



RAPPORT ESG 2025

Soutenir le Progrès



TABLE DES MATIÈRES

3

APERÇU

À propos du rapport	3
Message de notre Président et chef de la direction	4
Perspective du Groupe Lactalis	5
À propos	6
Notre approche	8
Notre cadre	9
Gouvernance ESG	10
Faits saillants de 2025	11

12

LES HOMMES ET LES COLLECTIVITÉS

Bien-être et soins	13
Santé et sécurité	16
Collectivités	18

23

LES PRODUITS ET LES TERROIRS

Qualité et salubrité des aliments	24
Des ingrédients simples et naturels	26
Bien-être animal	28

31

LA TERRE ET SES RESSOURCES

Énergie et carbone	32
Chaîne d'approvisionnement	34
Économie circulaire et emballage	35
Eau	39
Déchets	40

41

ANNEXE

Bulletin ESG 2025	41
Comité ESG et Contributeurs	42

RECONNAISSANCE DES TERRES

Lactalis Canada reconnaît que les terres sur lesquelles nous vivons, travaillons et nous réunissons sont les territoires traditionnels de nombreuses nations autochtones à travers ce que nous appelons maintenant le Canada. Nous reconnaissons la présence, le savoir 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 assurer un avenir plus inclusif, pacifique et prospère. Nous continuons à soutenir les progrès des objectifs de développement durable (ODD) du Pacte mondial des Nations Unies, et à aligner de façon plus directe notre cadre, nos priorités et nos activités ESG sur 15 des 17 ODD.

Nous accordons la priorité aux ODD qui correspondent le mieux à notre cadre ESG et qui nous permettent de contribuer de façon importante au progrès de notre industrie. En nous concentrant sur les ODD qui sont directement liés à nos activités principales, à notre expertise et aux attentes de nos parties prenantes, nous pouvons canaliser nos ressources et nos capacités afin de mettre en œuvre des initiatives ayant une incidence mesurable et durable.

À PROPOS DU PRÉSENT RAPPORT

Le présent rapport donne un aperçu des activités et de la performance dans les domaines ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance) de Lactalis Canada pour la période 2025, sauf indication contraire.

En 2025, nous avons continué à nous concentrer sur les questions de développement durable les plus importantes pour nos parties prenantes et notre entreprise. Dans le cadre de ce processus, nous maintenons les engagements et les objectifs à long terme que nous avons établis, tout en poursuivant le perfectionnement de notre présentation des objectifs ESG pour mettre en évidence les liens entre nos actions et nos domaines prioritaires.

Les normes de la Global Reporting Initiative (GRI) ont été appliquées comme cadre directeur pour l'organisation et la présentation des renseignements dans le présent rapport. Les codes des éléments d'information à fournir sur des thèmes de la GRI sont indiqués dans le [tableau des données ESG](#) afin de favoriser la transparence, la comparabilité et la conformité avec les pratiques de production de rapports.

Les ODD des Nations Unies nous aident également à définir notre cadre et nos priorités ESG. Les icônes des ODD dans le rapport indiquent comment nos initiatives contribuent à l'atteinte de ces objectifs mondiaux.



OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



MESSAGE DE NOTRE PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION



Alors que l'année 2025 a été marquée par l'incertitude économique et une dynamique changeante qui persiste encore aujourd'hui, Lactalis Canada n'a jamais perdu de vue son objectif : enrichir et soutenir la vie des Canadiens grâce à une croissance durable et responsable. Nous avons continué à proposer des produits de qualité, à renforcer nos partenariats avec les agriculteurs, les clients, les fournisseurs et les collectivités, et à faire progresser nos priorités environnementales, sociales et de gouvernance (ESG).

Ce qui ressort, c'est que les Canadiens choisissent de plus en plus des produits fabriqués au pays. Avec plus de 140 ans d'histoire au pays, Lactalis Canada est fière d'appuyer les produits faits au Canada, pour les Canadiens. Nos marques se sont fait une place dans les foyers canadiens au fil des générations et, aujourd'hui, nos produits sont présents dans 94 % des réfrigérateurs du pays.

En 2025, nous avons consolidé cet engagement au moyen de notre initiative Achetez canadien, y compris des guides du consommateur et des campagnes comme « *So Canadian* » pour Astro. De plus, nous apposons le logo de la vache bleue sur nos produits afin d'aider les familles à faire des choix éclairés, tout en soulignant la grande qualité des produits laitiers canadiens.

Nous avons également pris des mesures importantes pour renforcer la collaboration au sein de notre secteur. En tant que premier fournisseur et fabricant à signer officiellement le Code de conduite des épicerie du Canada, nous avons démontré notre soutien en faveur d'une transparence, d'une responsabilité et d'une équité accrues à l'échelle de la chaîne d'approvisionnement des épicerie. Nous croyons que des cadres comme le Code aident à bâtir un secteur plus équilibré et plus résilient dont les fournisseurs, les détaillants ainsi que les consommateurs peuvent tirer parti.

Pour assurer le bien-être des Canadiens, nous devons également répondre aux besoins en constante évolution en développant des idées novatrices. Qu'il s'agisse de produits riches en protéines, de nouveaux formats ou de recettes repensées, nous adaptons toujours nos gammes en mettant l'accent sur la qualité, la valeur nutritionnelle et le développement durable.

Avec nos installations et nos employés d'un océan à l'autre, nous sommes étroitement liés aux collectivités dans lesquelles nous œuvrons. Nous continuons à soutenir la sécurité alimentaire et le bien-être des collectivités à l'échelle nationale par l'intermédiaire de nos

partenariats d'entreprise avec Jeunesse, J'écoute et The Grocery Foundation, de dons de produits, d'aide locale et du bénévolat de nos employés.

