de travail et d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée. En 2022, 10 % des employés travaillent à mi-temps, un pourcentage qui

est resté pratiquement stable par rapport à l'année précédente.

84 % du personnel de l'ensemble du Groupe est régi par la Convention collective nationale de travail, conformément aux réglementations des pays qui accueillent les différents sites. Plus précisément, pour les sites italiens, la convention collective italienne « Industries alimentaires » (CCNL « Alimentari ») est appliquée ; pour les sites étrangers, en revanche, les formes contractuelles locales sont appliquées. Tous les employés reçoivent, sur la base d'accords annuels, une prime annuelle liée aux performances de production : les critères d'obtention sont examinés lors de réunions spécifiques avec la direction, au cours desquelles les progrès réalisés par rapport à l'objectif sont illustrés sur une base trimestrielle. De plus, pour certaines catégories spécifiques d'employés, le versement d'une prime annuelle liée à la performance individuelle est prévu. Les indemnités de fin de contrat et les versements aux fonds de



pension sont réglementés par la CCNL compétente, et aucun avantage supplémentaire n'est prévu pour les employés.

L'amélioration continue, la reconnaissance de la contribution de chacun et la recherche de l'excellence font partie de la philosophie du Groupe et sont encouragées comme telles. Pour atteindre ces objectifs, DalterFood Group adopte des critères de sélection stricts et veille à recruter de bonnes ressources. Au cours de l'année 2022, le Groupe a embauché 56 nouvelles personnes (36 hommes et 20 femmes), ce qui représente un taux de recrutement de 32 % (un chiffre pratiquement stable par rapport à l'année précédente). L'analyse du total de nouvelles embauches indique que 63 % ont moins de 30 ans, ce qui démontre la volonté du Groupe de favoriser l'embauche

de jeunes ressources pour soutenir l'emploi des jeunes, notamment dans la population locale, apportant ainsi une valeur économique au territoire.

En ce qui concerne les cessations de contrat de travail, aucun changement significatif n'est à signaler par rapport à l'année précédente. Plus précisément, le taux de rotation est resté inchangé à 28 % avec un total de 49 sorties. L'examen des données relatives aux ressources sortantes montre que la plupart des cessations de contrat de travail ont eu lieu dans le domaine de la production et ont concerné davantage de ressources féminines en raison du type d'horaire de travail prévu dans l'usine (trois équipes, y compris celle de nuit), ce qui a entraîné la recherche d'une activité professionnelle différente afin de bénéficier d'un meilleur équilibre famille/travail.

Processus de sélection

La gestion des relations de travail est caractérisée par la reconnaissance de la valeur de chacun, tant au niveau de la sélection que du recrutement et de l'évolution de la carrière. L'évaluation des candidats se fait sur la base de protocoles définis et transparents, exclusivement orientés vers la recherche des profils qui répondent le mieux aux besoins et aux attentes de l'entreprise, dans une perspective purement méritocratique, tout en garantissant l'égalité des chances pour tous les sujets concernés. La direction des ressources humaines, dans la limite des informations disponibles, adopte des mesures appropriées pour éviter le favoritisme, le népotisme ou les formes de clientélisme dans les étapes de sélection et de recrutement (par exemple, en évitant que le recruteur soit lié par des liens familiaux avec le candidat), ainsi que les conflits d'intérêts. DalterFood Group s'engage également à ne favoriser en aucune façon les candidats signalés par des tiers, notamment ceux qui sont membres des Administrations publiques ou clients de la Société. En cas de signalement de candidats aux responsables de fonctions ou aux employés par des personnes membres des Administrations publiques, le Conseil de surveillance est immédiatement informé et procède aux investigations qu'il juge appropriées.

Au moment du recrutement, les mêmes procédures d'entreprise s'appliquent à l'ensemble du personnel, qu'il soit interne ou externe : les règlements de l'entreprise, le code d'éthique et l'équipement de travail nécessaire pour des tâches spécifiques (par exemple, un ordinateur portable personnel et un téléphone portable pour les employés et des uniformes et un équipement de protection individuelle pour les opérateurs) sont fournis.

Diversité et inclusion

DalterFood Group s'engage à offrir à tous ses employés des chances égales en matière d'emploi et d'avancement professionnel. Les dirigeants et les responsables des fonctions de l'entreprise ont pour mission de veiller au respect de l'égalité des chances également dans la gestion de la relation professionnelle, en garantissant l'absence de discrimination sur le lieu de travail, en assurant des traitements équitables fondés sur des critères de mérite et en identifiant et résolvant rapidement tout problème à cet égard. De plus, chaque responsable de fonction doit veiller à ce que, dans les processus de recrutement, de formation, de rémunération, de promotion, de transfert et de cessation du rapport de travail, les employés soient traités équitablement, indépendamment de leur sexe et en tenant compte de leur capacité à répondre aux exigences du poste.

Protection des droits de l'homme et non-discrimination

Le Groupe favorise en permanence le respect et la protection de la personne dans son intégrité morale, culturelle, physique et professionnelle et dispose d'instruments et de procédures afin de garantir à tous les travailleurs le respect et la protection contre tout risque de conditionnement illicite, de gêne ou de préjudice. Les droits humains sont réglementés sur la base du code d'éthique et de la législation du pays où se trouve le siège de la société du Groupe.

