



# *Soutenir le Progrès*

**RAPPORT ESG 2024**



# TABLE DES MATIÈRES

## 3

### APERÇU

À propos du rapport	3
Message de notre Président et chef de la direction	4
Point de vue du Groupe Lactalis	5
À propos	6
Notre approche	8
Notre cadre	9
Gouvernance ESG	10
Faits saillants de 2024	11
Nos engagements et nos progrès en 2024	12

## 15

### LES HOMMES ET LES COLLECTIVITÉS

Les Hommes	16
Santé et sécurité	20
Collectivités	21

## 26

### LES PRODUITS ET LES TERROIRS

Qualité et salubrité des aliments	27
Des ingrédients simples et naturels	30
Bien-être animal	33

## 35

### LA TERRE ET SES RESSOURCES

Énergie et carbone	36
Chaîne d'approvisionnement	38
Économie circulaire et emballage	40
Déchets et Eau	44

## 45

### ANNEXE

Bulletin ESG 2024	45
Comité ESG et Contributeurs	46

## RECONNAISSANCE DES TERRES

Lactalis Canada reconnaît que la terre sur laquelle nous vivons, travaillons et nous rassemblons fait partie des territoires traditionnels de nombreuses nations autochtones à travers ce qu'on appelle aujourd'hui le Canada. Nous reconnaissons la présence, les connaissances et les contributions durables des Premières Nations, des Inuits et des Métis, ainsi que leur lien profond et constant avec la terre.

## WE SUPPORT



## PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

Lactalis Canada partage la vision mondiale de l'Organisation des Nations Unies (ONU) pour un avenir plus inclusif, pacifique et prospère. Nous travaillons à soutenir les progrès réalisés dans le cadre des objectifs de développement durable (ODD) du Pacte Mondial des Nations Unies et alignons notre cadre ESG, nos priorités et nos activités plus directement sur 15 des 17 ODD.

Plus précisément, nous nous efforçons de hiérarchiser les ODD auxquels nous contribuons dans l'ensemble de notre cadre ESG et de ses piliers : les hommes et les collectivités, les produits et les terroirs, la Terre et ses ressources, et là où nous pouvons véritablement avoir un impact pour faire avancer notre industrie.



# À PROPOS DU PRÉSENT RAPPORT

Ce rapport donne un aperçu des activités et de la performance de Lactalis Canada dans les domaines ESG (environnement, société et gouvernance) pour l'année 2024, sauf indication contraire.

Dans le cadre de nos efforts continus pour nous concentrer sur les questions de durabilité qui comptent le plus pour nos parties prenantes, nous avons simplifié la façon dont nous présentons nos objectifs ESG pour mieux les aligner avec nos priorités ESG tout en maintenant nos engagements et nos objectifs.

Nous appliquons les normes de la Global Reporting Initiative (GRI) comme guide pour l'organisation et la présentation des données dans le présent rapport. Les codes des sujets de la GRI sont indiqués dans le [tableau de données pour appuyer la transparence et la comparabilité](#), et pour démontrer comment nos efforts s'harmonisent avec les pratiques exemplaires en matière de durabilité et de production de rapports.

Nous comprenons la valeur d'une perspective mondiale pour faire face aux défis mondiaux et nous avons utilisé les objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies pour définir notre cadre et nos priorités ESG. Notre engagement envers les ODD se reflète également dans le présent rapport : repérez les icônes des ODD pour comprendre où et comment nos actions contribuent à l'atteinte de ces objectifs. Une liste complète des cibles des ODD connexes est également incluse dans notre [tableau de données sur le perfectionnement des facteurs ESG](#)

## OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



# MESSAGE DE NOTRE PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION



À Lactalis Canada, notre raison d'être est claire : enrichir et soutenir la vie des Canadiens. En 2024, nous continuons à établir des bases solides pour faire progresser notre parcours environnemental, social et de gouvernance (ESG); un parcours qui est profondément lié à nos valeurs, à nos collaborateurs et à nos objectifs d'affaires à long terme.

Au cours de la dernière année, de l'ouverture de notre centre de distribution prêt pour la carboneutralité à Oshawa, en Ontario, à l'obtention du titre de meilleurs employeurs 2025 de Forbes, nos progrès en matière de facteurs ESG reflètent à la fois notre ambition et notre engagement à faire ce qui est bien pour nos employés, nos collectivités et notre planète.

Nous avons également organisé notre tout premier Sommet ESG, qui a réuni des leaders passionnés de l'ensemble de l'entreprise pour explorer les intersections de nos priorités ESG et trouver des solutions réalisables. Cet esprit de collaboration a été renforcé par l'établissement de structures solides de gouvernance ESG internes, ce qui a permis aux experts en la matière de diriger avec détermination et clarté.

Ces actions sont des leviers de changement qui démontrent comment, lorsque nous habilitons nos équipes et que nous nous alignons sur une vision commune, nous pouvons produire un impact réel. Les facteurs ESG ne sont pas une considération secondaire à Lactalis Canada; il s'agit d'un impératif stratégique fondamental qui nous unit, nous met au défi et nous inspire à faire mieux chaque jour.

En 2025, nous dotons nos équipes de nouveaux outils et de nouvelles structures, comprenant des objectifs ESG pour les employés salariés et la désignation des facteurs ESG comme thème de notre programme d'intrapreneuriat annuel NEXT Ventures.

Ces initiatives stimuleront l'innovation, approfondiront la mobilisation et permettront à chaque employé de contribuer à nos ambitions ESG de façon significative et percutante.

Nous élaborons également notre premier plan stratégique ESG, guidé par une nouvelle évaluation du caractère substantiel du Groupe Lactalis.

Ce plan tracera la voie à suivre en misant sur nos forces dans des domaines comme l'engagement communautaire, la salubrité des aliments et la nutrition, tout en accélérant les progrès en matière de lutte contre les changements climatiques et d'emballage durable.

Alors que nous nous tournons vers l'avenir, nous sommes stimulés par la possibilité de travailler main dans la main avec nos employés, nos partenaires, nos fournisseurs, nos agriculteurs et nos clients pour façonner un avenir défini par une main-d'œuvre engagée, une industrie florissante, une planète plus saine et des collectivités plus fortes partout au Canada.

Nous avons fait des progrès importants, mais nous savons que, collectivement, nous sommes **Better Together**.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Mark Taylor".

**Mark Taylor**  
Président et chef de la direction  
Lactalis Canada



# POINT DE VUE DU GROUPE LACTALIS



## En 2024, quelles ont été les principales réalisations du Groupe Lactalis auxquelles le Canada a contribué ?

En 2024, le Groupe Lactalis a réalisé des progrès mesurables dans l'atteinte de ses objectifs de durabilité, propulsé par le rôle central qu'a joué le Canada dans l'avancement de son programme mondial en matière d'environnement, de société et de gouvernance (ESG).

Je suis particulièrement fière de la validation officielle des cibles de réduction des émissions de carbone de notre Groupe par l'initiative Science Based Targets (SBT). Cela témoigne du dévouement de notre équipe mondiale et nous incitera à intensifier nos efforts grâce aux mesures déjà en cours.

De plus, notre initiative de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI) s'est déployée dans tous les pays, notamment au Canada. Celle-ci propose aux employés des activités de formation ainsi que de nouveaux programmes d'habilitation et de mentorat. Il s'agit de premiers pas majeurs vers une plus grande inclusion dans nos équipes.

Nous avons franchi ces premières étapes grâce à nos partenaires et à nos employés partout dans le monde et au Canada qui sont passionnés et déterminés à contribuer à un avenir meilleur. Je tiens à les remercier sincèrement et à les assurer de mon engagement à travailler aux côtés des membres de l'équipe du monde entier pour poursuivre cette dynamique et contribuer à la protection de notre planète !

## Quelles réussites canadiennes en matière d'ESG vous ont marquée en 2024 ?

Notre équipe canadienne a fait preuve d'innovation en cherchant des solutions de réduction des émissions de GES dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Je suis impressionnée par notre nouveau centre de distribution « Zero Carbon Ready by Design » à Oshawa, en Ontario, qui est équipé de technologies de pointe et qui réduit notre empreinte climatique. De plus, notre virage intermodal, qui nous fait passer du transport par camion au transport ferroviaire, a reçu le prix Impact de Canadian Grocer en 2024 pour sa réduction impressionnante de carbone; il a servi d'ailleurs d'inspiration à d'autres pays, comme la Slovaquie.

Comme quoi le partage des pratiques exemplaires au sein de notre réseau mondial d'ESG peut avoir un impact d'envergure !

Dans le domaine de l'emballage, un changement astucieux, aligné sur nos [règles d'or de conception](#), a mené au remplacement de 47 000 kg de couvercles en plastique noir sur le yogourt Krema par des couvercles de couleur or, qui sont plus faciles à recueillir et à trier dans les installations de recyclage, ce qui réduit davantage les déchets.

Au-delà de ces projets, je suis inspirée par les gens du pays. Je tiens à remercier notre équipe canadienne d'avoir osé rêver et user de son expertise pour faire de la croissance responsable une réalité.

## Quelles visées pour 2025 ?

L'année 2025 sera marquante dans notre parcours ESG. Au niveau du Groupe, nous sommes à l'affût d'opportunités de décarbonisation sur les périmètres 1, 2 et 3. Pour y arriver, nous avons besoin d'un véritable effort au niveau local pour intégrer plus de fournisseurs dans la chaîne de valeur de cette initiative écoresponsable.

En termes d'économie circulaire, nous visons une meilleure recyclabilité et des emballages plus légers, ainsi qu'un approvisionnement sûr en papier vierge certifié pour nos emballages.

Enfin, le temps est venu de passer de l'ambition à l'action en ce qui concerne les principaux objectifs ESG définis lors de notre analyse de matérialité. À ce propos, nos plans d'action pour la biodiversité, l'eau et les déchets sont bien en cours.

Je n'ai aucun doute que l'équipe canadienne continuera de tracer la voie et soutiendra l'avenir en contribuant à la réalisation de notre ambition en matière d'ESG !

## Agnès Baudet-Barbezant

Directrice générale de la qualité et de la responsabilité sociale d'entreprise  
Groupe Lactalis



# À PROPOS DE NOUS

## GROUPE LACTALIS

Lactalis Canada fait partie du Groupe Lactalis, le plus important groupe laitier au monde, dont le siège social est situé à Laval, en France. Fondé en 1933 par André Besnier, le Groupe Lactalis est une entreprise familiale mondiale comptant plus de 85 000 employés et 270 sites d'exploitation, avec une présence dans plus de 50 pays.



<p><b>NUMÉRO 1</b> <b>DES PRODUITS LAITIERS</b></p>		<p><b>DANS 50+</b> <b>PAYS</b></p>
	<p><b>85 500</b> <b>EMPLOYÉS MONDIAUX</b></p>	
<p><b>270</b> <b>SITES INDUSTRIELS</b></p>		<p><b>SE CLASSE AU</b> <b>3<sup>ème</sup></b> <b>RANG DANS</b> <b>LE GROUPE LACTALIS*</b> <small>*Chiffre d'affaires</small></p>
	<p><b>9<sup>ème</sup></b> <b>ENTREPRISES AGROALIMENTAIRE GLOBALE</b></p>	



# À PROPOS DE NOUS

## LACTALIS CANADA



Forte d'une histoire s'étalant sur plus de 140 ans, Lactalis Canada s'engage à enrichir et à soutenir la vie des Canadiens en produisant des produits laitiers nutritifs et savoureux. Les marques emblématiques de l'entreprise comprennent notamment Cracker Barrel, Black Diamond, P'tit Québec, Balderson, Cheestrings Ficello, aMOOza!, Astro, Khaas, siggi's, IÖGO, IÖGO nanö, Olympic, Lactantia, Beatrice, Bfit, Enjoy!, Marie Morin Canada, Galbani, and Président.

<p><b>NOTRE RAISON D'ÊTRE</b> <i>Enrichir et Soutenir la Vie des Canadiens</i></p>		<p><b>TROISIÈME PLUS GRANDE MARQUE DE BIENS DE CONSOMMATION AU CANADA</b></p>		<p><b>9 MÉNAGES SUR 10 ONT ACHÉTÉ AU MOINS UN PRODUIT LACTALIS<sup>1</sup></b></p>	<p><b>NOS OBJECTIFS D'ENTREPRISE</b></p>		<p><b>DEVENIR UN EMPLOYEUR DE CHOIX</b></p>	<p><b>NOS VALEURS</b></p>	<p><b>L'ambition</b>                  ✓ Performance                  ✓ Amélioration continue                  ✓ Développement du personnel</p>
	<p><b>LAURÉAT DU PRIX CANADIAN GROCER IMPACT POUR LA QUATRIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE</b></p>		<p><b>PLUS DE 4000 EMPLOYÉS</b></p>		<p><b>ATTEINDRE NOS OBJECTIFS DE CROISSANCE COMMERCIALE</b></p>		<p><b>ÊTRE LE CHEF DE FILE EN MATIÈRE D'INNOVATION</b></p>		<p><b>L'engagement</b>                  ✓ Entrepreneuriat                  ✓ Détermination                  ✓ Loyauté</p>
<p><b>L'UN DES MEILLEURS EMPLOYEURS DU GRAND TORONTO POUR 2025</b></p>		<p><b>AU CLASSEMENT DES MEILLEURS EMPLOYEURS AU CANADA SELON LE MAGAZINE FORBES POUR 2025</b></p>		<p><b>PLUS DE 30 SITES D'EXPLOITATION, DONT 20 SITES DE FABRICATION</b></p>	<p><b>CRÉER UNE EXPÉRIENCE EXCEPTIONNELLE POUR LE CONSOMMATEUR ET LE CLIENT</b></p>		<p><b>AUGMENTER NOTRE CADENCE, NOTRE AGILITÉ ET NOTRE RÉACTIVITÉ POUR ÊTRE L'ENTREPRISE LAITIÈRE AVEC LAQUELLE IL EST LE PLUS SIMPLE DE FAIRE AFFAIRE</b></p>		<p><b>AVEC Simplicité</b>                  ✓ Accessibilité, Modestie                  ✓ Transparence                  ✓ Pragmatisme</p>



1. 93 % des Canadiens ont au moins un produit Lactalis Canada dans leur foyer à tout moment. Source Nielsen IQ, National 5 chaînes de distribution, 52 dernières semaines se finissant le 27 mars 2021 (excluant les marques Ultima).