Mais, par-dessus tout, nos employés sont les piliers de notre succès. Ils incarnent la diversité et la richesse des collectivités que nous desservons, et ils contribuent à tout ce que nous faisons par leur expertise et leur passion. Le fait que notre entreprise figure au classement des meilleurs employeurs au Canada de Forbes pour 2025 affirme notre ambition d'être un employeur de choix où les personnes se sentent valorisées, soutenues et encouragées à se développer.

Les Canadiens exigent de la transparence, et nous assumons pleinement cette responsabilité. Le présent rapport décrit nos progrès, les défis que nous continuons à relever et nos mesures en cours pour améliorer notre performance environnementale et sociale. Tandis que le paysage ESG mondial ne cesse d'évoluer, notre engagement demeure profondément ancré dans notre feuille de route à long terme.

Alors que nous nous tournons vers l'avenir, nous continuons à miser sur le développement d'un secteur laitier résilient, sur le soutien des collectivités et sur la progression de nos priorités ESG par des moyens pratiques et mesurables. En collaboration avec notre équipe comptant plus de 4500 membres, nos partenaires agriculteurs, nos clients et nos partenaires, nous continuerons à déployer tous les efforts nécessaires afin de conserver la confiance que les Canadiens nous accordent chaque jour.

Mark Taylor
Président et chef de la direction,
Lactalis Canada



PERSPECTIVE DU GROUPE LACTALIS



En 2025, le Groupe Lactalis a continué à renforcer les fondements de sa stratégie de RSE, et le Canada joue un rôle important dans le passage de l'ambition à l'action. Parmi les progrès réalisés, le groupe a réussi à se positionner parmi les 20 % d'entreprises les mieux évaluées en matière de bien-être animal selon BBFAW, à obtenir la note B en matière de changements climatiques auprès du CDP et à se classer parmi les 30 % des meilleures entreprises évaluées par EcoVadis.

Les changements climatiques demeurent une priorité absolue. Lors de ma visite au Canada en 2025, j'ai pu constater que le partenariat de 10 millions de dollars de Lactalis Canada avec SOFIAC favorise le progrès, en permettant des projets d'augmentation de l'efficacité énergétique et de réduction des émissions, tout en renforçant la résilience opérationnelle à long terme.

J'ai également trouvé encourageant d'observer les efforts d'innovation à l'interne. En 2025, le programme NEXT Ventures de Lactalis Canada, une initiative d'innovation menée par les employés, s'est consacré à l'ESG. Les employés de Lactalis Canada ont soumis des idées axées sur l'ESG portant sur la réduction des déchets, l'économie circulaire, l'énergie renouvelable, l'engagement des employés, l'innovation numérique et l'incidence communautaire. Cette initiative renforce le lien entre l'innovation, le rendement opérationnel et la création de valeur à long terme.

En ce qui concerne le personnel et la culture d'entreprise, le Canada a démontré un appui solide à l'égard de nos engagements sociaux. Pour la deuxième année consécutive, Lactalis Canada a été reconnue comme l'un des meilleurs employeurs du Grand Toronto, ce qui témoigne des efforts soutenus déployés pour favoriser un environnement de travail positif, inclusif et sûr.

L'année a également marqué un moment important sur le plan de la collaboration au sein du Groupe Lactalis. Notre première conférence mondiale sur la RSE a rassemblé les responsables ESG de tous les pays, y compris le Canada, dans le but d'échanger des pratiques, d'aligner les priorités et de renforcer notre approche collective. Cet échange a mis en évidence la valeur de l'expertise locale et de l'apprentissage national pour la réalisation des objectifs de l'ensemble du groupe.

Regard vers l'avenir : nos priorités pour 2026 et les années suivantes

Pour l'avenir, notre objectif est clair : poursuivre le passage de l'ambition à la mise en œuvre. Ce travail sera guidé par la nouvelle stratégie du groupe en matière de RSE, **Our Sustainable Way to Go**, qui s'articule autour de trois piliers fondamentaux :

- **Préserver la nature et les ressources**
- **Renforcer les bienfaits des produits laitiers**
- **Donner les moyens d'agir à nos employés, partenaires et communautés**

Ensemble, ces piliers définissent une orientation claire visant à créer de la valeur et à assurer le rendement à long terme dans l'ensemble du groupe.

Dans l'avenir, nous continuerons à faire progresser nos priorités ESG à l'échelle de l'organisation, en mettant l'accent sur l'incidence à long terme, la collaboration et l'amélioration continue.

Je suis convaincue que l'équipe canadienne continuera à contribuer de manière importante à la réalisation de nos objectifs ESG communs, et je la remercie de son engagement continu tandis que nous travaillons ensemble à faire avancer notre stratégie durable.

Agnès Baudet-Barbezant
*Directrice Générale Qualité,
RSE & Gestion de crise
Groupe Lactalis*





À PROPOS DE NOUS GROUPE LACTALIS

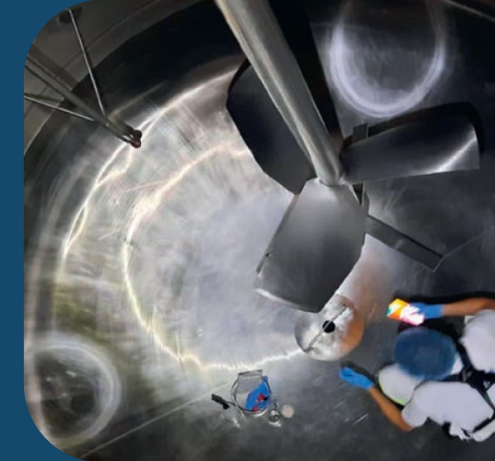
Lactalis Canada fait partie du Groupe Lactalis, le plus important groupe laitier au monde, dont le siège social se trouve à Laval, en France. Fondé en 1933 par André Besnier, le Groupe Lactalis est une entreprise familiale qui exerce ses activités à l'échelle internationale, qui compte plus de 85 000 employés, qui possède 270 installations opérationnelles et qui est présente dans plus de 50 pays.