L'objectif est de favoriser l'épanouissement professionnel de chaque employé et, par conséquent, d'accroître le bien-être de l'entreprise. Des valeurs telles que la méritocratie, la loyauté, le sérieux, le dévouement et l'esprit de collaboration sont à la base des relations au sein du Groupe, qui s'engage à favoriser leur diffusion parmi les employés ainsi qu'une culture d'intégration. À l'appui de ce qui précède, il est confirmé qu'aucun cas de discrimination n'a été signalé en 2022.

Développement des compétences

La valorisation du professionnalisme et le développement des compétences constituent un facteur stratégique de compétitivité sur le marché. En 2022, DalterFood Group a mis en place un système de suivi des formations dispensées, qui a enregistré un total de 1 875 heures dédiées aux employés dans les domaines de la santé et de la sécurité, du développement des compétences de base ainsi que de celles techniques et spécialisées, auxquelles s'ajoute la formation des nouvelles recrues. De plus, la Société a lancé un plan visant à développer également les compétences transversales par l'adoption de plans de formation dédiés, destinés à l'ensemble du personnel en fonction des compétences nécessaires à l'exercice de leurs fonctions, dont la mise en œuvre complète aura lieu en 2023.

1 875 heures

DE FORMATION DISPENSÉES EN 2022

TYPE DE FORMATION DISPENSÉE EN 2022



Bien-être des travailleurs

Pour DalterFood Group, le bien-être de ses collaborateurs est une priorité, c'est pourquoi il s'engage à promouvoir un environnement de travail serein et à garantir par conséquent leur bien-être psychophysique et social. À cette fin, le Groupe a mis à la disposition de ses employés un système d'assurance complémentaire santé ainsi que la possibilité de travailler à distance, et a introduit l'utilisation de chèques-repas dans tous ses sites italiens. Pour l'entreprise, les demandes des travailleurs sont un élément important : afin de faciliter le dialogue, chaque année, lors de la mise à jour du rapport de développement durable, un questionnaire leur est remis dans lequel ils peuvent signaler des aspects critiques ou des besoins de quelque nature que ce soit. De plus, des analyses du climat de l'entreprise sont réalisées tous les trois ans environ à l'occasion de projets de Food Culture.

7.2 DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

La sécurité et la protection de l'environnement de travail sont des valeurs fondamentales. C'est pourquoi le Groupe s'est fixé l'objectif de réduire à zéro le nombre d'accidents du travail.

Pour ce faire, DalterFood Group adopte une approche préventive à travers la participation de toutes les parties concernées par une évaluation minutieuse des risques, en prévoyant un protocole sanitaire pour chaque tâche : en plus de la présence d'instituts de contrôle de la médecine du travail, grâce à la présence de médecins du travail identifiés et nommés sur chaque site de production, chaque employé est protégé selon un protocole de santé qui identifie son poste et, par conséquent, les examens obligatoires à réaliser selon un calendrier spécifique.

Chaque travailleur, dans l'exercice de ses activités, doit accorder la plus grande attention au respect de toutes les mesures de sécurité et de prévention établies, ainsi qu'aux instructions et directives fournies par les personnes auxquelles la Société a délégué l'exécution des obligations de sécurité, afin d'éviter tout risque éventuel pour lui-même et pour ses collègues et collaborateurs.

DalterFood Group s'engage à diffuser et à consolider la culture de la sécurité, en développant la conscience des risques, du respect de la réglementation en vigueur et en promouvant des comportements responsables de la part de tous les collaborateurs. L'objectif du Groupe est de protéger les ressources humaines, patrimoniales et financières de la Société, en recherchant constamment les synergies nécessaires non seulement en interne, mais aussi avec les fournisseurs, les entreprises et les clients concernés. À cette fin, le Groupe s'engage à mettre à jour périodiquement l'analyse des risques au travail et, en cas d'accidents, de quasi-accidents ou de signalement de situations dangereuses, à mettre à jour les procédures existantes, à introduire les nouvelles mesures qui se rendraient nécessaires et, le cas échéant, à dispenser aux travailleurs une nouvelle formation sur le contenu des procédures afin de les sensibiliser davantage aux risques liés à l'activité.

Conformément aux dispositions de la réglementation applicable en matière de sécurité, aux fins susmentionnées, la Société invite ses collaborateurs à respecter les principes suivants :

- **Éliminer les risques et, lorsque cela est impossible, les minimiser ;**
- **Évaluer les risques qui ne peuvent être évités ;**
- **Réduire les risques à la source ;**
- **Remplacer ce qui est dangereux par ce qui ne l'est pas ou ce qui l'est moins ;**
- **Donner la priorité aux mesures de protection collective par rapport aux mesures de protection individuelle ;**
- **Donner des instructions et une formation appropriées aux travailleurs ;**
- **Tenir compte du degré d'évolution technologique ;**
- **Respecter les principes ergonomiques dans la conception des espaces de travail et choisir de façon judicieuse les équipements et les méthodes de travail, notamment pour atténuer le travail monotone et répétitif et réduire son impact sur la santé ;**
- **Planifier la prévention, en visant une série cohérente d'initiatives intégrant la technique, l'organisation du travail, les conditions de travail, les relations sociales et l'influence de l'environnement de travail.**

En 2022, 6 cas de maladies professionnelles sont survenus parmi les employés (soit une augmentation de 50 % par rapport à l'année précédente), tandis qu'aucun cas n'est survenu parmi les travailleurs externes. Les maladies professionnelles résultent principalement de la manutention de charges lourdes. Pour réduire ces événements, le Groupe a mis en œuvre un processus d'automatisation de certaines phases pour lesquelles une manutention manuelle est nécessaire en adoptant des équipements tels que : une chèvre de levage (système de levage à partir de la cuve), un pont roulant (dans les saloirs), un transpalette électrique, un chariot élévateur, un système de chargement-déchargement des meules et un retourneur de meules (dans l'entrepôt). Dans les années à venir, de nouveaux équipements seront ajoutés pour éviter de pousser les chariots et des modifications seront apportées aux saloirs pour réduire encore les risques résiduels liés à la manipulation des meules.