# NOTRE APPROCHE



Notre cadre ESG repose sur trois piliers qui guident nos décisions et orientent nos efforts : [les Hommes et les Collectivités](#), [les Produits et les Terroirs](#), la [Terre et ses Ressources](#). Ces piliers témoignent de notre engagement à contribuer au bien-être économique et social de nos populations et des communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités, à fournir des produits laitiers de grande qualité, nutritifs et savoureux, et à prendre soin de la planète. En tant qu'entreprise responsable, nous visons à répondre aux attentes des consommateurs et de la clientèle qui évoluent, à gérer les risques et à rendre le système alimentaire du Canada plus résilient.

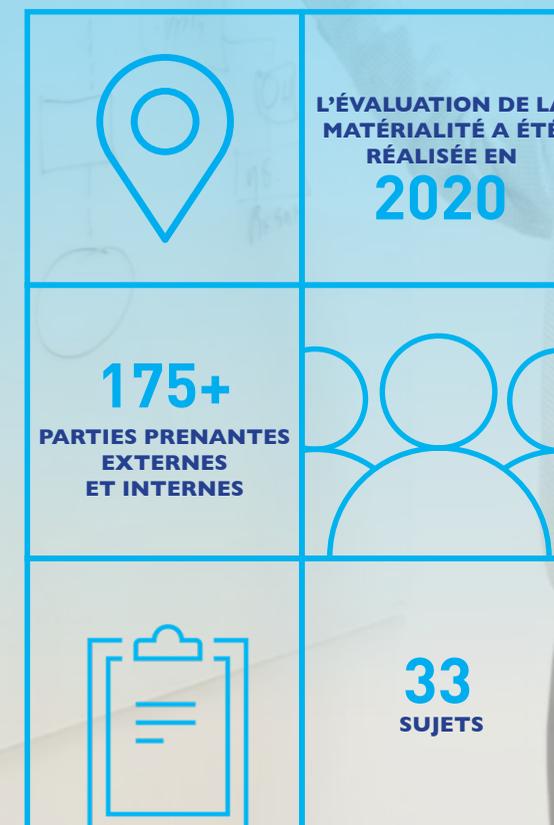
Notre approche ESG est étroitement liée à notre stratégie d'affaires et à nos opérations. Chez Lactalis Canada, nous sommes déterminés à assurer une croissance responsable en soutenant l'engagement environnemental, en favorisant de solides partenariats communautaires, en assurant la promotion de produits sains et nutritifs et en améliorant le bien-être des employés. Ces piliers guident notre façon de fonctionner, d'investir et d'innover dans l'ensemble de notre entreprise.

## Nos priorités ESG

Nous pensons que les bonnes décisions commencent par l'écoute. En 2020, le Groupe Lactalis a consulté 175 parties prenantes – 30 % internes et 70 % externes – pour recueillir leurs points de vue sur 33 enjeux ESG jugés pertinents pour notre entreprise. L'analyse de matérialité<sup>2</sup> nous a permis de recenser trois priorités au niveau du Groupe, c'est-à-dire les domaines dans lesquels nous pouvons avoir le plus grand impact collectif et qui comptent le plus pour notre entreprise :

1. Climat et réduction de l'empreinte carbone
2. Économie circulaire et emballages responsables
3. Bien-être animal

Notre cadre et nos actions ESG s'appuient sur les priorités du Groupe Lactalis et sont également façonnés par notre contexte local et les préoccupations des parties prenantes. Nous collaborons étroitement avec un large éventail de parties prenantes de notre industrie afin d'apporter des changements positifs et durables. Reconnaisant que les défis auxquels nous sommes confrontés sont multidimensionnels et dépassent la portée d'une seule entreprise, nous mettons en place des partenariats stratégiques avec nos employés, nos consommateurs, notre clientèle, nos prestataires, les producteurs laitiers, ainsi que nos partenaires communautaires et de l'industrie, et les organismes gouvernementaux. Ensemble, nous cherchons à créer un climat de confiance et à atteindre des objectifs communs.



2. Le Groupe Lactalis prévoit de publier la nouvelle évaluation de matérialité en 2025. Les informations mises à jour éclaireront la prochaine phase de notre stratégie ESG.

# NOTRE CADRE



## 1 LES HOMMES ET LES COLLECTIVITÉS

*Contribuer au bien-être économique et social de nos populations et des communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons.*



## 2 LES PRODUITS ET LES TERROIRS

*Soyons fiers de nos méthodes de production locales et de notre savoir-faire mondial pour offrir des produits sains et nutritifs.*



## 3 LA TERRE ET SES RESSOURCES

*Agir de manière responsable et durable afin de favoriser une planète prospère pour l'avenir.*

Les Hommes

Santé et Sécurité

Collectivités

Les produits et les terroirs

Des ingrédients simples et naturels

Bien-être animal et Offre de lait canadien

Énergie et carbone

Chaîne d'approvisionnement

Économie circulaire et emballage

Déchets et Eau



# GOVERNANCE ESG



En 2024, nous avons renforcé notre gouvernance ESG pour relier les efforts ESG entre les fonctions, les divisions et la stratégie d'entreprise. Notre cadre de gouvernance comprend les éléments suivants :

#### Chef de la direction et cadres responsables ESG :

Les cadres supérieurs soutiennent et supervisent les progrès, assurent l'intégration stratégique et la conformité, et allouent les ressources nécessaires.

**Divisions et fonctions :** Chaque division et fonction de l'entreprise est responsable de l'intégration des facteurs ESG dans les opérations quotidiennes.

**Comité ESG élargi :** Un comité interfonctionnel assure l'harmonisation et la coordination sur les principaux enjeux ESG.

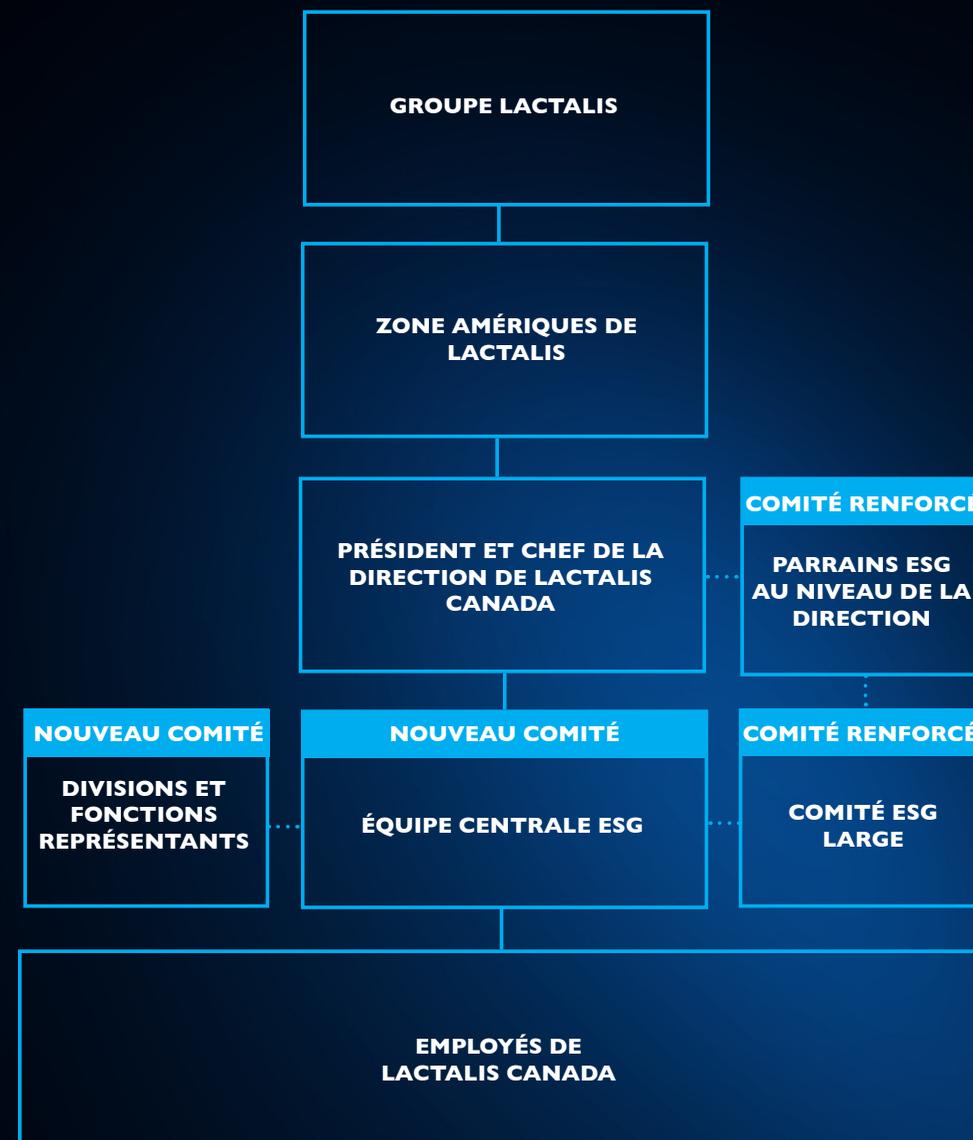
**Équipe ESG centrale :** Cette équipe centrale dirige l'élaboration de la stratégie ESG, fournit une expertise technique, supporte la production de rapports et assure une approche uniforme dans l'ensemble de l'entreprise.

Notre approche en matière de gouvernance ESG nous permet de maintenir le cap et d'assurer une responsabilisation à tous les niveaux de l'entreprise. Dans l'ensemble, notre structure de gouvernance met l'accent sur la communication, la collaboration, la responsabilisation et l'harmonisation avec les normes mondiales, ce qui renforce notre engagement envers des pratiques commerciales durables et responsables.

Au Canada, notre Président et chef de la direction est responsable du rendement ESG, appuyé par un cadre de gouvernance clair et cohérent.

Notre structure de gouvernance garantit une approche globale et intégrée de la gouvernance ESG, facilitant une communication efficace, la collaboration et l'harmonisation à tous les niveaux de l'entreprise. Chaque employé de Lactalis Canada contribue à la mise en œuvre de notre cadre ESG en respectant nos politiques et objectifs ESG, en soutenant les initiatives de développement durable et y participant, en favorisant un milieu de travail inclusif et en agissant de manière éthique au quotidien.

## NOTRE STRUCTURE DE GOUVERNANCE ET D'INFORMATION



# FAITS SAILLANTS DE 2024



**Ouverture du centre de distribution d'Oshawa, le plus grand en termes de capacité du Groupe Lactalis, et conçu comme un bâtiment prêt à atteindre la neutralité carbone.**



**Formation Climate Fresk pour nos dirigeants afin de les aider à mieux comprendre le changement climatique.**

**Soumission de 133 idées pour NEXT Ventures, notre programme annuel visant à promouvoir l'innovation et à étudier de nouvelles possibilités en matière de technologie, de produits et de procédés.**

**En 2025, le thème de NEXT Ventures portera sur la manière dont les idées ESG peuvent créer de la valeur pour Lactalis Canada.**



**Investissement communautaire de 3,3 millions de dollars.**



**IMPACT**  
CANADIAN GROCER AWARDS



**2 attributions du prix Impact de Canadian Grocer pour notre programme de développement durable du transport intermodal et projet P'tit Québec dans les collectivités.**



**Organisation du premier Sommet ESG de Lactalis Canada réunissant des responsables ESG de toute l'entreprise pour approfondir leurs connaissances des enjeux ESG et réfléchir collectivement aux solutions possibles.**

# APERÇU : NOS ENGAGEMENTS ET NOS PROGRÈS EN 2024



## LES HOMMES ET LES COLLECTIVITÉS

Contribuer au bien-être économique et social de nos populations et de nos communautés.

## OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



LES HOMMES	SANTÉ ET SÉCURITÉ	COLLECTIVITÉS
<p><b>Engagement 1 : Soutenir le bien-être mental et physique global de nos employés en mettant en place des programmes et des politiques efficaces.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accroître la sensibilisation des employés aux programmes de bien-être et leur participation à leur égard.</li> <li>• Évaluer continuellement les initiatives de bien-être et les adapter aux besoins des employés.</li> <li>• Renforcer l'offre de formation, d'éducation et de soutien à la santé mentale.</li> </ul>	<p><b>Engagement 1 : Améliorer notre performance en matière de sécurité d'une année à l'autre en faisant progresser des initiatives clés qui renforcent la culture de responsabilisation et de prévention.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en œuvre un système d'environnement, de santé et de sécurité (ESS) certifié et intégré d'ici 2030, guidé par des pratiques exemplaires reconnues.</li> </ul> <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Chaque année, mettre en œuvre au moins 80 % des améliorations potentielles en matière de santé et de sécurité indiquées dans notre manuel d'ESS, notre guide interne sur les améliorations continues en matière de santé et de sécurité.</li> <li>✗ Réduire de 15 % le taux de fréquence de toutes les blessures de Lactalis Canada en 2024 par rapport à l'année précédente.                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* Une réduction de 12 % a été obtenue.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Engagement 1 : Établir et entretenir de solides partenariats philanthropiques avec des organismes, des institutions et des groupes d'intérêts clés.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutenir le bien-être des jeunes et des collectivités grâce aux partenariats philanthropiques de longue date de Lactalis Canada avec Jeunesse, J'écoute et la Grocery Foundation.</li> </ul>
<p><b>Engagement 2 : Soutenir la croissance des employés par la formation, le développement professionnel et la planification de la performance.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer les programmes de formation pour soutenir le développement professionnel et améliorer le maintien en poste des employés.</li> <li>• Établir un lien entre les objectifs de performance et les opportunités de développement personnel et de croissance.</li> <li>• Se préparer pour l'avenir en aidant les talents nouveaux et existants à acquérir les compétences dont ils ont besoin pour atteindre nos principaux objectifs stratégiques.</li> </ul>		<p><b>Engagement 2 : Promouvoir l'impact positif sur la collectivité et susciter la bonne volonté et la sensibilisation des consommateurs grâce aux marques emblématiques et de confiance de Lactalis Canada.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tirer parti de l'influence des marques « pour le bien » de Lactalis Canada afin de sensibiliser les consommateurs et de soutenir les initiatives communautaires.</li> </ul>
<p><b>Engagement 3 : Créer une culture de collaboration unifiée où chaque personne se sent valorisée, incluse et encouragée à être authentiquement elle-même.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre les caractéristiques démographiques de l'effectif et les expériences d'inclusion.</li> <li>• Célébrer et tirer parti de la diversité au sein de nos équipes.</li> <li>• Faire participer les employés aux initiatives de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI) et encourager les commentaires et suggestions.</li> </ul>		<p><b>Engagement 3 : Favoriser des collectivités plus vertes, plus saines et plus autonomes où nos employés vivent et travaillent.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Établir et renforcer des relations positives en tant que voisin, partenaire et employeur de confiance au sein des collectivités où nous exerçons nos activités dans tout le pays.</li> </ul>

# APERÇU : NOS ENGAGEMENTS ET NOS PROGRÈS EN 2024



## LES PRODUITS ET LES TERROIRS

Tirer une grande fierté de notre savoir-faire local et de notre expertise mondiale pour offrir des produits sains et nutritifs.

## OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS	DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS	BIEN-ÊTRE ANIMAL
<p><b>Engagement 1 : Assurer la salubrité des aliments et le respect de tous les règlements pertinents afin d'offrir aux Canadiens des marques et des produits de confiance.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Veiller à respecter tous les règlements municipaux, provinciaux et fédéraux pour renforcer continuellement l'ensemble de notre système de salubrité des aliments.</li> </ul> <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●●● Veiller à ce que 100 % des sites de fabrication de Lactalis Canada détiennent l'homologation IMSA (Initiative Mondiale sur la Salubrité des Aliments) d'ici 2025.</li> <li>●●● 100 % des fournisseurs de Lactalis Canada seront certifiés GFSI d'ici 2030. »</li> </ul>	<p><b>Engagement 1 : Réduire la teneur en sucre et en sodium de nos produits.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire la teneur en sodium de certains fromages cottage, fromages fondus, fromages naturels et produits à base de beurre afin de se conformer aux lignes directrices volontaires de Santé Canada sur la réduction du sodium.</li> <li>Évaluer notre portefeuille de produits par rapport aux seuils d'étiquetage sur le devant de l'emballage de Santé Canada pour le sucre et les gras saturés, et cerner les produits pouvant faire l'objet d'initiatives de réduction d'ici 2025.</li> </ul>	<p><b>Engagement 1 : Préconiser l'adoption, le déploiement et le renforcement de normes ambitieuses en matière de bien-être animal, en travaillant à l'élimination progressive des pratiques les plus problématiques et à la mise en œuvre des meilleures.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Travailler en étroite collaboration avec nos partenaires de la chaîne de valeur pour :                         <ol style="list-style-type: none"> <li>Prévenir la cruauté envers les animaux.</li> <li>Se conformer à tous les règlements applicables en matière de santé et de bien-être des animaux.</li> </ol> </li> <li>Participer aux initiatives nationales et mondiales, y compris le Conseil National pour les Soins aux Animaux d'Élevage (CNSAE), le volet bien-être animal proAction des Producteurs laitiers du Canada, et la Politique Bien-être animal du Groupe Lactalis, qui reflète les « cinq libertés » de l'Organisation mondiale de la santé animale.</li> <li>Appuyer la recherche et participer à des initiatives de l'industrie visant à améliorer les connaissances scientifiques sur le bien-être animal qui mènent à de nouvelles solutions.</li> </ul>
<p><b>Engagement 2 : Assurer la supériorité des produits et des services pour garantir la satisfaction de la clientèle.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Valider continuellement nos produits fondamentaux en vérifiant régulièrement leur goût et leur qualité grâce à notre programme de surveillance sensorielle Passion du goût.</li> <li>Offrir aux consommateurs la meilleure expérience de service à la clientèle lors du traitement de leurs commentaires ou de leurs plaintes.</li> <li>Développer des capacités pour évaluer la qualité des produits sur les tablettes des magasins de détail.</li> </ul> <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●●● Mettre en place des groupes d'experts sensoriels pour cinq nouveaux produits phares d'ici 2026.</li> </ul>	<p><b>Engagement 2 : Continuer d'améliorer nos produits en mettant l'accent sur les ingrédients simples et naturels.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Transmettre de l'information exacte et validées par des experts sur les avantages nutritionnels des produits laitiers pour appuyer des choix éclairés.</li> <li>Offrir aux consommateurs une gamme de produits de yogourt fabriqués uniquement à partir d'ingrédients simples, sans colorants, arômes ou édulcorants artificiels, faibles en sucre et riches en protéines d'ici 2024.</li> </ul>	
<p><b>Engagement 3 : Offrir des produits savoureux et de grande qualité au meilleur prix en favorisant l'efficacité des processus et en réduisant le gaspillage et les produits endommagés.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Favoriser la productivité et la réduction du gaspillage grâce à des projets axés sur l'amélioration de la qualité.</li> <li>Améliorer l'efficacité avec une approche « bien faire du premier coup » pour réduire la destruction de produits.</li> </ul>	<p><b>Engagement 3 : Continuer de soutenir l'adoption de produits biologiques et d'ingrédients d'origine responsable, conformément aux préférences et aux attentes des consommateurs.</b></p> <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●●● Veiller à ce que tous les œufs, le soja et le cacao utilisés dans nos boissons et nos produits à base de margarine soient conformes aux politiques Bien-être animal et forêt du Groupe Lactalis d'ici 2025</li> <li>✓ Maintien de la certification à 100 % de l'huile de palme et de ses dérivés dans le cadre de la table ronde sur l'huile de palme durable (RSPO) d'ici 2025, conformément à la Politique d'approvisionnement en huile de palme du Groupe Lactalis.</li> </ul>	

# APERÇU : NOS ENGAGEMENTS ET NOS PROGRÈS EN 2024



## LA TERRE ET SES RESSOURCES

Agir de façon responsable et durable afin de favoriser une planète prospère pour l'avenir.

## OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Non atteint    En Continu/En cours    Atteint    Nouveau

ÉNERGIE ET CARBONE	ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE	DÉCHETS
<p><b>Engagement 1 : Accélérer la transition vers un avenir carboneutre en réduisant notre consommation d'énergie au Canada et en contribuant à l'atteinte par le Groupe Lactalis de ses cibles de réduction des gaz à effet de serre (GES) de portée 1 et de portée 2.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adopter de nouvelles technologies visant à décarboner nos procédés de fabrication.</li> <li>• Accroître l'efficacité énergétique en veillant à ce que les installations fonctionnent avec le meilleur équipement disponible, y compris les technologies de récupération d'énergie.</li> </ul>	<p><b>Engagement 1 : Mettre en œuvre notre approche du juste emballage, qui consiste notamment à réduire la quantité d'emballages non consignés par produit grâce à l'écoconception et à l'optimisation.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Évaluer tous les emballages par rapport aux règles d'or de conception des emballages énoncées dans le Pacte canadien sur les plastiques afin d'assurer leur compatibilité avec l'économie circulaire, rendant ainsi les emballages en plastique plus recyclables et à réduire les déchets inutiles.</li> <li>• Réduire l'intensité des emballages.</li> </ul> <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Maintenir un taux de contrôle de 100 % de notre portefeuille de produits fondamentaux (46 produits) et de toutes les innovations de produits à l'aide du nouvel outil d'écoconception</li> </ul>	<p><b>Engagement 1 : Diminuer notre incidence environnementale en réduisant les déchets générés par nos activités et en conservant les ressources naturelles.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en place un système de mesure et établir des données de référence pour orienter des stratégies de gestion des déchets efficaces.</li> </ul>
CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT	EAU	
<p><b>Engagement 1 : Réduire nos émissions de GES dans les opérations de transport et d'entreposage en optimisant la façon dont nous transportons et distribuons nos produits vers les marchés.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliser différents modes de transports, dont un transport intermodal, pour transporter les produits plus efficacement.</li> <li>• Optimiser l'utilisation des camions, des remorques, des autres actifs de transport et des itinéraires pour réduire la consommation de carburant.</li> <li>• Améliorer l'efficacité énergétique dans nos entrepôts.</li> </ul> <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Réduire les émissions de GES liées au transport de 30 % d'ici 2027 et de 60 % d'ici 2033 (par rapport à 2019)</li> </ul>	<p><b>Engagement 2 : Veiller à ce que les emballages soient fabriqués à partir de matériaux sûrs et durables, et conçus dans une logique de circularité.</b></p> <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 100 % des emballages destinés au commerce de détail seront conçus pour être recyclables d'ici 2025</li> <li>● 100 % des emballages de détail peuvent être recyclés (recyclables dans la pratique) d'ici 2030</li> <li>✓ L'objectif est de maintenir une certification d'approvisionnement durable à 100 % sur le stock de papier vierge</li> <li>✓ L'objectif est d'atteindre en moyenne 30 % de contenu recyclé dans nos emballages d'ici 2026</li> <li>✓ Il convient d'éliminer le PVC de tous les emballages d'ici 2025</li> </ul>	<p><b>Engagement 1 : Comprendre notre utilisation de l'eau et de nos rejets (eaux usées) pour favoriser une gestion efficace des ressources, améliorer la qualité des eaux usées et limiter les risques de non-conformité.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en place un système de mesure et établir des données de référence pour orienter des stratégies de gestion de l'eau efficaces.</li> </ul>
	<p><b>Engagement 3 : Sensibiliser les consommateurs et les employés pour les aider à boucler la boucle et soutenir une économie circulaire.</b></p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promouvoir des pratiques responsables de gestion des déchets et de recyclage.</li> <li>• Intégrer l'éducation au recyclage des emballages dans notre entreprise et les efforts de sensibilisation du public.</li> </ul> <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Veiller à ce que 100 % des emballages de produits comportent des consignes de gestion des déchets directement sur l'emballage d'ici 2026</li> </ul>	



# LES HOMMES ET LES COLLECTIVITÉS



## LES HOMMES

Notre raison d'être est d'enrichir et de soutenir la vie des Canadiens, et cela commence par nos employés. Nous voulons créer un milieu de travail respectueux et inclusif. Nous croyons qu'il est essentiel de soutenir nos équipes en leur offrant une rémunération équitable, des opportunités de croissance et une reconnaissance valorisante, lorsque nos employés s'épanouissent, Lactalis Canada prospère aussi.

## SANTÉ ET SÉCURITÉ

Notre personnel passe en premier. Nous nous engageons à offrir un milieu de travail sain et sécuritaire, à promouvoir une culture du soin, à placer le bien-être des employés au premier plan et à tendre vers un environnement sans incident.

## COLLECTIVITÉS

Nous nous efforçons d'enrichir et de soutenir la vie des Canadiens en offrant des produits laitiers canadiens nutritifs et de grande qualité tout en participant à des programmes communautaires stratégiques et percutants qui ont un impact significatif là où nous vivons et travaillons.

En 2024, nous avons établi notre nouvelle stratégie communautaire qui mettra l'accent sur cinq principaux domaines de l'engagement communautaire : Les relations communautaires, les partenariats philanthropiques, les marques « pour le bien », les dons de produits et les initiatives des parties prenantes.





## LES HOMMES

### ENGAGEMENT I :

Soutenir le bien-être mental et physique global de nos employés en mettant en place des programmes et des politiques efficaces.



#### Objectifs :

1.

Accroître la sensibilisation des employés aux programmes de bien-être et leur participation à leur égard.

2.

Évaluer continuellement les initiatives de bien-être et les adapter aux besoins des employés.

3.

Renforcer l'offre de formation, d'éducation et de soutien à la santé mentale.

#### Réalisations :



Mise en place de nouvelles initiatives, comme le Programme d'aménagement, visant à promouvoir un processus équitable et inclusif en matière d'aménagements au travail, afin de permettre aux employés confrontés à des obstacles de participer pleinement à leurs fonctions.



Soutien aux employés qui approchent de la retraite grâce au guide Votre régime de retraite Lactalis pour les employés, qui donne un aperçu de l'épargne-retraite et des prestations postérieures à la retraite.

#### Prochaines étapes :



Mise en place d'une formation sur la création d'un milieu de travail mentalement sain pour notre équipe de direction, en l'équipant d'outils nécessaires pour favoriser le bien-être des employés.



Création d'une trousse d'outils sur le bien-être pour les gestionnaires afin qu'ils puissent mieux soutenir leurs équipes.



Élaboration d'une politique sur la santé et la sécurité psychologiques pour protéger le bien-être mental des employés et créer un milieu de travail respectueux et positif.

#### FAITS SAILLANTS DE 2024

25 %

d'augmentation de l'utilisation de notre formation en santé mentale

25 %

d'augmentation du nombre d'inscriptions au Programme d'aide aux employés

1 989

heures de bénévolat assurées par les employés



## LES HOMMES

### ENGAGEMENT 2 :

Soutenir la croissance des employés par la formation, le développement professionnel et la planification de la performance.



#### Objectifs :

1.

Améliorer les programmes de formation pour soutenir le développement professionnel et améliorer le maintien en poste des employés.

2.

Établir un lien entre les objectifs de performance et les opportunités de développement personnel et de croissance.

3.

Se préparer pour l'avenir en aidant les talents nouveaux et existants à acquérir les compétences dont ils ont besoin pour atteindre nos principaux objectifs stratégiques.

#### Réalisations :



Présentation de l'Académie de leadership qui comprend des évaluations à 360°, des comptes rendus individuels et de la formation.



Poursuite du soutien des principaux programmes de développement, comme notre programme international de recrutement d'ingénieurs (formation par l'apprentissage), l'Académie Industrielle Nord-Américaine et le Programme de nouveaux diplômés en contrôle de gestion industrielle.



Présentation des prix du rôle de leadership de Lactalis pour reconnaître les membres de l'équipe de direction (niveau de la direction et supérieur) qui incarnent nos valeurs, et pour donner des exemples inspirants de leadership et de réussite au sein de Lactalis Canada.

Nos académies sont de précieuses plateformes de formation qui aident les employés à acquérir des compétences et à approfondir leurs connaissances de l'industrie.

#### Prochaines étapes :



Élargissement de notre bassin de talents en accueillant 60 stagiaires partout au Canada dans le cadre de notre Programme de développement du bassin d'étudiants et en renforçant les partenariats universitaires, collégiaux et postsecondaires.



Présentation de deux nouveaux programmes de l'Académie de leadership, l'un pour les gestionnaires de personnel et l'autre pour les superviseurs de première ligne encadrant du personnel.