DANS
50 +
PAYS

NUMÉRO
1
DES PRODUITS
LAITIERS

9^{ème}
ENTREPRISES
AGROALIMENTAIRE
GLOBALE

85 500 + EMPLOYÉS MONDIAUX



270 SITES
INDUSTRIELS

SE CLASSE AU
3^{ème}
RANG DANS LE GROUPE LACTALIS*
*Chiffre d'affaires





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 et Président.

NOTRE RAISON D'ÊTRE

*Enrichir et Soutenir
la Vie des Canadiens*



FIÈREMENT
CANADIENS



FIGURE SUR LA LISTE
DES MEILLEURS
EMPLOYEURS DU
GRAND TORONTO
POUR 2025 ET 2026



PLUS DE
4 500 EMPLOYÉS



Forbes

CANADA'S
**BEST
EMPLOYERS**

POWERED BY Statista

2025

FIGURE AU
CLASSEMENT DES
MEILLEURS
EMPLOYEURS AU
CANADA DE FORBES
POUR 2025



PLUS DE 30 SITES
D'EXPLOITATION, DONT
20 INSTALLATIONS
DE FABRICATION



TROISIÈME PLUS
GRANDE MARQUE
DE PRODUITS DE
CONSOMMATION
EMBALLÉS AU
CANADA

9 MÉNAGES SUR 10 ONT ACHETÉ AU MOINS UN PRODUIT LACTALIS¹



1. 93 % des ménages canadiens ont acheté au moins un produit Lactalis. Source : AC Nielsen, 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 principaux qui guident nos décisions et déterminent nos axes de priorité : [les hommes et les collectivités](#), [les produits et le terroir](#), ainsi que [la Terre et ses ressources](#). Ces piliers reflètent notre engagement à soutenir le bien-être économique et social de nos employés et des collectivités que nous desservons, à fournir des produits laitiers de haute qualité, nutritifs et savoureux, et à gérer l'incidence de nos activités sur l'environnement.

En tant qu'entreprise responsable, nous répondons aux attentes en constante évolution des consommateurs et des clients, nous gérons les risques liés à l'entreprise et nous contribuons à l'établissement d'un système alimentaire canadien résilient. Notre cadre ESG nous aide à repérer les domaines dans lesquels nos mesures peuvent créer une valeur importante et ceux qui requièrent une attention supplémentaire afin d'atténuer les risques. Ces données nous permettent de définir nos priorités, nos objectifs et nos engagements à long terme.

Notre travail s'appuie sur un ensemble complet de politiques et de lignes directrices régissant notre conduite et nos activités, y compris les politiques mondiales du [Groupe Lactalis](#) ainsi que les politiques propres au Canada, qui correspondent à notre environnement réglementaire et à notre contexte opérationnel. Ces cadres contribuent à la protection des personnes, au respect des normes éthiques et à la réduction de l'incidence sur l'environnement.

Nos priorités ESG

Nous croyons qu'une prise de décision efficace commence par l'écoute et l'engagement. En 2020, le Groupe Lactalis a effectué une analyse de matérialité², avec la participation de 175 parties prenantes (30 % internes et 70 % externes), afin de recueillir des points de vue sur 33 sujets ESG pertinents pour notre entreprise.

Ce processus a permis d'établir trois priorités au niveau du Groupe, c'est-à-dire des domaines ayant une incidence et une importance significatives pour notre entreprise et nos parties prenantes :

- 1. Climat et réduction de l'empreinte carbone**
- 2. Économie circulaire et emballage responsable**
- 3. Bien-être animal**

Ces priorités guident nos actions aux niveaux mondial et local. Au Canada, nous adaptons notre approche au contexte lié à nos activités et aux points de vue des parties prenantes canadiennes.

Nous travaillons en collaboration avec les employés, les consommateurs, les clients, les fournisseurs, les producteurs laitiers, les collectivités, les partenaires de l'industrie et les représentants du gouvernement pour atteindre des objectifs communs. Nous savons que les défis ESG sont complexes et interreliés, donc nous concentrons nos efforts sur les partenariats, la transparence et l'amélioration continue afin d'obtenir des résultats durables à long terme.

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.

Bien-être et soins

Santé et Sécurité

Collectivités



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.

Les produits et les terroirs

Des ingrédients simples et naturels

Bien-être animal et Offre de lait canadien



3.

LA TERRE ET SES RESSOURCES

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

Énergie et carbone

Chaîne d'approvisionnement

Économie circulaire et emballage

Déchets et Eau



RAPPORTS ET GOUVERNANCE



GOUVERNANCE ESG



Notre cadre de gouvernance ESG nous permet d'exercer une surveillance, de définir des responsabilités et d'assurer l'harmonisation à tous les niveaux de l'organisation. Il relie la stratégie de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) du Groupe Lactalis aux priorités de Lactalis Canada, et soutient notre engagement en faveur d'une croissance responsable et durable.