En ce qui concerne les accidents, 9 cas ont été enregistrés, dont un seul était grave, soit une diminution de 47 % par rapport à 2021, ce qui donne un taux d'accident de 28,81, également en nette diminution par rapport à l'année dernière, où le chiffre était de 56,55. Ces diminutions peuvent être attribuées à différents aspects : tout d'abord, la formation dispensée aux travailleurs a été améliorée, strictement adaptée aux normes auxquelles le décret législatif italien n° 81/2009 fait référence, et le nombre de travailleurs formés à des rôles spécifiques, tels que le personnel d'urgence, les opérateurs de chariots élévateurs, les opérateurs PTEM et les superviseurs, a été augmenté. De plus, des inspections spécifiques ont été menées et ont mis en évidence des problèmes de sécurité potentiels pour lesquels diverses actions préventives ont été immédiatement mises en œuvre, à la fois par des interventions techniques sur les machines et par des interventions en matière de gestion.



7.3 COMMUNAUTÉ LOCALE ET TERRITOIRE

La valeur d'une entreprise ne se mesure pas seulement par les données économiques et de vente, mais aussi par les actifs incorporels qui contribuent à déterminer la capacité à atteindre avec succès les objectifs organisationnels au fil du temps. Ces actifs distinctifs ont toujours été considérés par l'entreprise comme stratégiques, dans le but de créer des connaissances, une culture organisationnelle, un sentiment d'appartenance et des relations avec le territoire et l'écosystème environnant, à travers la promotion d'actions positives en lien avec l'impact social et environnemental. Pour une entreprise comme DalterFood Group, caractérisée par une stratégie de production étroitement liée à un emplacement géographique précis, le territoire revêt une importance primordiale.

Au fil des ans, DalterFood Group a créé un lien étroit avec le territoire dans lequel il opère, en promouvant la solidarité et le soutien à sa communauté, mais aussi en contribuant au développement social, économique et environnemental. Le Groupe s'engage également à réaliser dans les années à venir des projets dédiés au bien-être du territoire, en se basant sur trois piliers :



Garantir des opportunités d'emploi pour les communautés locales



Opérer dans le respect du milieu environnant



Valoriser les particularités des lieux d'origine des produits

afin de créer un développement pour le territoire en promouvant la filière agroalimentaire italienne.

Ces valeurs distinctives et intrinsèques ont conduit au renforcement des relations vertueuses avec les parties prenantes, en créant des réseaux de relations au sein de la filière dans le but de protéger le contexte social environnant.

Grâce à l'attention portée au territoire et à ses réalités, le Groupe peut garantir l'obtention des plus hauts niveaux de produit et de performance à ses clients et, par conséquent, aux consommateurs finaux.



ANNEXES – INDICATEURS DE PERFORMANCE

Responsabilité environnementale

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 301-1 : Matières utilisées par poids ou par volume

| Type de matière | Unité de mesure | 2021 | | 2022 | |
|---|-----------------|--------------|------------------|--------------|------------------|
| | | Renouvelable | Non renouvelable | Renouvelable | Non renouvelable |
| Total des matières liées au processus | | | | | |
| Lait | litres | 34.781.752 | - | 36317286 | - |
| Fromages achetés | kg | 12913202 | - | 13298694 | - |
| Total des matières pour le conditionnement | | | | | |
| Matières pour le conditionnement | kg | 763 942 | - | 753 499 | - |
| Matières pour le conditionnement - Étiquettes | N | 13 366 935 | - | 15 659 060 | - |
| Total autres | | | | | |
| Autres matières premières utilisées - Cellulose | kg | 26 400 | - | 36 000 | - |
| Palettes en bois | N | 11 578 | - | 11 885 | - |
| Palettes en plastique | N | - | 2 096 | - | 514 |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 301-2 : Matières recyclées utilisées

| Matière | 2021 | 2022 |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | % de matière recyclée | % de matière recyclée |
| Carton ondulé | 80 % | 80 % |
| Emballages en plastique | 7 % | 9 % |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 301-2 : Matières recyclées utilisées

| Produits et matériaux d'emballage valorisés pour chaque catégorie de produit | 2021 % | 2022 % |
|--|--------|--------|
| Lactosérum issu de la transformation | 100 % | 100 % |
| Crème d'affleurement | 100 % | 100 % |
| Croûtes | 1 % | 1 % |
| Facès supérieures et inférieures | 2 % | 0 % |
| Fraisages | 1 % | 1 % |
| Catégorie 3 | 1 % | 1 % |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 302-1 : Énergie consommée au sein de l'organisation