Mise en place de notre académie commerciale pour soutenir l'équipe des ventes en lui offrant de la formation et du coaching pour la gestion de la clientèle et l'établissement de partenariats.

#### FAITS SAILLANTS DE 2024

42 %

des postes salariés occupés par des candidats internes

103 %

de notre budget de formation et de développement utilisé, ce qui témoigne d'un engagement plus fort que prévu des employés à l'égard des opportunités d'apprentissage

110

employés formés pour la première année de notre Académie de leadership





## LES HOMMES

### ENGAGEMENT 3 :

Créer une culture de collaboration unifiée où chaque personne se sent valorisée, incluse et encouragée à être authentiquement elle-même.



#### Objectifs :

# 1.

**Comprendre les caractéristiques démographiques de l'effectif et les expériences d'inclusion.**

# 2.

**Célébrer et tirer parti de la diversité au sein de nos équipes.**

# 3.

**Faire participer les employés aux initiatives de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI) et encourager les commentaires et suggestions.**

#### Réalisations :



Création de trois groupes de ressources pour les employés (GRE) - 1) femmes, 2) personnes autochtones, noires et de couleur (PANDC) et 3) multigénérationnel, en fonction des commentaires et suggestions des employés et des pratiques exemplaires pour un milieu de travail inclusif.



Introduction de la formation numérique sur les sujets et les pratiques exemplaires en matière de DEI, avec six nouveaux modules pour promouvoir la sensibilisation et la compréhension.



Projet pilote de formation sur les communautés autochtones au Canada pour améliorer la compréhension du protocole culturel et favoriser un plus grand sentiment d'inclusion.

#### Prochaines étapes :

Élaboration des objectifs communs en matière de DEI avec les groupes de ressources pour les employés et le Conseil sur la diversité, l'équité et l'inclusion afin d'unifier les efforts, d'intégrer des pratiques inclusives à l'échelle de l'entreprise et d'activer un réseau solide et visible de champions en matière de DEI.

Élargissement du programme de mentorat pour :

- 1) numériser l'expérience de jumelage entre mentor et mentoré pour la rendre plus conviviale
- 2) introduire le mentorat inversé pour réduire les écarts intergénérationnels
- 3) offrir des ressources visant à soutenir les relations de mentorat dans la durée et à en maximiser l'impact.

#### FAITS SAILLANTS DE 2024

# 88 %

de taux de réponse pour le sondage sur l'engagement à l'échelle de l'entreprise

# 24

nouveaux jumelages dans notre programme de mentorat sur la diversité, conçu pour promouvoir l'inclusion, soutenir le développement des employés et leur offrir une visibilité auprès de la haute direction.





## UN DES MEILLEURS EMPLOYEURS DU GRAND TORONTO POUR 2025

# À L'HONNEUR



Lactalis Canada a été reconnue comme l'un des meilleurs employeurs du Grand Toronto pour 2025 par Mediacorp Canada Inc., qui distingue les organisations qui se démarquent dans leur industrie en offrant un milieu de travail exceptionnel. Les gagnants sont choisis selon un large éventail de critères, dont : 1) le milieu de travail; 2) le climat de travail et les activités sociales; 3) les avantages en matière de santé, de finances et de vie de famille; 4) les vacances et les congés; 5) la communication avec les employés; 6) la gestion de la performance; 7) la formation et le développement des compétences; et 8) l'engagement communautaire.





# SANTÉ ET SÉCURITÉ

## ENGAGEMENT 1 :

Améliorer notre performance en matière de sécurité d'une année à l'autre en faisant progresser des initiatives clés qui renforcent la culture de responsabilisation et de prévention.



### Objectifs :

- 1. **Mettre en œuvre un système d'environnement, de santé et de sécurité (ESS) certifié et intégré d'ici 2030, guidé par des pratiques exemplaires reconnues<sup>3</sup>.**

### Cibles :



Réduire de 15 % le taux de fréquence de toutes les blessures de Lactalis Canada en 2024<sup>4</sup> par rapport à l'année précédente.  
\*Une réduction de 12 % a été obtenue.



Chaque année, mettre en œuvre au moins 80 % des améliorations potentielles en matière de santé et de sécurité<sup>5</sup> indiquées dans notre manuel d'ESS, notre guide interne sur les améliorations continues en matière de santé et de sécurité.

### Réalisations :



Mise en place de solides mécanismes de production de rapports en matière de santé et de sécurité, comprenant des actions précises et des méthodes de suivi définies dans le manuel d'ESS, des cibles pour chaque engagement, ainsi que des responsables désigné(e)s pour promouvoir les améliorations en matière de sécurité.



Formation sur le leadership en matière de sécurité pour tous les gestionnaires et les directeurs ou directrices de site afin de renforcer notre culture de sécurité et de répondre aux exigences du manuel d'ESS.



Déploiement de la formation *TapRoot* dans tous les sites pour aider les équipes à trouver la cause principale des incidents. Au moins une personne de l'équipe a été formée sur chaque site.

### Prochaines étapes :



Mise en œuvre d'une formation sur la gestion des incidents pour renforcer la capacité des employés à gérer les événements imprévus en matière de santé et de sécurité.



Élaboration continue de programmes de formation sur les enjeux critiques, comme les espaces clos, les chariots de manutention motorisés, les programmes de prévention de l'exposition au bruit, la manutention manuelle de charges et d'autres risques en évolution.



Déploiement de notre programme d'audit élargi, y compris les audits interfonctionnels Santé et Sécurité au travail et Prévention des pertes et le manuel d'ESS du Groupe. Ces audits permettront d'évaluer la conformité en matière d'ESS, de renforcer les pratiques de sécurité et de soutenir la préparation à la certification d'ici 2030.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

# 12 %

d'amélioration du taux de fréquence des accidents par rapport à l'année précédente, pour atteindre 13,3

3. Dans notre rapport ESG de 2023, cet objectif avait été initialement fixé pour 2025. Reconnaisant qu'il ne puisse pas être atteint d'ici 2025, mais qu'il demeure une priorité, nous l'avons désormais inscrit comme objectif à l'horizon 2030.

4. L'objectif est calculé comme suit : nombre d'incidents enregistrables (avec et sans perte de temps) par 1 000 000 d'heures de travail.

5. Le manuel d'ESS de Lactalis décrit les meilleures pratiques en matière de santé et de sécurité et est mis à jour chaque année pour correspondre à notre vision à long terme.



# COLLECTIVITÉS

## ENGAGEMENT 1 :

Établir et entretenir de solides partenariats philanthropiques avec des organismes, des institutions et des groupes d'intérêts clés.



### Objectifs :

**1. Soutenir le bien-être des jeunes et des collectivités grâce aux partenariats philanthropiques de longue date de Lactalis Canada avec Jeunesse, J'écoute et la Grocery Foundation.**

### Réalisations :



Renforcement de notre partenariat de 35 ans avec Jeunesse, J'écoute grâce à un don d'entreprise pluriannuel de 2,6 millions de dollars pour soutenir sa campagne « Libère tes émotions », le plus important mouvement de promotion de la santé mentale chez les jeunes au Canada.



Poursuite de notre parrainage pour les activités essentielles menées par The Grocery Foundation en soutenant les programmes de nutrition des élèves.



Financement des initiatives de Jeunesse, J'écoute *Trouver l'espoir* pour soutenir les jeunes Autochtones et *Surmonter* pour soutenir les jeunes Noirs grâce à des dons d'entreprises.

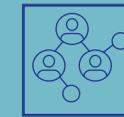


Organisation d'activités de collecte de fonds et de mobilisation sur l'ensemble de nos sites au Canada, par l'intermédiaire de notre comité d'engagement communautaire des employés.



Démonstration d'un leadership actif grâce à la représentation dans nos initiatives communautaires des membres du comité exécutif : Mark Taylor, Président et chef de la direction, siège au cabinet de la campagne Jeunesse, J'écoute et au conseil d'administration de la Grocery Foundation, et Tony Cugliari, Vice-président et avocat général, siège au conseil d'administration de Jeunesse, J'écoute.

### Prochaines étapes :



Lancer une campagne renouvelée pour promouvoir la participation au programme de retenues à la source de Jeunesse, J'écoute de Lactalis Canada afin de permettre aux employés de faire des dons tout au long de l'année.



Cultiver les partenariats avec les organisations existantes tout en identifiant de nouvelles opportunités afin de répondre aux enjeux de santé mentale, d'insécurité alimentaire et de résilience communautaire.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

**3,3 M\$**

d'investissement communautaire au total, une augmentation de 22 % année après année

**906 499**

litres ou kilogrammes de produits donnés

**6,6 M**

de repas donnés à des personnes dans le besoin partout au Canada





## COLLECTIVITÉS

### ENGAGEMENT 2 :

Promouvoir l'impact positif sur la collectivité et susciter la bonne volonté et la sensibilisation des consommateurs grâce aux marques emblématiques et de confiance de Lactalis Canada.



### Objectifs :

- **Tirer parti de l'influence des marques « pour le bien » de Lactalis Canada afin de sensibiliser les consommateurs et de soutenir les initiatives communautaires.**

### Réalisations :



Partenariat avec la Grocery Foundation par l'intermédiaire de nos marques Ficello, Astro et Beatrice pour offrir des collations et des petits-déjeuners nutritifs aux enfants d'âge scolaire dans le cadre des programmes Back to School et Make Happy Tummies.



Création de la [Bourse Balderson](#) pour les fromagers artisanaux afin de soutenir la prochaine génération de fromagers canadiens. Poursuite de notre campagne annuelle P'tits Projets pas si P'tits avec P'tit.



Lounge d'église à Delson, au Québec, permettant la transformation du sous-sol de l'église grâce à des travaux de rénovation de 65 000 \$, une initiative ayant valu à Lactalis Canada de remporter un prix Impact pour service communautaire du magazine Canadian Grocer pour la troisième année consécutive.

### Prochaines étapes :



Lancement d'une nouvelle campagne Achetez Canadien pour promouvoir les produits fabriqués au Canada, tout en soutenant les producteurs laitiers, les prestataires et les collectivités dans lesquelles nous exerçons nos activités grâce à l'emploi partout au Canada.



Lancement d'une nouvelle campagne nationale, portée par nos marques de yogourt, afin de soutenir Jeunesse, J'écoute.



Poursuite des dons de produits en nature aux banques alimentaires canadiennes et lancement d'un nouveau partenariat avec Second Harvest pour lutter contre l'insécurité alimentaire.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

# 40 000 \$

de dons à Jeunesse, J'écoute des marques iÖGO, iÖGO nanö, Astro, Olympic et Siggis dans le cadre de la campagne de retour à l'école Savourez, donnez et gagnez

# +15 000 kg

de fromage Black Diamond donnés dans le cadre d'une contribution de 75 000 \$ à Banques alimentaires Canada





## LA CAMPAGNE AUCUN DÉJEUNERS EN SOLITAIRE

# À L'HONNEUR

À l'automne 2024, notre marque Ficello s'est associée à Jeunesse, J'écoute pour lancer la campagne Aucun de déjeuners en solitaire. Chaque emballage individuel des produits de la marque Ficello a affiché la ligne d'assistance Jeunesse, J'écoute 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, contribuant ainsi à rendre ce soutien essentiel plus visible et plus accessible pour les enfants et les familles partout au Canada.

Pour soutenir davantage cette initiative, la marque a fait un don de 100 000 \$ à Jeunesse, J'écoute, réaffirmant ainsi notre engagement de longue date en faveur de la santé mentale des jeunes.

**LUNCH DOESN'T HAVE TO FEEL LONELY. THERE'S ALWAYS HELP.**

**KHP KIDS HELP PHONE.**  
**1 800 668 6868**  
**OR TEXT 686868**

SUPPORTED BY  
**CHEESTRINGS**



# COLLECTIVITÉS

## ENGAGEMENT 3 :

Favoriser des collectivités plus vertes, plus saines et plus autonomes où nos employés vivent et travaillent.



### Objectifs :

- Établir et renforcer des relations positives en tant que voisin, partenaire et employeur de confiance au sein des collectivités où nous exerçons nos activités dans tout le pays.

### Réalisations :



Célébration du 100<sup>ème</sup> anniversaire de notre usine de Laverlochère, au Québec, en présence des employés et de représentants du gouvernement, de l'industrie et des partenaires communautaires, comprenant un don au Club des petits déjeuners du Canada.



Accueil de plus de 300 personnes résidentes locales à notre usine de Montréal, au Québec, pour des dégustations de produits et des démonstrations sensorielles.



Réouverture de notre installation de Sudbury, en Ontario, en présence des employés, du gouvernement, de l'industrie et des partenaires communautaires, y compris un don à la banque alimentaire de Sudbury.



### Prochaines étapes :



Déploiement de la stratégie communautaire de Lactalis Canada.



Élargissement du Fonds d'enrichissement communautaire de Lactalis Canada en créant activement des relations avec les parties prenantes communautaires par l'entremise de nos comités dirigés par les sites.



Expansion du programme Lactalis Canada dans la communauté, avec des événements prévus à Etobicoke (Ontario) et à Ingleside (Ontario).

### FAITS SAILLANTS DE 2024

# 3 18 000 \$

de contribution du Fonds  
d'enrichissement communautaire  
de Lactalis Canada<sup>6</sup>

# 100 +

d'organismes soutenus

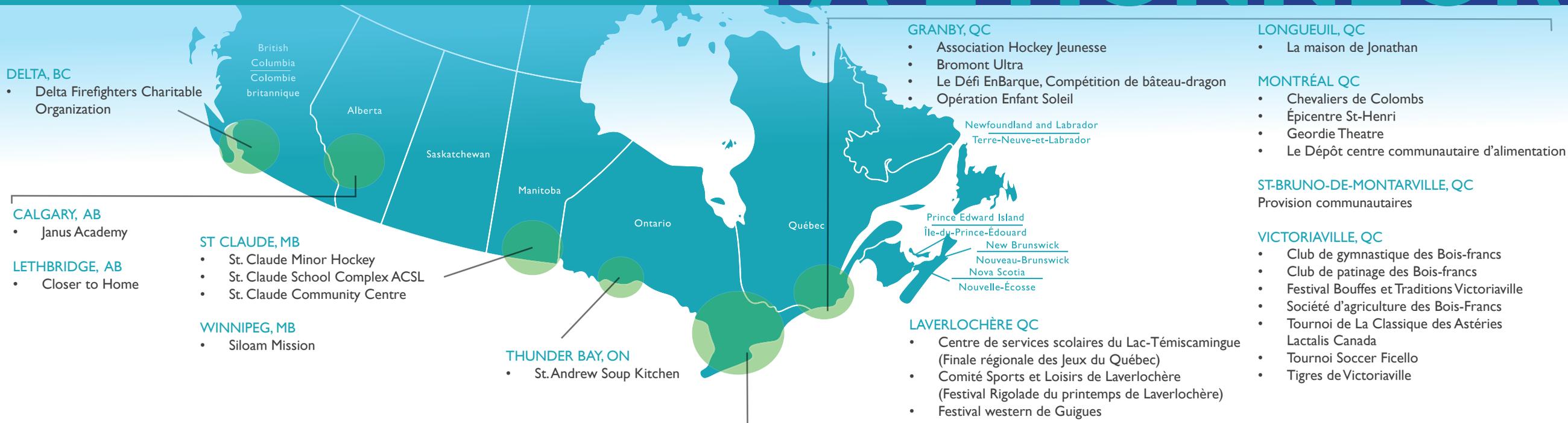


6. Fonds spécifique à chaque site permettant aux employés de soutenir des programmes communautaires en accord avec les objectifs de Lactalis Canada.