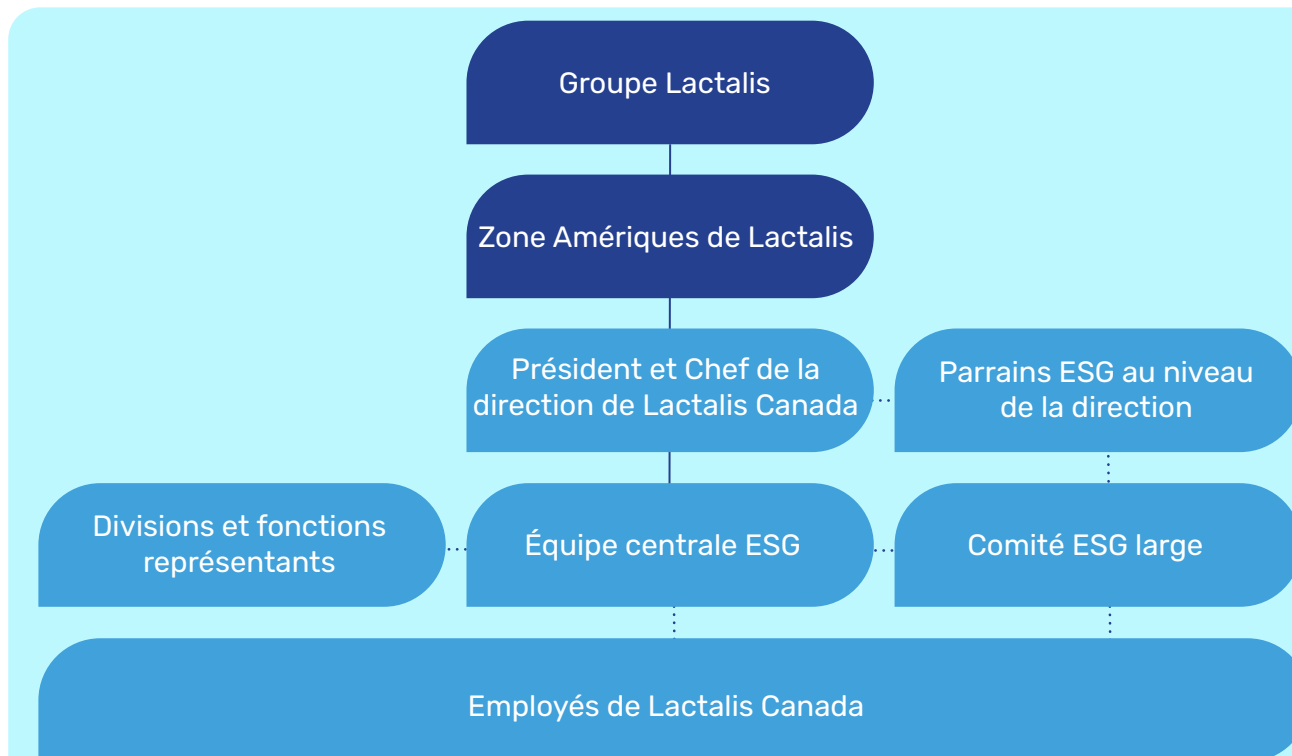
Au niveau mondial, la fonction de RSE du Groupe Lactalis supervise les initiatives stratégiques en matière de développement durable et définit les priorités à l'échelle du Groupe. Des forums mondiaux périodiques sur la RSE réunissent des représentants de chaque marché afin de coordonner les efforts et de faire progresser les initiatives liées au climat, à la gestion environnementale, au bien-être animal, à l'emballage et aux pratiques de la chaîne d'approvisionnement. Lactalis Canada participe à des groupes de travail mondiaux pertinents afin de promouvoir l'harmonisation et le partage des connaissances.

Au Canada, notre président et chef de la direction est responsable de la performance ESG et se base sur un cadre de gouvernance reliant la stratégie à l'exécution :

- **Chef de la direction et cadres responsables ESG** : Les hauts dirigeants promeuvent les priorités ESG, allouent les ressources, et s'assurent que les considérations ESG sont intégrées à la stratégie et aux objectifs commerciaux de l'entreprise.
- **Équipe ESG centrale** : Dirige l'élaboration de la stratégie ESG, fournit une expertise en la matière, soutient la production de rapports et de divulgations, et favorise la cohérence dans l'ensemble de l'organisation.
- **Comité ESG élargi** : Un forum interfonctionnel qui facilite la coordination, effectue le suivi des progrès des initiatives clés et apporte son soutien à la résolution des problèmes.
- **Divisions et fonctions** : Responsables de l'intégration des considérations ESG aux activités quotidiennes, de la planification des immobilisations et de l'élaboration de stratégies commerciales à long terme.

Cette structure de gouvernance favorise la transparence, la collaboration et l'amélioration continue. Des séances de planification régulières et des réunions interfonctionnelles aident à effectuer le suivi des progrès, à gérer les enjeux et les risques qui se présentent, et à faire progresser les initiatives prioritaires.

Tous les employés contribuent à la mise en œuvre efficace de notre cadre ESG en respectant nos politiques et nos normes, en participant à des initiatives de développement durable, en favorisant un milieu de travail inclusif et en menant leurs activités de façon éthique. Grâce à ce modèle, les principes ESG sont intégrés à nos processus décisionnels et à nos pratiques opérationnelles dans l'ensemble de l'organisation.





FAITS SAILLANTS DE 2025

next VENTURES

PLUS DE 100 IDÉES ESG SOUMISES PAR DES EMPLOYÉS PARTOUT AU PAYS DANS LE CADRE DU PROGRAMME D'INNOVATION INTERNE NEXT VENTURES DE LACTALIS CANADA

RECONNUE COMME L'UN DES MEILLEURS EMPLOYEURS DU GRAND TORONTO POUR LA DEUXIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE

PARTENARIAT AVEC **SOFIAC** POUR UN PROJET DE DÉCARBONISATION DE 10 MILLIONS DE DOLLARS À VICTORIAVILLE (QUÉBEC) ET À LAVERLOCHÈRE (QUÉBEC)

IMPACT CANADIAN GROCER AWARDS

PRIX IMPACT DE CANADIAN GROCER

- CENTRE DE DISTRIBUTION CARBONEUTRE D'OSHAWA EN ONTARIO (CATÉGORIE « SUSTAINABILITY », SOIT DURABILITÉ)
- PROJET P'TIT QUÉBEC (CATÉGORIE « COMMUNITIES », SOIT COLLECTIVITÉS)



MAINTIEN DU SOUTIEN ANNUEL À L'ÉVÉNEMENT FAITES UN PAS VERS LES JEUNES DE JEUNESSE, J'ÉCOUTE AFIN D'AIDER À ÉLARGIR L'ACCÈS AU SOUTIEN À LA SANTÉ MENTALE POUR LES JEUNES PARTOUT AU CANADA