| Énergie utilisée au sein de l'organisation | | |
|--|--------------------|---------------|
| | 2021 ¹² | 2022 |
| Consommation totale d'énergie (GJ) | 39 750 | 41 384 |
| dont issue de sources non renouvelables (GJ) | 39 750 | 41 384 |
| dont issue de sources renouvelables (GJ) | - | - |
| dont électricité (GJ) | 12 664 | 13 491 |
| achetée (GJ) | 12 664 | 13 491 |
| autoproduite par des systèmes photovoltaïques (GJ) | - | - |
| dont consommée (GJ) | - | - |
| dont vendue (GJ) | - | - |
| dont combustible (GJ) | 27 086 | 27 893 |
| gaz naturel (GJ) | 25 720 | 26 560 |
| gasoil pour flotte auto (GJ) ¹³ | 1 195 | 1 102 |
| essence pour flotte auto (GJ) | 171 | 233 |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 305-1 : Émissions directes de GES (Champ d'application 1)

| Émissions directes du champ d'application 1 | | | |
|---|-----------------|--------------|--------------|
| Champ d'application 1 | Unité de mesure | 2021 | 2022 |
| Vecteurs d'énergie pour le chauffage/la production | | | |
| Gaz naturel | tCO2e | 1 309 | 1 353 |
| Gasoil | tCO2e | - | - |
| Flotte auto – Usage professionnel | | | |
| Gasoil | tCO2e | 79 | 74 |
| Essence | tCO2e | 11 | 15 |
| Total émissions Champ d'application 1 | tCO2e | 1 399 | 1 442 |

¹² À la suite d'un processus d'amélioration du système de reporting et afin d'assurer la comparabilité, les données relatives à l'énergie consommée par le Groupe ont été retraitées par rapport à celles publiées dans le précédent rapport de développement durable. Pour les données publiées précédemment, il convient de se référer au rapport de développement durable 2021, publié sur le site <https://www.dalterfood.com/>.

¹³Toutes les voitures ont été considérées comme étant « à usage professionnel », aussi bien pour 2022 que pour 2021.

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 305-2 : Émissions indirectes de GES liées à la consommation d'énergie (Champ d'application 2)

| Émissions directes du champ d'application 1 | Unité de mesure | 2021 | 2022 |
|--|------------------|-------|-------|
| Vecteurs d'énergie pour le chauffage/la production | | | |
| Émissions directes Champ d'application 1 | tCO ₂ | 1 399 | 1 442 |
| Émissions indirectes Champ d'application 2 – Méthode basée sur l'emplacement | tCO ₂ | 1 108 | 1 180 |
| Émissions indirectes Champ d'application 2 – Méthode basée sur le marché | tCO ₂ | 1 718 | 1 606 |

Facteurs de conversion

| | 2022 | 2021 | Source |
|---|---------------|---------------|---|
| | GJ | GJ | |
| 1 kWh | 0,0036 | 0,0036 | CONSTANTE |
| 1 normo mètre cube de gaz naturel pour le chauffage/la production | 0,0398 | 0,0397 | Uk government - ghg conversion factors for company reporting, 2022 et 2021 |
| 1 l Diesel - flotte auto | 0,0382 | 0,0382 | |
| 1 l d'essence - flotte auto | 0,0343 | 0,0344 | |

Facteurs d'émission¹⁴

| | 2022 | 2021 | Source |
|--|--------|--------|---|
| Émissions indirectes – Champ d'application 2 (tCO ₂ /kWh) – méthode basée sur l'emplacement | 0,0003 | 0,0003 | Terna, Confronti Internazionali, 2019 |
| Émissions indirectes – Champ d'application 2 (tCO ₂ /kWh) – méthode basée sur le marché | 0,0005 | 0,0005 | AIB, European Residual Mixes, 2022 et 2021 |
| Gaz naturel pour chauffage/production (tCO ₂ e/smc) | 0,0020 | 0,0020 | UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022 et 2021 |
| Gasoil pour chauffage/production (tCO ₂ e/l) | 0,0028 | 0,0028 | |
| Gasoil pour autotraction (tCO ₂ e/l) | 0,0026 | 0,0025 | |
| Essence pour autotraction (tCO ₂ e/l) | 0,0022 | 0,0022 | |

¹⁴ Les facteurs d'émission rapportés par Terna, Confronti Internazionali version 2019, et par AIB, European Residual Mixes versions 2022 et 2021, sont exprimés en tonnes de CO₂ ; cependant, le pourcentage de méthane et de protoxyde d'azote a un effet négligeable sur les émissions totales de gaz à effet de serre (CO₂e), comme on peut le déduire de la littérature technique de référence.

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 303-3 : Prélèvement d'eau

| Prélèvements d'eau | | | | | |
|---|-------------------|------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------------|
| Source du prélèvement | Unité de mesure | 2021 | | 2022 | |
| | | Toutes les zones | Zones soumises à un stress hydrique | Toutes les zones | Zones soumises à un stress hydrique |
| Eau de tiers (total) | Mégalitres | 41 | - | 43 | - |
| Eau douce (≤ 1000 mg/L de matières dissoutes totales) | Mégalitres | 41 | - | 43 | - |
| Autre eau (> 1000 mg/L de matières dissoutes totales) | Mégalitres | - | - | - | - |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 306-3 (2020) : Déchets produits

| Déchets | | | | | |
|---|-----------------|-----------|---------------|-----------|---------------|
| Composition des déchets | Unité de mesure | 2021 | | 2022 | |
| | | Dangereux | Non dangereux | Dangereux | Non dangereux |
| Fer et acier | TONNES | - | 3,2 | - | 5,2 |
| Boues provenant du traitement des effluents | TONNES | - | 31,4 | - | 27,6 |
| Emballages en plastique | TONNES | - | 73,3 | - | 50,3 |
| Emballages en papier et en carton | TONNES | - | 33,4 | - | 47,1 |
| Équipements hors d'usage | TONNES | - | - | - | 8 |
| Emballages mixtes | TONNES | - | - | - | 13,7 |
| Total | TONNES | - | 141,3 | - | 151,9 |