# LACTALIS CANADA FONDS D'ENRICHISSEMENT COMMUNAUTAIRE À TRAVERS LE PAYS

# À L'HONNEUR



<p><b>BELLEVILLE, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alzheimer Society of Canada</li> <li>Addiction and Mental Health Services - Kingston, Frontenac, Lennox and Addington</li> <li>Belleville General Hospital Foundation</li> <li>Children's Foundation Belleville, Hastings Prince Edward and Kawartha</li> <li>Gleaners Foodbank Quinte &amp; Belleville</li> <li>Hastings Prince Edward Food for Learning Program</li> <li>Hospice Peterborough</li> <li>Belleville Navy Cadets</li> <li>Quadzillas Wheelchair Rugby Organization</li> <li>Sandy Pines Wildlife Centre</li> <li>Stirling &amp; Belleville Agricultural Society</li> <li>Three Oaks Women's Shelter</li> <li>Victim Services of Hastings Prince Edward County</li> <li>Random Acts of Kindness Belleville</li> <li>Great Canadian Cheese Festival</li> <li>RCAF 150 Anniversary Air Show</li> <li>Humane Society Belleville</li> </ul>	<p><b>BRAMPTON, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Community Criquet Tournament</li> </ul> <p><b>INGLESIDE, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4-H Association</li> <li>Canadian Mental Health Association Champlain East</li> <li>Carefor South Stormont Support Centre</li> <li>Crysler Community Centre</li> <li>Cornwall Typhoons</li> <li>Dairy Cares 4 SD&amp;G</li> <li>Habitat for Humanity Cornwall &amp; The Counties</li> <li>Martintown Park</li> <li>The House of Lazarus</li> </ul>	<p><b>LONDON, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Arts 4 All Kids</li> <li>Growing Chefs Ontario</li> </ul> <p><b>MITCHELL, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CS8 Memorial Walk/Run for Mental Health</li> <li>CS8 Outdoor Rink</li> <li>Mitchell Fall Fair</li> <li>Mitchell Food Bank</li> <li>The Salvation Army Stratford Community Centre</li> <li>West Perth Lions Pool</li> <li>West Perth Skating Days</li> </ul> <p><b>NIAGARA-ON-THE-LAKE, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>United Way</li> <li>Red Roof</li> </ul>	<p><b>RAKELY, ON</b></p> <p>Haven on Queensway</p> <p><b>SUDBURY, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sudbury Foodbank</li> <li>Sudbury Food &amp; Drink Festival</li> </ul> <p><b>TORONTO, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Arts Etobicoke</li> <li>BGC Canada</li> <li>Fédération Tricolore</li> <li>Hope Air</li> <li>MLSE Foundation</li> <li>President Choice Children's Charity</li> <li>Rise Assets Foundation</li> <li>Second Harvest</li> <li>West Park Foundation</li> <li>Youth Without Shelter</li> </ul>	<p><b>WINCHESTER, ON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bike Night</li> <li>Chesterville Fair</li> <li>Community Food Share</li> <li>Dairy Fest</li> <li>Meet Me on Mainstreet</li> <li>Mountain Township Agricultural Society</li> <li>North Dundas Junior Hockey Club</li> <li>South Mountain Fair</li> <li>Spencerville Fair</li> <li>Wish Lions</li> <li>The House of Lazarus Matilda</li> <li>Winchester Hawks Hockey Club</li> <li>Dairy Cares 4 SDG</li> </ul>
---	---	--	--	---



# LES PRODUITS ET LES TERROIRS



## QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS

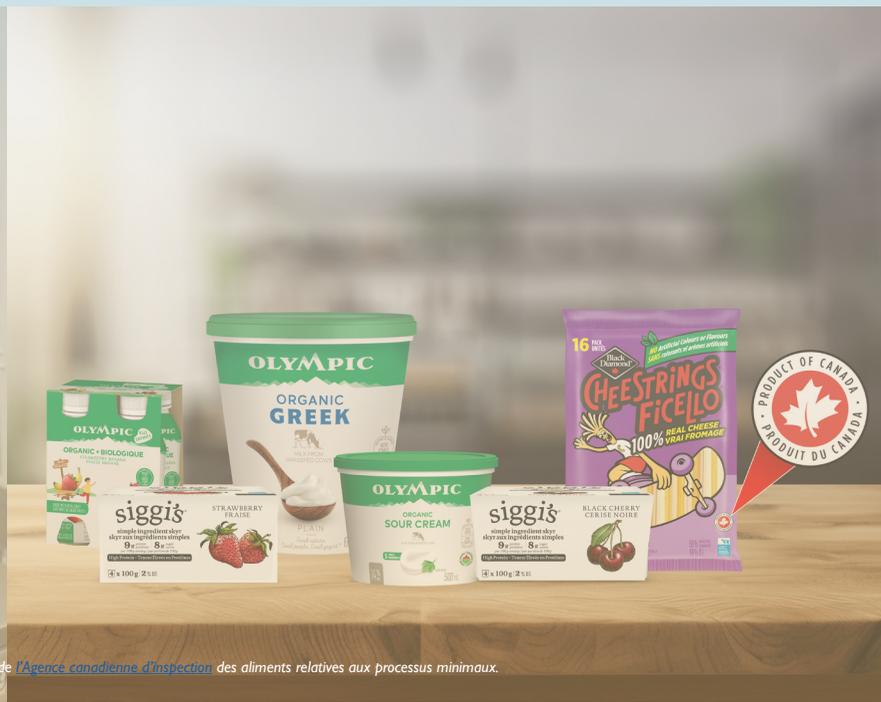
Forts d'une histoire s'étalant sur 140 ans, nous nous engageons à enrichir et à soutenir la vie des Canadiens en produisant des produits laitiers fiables, nutritifs et savoureux, conformément à des normes rigoureuses de qualité et de salubrité des aliments appliquées à l'ensemble de nos activités.

## DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS

Nous accordons une grande importance à la santé et au bien-être des Canadiens, et nous nous engageons à offrir des produits de qualité et nutritifs faits à partir d'ingrédients clairement identifiables. Dans la mesure du possible, nous accordons la priorité aux ingrédients qui sont peu transformés<sup>7</sup> et issus de sources conformes aux normes reconnues en matière de santé et de développement durable.

## BIEN-ÊTRE ANIMAL

En tant que chef de file dans notre industrie, nous nous engageons à bâtir et à favoriser une entreprise responsable et durable, qui a un impact positif pour nos employés, notre clientèle, nos partenaires, nos prestataires et nos collectivités. Cet engagement s'étend au bien-être animal et au traitement des vaches et des poules pondeuses.



7. Aliments dont la salubrité et la qualité nutritionnelle n'ont pas été modifiées de manière significative, conformément aux directives de l'Agence canadienne d'inspection des aliments relatives aux processus minimaux.



# QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS

## ENGAGEMENT 1 :

Assurer la salubrité des aliments et le respect de tous les règlements pertinents afin d'offrir aux Canadiens des marques et des produits de confiance.



### Objectifs :

- **Veiller à respecter tous les règlements municipaux, provinciaux et fédéraux pour renforcer continuellement l'ensemble de notre système de salubrité des aliments.**

### Cibles :

- Veiller à ce que 100 % des sites de fabrication de Lactalis Canada détiennent l'homologation IMSA (Initiative Mondiale sur la Salubrité des Aliments) d'ici 2025
- Homologation IMSA de 100 % des prestataires de Lactalis Canada d'ici 2030

### Réalisations :

- 

Soutien des pratiques exemplaires en matière de certification de la salubrité des aliments en effectuant l'audit FSSC 22000 des fonctions corporatives, dont l'approvisionnement et la gestion de crise.
- 

Établir un partenariat avec l'Institut de technologie agroalimentaire du Québec (ITAQ) pour offrir un module de formation de 45 heures sur la microbiologie et la sécurité en laboratoire à l'intention des superviseurs et des techniciens de laboratoire.
- 

Mise en œuvre d'un système numérique pour la gestion des problèmes liés aux ingrédients et aux emballages, permettant un meilleur suivi, une analyse des données, un respect de la conformité et une amélioration continue.

### Prochaines étapes :



Amélioration de nos certifications en matière de salubrité des aliments en effectuant la transition vers l'homologation FSSC 22000 version 6.



Déploiement d'outils numériques d'analyse des risques et de maîtrise des points critiques (HACCP) dans six usines supplémentaires, à la suite d'un projet pilote réussi à l'usine de Laverlochère, au Québec.



Renforcement de la gouvernance des laboratoires, amélioration de la traçabilité des échantillons, rationalisation de la gestion des résultats et réduction des processus manuels en mettant en œuvre un nouveau système de gestion de l'information des laboratoires (SGIL) dans deux usines pilotes en 2026, et déploiement complet en 2027-2029.



Installation de cinq nouveaux appareils à rayons X pour améliorer la salubrité des aliments et la détection des matières étrangères.

## FAITS SAILLANTS DE 2024

# 19/20

de nos usines ont obtenu l'homologation FSSC 22000, dont les exigences de la version 6

# 95 %

des ingrédients provenant des installations des prestataires de niveau I avaient obtenu l'homologation IMSA

# 0

avis d'infraction lié à la salubrité des aliments n'a été reçu et aucun rappel de produit n'a été délivré





# QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS

## ENGAGEMENT 2 :

Assurer la supériorité des produits et des services pour garantir la satisfaction de la clientèle.



### Objectifs :

1.

**Valider continuellement nos produits fondamentaux en vérifiant régulièrement leur goût et leur qualité grâce à notre programme de surveillance sensorielle Passion du goût.**

2.

**Offrir aux consommateurs la meilleure expérience de service à la clientèle lors du traitement de leurs commentaires ou de leurs plaintes.**

3.

**Développer des capacités pour évaluer la qualité des produits sur les tablettes des magasins de détail.**

### Cibles :



Mettre en œuvre des groupes de spécialistes formés au niveau sensoriel pour cinq nouveaux produits fondamentaux d'ici 2026

### Réalisations :



Amélioration de la façon dont nous surveillons la qualité des produits en magasin en combinant notre programme Storecheck et l'initiative LOOP (système de rétroaction numérique interne) en un seul système pour simplifier la production de rapports.



Mise en œuvre du processus de qualité dans la conception dans les divisions du fromage et du yogourt, intégrant la qualité et la salubrité des aliments à chaque étape de l'élaboration du produit.

### Prochaines étapes :



Création d'un nouveau partenariat avec un centre d'appels entièrement basé au Canada pour améliorer l'expérience client.



Mise en œuvre de nouveaux groupes de spécialistes formés pour surveiller les nouveaux produits fondamentaux.



Poursuite du déploiement du processus de qualité dans la conception dans toutes les divisions, y compris les services alimentaires et les ingrédients.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

3

nouveaux panneaux de formation sensorielle mis en place dans les usines pour nos produits fondamentaux, afin d'en assurer une évaluation uniforme du goût, de l'odeur et des autres caractéristiques sensorielles





# QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS

## ENGAGEMENT 3 :

Offrir des produits savoureux et de grande qualité au meilleur prix en favorisant l'efficacité des processus et en réduisant le gaspillage et les produits endommagés.



### Objectifs :

1.

**Améliorer l'efficacité avec une approche « bien faire du premier coup » pour réduire la destruction de produits.**

2.

**Favoriser la productivité et la réduction du gaspillage grâce à des projets axés sur l'amélioration de la qualité.**

### Réalisations :



Augmentation de la productivité, réduction du gaspillage et renforcement de la sécurité des techniciens de laboratoire grâce à l'intégration de technologies économiques dans les usines, telles que les appareils BioMérieux Tempo et CEM Oracle pour l'Analyse de la teneur en Matières Grasses.



Mise en place de méthodes de détection du lactose rapides et hautement sensibles dans les usines de lait de consommation et de yogourt, garantissant la conformité aux allégations « sans lactose » tout en limitant la destruction de produits.



Lancement d'un nouveau programme de nettoyage hors site<sup>8</sup> dans les fromageries afin d'optimiser le nettoyage des équipements et de réduire les risques de contamination. Obtention de gains d'efficacité liés à la qualité grâce à l'optimisation de la Politique sur la listériose et à une réduction du recours aux laboratoires externes.



Obtention de gains d'efficacité liés à la qualité grâce à l'optimisation de la Politique sur la listériose et à une réduction du recours aux laboratoires externes.

### Prochaines étapes :



Poursuite du déploiement des appareils CEM Oracle, en priorité dans les usines de lait de consommation, pour renforcer l'efficacité et la sécurité des techniciens.



Expansion du programme de nettoyage hors site aux fromageries d'ici 2028.



Renforcement de nos objectifs en matière de salubrité des aliments grâce à l'élargissement des processus quotidiens de gestion de la qualité et de la salubrité dans l'ensemble des usines, soutenu par des outils numériques pour améliorer le suivi et la performance.



8. Ce programme d'assainissement exemplaire est soutenu par un spécialiste interne formé en 2023-2024 dans le cadre d'un partenariat avec Commercial Food Sanitation.



# DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS

## ENGAGEMENT I :

Réduire la teneur en sucre et en sodium de nos produits.



### Objectifs :

1.