39 NOUVELLES INNOVATIONS LANCÉES EN 2025

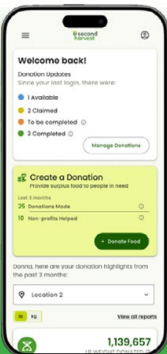


PREMIER FOURNISSEUR À SIGNER OFFICIELLEMENT LE CODE DE CONDUITE DES ÉPICERIES DU CANADA



second harvest

PARTENARIAT AVEC DEUXIÈME RÉCOLTE POUR L'ADOPTION DE L'APPLICATION BOUFFE RÉCUP





LES HOMMES ET LES COLLECTIVITÉS



BIEN-ÊTRE ET SOINS

Nous nous efforçons de créer un milieu de travail où nos employés se sentent valorisés, respectés et inclus. Nous nous engageons à soutenir le bien-être mental et physique par l'intermédiaire de politiques et de programmes inclusifs, et à intégrer les valeurs des modules de leadership de Lactalis (prendre soin, partager, oser et inspirer) à notre façon de travailler au quotidien. En investissant dans la formation, le développement professionnel et la planification de la performance, nous souhaitons créer une culture dans laquelle les personnes peuvent se développer, apporter leur contribution et réussir.



SANTÉ ET SÉCURITÉ

Nos employés sont notre priorité. Nous nous engageons à fournir un milieu de travail sécuritaire et sain en instaurant une solide culture de soins et en gérant les risques de façon proactive. Nous œuvrons constamment à la création d'un environnement sans incident et au renforcement de nos pratiques de sécurité pour que nos employés puissent travailler en toute sécurité chaque jour.



COLLECTIVITÉS

Nous nous engageons à enrichir et à soutenir la vie des Canadiens en offrant des produits laitiers canadiens nutritifs et de haute qualité, tout en adoptant des programmes communautaires stratégiques ayant une incidence importante sur les collectivités où nous vivons et travaillons.



BIEN-ÊTRE ET SOINS

ENGAGEMENT 1 :

Soutenir le bien-être mental et physique général de nos employés par l'intermédiaire de politiques et de programmes accordant la priorité aux valeurs des modules de leadership de Lactalis (prendre soin, partager, oser et inspirer), et intégrer ces valeurs pour favoriser une culture d'inclusion



Objectifs :

- Renforcer les programmes de bien-être inclusifs
- Favoriser une culture de collaboration et d'inclusion
- Développer les ressources en matière d'éducation, de formation et de soutien à la santé mentale

Réalisations :

- Dynamisation des groupes-ressources pour les employés en organisant des initiatives, y compris des célébrations de la fête de Diwali, un groupe de discussion sur le leadership des femmes, des séances d'information sur les autochtones et un événement sur l'engagement multigénérationnel
- Renforcement du bien-être des employés et des liens entre eux grâce à des salons d'information sur la santé, à notre programme d'aide aux employés, à des journées de sport, à des séances de planification de la retraite et à des assemblées générales axées sur la sécurité dans l'ensemble des sites canadiens
- Présentation de notre première enquête éclair pour évaluer l'engagement et le soutien de la direction; ces enquêtes trimestrielles permettent une écoute constante des commentaires des employés et une prise de mesure en temps opportun à l'égard de ces derniers

Prochaines étapes :

- Intégrer des pratiques de santé et de sécurité psychologiques³ aux routines de leadership et aux opérations d'usine pour favoriser un environnement de travail sécuritaire, respectueux et inclusif
- Assurer des canaux d'écoute permanents et veiller à que les commentaires des employés permettent la mise en place d'actions visibles du type « vous l'avez dit, nous l'avons fait »⁴, qui renforcent les liens et l'appréciation dans l'ensemble de l'organisation

FAITS SAILLANTS DE 2025



Hausse de
29 %

des modules d'éducation à la santé mentale des employés terminés par rapport à 2024 (tous les employés)



2 400

heures consacrées au bénévolat par des employés, soit une augmentation de 21 % par rapport à l'an dernier



93

gestionnaires ont suivi des séances d'apprentissage en ligne dans le cadre de la nouvelle formation sur la création d'un milieu de travail mentalement sain



3. Les pratiques de santé et de sécurité psychologiques consistent à examiner des facteurs du milieu de travail pouvant avoir une incidence sur le bien-être mental des employés. Elles visent à prévenir les dommages psychologiques par l'adoption de politiques proactives et de pratiques de leadership, et par la création d'environnements de travail positifs.

4. Le plan d'action « vous l'avez dit, nous l'avons fait » est un cadre de communication en boucle des commentaires utilisé par les organisations pour accroître la transparence et la confiance.

À L'HONNEUR

SALON D'INFORMATION SUR LA SANTÉ D'INGLESIDE

Chez Lactalis Canada, le bien-être des employés est à la base de notre engagement à créer un milieu de travail sécuritaire, sain et positif. En 2025, l'équipe des ressources humaines d'Ingleside, en Ontario, a organisé un **salon d'information sur la santé**, et a offert aux employés l'accès à des ressources soutenant le bien-être physique, mental et financier.

Les séances ont présenté des services de santé communautaires, des conseils sur l'alimentation et l'entraînement physique, des ressources de réadaptation, ainsi que de l'information sur la prévention du suicide, le bien-être financier et les options de consultation. L'événement visait à soutenir le bien-être général et la résilience des employés en leur fournissant des outils pratiques et en les mettant en contact avec des experts locaux.