RESPONSABILITÉ SOCIALE :

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 2-7 : Informations concernant les employés et les autres travailleurs

| Nombre total d'employés par type de contrat (durée indéterminée et déterminée) et par sexe | | | | | | |
|---|-----------|-----------|------------|------------|-----------|------------|
| Source du prélèvement | 2021 | | | 2022 | | |
| | Homme | Femme | Total | Homme | Femme | Total |
| Italie | 78 | 65 | 143 | 90 | 58 | 148 |
| À durée indéterminée | 58 | 52 | 110 | 69 | 51 | 120 |
| À durée déterminée | 20 | 13 | 33 | 20 | 7 | 27 |
| À heures non garanties | - | - | - | 1 | - | 1 |
| Italie – Plein temps/Mi-temps | 78 | 65 | 143 | 89 | 58 | 147 |
| dont plein temps | 75 | 57 | 132 | 86 | 49 | 135 |
| dont mi-temps | 3 | 8 | 11 | 3 | 9 | 12 |
| Royaume-Uni | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 6 |
| À durée indéterminée | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 6 |
| À durée déterminée | - | - | - | - | - | - |
| Royaume-Uni – Plein temps/Mi-temps | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 6 |
| dont plein temps | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 5 |
| dont mi-temps | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 |
| Allemagne | 10 | 9 | 19 | 9 | 11 | 20 |
| À durée indéterminée | 8 | 9 | 17 | 7 | 10 | 17 |
| À durée déterminée | 2 | - | 2 | 2 | 1 | 3 |
| Allemagne – Plein temps/Mi-temps | 10 | 9 | 19 | 9 | 11 | 20 |
| À durée indéterminée | 8 | 8 | 16 | 7 | 10 | 17 |
| À durée déterminée | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 |
| Total | 71 | 76 | 167 | 102 | 72 | 174 |



NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 2-8 : Travailleurs non salariés

| Nombre de travailleurs externes (ETP) dont les tâches sont contrôlées par l'organisation | | | | | | |
|--|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|------------|
| Relation contractuelle | 2021 | | | 2022 | | |
| | Homme | Femme | Total | Homme | Femme | Total |
| Italie | 78 | 65 | 143 | 90 | 58 | 148 |
| Stagiaires ou apprentis | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 |
| Travailleurs indépendants | 3 | - | 3 | 3 | - | 3 |
| Intérimaires | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 |
| Contrats sur appel | - | - | - | 1 | - | 1 |
| Total | 5 | 3 | 8 | 6 | 4 | 10 |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 401-1: Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel

| Nombre de recrutements | | | | | | | | |
|------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Nombre de personnes | 2021 | | | | 2022 | | | |
| | <30 ans | 30-50 ans | >50 ans | Total | <30 ans | 30-50 ans | >50 ans | Total |
| Italie | 16 | 33 | 3 | 52 | 15 | 22 | 9 | 46 |
| Hommes | 10 | 15 | 3 | 28 | 14 | 14 | 5 | 33 |
| Femmes | 6 | 18 | - | 24 | 1 | 8 | 4 | 13 |
| Royaume-Uni | - | 1 | - | 1 | - | 4 | - | 4 |
| Hommes | - | - | - | - | - | 1 | - | 1 |
| Femmes | - | 1 | - | 1 | - | 3 | - | 3 |
| Allemagne | - | 1 | - | 1 | 1 | 3 | 1 | 5 |
| Hommes | - | 1 | - | 1 | 1 | - | - | 1 |
| Femmes | - | - | - | - | - | 3 | 1 | 4 |
| Total | 16 | 35 | 3 | 54 | 17 | 29 | 10 | 56 |
| Hommes | 10 | 16 | 3 | 29 | 16 | 15 | 5 | 36 |
| Femmes | 6 | 19 | - | 25 | 1 | 14 | 5 | 20 |

| Nombre de ruptures de contrats de travail | | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Nombre de personnes | 2021 | | | | 2022 | | | |
| | <30 ans | 30-50 ans | >50 ans | Total | <30 ans | 30-50 ans | >50 ans | Total |
| Italie | 16 | 25 | 2 | 43 | 14 | 20 | 8 | 42 |
| Hommes | 13 | 11 | 1 | 25 | 10 | 4 | 6 | 20 |
| Femmes | 3 | 14 | 1 | 18 | 4 | 16 | 2 | 22 |
| Royaume-Uni | - | - | - | - | - | 3 | - | 3 |
| Hommes | - | - | - | - | - | 1 | - | 1 |
| Femmes | - | - | - | - | - | 2 | - | 2 |
| Allemagne | - | 6 | - | 6 | 2 | 1 | 1 | 4 |
| Hommes | - | 4 | - | 4 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Femmes | - | 2 | - | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| Total | 16 | 31 | 2 | 49 | 16 | 24 | 9 | 49 |
| Hommes | 13 | 15 | 1 | 29 | 11 | 5 | 6 | 22 |
| Femmes | 3 | 16 | 1 | 20 | 5 | 19 | 3 | 27 |