Réduire la teneur en sodium de certains fromages cottage, fromages fondus, fromages naturels et produits à base de beurre afin de se conformer aux lignes directrices volontaires de Santé Canada sur la réduction du sodium<sup>9</sup>.

2.

Évaluer notre portefeuille de produits par rapport aux seuils d'étiquetage sur le devant de l'emballage de Santé Canada pour le sucre et les gras saturés, et cerner les produits pouvant faire l'objet d'initiatives de réduction d'ici 2025.

### Réalisations :



Évaluation de notre portefeuille de produits et identification des opportunités de réduire le sucre, le sodium ou les gras saturés dans nos recettes.



Arrêt de la commercialisation des produits de yogourt<sup>10</sup> Astro à haute teneur en sucre.

### Prochaines étapes :



Poursuivre l'identification d'opportunités de réduction des sucres ajoutés, des gras saturés et du sodium dans nos recettes, en visant à rester sous les seuils d'étiquetage nutritionnel de Santé Canada. Parmi les améliorations prévues, citons ce qui suit :

- Réduire la teneur en sucre dans les laits frappés, le lait de poule et le lait au chocolat Ultrapur.
- Réduire la teneur en gras de la margarine Parkay d'environ 38 % d'ici 2026.



9. Lorsque les normes de stabilité des produits et de salubrité des aliments le permettent.

10. Une teneur élevée en sucre est définie comme supérieure à 15 % de la valeur quotidienne pour les sucres, comme l'indique le tableau de la valeur nutritive.



# DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS

## ENGAGEMENT 2 :

Continuer d'améliorer nos produits en mettant l'accent sur les ingrédients simples et naturels.



### Objectifs :

1.

**Transmettre de l'information exacte et validée par des experts sur les avantages nutritionnels des produits laitiers pour appuyer des choix éclairés.**

2.

**Offrir aux consommateurs une gamme de produits de yogourt fabriqués uniquement à partir d'ingrédients simples, sans colorants, arômes ou édulcorants artificiels, faibles en sucre et riches en protéines d'ici 2024.**

### Réalisations :



Élaboration et lancement de produits sans lactose dans les gammes de fromages et de beurres, afin de proposer des options laitières plus inclusives.



Élimination du benzoate de sodium, un ingrédient utilisé dans la fabrication du fromage de notre usine de Winchester, en Ontario.



Élargissement de notre gamme de produits de yogourt qui sont composés d'ingrédients naturels, ne contiennent pas de colorants artificiels, d'arômes ou d'édulcorants, et sont faibles en sucre et riches en protéines (Siggi, Crema et Olympic).



Suppression de l'amidon et des gommes tout en maintenant le goût et la texture dans la crème sure biologique Olympic.



Lancement du Fromage à la crème Riche et crémeux Lactantia® (Original et Fines herbes et ail), un fromage à la crème composé de cinq ingrédients, sans stabilisant.

### Prochaines étapes :



Présentation de Président Leerdammer, un fromage sans lactose fabriqué à partir de lait de vaches élevées en pâturage.



Passage des fromages cheddar Cracker Barrel vers une lipase d'origine non animale pour répondre aux besoins alimentaires des lacto-végétariens et améliorer la transparence des ingrédients, tout en préservant la saveur et la texture attendues.



Poursuite des efforts pour éliminer l'agent de conservation benzoate de sodium des ingrédients utilisés dans la fabrication de nos fromages dans l'ensemble de nos installations.



11. Naturel, tel que le terme est défini par le gouvernement du Canada dans le cadre des allégations relatives à la méthode de production sur les étiquettes des aliments.  
12. Le benzoate de sodium est un composé chimique utilisé comme agent de conservation. Notre objectif est d'éliminer de nos aliments tout produit chimique ou agent de conservation inutile. Nous y sommes parvenus pour le fromage fabriqué à Winchester en éliminant le benzoate de sodium de la présure (enzyme microbienne) utilisée dans notre procédé de fabrication.



## DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS

### ENGAGEMENT 3 :

Continuer de soutenir l'adoption de produits biologiques<sup>13</sup> et d'ingrédients d'origine responsable, conformément aux préférences et aux attentes des consommateurs.



### Cibles :



Veiller à ce que tous les œufs, le soja et le cacao utilisés dans nos boissons et nos produits à base de margarine soient conformes aux politiques Bien-être animal<sup>14</sup> et forêt<sup>15</sup> du Groupe Lactalis d'ici 2025



Maintien de la certification à 100 % de l'huile de palme et de ses dérivés dans le cadre de la table ronde sur l'huile de palme durable (RSPO) d'ici 2025, conformément à la Politique d'approvisionnement en huile de palme<sup>16</sup> du Groupe Lactalis.

### Réalisations :



Présentation du logo « Produit du Canada » sur tous les emballages de la marque Ficello, démontrant notre engagement envers l'approvisionnement et la production au pays.



Utilisation exclusive d'œufs de poules élevées en liberté<sup>17</sup> dans tous les produits de Lactalis Canada, à l'exception de la marque Marie Morin (prévue pour 2025).

### Prochaines étapes :



Finalisation du passage à l'utilisation exclusive d'œufs de poules élevées en liberté pour les produits Marie Morin.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

**100 %**  
de l'huile de palme utilisée dans notre margarine est produite à partir de sources durables<sup>18</sup>.

## BIOLOGIQUES OLYMPIC

# À L'HONNEUR

Chez Lactalis Canada, nous croyons que l'avenir de l'alimentation repose sur la satisfaction des besoins des consommateurs, le soutien à l'agriculture durable et l'établissement de chaînes d'approvisionnement locales solides. Alors qu'un nombre croissant de Canadiens choisissent des produits laitiers biologiques, un défi majeur se présente : il faut davantage de lait biologique produit localement.

Pour aider à résoudre ce problème, nous avons lancé une initiative visant à soutenir la croissance à long terme des produits laitiers biologiques au Canada. En partageant avec nos partenaires agricoles des données sur la demande future et les tendances de consommation, nous les aidons à passer en toute confiance à la production biologique et biologique nourrie à l'herbe. Grâce à cette collaboration, de nouvelles personnes se joindront à nous en 2024 et au début de 2025, ce qui stimulera l'offre et soutiendra l'agriculture locale durable.



13. Normes canadiennes sur la culture biologique.

14. Politique Bien-être animal du Groupe Lactalis.

15. Politique forêt du Groupe Lactalis.

16. Politique d'approvisionnement en huile de palme du Groupe Lactalis.

17. Certifié par American Humane

18. Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) certified.



# BIEN-ÊTRE ANIMAL

## ENGAGEMENT 1 :

Préconiser l'adoption, le déploiement et le renforcement de normes ambitieuses en matière de bien-être animal, en travaillant à l'élimination progressive des pratiques les plus problématiques et à la mise en œuvre des meilleures.



### Objectifs :

1.

**Appuyer la recherche et participer à des initiatives de l'industrie visant à améliorer les connaissances scientifiques sur le bien-être animal qui mènent à de nouvelles solutions.**

2.

**Participer aux initiatives nationales et mondiales, y compris le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE), le volet bien-être animal proAction des Producteurs laitiers du Canada, et la Politique Bien-être animal du Groupe Lactalis, qui reflète les « cinq libertés » de l'Organisation mondiale de la santé animale.**

3.

**Travailler en étroite collaboration avec nos partenaires de la chaîne de valeur pour :**

**a) Prévenir la cruauté envers les animaux.**

**b) Se conformer à tous les règlements applicables en matière de santé et de bien-être des animaux.**

## Réalisations :



Maintien d'une politique stricte de « tolérance zéro » à l'égard des mauvais traitements infligés aux animaux de ferme. Nous exigeons que toutes les personnes préposées adoptent et respectent les méthodes appropriées de soin et de manipulation des animaux en toutes circonstances.



Partenariat avec les Producteurs laitiers du Canada pour créer un balado bilingue **touchant plus de 9 000 producteurs laitiers sur** l'importance d'améliorer continuellement les programmes d'assurance de la qualité à la ferme et les avantages qu'ils apportent aux agriculteurs et aux partenaires de la chaîne de valeur.



Investissement dans le perfectionnement professionnel continu de notre spécialiste du bien-être animal, qui a suivi des modules CowSignals<sup>19</sup> supplémentaires, en s'appuyant sur le certificat CowSignals Master reçu en 2023.



Poursuite de notre soutien aux pratiques fondées sur des données scientifiques dans les fermes laitières canadiennes, en tant que membre du CNSAE, avec une attention particulière portée à ce qui suit :

- Les soins aux animaux;
- Les bâtiments d'élevage;
- L'alimentation;
- Le transport;
- Les pratiques d'élevage.

## Prochaines étapes :



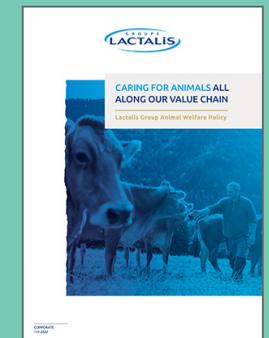
Soutien de l'adoption du Code de pratiques pour le soin et la manipulation des bovins laitiers, qui a été publié par le CNSAE en mars 2023 et qui servira de base à la prochaine version du volet bien-être animal proAction des Producteurs laitiers du Canada.



Utilisation des codes, des pratiques et des politiques les plus récents pour guider nos pratiques et programmes liés au bien-être animal, conformément à la Politique Bien-être animal du Groupe Lactalis.



Communication continue de nos attentes en matière de bien-être animal<sup>20</sup> à l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement.



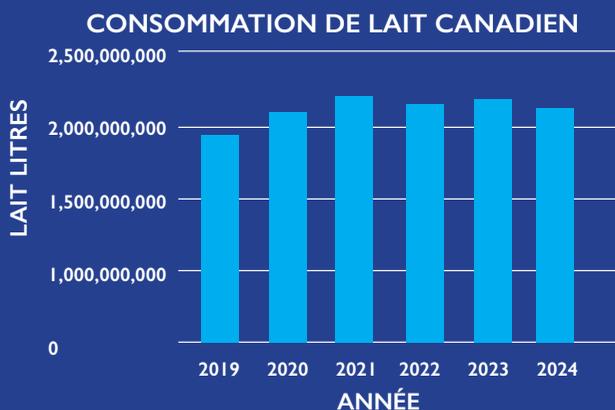
19. La formation CowSignals Master est un programme complet qui enseigne aux participants comment interpréter le comportement des vaches (signaux) pour améliorer le bien-être animal et la gestion de la ferme. Elle combine des ateliers théoriques et pratiques pour permettre de recenser et de résoudre les problèmes liés à la santé, au confort et à la productivité des vaches. L'obtention de cette certification donne accès à une licence CowSignals Master, permettant de former d'autres professionnels et d'accompagner les agriculteurs.

20. Harmonisation avec la [Politique Bien-être animal](#) du Groupe Lactalis.



## OFFRE DE LAIT CANADIEN

Nous avons acheté 2,2 milliards de litres de lait auprès de plus de 2 000 fermes laitières canadiennes de taille moyenne situées en Ontario, au Québec, en Colombie-Britannique, en Alberta et au Manitoba.



## RÉDUCTION DU GASPILLAGE ET DES ÉMISSIONS

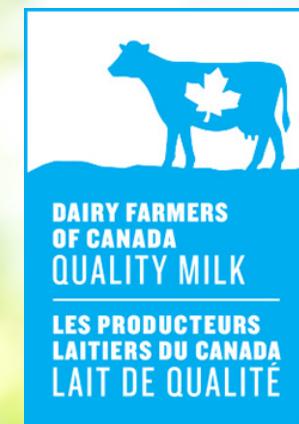
En 2024, nous avons collaboré en interne et avec nos partenaires de l'industrie pour réduire le volume des sous-produits de la transformation du lait, comme le lactosérum, le babeurre et le perméat, envoyés aux déchets. Le volume des matières solides issues de ces sous-produits a diminué de 8 %, grâce à une meilleure planification et à des gains d'efficacité dans nos 17 installations canadiennes de réception du lait.



# À L'HONNEUR

## PRÉSENTATION DU LOGO DE LA VACHE BLEUE

En tant que grand transformateur laitier du pays, Lactalis Canada a commencé à adopter le logo de la vache bleue en 2018. Depuis, l'entreprise s'est engagée à le déployer sur des centaines de produits laitiers et fromagers, et des produits de crème et de yogourts sous les marques Balderson, Beatrice, Black Diamond, Ficello, Cracker Barrel, P'tit Québec, Astro, iÖGO, iÖGO nanö, Khaas, Olympic et siggi's. À travers le logo de la Vache bleue, Lactalis Canada génère près de 500 millions d'impressions auprès des consommateurs, au bénéfice des Producteurs laitiers du Canada. Lorsque les consommateurs voient ce logo qui est associé à l'initiative proAction, ils peuvent avoir la certitude que le produit répond à certaines des normes les plus strictes au monde en matière de salubrité des aliments, de qualité du lait, de biosécurité, de bien-être animal et de gérance.



TM/MC





# LA TERRE ET SES RESSOURCES



## ÉNERGIE ET CARBONE

Chez Lactalis, nous nous engageons activement à un avenir à faible émissions. La collaboration sera essentielle pour relever un défi de cette ampleur, et nous nous réjouissons à l'idée de poursuivre notre travail avec les parties prenantes tout au long de la chaîne de valeur afin de concevoir et de mettre en œuvre des solutions innovantes qui réduisent les émissions de carbone.

## CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Nous nous engageons à offrir des produits laitiers nutritifs aux Canadiens à travers le pays de façon efficace et responsable. Avec nos 30 sites répartis dans cinq provinces, nous nous efforçons de réduire les émissions de carbone associées à notre chaîne d'approvisionnement.

## ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE

Notre objectif est de passer à des solutions d'emballage plus circulaires et responsables, car un emballage adapté va protéger nos produits, créer une expérience positive pour nos consommateurs et être meilleur pour l'environnement.