BIEN-ÊTRE ET SOINS

ENGAGEMENT 2 :

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



Objectifs :

- Améliorer les programmes de formation et de développement pour favoriser l'avancement professionnel et la rétention des talents
- Préparer le développement des employés en établissant des objectifs clairs et des plans de développement structurés
- Créer notre bassin de talents afin de préparer nos employés à répondre aux besoins futurs de l'entreprise

Réalisations :

- Lancement de deux programmes de leadership, un pour les dirigeants et un autre pour les superviseurs de première ligne, conformément aux modules de leadership de Lactalis, et mettant l'accent sur des compétences telles que la rétroaction, la délégation et la collaboration
- Lancement de l'Académie de maintenance nord-américaine, un programme de 24 mois visant à accroître les capacités techniques et la collaboration entre les équipes de maintenance et de production au moyen d'un apprentissage en classe et virtuel
- Lancement de l'Académie commerciale, qui a accueilli 80 participants au cours de sa première année, et qui a pour objectif d'améliorer les compétences en matière de narration, de négociation et de gestion des clients, à l'aide d'accompagnement

Prochaines étapes :

- Lancer l'Académie du yogourt en 2026 pour continuer à développer l'expertise technique et les connaissances de l'industrie
- Développer un programme pour la haute direction conforme à la planification de la relève et aux données sur l'examen des employés pour améliorer les capacités de leadership de l'entreprise et la préparation au perfectionnement

FAITS SAILLANTS DE 2025



38 831

heures consacrées à la formation par un formateur



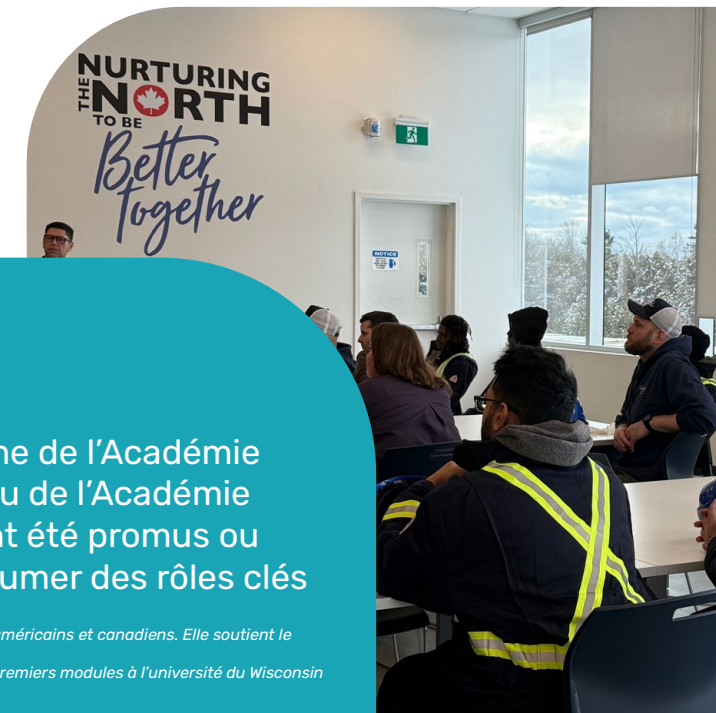
100 %

des employés en contact avec les clients ont suivi la formation sur le Code de conduite pour le secteur des produits d'épicerie avant sa mise en œuvre en juin 2025



32

employés ont obtenu un diplôme de l'Académie industrielle nord-américaine⁵ ou de l'Académie du fromage⁶ depuis 2019; 15 ont été promus ou nommés successeurs pour assumer des rôles clés



5. Académie industrielle nord-américaine : Lancée en 2019, l'Académie industrielle nord-américaine est axée sur le renforcement de notre bassin de talents dans le domaine de la fabrication grâce au développement de compétences clés sur les sites américains et canadiens. Elle soutient le déploiement du modèle industriel du Groupe Lactalis et assure une compréhension uniforme des normes de Lactalis relatives à l'exploitation et à la gestion des usines.

6. Académie du fromage : Conçue pour les responsables de la production, de la qualité, et de la recherche et du développement, ce programme permet d'acquérir une expertise technique dans la fabrication de fromage et l'amélioration continue. Les premiers modules à l'université du Wisconsin mettent l'accent sur l'amélioration des connaissances des principes fondamentaux et des paramètres clés de la production.

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 favorisent une culture de responsabilisation et de prévention



Objectifs :

- Mettre en œuvre un système certifié et intégré de santé, de sécurité et de prévention des pertes dans l'entreprise d'ici 2030 en se basant sur des pratiques exemplaires reconnues
- Instaurer une solide culture de sécurité à l'échelle de l'organisation en mettant en place des systèmes de gestion de la sécurité normalisés, transparents et en constante amélioration

Réalisations :

- Augmentation des performances en matière de santé et de sécurité au niveau du site en ciblant les zones à risque élevé et en améliorant les processus de signalement des incidents, d'enquête et de mesures correctives
- Renforcement de l'engagement de la direction et de la première ligne en matière de sécurité, en réalisant 90 % des interactions de sécurité dans le cadre du module sur le manuel d'ESS, avec un objectif de 100 % d'ici 2027; cela a permis d'encourager des comportements proactifs en matière de sécurité, de favoriser la culture de sécurité et d'accroître la participation à tous les niveaux de l'organisation

Prochaines étapes :

- Poursuivre l'élaboration de notre feuille de route de santé et de sécurité conformément aux piliers de santé et de sécurité et aux lignes directrices en matière de prévention des pertes du Groupe Lactalis
- Intégrer les considérations de santé, de sécurité et de prévention des pertes dans tous les projets afin de mieux repérer et gérer les risques, de protéger les personnes et les actifs, et de soutenir la résilience opérationnelle à long terme sur tous les sites

Cibles :

- Réaliser au moins 80 % des améliorations potentielles en santé et en sécurité indiquées chaque année dans notre manuel d'ESS (environnement, santé et sécurité), notre guide interne sur les améliorations continues en matière de santé et de sécurité

✓ Atteinte



À L'HONNEUR



**RISE
AWARDS**
BY BC FOOD & BEVERAGE
2025 WINNER

L'USINE DE DELTA, EN COLOMBIE-BRITANNIQUE, RÉCOMPENSÉE POUR SON EXCELLENCE EN MATIÈRE DE SANTÉ ET DE SÉCURITÉ

Notre usine de Delta, en Colombie-Britannique, a reçu le prix « Outstanding Workplace – Health and Safety Direct Award » pour 2025 lors de la cérémonie annuelle des Rise Awards organisée par BC Food & Beverage. Cette reconnaissance reflète notre engagement constant en faveur de la santé et de la sécurité des employés, de pratiques innovantes et d'une culture d'entreprise fortement axée sur les personnes.