| Taux de recrutement et de rotation par sexe et par zone géographique | | | | | | | | |
|--|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| Nombre de personnes | 2021 | | | | 2022 | | | |
| | Entrées | | Sorties | | Entrées | | Sorties | |
| | Nombre | % | Nombre | % | Nombre | % | Nombre | % |
| Italie | 52 | 36 % | 43 | 30 % | 46 | 32 % | 42 | 28 % |
| Hommes | 28 | 48% | 25 | 43% | 33 | 38% | 20 | 22% |
| Femmes | 24 | 37% | 18 | 28% | 13 | 22% | 22 | 38% |
| Royaume-Uni | 1 | 20 % | - | - | 4 | 67 % | 3 | 50 % |
| Hommes | - | - | - | - | 1 | 33 % | 1 | 33 % |
| Femmes | 1 | 50 % | - | - | 3 | 100 % | 2 | 67 % |
| Allemagne | 1 | 5 % | 6 | 32 % | 5 | 25 % | 4 | 20 % |
| Hommes | 1 | 10 % | 4 | 40 % | 1 | 11 % | 1 | 11 % |
| Femmes | - | - | 2 | 22 % | 4 | 36 % | 3 | 27 % |

Taux de recrutement et de rotation par tranche d'âge

| Nombre de personnes | 2021 | | | | 2022 | | | |
|---------------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| | Entrées | | Sorties | | Entrées | | Sorties | |
| | Nombre | % | Nombre | % | Nombre | % | Nombre | % |
| Total | 54 | 32 % | 49 | 29 % | 56 | 32 % | 49 | 28 % |
| <30 ans | 16 | 57% | 16 | 57% | 17 | 61% | 16 | 57% |
| 30-50 ans | 35 | 35% | 31 | 31% | 29 | 28% | 24 | 23% |
| > 50 ans | 3 | 8% | 2 | 5% | 10 | 24% | 9 | 21% |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 403-9 : Santé et sécurité au travail

| Accidents de travail - employés | 2021 | 2022 |
|--|----------------|----------------|
| Nombre total de décès dus à des accidents du travail | - | - |
| Nombre total d'accidents du travail graves (à l'exclusion des décès) | - | 1 |
| Nombre total d'accidents du travail enregistrables | 15 | 9 |
| dont lésions superficielles, plaies ouvertes et brûlures | 14 | 8 |
| dont entorses, traumatismes, luxations, fractures et élongations | 1 | 1 |
| Heures travaillées | 265 267 | 277 689 |
| Taux de mortalité dus à des accidents du travail | - | - |
| Taux d'accidents du travail graves (à l'exclusion des décès) | - | 3,60 |
| Taux d'accidents du travail enregistrables | 56,55 | 28,81 |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 403-10 : Maladies professionnelles

| Maladies professionnelles | 2021 | 2022 |
|---|------|------|
| Nombre de cas de décès résultant de maladies professionnelles | - | - |
| Nombre de cas de maladies professionnelles enregistrables | 3 | 6 |

NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 404-1 : Nombre moyen d'heures de formation par employé et par an

| Heures de formation par catégorie professionnelle et par sexe | | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Catégorie professionnelle | 2021 | | | 2022 | | |
| | Homme | Femme | Total | Homme | Femme | Total |
| Dirigeants | - | - | - | - | - | - |
| Cadres | 80 | 12 | 92 | 242 | 51 | 293 |
| Employés | 8 | 29 | 37 | 360 | 382 | 742 |
| Ouvriers | 16 | - | 16 | 649 | 191 | 840 |
| Total | 104 | 41 | 145 | 1 251 | 624 | 1 875 |

| Nombre d'heures par personne | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Catégorie professionnelle | 2021 | | | 2022 | | |
| | Homme | Femme | Total | Homme | Femme | Total |
| Dirigeants | - | - | - | - | - | - |
| Cadres | 29,3 | 9,3 | 38,7 | 58,7 | 25,7 | 71,1 |
| Employés | 2 | 9,8 | 11,8 | 36,8 | 65,6 | 102,3 |
| Ouvriers | 0,7 | - | 0,7 | 19,2 | 16 | 35,3 |
| Total | 32,0 | 19,1 | 51,2 | 114,7 | 107,3 | 222,0 |



NOTE D'INFORMATION NORMES GRI 405-1 : Diversité des organes de gouvernance et des employés

| Nombre total d'employés par catégorie professionnelle et par sexe | | | | | | |
|---|-----------|-----------|------------|------------|-----------|------------|
| Catégorie professionnelle | 2021 | | | 2022 | | |
| | Homme | Femme | Total | Homme | Femme | Total |
| Dirigeants | 1 | - | 1 | 1 | - | 1 |
| Cadres | 13 | 7 | 20 | 13 | 6 | 19 |
| Employés | 16 | 29 | 45 | 19 | 35 | 54 |
| Ouvriers | 61 | 40 | 101 | 69 | 31 | 100 |
| Total | 91 | 76 | 167 | 102 | 72 | 174 |

| Nombre total d'employés par catégorie professionnelle et par tranche d'âge | | | | | | | | |
|--|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| Catégorie professionnelle | 2021 | | | | 2022 | | | |
| | <30 ans | 30-50 ans | >50 ans | Total | <30 ans | 30-50 ans | >50 ans | Total |
| Dirigeants | - | - | 1 | 1 | - | - | 1 | 1 |
| Cadres | 2 | 11 | 7 | 20 | 2 | 10 | 7 | 19 |
| Employés | 8 | 28 | 9 | 45 | 9 | 35 | 10 | 54 |
| Ouvriers | 18 | 62 | 21 | 101 | 17 | 59 | 24 | 100 |
| Total | 28 | 101 | 38 | 167 | 27 | 105 | 42 | 174 |

| Catégories protégées | | | | | | |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Catégorie professionnelle | 2021 | | | 2022 | | |
| | Homme | Femme | Total | Homme | Femme | Total |
| Dirigeants | - | - | - | - | - | - |
| Cadres | - | - | - | - | - | - |
| Employés | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 |
| Ouvriers | - | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 |
| Total | 1 | 3 | 4 | 2 | 4 | 6 |