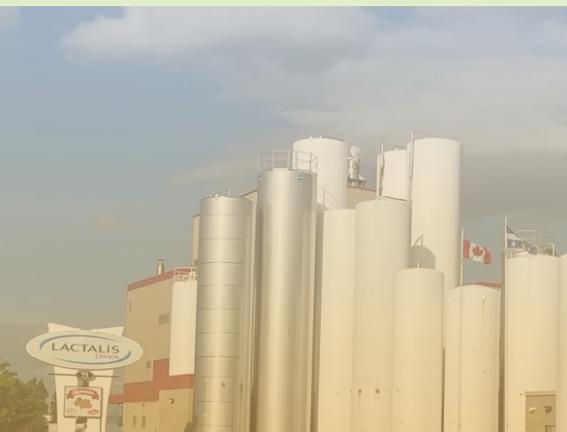
## DÉCHETS

Notre approche en matière de gestion des déchets industriels repose sur la réduction de la consommation de ressources et l'élimination responsable des déchets afin de protéger l'environnement. Nous entretenons une culture d'amélioration continue, en nous efforçant d'améliorer nos performances année après année.

## EAU

Notre objectif à long terme chez Lactalis Canada est de réduire notre consommation d'eau, d'améliorer la qualité de nos eaux usées et de limiter les risques de non-conformité.

Conscients de l'importance de l'eau en tant que ressource naturelle essentielle et enjeu majeur pour notre activité, nous nous engageons à améliorer en continu notre gestion et notre préservation de cette ressource.





# ÉNERGIE ET CARBONE

## ENGAGEMENT I :

Accélérer la transition vers un avenir carboneutre en réduisant notre consommation d'énergie au Canada et en contribuant à l'atteinte par le [Groupe Lactalis de ses cibles de réduction des gaz à effet de serre \(GES\) de portée 1 et de portée 2.](#)



### Objectifs :

1.

Adopter de nouvelles technologies visant à décarboner nos procédés de fabrication.

2.

Accroître l'efficacité énergétique en veillant à ce que les installations fonctionnent avec le meilleur équipement disponible, y compris les technologies de récupération<sup>21</sup> d'énergie.

### Réalisations :



Installation de chaudières à haut rendement dans notre installation de Winchester, en Ontario.



Mise en place d'une formation en gestion de l'énergie pour toutes nos usines du Québec afin de promouvoir les pratiques exemplaires en matière de systèmes de réfrigération, de chauffage, ventilation et climatisation (CVC), et d'air comprimé.



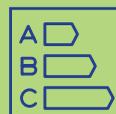
Élaboration active de notre feuille de route de réduction des GES afin de contribuer aux objectifs climatiques du Groupe Lactalis

21. Technologies qui captent et réutilisent l'énergie résiduelle provenant des procédés industriels, comme la chaleur, la vapeur ou la pression excédentaires  
22. Réouverture de l'usine de Sudbury en 2024 après la transition vers des opérations végétales, avec une augmentation des émissions, en particulier au cours du premier mois d'exploitation.

### Prochaines étapes :



Lancement d'un ambitieux projet de décarbonation en partenariat avec la SOFIAC visant l'installation de systèmes à haute efficacité énergétique et de mesures ciblées d'économie d'énergie dans nos usines de Victoriaville et Laverlochère, au Québec, ce qui représente un investissement de plus de 10 millions de dollars.



Réalisation d'audits énergétiques dans nos usines de Winchester, d'Ingleside et de Mitchell, en Ontario, afin d'évaluer les occasions rentables de réduction des émissions de GES pour l'ensemble de nos activités en Ontario.



Déploiement d'un programme de formation axé sur les pratiques d'efficacité énergétique dans les systèmes de réfrigération, de vapeur, d'air comprimé et de CVC en Ontario et dans l'Ouest canadien.



Mise en œuvre d'un système d'information de gestion énergétique pour donner une visibilité en temps réel de la consommation d'énergie des usines.



Installation de chaudières à haut rendement dans notre usine d'Ingleside, en Ontario, pour réduire les émissions annuelles.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

10,3 %

de réduction de l'intensité des émissions de portée 1 et de portée 2 (par rapport à 2019)

7,2 %

de réduction de l'intensité énergétique totale (par rapport à 2019)

1,1 %

de réduction globale des émissions de GES (par rapport à 2019)<sup>22</sup>





# FEUILLE DE ROUTE VERS LE « NET ZÉRO » VALIDÉE PAR LA SBT DU GROUPE LACTALIS

# À L'HONNEUR

En juillet 2024, l'initiative SBT a officiellement validé les cibles de réduction des GES du Groupe Lactalis, marquant ainsi une étape clé dans la reconnaissance de sa stratégie climatique.

Afin d'atteindre son ambition de carboneutralité d'ici 2050, le Groupe Lactalis a fixé des objectifs intermédiaires pour favoriser des réductions mesurables sur les portées 1, 2 et 3.

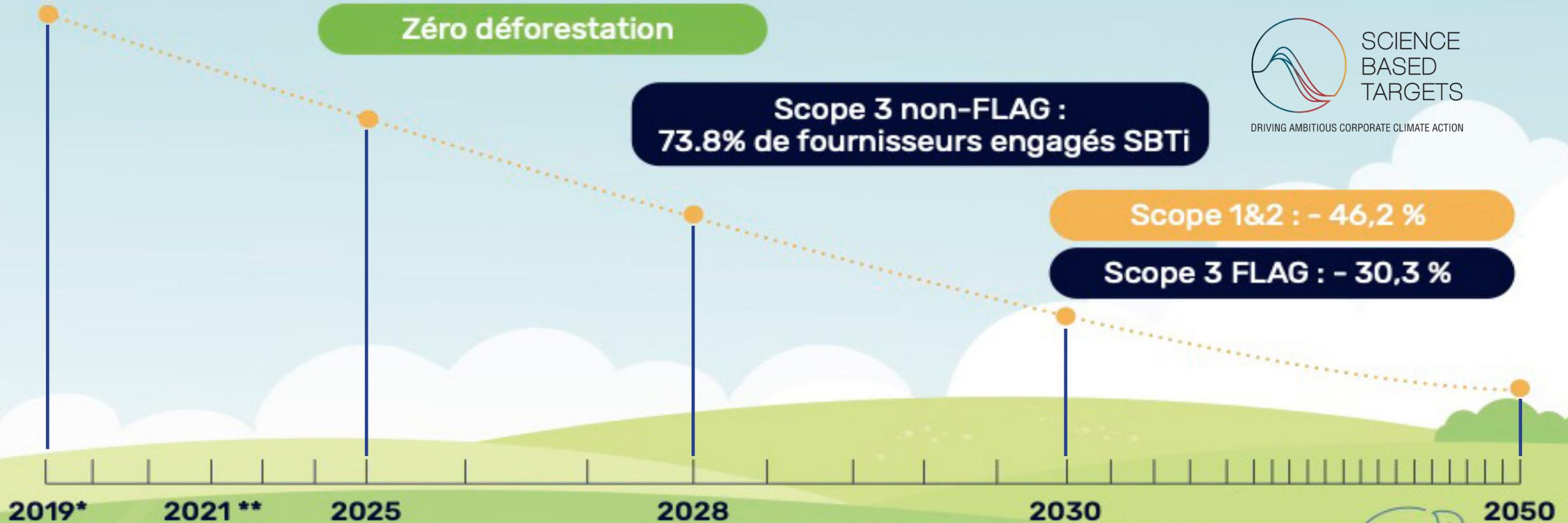


**Zéro déforestation**

**Scope 3 non-FLAG :  
73.8% de fournisseurs engagés SBTi**

**Scope 1&2 : - 46,2 %**

**Scope 3 FLAG : - 30,3 %**



\* Année de référence Scopes 1 & 2

\*\* Année de référence Scope 3 FLAG





# CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

## ENGAGEMENT I :

Réduire nos émissions de GES dans les opérations de transport et d'entreposage en optimisant la façon dont nous transportons et distribuons nos produits vers les marchés.



### Objectifs :

- 1. Utiliser différents modes de transports, dont un transport intermodal<sup>23</sup>, pour transporter les produits plus efficacement.**
- 2. Optimiser l'utilisation des camions, des remorques, des autres actifs de transport et des itinéraires pour réduire la consommation de carburant.**
- 3. Améliorer l'efficacité énergétique dans nos entrepôts.**

### Cibles :

● Réduire les émissions de GES liées au transport de 30 % d'ici 2027 et de 60 % d'ici 2033 (par rapport à 2019)

### Réalisations :

-  Réduction des émissions le long de l'un de nos corridors les plus fréquentés grâce à la mise en œuvre du programme de trains routiers le long du corridor Toronto-Montréal, qui utilise plusieurs remorques connectées pour transporter un plus grand nombre de produits en un seul voyage.
-  Amélioration de l'efficacité du transport des marchandises en réduisant l'espace vide dans les chargements de camions et en optimisant la capacité.
-  Poursuite de la modernisation de notre flotte de véhicules grâce à la modernisation des remorques frigorifiques hybrides rechargeables.
-  Poursuite de notre modèle de transport intermodal de marchandises vers l'Ouest canadien, qui consiste à transporter les biens par train et par camion, ce qui offre une solution quatre fois plus efficace que le transport routier à lui seul.

### Prochaines étapes :



Extension de nos programmes ferroviaires vers l'Est du Canada et augmentation de l'utilisation des chemins de fer vers l'Ouest canadien, afin de réduire la dépendance au transport routier.



Élargissement de notre programme de véhicules à combinaison longue à d'autres sites.



Poursuite de la stratégie de renouvellement de la flotte, avec pour objectif le passage à des modèles de remorques réfrigérées hybrides.



Collaboration avec les partenaires transporteurs pour évaluer la faisabilité et la mise en œuvre potentielle de véhicules électriques afin de réduire davantage les émissions liées au transport.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

# 50 %

de notre parc de remorques réfrigérées sont maintenant des modèles hybrides rechargeables

**IMPACT**  
CANADIAN GROCER AWARDS

Lauréat du prix Impact de Canadian Grocer dans la catégorie « Durabilité » pour le modèle de transport intermodal de marchandises dans l'Ouest canadien

23. Transport de marchandises, y compris le transport ferroviaire et routier, pour transporter des biens sur de longues distances.



## CENTRE DE DISTRIBUTION À OSHAWA

# À L'HONNEUR

En décembre 2024, Lactalis Canada a ouvert un nouveau centre de distribution à Oshawa, en Ontario. Il s'agit du plus grand centre de distribution du Groupe Lactalis à l'échelle mondiale, sur le plan de la capacité. D'une superficie de 379 000 pieds carrés, cette installation à la fine pointe de la technologie peut entreposer jusqu'à 60 000 palettes dans des environnements réfrigéré et congelé, ce qui accroît la capacité et l'efficacité du réseau de la chaîne d'approvisionnement de Lactalis Canada. L'installation est conçue de façon durable et comporte les caractéristiques suivantes :



Carboneutre avec le potentiel d'être certifié comme bâtiment à carbone zéro.



Sources d'énergie entièrement alimentées par le réseau électrique de l'Ontario. Aucune dépendance à d'autres sources d'énergie non renouvelables.



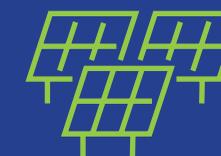
Récupération de la chaleur générée par le système de réfrigération pour chauffer les bureaux de l'installation et l'aire de manœuvre des camions pour faire fondre la neige et renforcer la sécurité.



Utilisation de commandes d'éclairage écoénergétique, d'équipement et de valeurs d'isolation élevées pour réduire la charge électrique imposée au système de réfrigération.



Installation d'un toit blanc pour réduire l'effet d'îlot de chaleur.



Installation, à l'avenir, de panneaux solaires sur le toit, pour fournir de l'énergie renouvelable afin de compenser partiellement ou entièrement la dépendance au réseau électrique dans certaines conditions.





# ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE

## ENGAGEMENT I :

Mettre en œuvre notre approche du juste emballage, qui consiste notamment à réduire la quantité d’emballages non consignés par produit grâce à l’écoconception et à l’optimisation.



### Objectifs :

1.

Évaluer tous les emballages par rapport aux règles d’or de conception des emballages énoncées dans le Pacte canadien sur les plastiques afin d’assurer leur compatibilité avec l’économie circulaire<sup>24</sup>, rendant ainsi les emballages en plastique plus recyclables et à réduire les déchets inutiles.

2.

Réduire l’intensité<sup>25</sup> des emballages.

### Cibles :



Maintenir un taux de contrôle de 100 % de notre portefeuille de produits fondamentaux (46 produits) et de toutes les innovations de produits à l’aide du nouvel outil d’écoconception

### Réalisations :



Réalisation d’évaluations d’écoconception pour l’ensemble des 46 produits fondamentaux et, dans la mesure du possible, détermination des opportunités de réduire le poids et d’améliorer la durabilité grâce à des choix de matériaux plus judicieux.



Réduction de 12,5 % de la quantité de matière<sup>26</sup> dans un composant de l’emballage de notre produit Ficello.

24. Règles d’or de la [conception pour les emballages plastiques \(en anglais seulement\)](#).

25. Quantité d’emballage utilisée par unité de produit.

26. Cette réduction a été obtenue dans le film de formage (aussi connu sous le nom de « film de fond ») – la couche de plastique qui contient le fromage. Cela n’inclut pas le film supérieur retiré par les consommateurs.

27. Y compris l’emballage primaire (en contact direct avec le produit) et le suremballage (qui regroupe ou protège l’emballage primaire pendant la distribution ou l’exposition en magasin).

28. Emballage conçu et destiné à des utilisations multiples dans une chaîne d’approvisionnement en le retournant au producteur ou à une autre partie de la chaîne d’approvisionnement (p. ex. caisses à lait qui sont retournées, nettoyées et réutilisées).

29. Recyclables de par leur conception : conception de produits ou d’emballages dès le départ pour en faciliter le recyclage, conformément aux directives de l’[Association of Plastics Recyclers \(APR\) \(en anglais seulement\)](#).

### Prochaines étapes :



Recherche continue de solutions pour optimiser l’utilisation des matériaux afin de compenser l’augmentation de poids parfois liée à nos nouveaux emballages recyclables de par leur conception<sup>29</sup>.



Examen et hiérarchisation des prochains projets d’emballage recyclable de par leur conception dans le cadre de notre évaluation selon les règles d’or de conception et les lignes directrices de l’Association of Plastic Recyclers, y compris l’étude de solutions potentielles pour le fromage râpé, les barres/ briques de fromage et les fromages de type Ficello en 2025 et au-delà.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

48 %

de nos emballages (en poids)<sup>27</sup> cette année étaient consignés<sup>28</sup>.

191 345 tonnes

d’emballage évités d’emballages grâce à 20 projets de réduction d’emballages.