COLLECTIVITÉS

ENGAGEMENT 1 :

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



Objectifs :

- Nouer et entretenir des relations positives en tant que voisin, partenaire et employeur de confiance dans les collectivités dans lesquelles nous œuvrons partout au Canada



FAITS SAILLANTS DE 2025



3,4 M\$

en investissement communautaire total⁸



404 000 \$

Contribution de 404 000 \$ au Fonds d'enrichissement communautaire de Lactalis Canada⁹



125 +

Soutien de plus de 125 organismes de bienfaisance et programmes communautaires à l'échelle nationale grâce au Fonds d'enrichissement communautaire de Lactalis Canada

Réalisations :

- Élaboration de la stratégie communautaire de Lactalis Canada axée sur cinq domaines : les collectivités, les partenariats philanthropiques, les marques « pour le bien », les dons de produits et les initiatives des parties prenantes
- Amélioration de la compréhension des employés de notre chaîne d'approvisionnement de la ferme à la table grâce à la journée d'exploration laitière, au cours de laquelle des employés d'Ingleside et de Winchester, en Ontario, se sont réunis pour une visite éducative à Thurler Farms et une activité communautaire à la Winchester Community Food Share, où ils ont aidé à préparer des repas et remis un don par l'intermédiaire du Fonds d'enrichissement communautaire de Lactalis Canada
- Adoption de l'application Bouffe Récup dans le cadre d'un programme pilote avec Deuxième Récolte à notre centre de distribution d'Oshawa, en Ontario

Prochaines étapes :

- Continuer à faire progresser la stratégie communautaire de Lactalis Canada au sein de tous les sites et de toutes les fonctions
- Développer le Fonds d'enrichissement communautaire de Lactalis Canada en permettant aux comités menés par les sites de renforcer les relations avec les parties prenantes locales
- Élargir le programme Lactalis Canada dans la communauté en organisant des événements à Granby (Québec) et à Ingleside (Ontario)



8. Cet investissement communautaire total de 3,4 millions de dollars correspond à la valeur cumulée de toutes les contributions de Lactalis Canada à la communauté en 2025, qu'il s'agisse de dons en espèces, de dons de produits, de partenariats ou d'initiatives communautaires.
9. Fonds propre au site qui permet aux employés de soutenir des programmes communautaires conformes à l'objectif de Lactalis Canada.

LACTALIS CANADA FONDS D'ENRICHISSEMENT COMMUNAUTAIRE À TRAVERS LE PAYS



À L'HONNEUR

next VENTURES

LES IDÉES ESG DANS LE CADRE DE NEXT VENTURES

Pour la quatrième édition de NEXT Ventures¹⁰, les employés de Lactalis Canada ont soumis 110 idées ESG portant sur la réduction des déchets, l'économie circulaire, les emballages durables, l'énergie renouvelable, l'engagement des employés, l'innovation numérique et l'incidence communautaire. community impact.



IDÉE GAGNANTE : « LES PROCHAINES ÉTAPES - DÉVELOPPEMENT DU POTENTIEL ET OBJECTIF »

La présentation gagnante de cette année est axée sur l'établissement d'un partenariat avec un organisme de soutien communautaire, afin d'offrir aux jeunes vulnérables des possibilités de perfectionnement des compétences et d'expérience professionnelle enrichissante au sein de Lactalis Canada. Cette initiative vise à soutenir l'autonomisation des jeunes tout en favorisant notre engagement communautaire et notre incidence sociale à long terme.

10. NEXT Ventures est un programme d'innovation de Lactalis Canada axé sur la réflexion prospective et tirant parti de l'externalisation ouverte dans le cadre duquel les employés de l'ensemble de l'organisation soumettent des idées novatrices sur un thème commun.

COLLECTIVITÉS

ENGAGEMENT 2 :

Créer et entretenir de solides partenariats d'entreprise et de marque « pour le bien » avec des organisations, des établissements et des groupes d'intérêt clés



Objectifs :

- Soutenir le bien-être des jeunes et des collectivités grâce à des partenariats philanthropiques de longue date avec Jeunesse, J'écoute et The Grocery Foundation
- Tirer parti de la portée de nos marques « pour le bien » afin de faire connaître et de soutenir les initiatives communautaires

Réalisations :

- Renforcement constant de notre partenariat de longue date avec Jeunesse, J'écoute en soutenant la santé mentale des jeunes grâce à des dons en argent et à des initiatives de sensibilisation à la ligne d'écoute téléphonique sur nos emballages de marques iÖGO, iÖGO nanö, Astro, Olympic, siggi's et Beatrice
- Partenariat avec The Grocery Foundation par l'intermédiaire de nos marques Beatrice, Ficello, Cracker Barrel, Astro et iÖGO pour offrir des collations et des déjeuners nutritifs aux enfants d'âge scolaire dans le cadre de programmes pour la rentrée scolaire et du programme Créons de joyeux p'tits bedons
- Lancement de la bourse Compagnon culinaire de Lactalis en partenariat avec WeCare pour soutenir les étudiants en cuisine handicapés
- Lancement de la cinquième édition de l'initiative communautaire « P'tits Projets pas si P'tits »

Prochaines étapes :

- Renforcer les partenariats existants tout en cherchant de nouvelles occasions de favoriser le bien-être des jeunes, de lutter contre l'insécurité alimentaire et de bâtir des communautés résilientes
- Poursuivre la remise de dons de produits en nature aux banques alimentaires canadiennes, notamment en étendant notre partenariat avec Deuxième Récolte à l'ensemble des centres de distribution
- Encourager les dons de charité des employés par l'intermédiaire d'un nouveau programme de reconnaissance Alberta et de récompense des employés