Nombre total d'employés par catégorie professionnelle et par tranche d'âge (Pourcentage)

| Catégorie professionnelle | 2021 | | | | 2022 | | | |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| | <30 ans | 30-50 ans | >50 ans | Total | <30 ans | 30-50 ans | >50 ans | Total |
| Dirigeants | - | - | 100% | 1% | - | - | 100% | 1% |
| Cadres | 10% | 55% | 35% | 12% | 11% | 53% | 37% | 11% |
| Employés | 18% | 62% | 20% | 27% | 17% | 65% | 19% | 31% |
| Ouvriers | 18% | 61% | 21% | 60% | 17% | 59% | 24% | 57% |
| Total | 17 % | 60 % | 23 % | 100 % | 16 % | 60 % | 24 % | 100 % |

Nombre d'employés par catégorie professionnelle et par sexe (Pourcentage)

| Catégorie professionnelle | 2021 | | | 2022 | | |
|---------------------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|
| | Homme | Femme | Total | Homme | Femme | Total |
| Dirigeants | 100 % | - | 1 % | 100 % | - | 1 % |
| Cadres | 65 % | 35 % | 12 % | 68 % | 32 % | 11 % |
| Employés | 36 % | 64 % | 27 % | 35 % | 65 % | 31 % |
| Ouvriers | 60 % | 40 % | 60 % | 69 % | 31 % | 57 % |
| Total | 54 % | 46 % | 100 % | 59 % | 41 % | 100 % |

Pourcentage d'employés appartenant à des catégories protégées par catégorie

| Catégorie professionnelle | 2021 | | | 2022 | | |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | Homme | Femme | Total | Homme | Femme | Total |
| Dirigeants | - | - | - | - | - | - |
| Cadres | - | - | - | - | - | - |
| Employés | 6 % | 3 % | 4 % | 5 % | 6 % | 6 % |
| Ouvriers | - | 5 % | 2 % | 1 % | 6 % | 3 % |
| Total | 1 % | 4 % | 2 % | 2 % | 6 % | 3 % |

INDEX DU CONTENU GRI

| | |
|----------------------------------|--|
| DÉCLARATION D'UTILISATION | Dalter Alimentari S.p.A. a rapporté les informations citées dans cet index du contenu GRI pour la période du 1 ^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2022 en référence aux normes GRI « (GRI Referenced) » |
| GRI 1 | GRI 1 : Fondation 2021 |

Index du contenu GRI

| NORMES GRI | DIVULGATION | PAGES | NOTES |
|------------|-------------|-------|-------|
|------------|-------------|-------|-------|

Profil de l'organisation et pratiques de reporting

| | | | |
|---------------------------------------|--|----------------|--|
| GRI 2 : Informations générales | 2-1 Détails sur l'organisation | 23 | |
| | 2-2 Entités incluses dans le reporting de durabilité de l'organisation | 6 | |
| | 2-3 Période, fréquence et point de contact du reporting | 6 | |
| | 2-4 Reformulations d'informations | 32, 66, 72, 81 | |

Activités et travailleurs

| | | | |
|---------------------------------------|--|--------------|--|
| GRI 2 : Informations générales | 2-6 Activités, chaîne de valeur et autres relations d'affaires | 33-35, 38-43 | |
| | 2-7 Employés | 72,73,84 | |
| | 2-8 Travailleurs qui ne sont pas des employés | 85 | |

Gouvernance

| | | | |
|---------------------------------------|--|-------|---|
| GRI 2 : Informations générales | 2-9 Structure et composition de la gouvernance | 22-25 | L'indicateur est conforme aux exigences a et b. |
| | 2-11 Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé | 24 | |
| | 2-12 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la supervision de la gestion des impacts | 24 | L'indicateur est conforme à l'exigence a. |
| | 2-13 Délégation de la responsabilité de la gestion des impacts | 24 | |
| | 2-16 Communication des préoccupations majeures | 28 | L'indicateur est conforme à l'exigence b. |
| | 2-19 Politiques de rémunération | 24 | L'indicateur est conforme à l'exigence a. |
| | 2-21 Ratio de rémunération totale annuelle | 25 | L'indicateur est conforme à l'exigence a. |

| | |
|----------------------------------|--|
| DÉCLARATION D'UTILISATION | Dalter Alimentari S.p.A. a rapporté les informations citées dans cet index du contenu GRI pour la période du 1 ^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2022 en référence aux normes GRI « (GRI Referenced) » |
| GRI 1 | GRI 1 : Fondation 2021 |

Index du contenu GRI

| NORMES GRI | DIVULGATION | PAGES | NOTES |
|------------|-------------|-------|-------|
|------------|-------------|-------|-------|

Stratégie, politiques et pratiques

| | | | |
|---------------------------------------|--|-------|---|
| | 2-22 Déclaration sur la stratégie de développement durable | 1 | |
| | 2-24 Intégration des engagements politiques | 26-28 | L'indicateur est conforme à l'exigence a.i. |
| | 2-25 Processus de remédiation des impacts négatifs | 28 | L'indicateur est conforme aux exigences a et b. |
| GRI 2 : Informations générales | 2-26 Mécanismes permettant de demander conseil et de soulever des préoccupations | 28 | |
| | 2-27 Conformité aux législations et aux réglementations | 27 | |
| | 2-28 Adhésions à des associations | 47 | |