Voici des exemples :

- Réduction de 11 794 kg d’emballage plastique pour les tranches de fromage naturel.
- Réduction de 29 933 kg d’emballage pour le produit Ficello.





## SUPPRESSION DES COUVERCLES NOIRS EN PLASTIQUE DES PRODUITS KREMA

# À L'HONNEUR

Conformément aux règles d'or de conception, nous avons remplacé 47 000 kg de couvercles en plastique noir, difficiles à recycler, utilisés pour nos produits de yogourt Krema, par des couvercles dorés, plus facilement détectés et triés dans les installations de recyclage. Ce simple changement permet d'améliorer la recyclabilité des emballages et de réduire les déchets.

Remplacé  
47 000 kg de  
couvercles en  
plastique noir





# ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE

## ENGAGEMENT 2 :

Veiller à ce que les emballages soient fabriqués à partir de matériaux sûrs et durables, et conçus dans une logique de circularité.



### Cibles :

- 100 % des emballages destinés au commerce de détail seront conçus<sup>29</sup> pour être recyclables d'ici 2025
- 100 % des emballages de détail peuvent être recyclés (recyclables dans la pratique<sup>30</sup>) d'ici 2030
- L'objectif est de maintenir une certification<sup>31</sup> d'approvisionnement durable à 100 % sur le stock de papier vierge
- L'objectif est d'atteindre en moyenne 30 % de contenu recyclé<sup>32</sup> dans nos emballages d'ici 2026
- Il convient d'éliminer le PVC de tous les emballages d'ici 2025

### Réalisations :



Refonte des emballages de plus de 400 produits de fromage et de yogourt, en mettant l'accent sur l'élimination des films multimatériaux et des plastiques non recyclables.



Collaboration avec les fournisseurs pour garantir que les matières recyclables utilisées répondent aux normes de salubrité des aliments et aux attentes en matière de qualité des produits.

### Prochaines étapes :



Évaluation de l'utilisation du contenu recyclé dans les suremballages, comme le film rétractable, les housses de palettes et les survenveloppes, afin de nous conformer à notre objectif mondial d'élimination progressive des matières vierges.



Examen des projets recyclables de par leur conception et des solutions d'emballage pour le fromage à la crème, le beurre et les formats en sachets.



Collaboration avec des partenaires de l'industrie pour trouver des solutions permettant le recyclage du polystyrène.



Collaboration avec notre organisme de responsabilité élargie des producteurs (REP) pour évaluer les sources de contenu recyclé et leur rentabilité.



Poursuite de la collaboration avec les prestataires pour recenser des solutions sans PETG<sup>33</sup> pour les projets de bouteilles, afin d'améliorer la recyclabilité et de réduire la contamination dans les filières de recyclage.

## FAITS SAILLANTS DE 2024

**82 %**

de nos emballages sont recyclables de par leur conception (en poids)

**100 %**

d'emballages en papier recyclé ou issu de sources durables

**20 projets**

d'emballage identifiés, qui permettraient de remplacer 4 millions de kg de plastiques difficiles à recycler par des emballages recyclables dès leur conception

**0 kg d'emballage en PVC<sup>34</sup>**

a été enregistré à la fin de l'année, à la suite de la réussite des projets de transition des emballages de fromage et de yogourts

29. Recyclables de par leur conception : conception de produits ou d'emballages dès le départ pour en faciliter le recyclage, conformément aux directives de l'Association of Plastics Recyclers (APR) (en anglais seulement).  
 30. Recyclables dans la pratique : les consommateurs ont accès à un système de collecte qui accepte ce produit ou cet emballage, conformément aux directives de l'APR.  
 31. Sustainable sourcing certifications include Sustainable Forestry Initiative and Forest Stewardship Council.  
 32. Ce pourcentage est calculé en poids et inclut l'emballage primaire (en contact direct avec le produit) et le suremballage (qui regroupe ou protège l'emballage primaire pendant la distribution ou l'exposition en magasin).  
 33. Polyéthylène téréphtalate glycol.  
 34. Le PVC (polychlorure de vinyle) est un type de plastique difficile à recycler qui peut libérer des substances nuisibles au recyclage efficace du plastique. Son retrait est conforme aux règles d'or de conception des emballages énoncées dans le Pacte canadien sur les plastiques, qui recommandent d'éliminer les matériaux problématiques afin d'améliorer la recyclabilité des emballages et de soutenir une économie circulaire.



# ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE

## ENGAGEMENT 3 :

Sensibiliser les consommateurs et les employés pour les aider à boucler la boucle et soutenir une économie circulaire.



### Objectifs :

1.

**Promouvoir des pratiques responsables de gestion des déchets et de recyclage.**

2.

**Intégrer l'éducation au recyclage des emballages dans notre entreprise et les efforts de sensibilisation du public.**

### Cibles :

Veiller à ce que 100 % des emballages de produits comportent des consignes de gestion des déchets directement sur l'emballage d'ici 2026<sup>35</sup>.



### Réalisations :



Des instructions sur la gestion des déchets ont été intégrées à tous les nouveaux produits de marque pour lesquels il existe des directives normalisées, afin d'assurer une information claire et cohérente aux consommateurs concernant le recyclage ou l'élimination des emballages.



On a assuré la promotion de la Journée mondiale du recyclage et de la Journée mondiale du nettoyage, y compris la diffusion d'un sondage sur les « héros du recyclage » à l'échelle de l'entreprise.

35. L'échéancier cible a été mis à jour jusqu'en 2026 afin qu'il respecte les règlements fédéraux et provinciaux en matière d'étiquetage à venir et qu'il permette de réduire les déchets d'emballage liés à des mises à jour transitoires répétées lors des refontes de marque.

36. L'information sur la gestion des déchets comprend des instructions sur leur recyclage et/ou leur élimination.

### Prochaines étapes :



Ajout d'instructions sur la gestion des déchets sur l'emballage dans notre portefeuille de produits d'origine, avec un élargissement progressif aux produits Marie Morin et aux emballages destinés au service alimentaire, dans la mesure du possible.



Lancement de modules de formation à l'égard de la politique d'emballage de Lactalis Canada pour l'ensemble des employés et des modules de formation au recyclage pour les gestionnaires de la marque et d'autres fonctions afin de renforcer la sensibilisation interne et l'engagement du personnel.



Proposition de formation à nos équipes sur la REP et la recyclabilité, sous la direction de l'APR.

### FAITS SAILLANTS DE 2024

**63 %**

de nos produits de détail comportaient des instructions de gestion des déchets sur l'emballage<sup>36</sup>

**100 %**

de nos produits liquides vendus au détail sont désormais accompagnés d'instructions de gestion des déchets sur l'emballage

**98 %**

de nos produits de yogourt et de culture sont maintenant accompagnés d'instructions sur la gestion des déchets

**7**

sites de Lactalis Canada ont participé aux activités de la Journée mondiale du nettoyage





# DÉCHETS & EAU

## DÉCHETS ENGAGEMENT I :

Diminuer notre incidence environnementale en réduisant les déchets générés par nos activités et en conservant les ressources naturelles.



### Objectifs :

I.

**Mettre en place un système de mesure et établir des données de référence pour orienter des stratégies de gestion des déchets efficaces.**

### Réalisations :



Nous avons mis en place des systèmes de suivi des flux de déchets (organiques, recyclables et enfouis) dans l'ensemble de nos sites.



Nous visons à adopter des solutions de valorisation à plus forte valeur ajoutée<sup>37</sup> pour nos déchets organiques. Par exemple, les boues organiques issues du traitement des eaux usées ne sont plus envoyées en décharge, mais acheminées vers une installation tierce dans laquelle elles sont utilisées pour produire du biogaz ou épandues sur les terres agricoles.

### Prochaines étapes :



Recensement des mesures propres à chaque site pour réduire la production de déchets et favoriser leur réacheminement vers des filières de valorisation, afin d'éviter l'enfouissement.

37. Par « valorisation à plus forte valeur ajoutée », nous entendons des solutions de récupération générant un bénéfice environnemental ou économique supérieur, comme la production d'énergie renouvelable ou d'aliments pour animaux, en remplacement de l'enfouissement.

38. Lactalis uses chemical oxygen demand (COD) as the primary indicator for water pollution.

## EAU ENGAGEMENT I :

Comprendre notre utilisation de l'eau et de nos rejets (eaux usées) pour favoriser une gestion efficace des ressources, améliorer la qualité des eaux usées et limiter les risques de non-conformité.



### Objectifs :

I.

**Établir des données de mesure et de référence pour orienter des stratégies efficaces de gestion de l'eau.**

### Réalisations :



Élaboration d'un plan officiel de traitement des eaux usées et harmonisation progressive de la collecte de données liées à la consommation d'eau et à la pollution<sup>38</sup> de l'eau sur l'ensemble de nos sites, afin de poser les bases des futures stratégies de réduction.



Sélection de sites pilotes pour établir des bases de référence sur la consommation d'eau et la pollution de l'eau.

### Prochaines étapes :



Création d'une base de référence pour la consommation d'eau et la pollution de l'eau dans les sites pilotes sélectionnés en 2024, en vue de mettre en place des mesures ciblées de réduction.



Normalisation et mise à l'échelle des pratiques efficaces de gestion de l'eau dans tous les sites en fonction des conclusions du projet pilote.

# BULLETIN ESG 2024



Veillez noter que les éléments énumérés dans ce tableau de bord ESG représentent une sélection d'indicateurs clés et ne sont pas exhaustifs. Pour plus d'indicateurs de performance ESG, veuillez vous référer à notre rapport [ESG du Groupe Lactalis](#).

DOMAINE D'INTÉRÊT	INDICATEUR DE RENDEMENT CLÉ	UNITÉS	2024	2023	2022	2021	2020	GRI Disclosure Alignment
NOS EMPLOYÉS	Pourcentage d'hommes salariés	%	56	57	56	57	59	405-1
	Pourcentage de femmes salariées	%	44	43	44	43	41	405-1
	Pourcentage d'hommes salariés dans la l'équipe de direction élargie	%	59	59	64	69	74	405-1
	Pourcentage de femmes salariées dans la l'équipe de direction élargie	%	41	41	36	31	26	405-1
SANTÉ ET SÉCURITÉ	Taux de fréquence des accidents de travail avec et sans perte de temps (TF2)	"Nombre d'accidents de travail avec et sans perte de temps/ 1 000 000 heures de travail"	13.3	15.1	15.8	19.8	S.O.	403-9
COMMUNAUTÉ	Valeur totale de l'investissement communautaire	\$	3,3 millions	2,7 millions	2,6 millions	2,9 millions	2,7 millions	201-1
	Total des dons de produits	Quantité (litres ou kg)	906,499	1,000,000	901,780	1,001,236	917,195	413-1
	Fonds d'enrichissement communautaire (programme lancé en 2022)	\$	318,000	250,000	143,557	S.O.	S.O.	201-1
QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS	Pourcentage d'installations certifiées conformes aux normes de l'IMSA	%	95	90	85	85	85	416-1
	Pourcentage des activités industrielles certifiées selon au moins une des normes suivantes : FSSC 22000, ISO 22000, IFS, SQF	%	95	90	85	85	85	416-1
DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS	% des volumes achetés d'huile de palme et de dérivés couverts par la certification RSPO	%	100	100	S.O.	S.O.	S.O.	-
ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE	d'approvisionnement durable pour le papier vierge : carton ondulé et carton pour boîtes	%	100	100	98	S.O.	S.O.	-
	Pourcentage de l'emballage total recyclable par conception (en poids)	%	82	80	83	S.O.	S.O.	301-2
RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE	Réduction absolue de la consommation d'énergie depuis 2019	%	1.47	-1.9	-0.8	1.2	-0.4	302-1 / 302-4
	Réduction totale de l'intensité énergétique depuis 2019	%	-7.2	-9.4	-6.8	-6.4	-9.1	302-4
RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)	Réduction absolue des émissions de GES de portée 1 et de portée 2 depuis 2019	%	-1.10	-3.2	-1.8	0.8	-0.4	305-5
	Réduction de l'intensité des émissions de portée 1 et de portée 2 depuis 2019	%	-10.3	-11.2	-8.3	-6.7	-9.0	305-4

Dans la fiche d'évaluation ESG, les valeurs des émissions de GES et de la réduction de la consommation d'énergie représentent le pourcentage de changement par rapport à la base de référence de 2019. Les pourcentages négatifs indiquent une réduction des émissions et de la consommation d'énergie, tandis que les pourcentages positifs indiquent une augmentation.

# COMITÉ ESG ET CONTRIBUTEURS



Nous tenons à remercier tous ceux qui ont contribué à l'élaboration de notre rapport environnemental, social et de gouvernance (ESG) 2024.

PDG SPONSOR	Mark Taylor
CADRES RESPONSABLES	Gilles Froment Matt Price Ed Perugini Vasile Raileanu Martin Santerre Xavier Suran Tom Szostok Éric Séguin Sandra Senez Tony Cugliari Stéphane Chatel Adrienne Pagot-Gérault Vince Vetere Iven Zanardo Nathalie Cusson
ÉQUIPE ESG ENTREPRISE	Chirine Ben Amor-Amsterdam Adnan Tambawala Abigail Loewen
ÉQUIPE DE COMMUNICATION D'ENTREPRISE	Roopa Shah Sarah Sutton Ghazi Char Melissa Pinto
ÉQUIPE JURIDIQUE	Jatinder Chera

LARGE COMITÉ ESG ET CONTRIBUTEURS	
LES HOMMES ET LES COLLECTIVITÉS	
LES HOMMES	Jackie Wheeler Sandra Scollay Shalini Sharma
SANTÉ ET SÉCURITÉ	Randy MacMillan
COLLECTIVITÉS	Roopa Shah Sarah Sutton Ghazi Char
LES PRODUITS ET LES TERROIRS	
QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS	Stéphane Chatel
DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS	John Dilley Erica Kao Aramik Moosakhanian
BIEN-ÊTRE ANIMAL ET OFFRE DE LAIT CANADIEN	Olivier Charbonneau Thalia Buendia
LA TERRE ET SES RESSOURCES	
ÉNERGIE ET CARBONE	Pierre Drolet John Bayliss Jason Taylor Bharat Mudgal
ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE	David Accadia John Dilley Mike Macdonald Jawad Khan Yasmine Naeini Lorne Hietala
DÉCHETS ET EAU	John Bayliss Anthony Leneveu