Engagement des parties prenantes

| | | | |
|---------------------------------------|---|-------|--|
| GRI 2 : Informations générales | 2-29 Approche de l'engagement des parties prenantes | 13-15 | |
| | 2-30 Négociations collectives | 73 | |

| NORMES GRI | DIVULGATION | PAGES | |
|------------|-------------|-------|--|
|------------|-------------|-------|--|

| | | | |
|----------------------------------|--|-------|--|
| GRI 3 : Thèmes pertinents | 3-1 Processus de détermination des thèmes pertinents | 10-12 | |
| | 3-2 Liste des thèmes pertinents | 11,12 | |

| NORMES GRI | DIVULGATION | PAGES | |
|------------|-------------|-------|--|
|------------|-------------|-------|--|

| | | | |
|--|--|----|--|
| GRI 201 : Performance économique (2016) | 201-1 Valeur économique directe générée et distribuée | 32 | |
| GRI 205 : Lutte contre la corruption (2016) | 205-3 Cas avérés de corruption et mesures prises | 28 | |
| GRI 206 : Comportement anticoncurrentiel (2016) | 206-1 Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust | 28 | |

| | |
|----------------------------------|--|
| DÉCLARATION D'UTILISATION | Dalter Alimentari S.p.A. a rapporté les informations citées dans cet index du contenu GRI pour la période du 1 ^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2022 en référence aux normes GRI « (GRI Referenced) » |
| GRI 1 | GRI 1 : Fondation 2021 |

| Index du contenu GRI | | | |
|---|---|--------------|--|
| NORMES GRI | DIVULGATION | PAGES | NOTES |
| GRI 301 : Matières (2016) | 301-1 Matières utilisées par poids ou par volume | 63, 64, 80 | |
| | 301-2 Matières recyclées utilisées | 63, 64, 80 | |
| | 301-3 Produits et matériaux d'emballage valorisés | 63, 64, 80 | |
| GRI 302 : Énergie (2016) | 302-1 Consommation énergétique au sein de l'organisation | 66, 67, 81 | |
| GRI 303 : Eau et eaux usées (2018) | 303-3 Prélèvement d'eau | 69, 83 | |
| GRI 305 : Émissions (2016) | 305-1 Émissions directes de gaz à effet de serre (GES) (Champ d'application 1) | 68, 81,82 | |
| | 305-2 Émissions indirectes de gaz à effet de serre (GES) (Champ d'application 2) | 68, 81,82 | |
| GRI 306 : Déchets (2020) | 306-3 Déchets générés | 65, 83 | |
| GRI 401 : Emploi (2016) | 401-1 Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel | 72-73, 85-87 | |
| GRI 403 : Santé et sécurité au travail (2018) | 403-9 Accidents du travail | 87 | L'indicateur est conforme à l'exigence a. |
| | 403-10 Maladies professionnelles | 87 | L'indicateur est conforme aux exigences a.i, a.ii ; b.i, b.ii. |
| GRI 404 : Formation et éducation (2016) | 404-1 Nombre moyen d'heures de formation par an par employé | 75,76,77,88 | |
| GRI 405 : Diversité et égalité des chances (2016) | 405-1 Diversité des organes de gouvernance et des employés | 72-75, 89-90 | |
| GRI 406 : Lutte contre la discrimination (2016) | 406-1 Cas de discrimination et mesures correctives prises | 74 | |
| GRI 416 : Santé et sécurité des consommateurs (2016) | 416-1 Évaluation des impacts des catégories de produits et de services sur la santé et la sécurité | 55-56 | |
| | 416-2 Cas de non-conformité concernant les impacts des produits et des services sur la sécurité et la santé | 27 | |

| | |
|----------------------------------|--|
| DÉCLARATION D'UTILISATION | Dalter Alimentari S.p.A. a rapporté les informations citées dans cet index du contenu GRI pour la période du 1 ^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2022 en référence aux normes GRI « (GRI Referenced) » |
| GRI 1 | GRI 1 : Fondation 2021 |

| Index du contenu GRI | | | |
|---|---|--------------|--------------|
| NORMES GRI | DIVULGATION | PAGES | NOTES |
| GRI 417 : Commercialisation et étiquetage (2016) | 417-1 Exigences relatives à l'information sur les produits et services et l'étiquetage | 54 | |
| | 417-2 Cas de non-conformité concernant l'information sur les produits et services et l'étiquetage | 27 | |
| | 417-3 Cas de non-conformité concernant la communication marketing | 35 | |
| GRI 418 : Confidentialité des données des clients (2016) | 418-1 Plaintes fondées relatives à l'atteinte à la confidentialité des données des clients et aux pertes de données des clients | 28 | |

Nous tenons à remercier tous nos collaborateurs qui ont participé activement à la réalisation de notre rapport de développement durable.

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022
de DalterFood Group

Soutien interne DalterFood Group au développement éditorial :
Direction de l'entreprise et responsables de fonction

Soutien méthodologique technique et textes :
Deloitte & Touche Spa

Conception graphique et mise en page
Blureflex Advertising

Photographies
Archives Dalter Food Group, Freepik

DalterFood Group

Via Val d'Enza 134
Sant'Ilario d'Enza 42049
RE Italy

www.dalterfood.com

info@dalterfood.com

 DalterFood Group