FAITS SAILLANTS DE 2025



812 246

Dons de 812 246 litres ou kilogrammes de produits dans le cadre de (ajouter les campagnes de marque)



6,8M

Dons de 6,8 millions de repas remis partout au Canada



130 000 \$

Dons de 130 000 dollars et de plus d'une tonne de yogourt Olympic remis à des banques alimentaires canadiennes et à des associations d'agriculture biologique de l'Ouest canadien



À L'HONNEUR

L'ACHAT LOCAL : SOUTIEN DES PRODUCTEURS LAITIERS CANADIENS ET DES COLLECTIVITÉS LOCALES

En 2025, Lactalis Canada a consolidé son engagement envers les producteurs laitiers canadiens, la fabrication locale et les chaînes d'approvisionnement nationales en menant la campagne nationale Achetez canadien, y compris en élaborant un Guide de produits d'épicerie pour aider les consommateurs à repérer les produits fabriqués au Canada. Cette initiative a été complétée par la campagne So Canadian d'Astro célébrant l'héritage de la marque avec des emballages à édition limitée, une murale sur le toit reflétant le thème canadien, ainsi qu'un engagement de la communauté et du gouvernement à notre usine de fabrication de yogourt d'Etobicoke, en Ontario.

SO CANADIAN YOU HAVE TO BE HERE TO EAT IT.

ONLY AVAILABLE IN CANADA SINCE 1952.



GUIDE DE PRODUITS D'ÉPICERIE ACHÉTEZ CANADIEN DE LACTALIS CANADA

Lactalis Canada est fière de fabriquer des produits sûrs, de haute qualité, nutritifs et savoureux, ici même au Canada. Notre engagement envers l'excellence revient aux Canadiens de profiter de notre vaste gamme de fromages, de beurres et produits de yogourts, de lait, de crèmes, de desserts et plus encore, disponibles chez les détaillants à l'échelle nationale sous nos marques emblématiques, notamment Cracker Barrel, Black Diamond, P'tit Québec, Balderson, Cheesering, Kéfilon, Astro, Khao, IGGI, IGGI nano, Olympic, Lactancia, Beatrice, BIT, Enjoy! et Marie Marin Canada. Nous sommes profondément engagés à enrichir et à soutenir la vie des Canadiens, notamment en soutenant les agriculteurs, les clients, les partenaires, les fournisseurs canadiens, ainsi que les communautés locales. Pour en savoir plus, visitez le site www.lactalis.ca.

SEGMENT DE PRODUITS	MARQUE(S)	MADE IN CANADA	100% NATUREL
FROMAGE			
Blanc de fromage	Cracker Barrel®, Black Diamond®, Cabon®, P'tit Québec®	✓	✓
Fromage râpé	Cracker Barrel®, Black Diamond®, P'tit Québec®	✓	✓
Fromage naturel en tranches	Cracker Barrel®, Black Diamond®, P'tit Québec®	✓	✓
Fromage fondu en tranches	Black Diamond®	✓	✓
Fromage à grignoter - Adjuvés (sauf combos)	Cracker Barrel®, Black Diamond®, P'tit Québec®	✓	✓
Fromage à grignoter - Enfants	Cheesering®, «MOGO!»	✓	✓
Fromage râpé - Ambiant	Kraft® Parmesan®	✓	✓
BEURRE ET MARGARINES			
Beurre	Beatrice®	✓	✓
Beurre	Lactancia®	✓	✓
Fromage à la crème	Lactancia®, Parkay®	✓	✓
Margarine	Lactancia®, Parkay®	✓	✓
FROMAGE FIN (ÉPICERIE FINE)			
Cheddar en bloc, râpé, en tranches, à tartiner	Balderson®	✓	✓
LAIT			
Régulier	Beatrice®	✓	✓
Filtré, ultra-filtré, sans lactose	Lactancia®, Beatrice®	✓	✓
Biologique	Lactancia®, Olympic®	✓	✓
Lait au chocolat	Lactancia®, Beatrice®	✓	✓
Babeurre	Beatrice®	✓	✓
Crème	Lactancia®	✓	✓
Lait frappé	Lactancia®, BIT®	✓	✓
Lait de poule	Beatrice®	✓	✓
YOGOURT ET LAIT DE CONSOMMATION			
Naturel et aromatisé	Astro, IGGI, IGGI nano, IGGI®, Olympic®, Khao®,	✓	✓
À boire	IGGI nano®, Olympic®	✓	✓
Biologique	Olympic®	✓	✓
Crème sure	Beatrice®, Olympic®	✓	Prochainement!
Fromage cottage	Beatrice®	✓	Prochainement!
DESSERTS			
Mousse, entremets, Crème de dessert, Chèesecake	Marie Marin®	✓	Prochainement!
BOISSONS À BASE DE PLANTES			
Avoine, amande, noisette, noix et avoine	Enjoy!	✓	✓
Soja	Sensational Soy	✓	✓

Fabriqué au Canada - 100% produit et emballé au Canada. Tous les ingrédients sont d'origine canadienne. Les ingrédients naturels sont d'origine canadienne. Les ingrédients naturels sont d'origine canadienne. Les ingrédients naturels sont d'origine canadienne.





PRODUITS ET TERROIRS



SALUBRITÉ DES ALIMENTS ET QUALITÉ DES PRODUITS

Forts d'une histoire s'étalant sur plus de 140 ans, nous nous engageons à enrichir et à soutenir la vie des Canadiens en produisant des produits laitiers dignes de confiance, nutritifs et savoureux, tout en étant guidés par des normes de qualité et de salubrité des aliments rigoureuses, appliquées de façon cohérente à l'ensemble de nos activités.



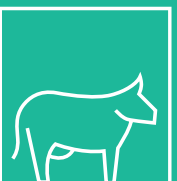
DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS

Nous accordons de l'importance à la santé et au bien-être des Canadiens, et nous souhaitons leur offrir des produits laitiers nutritifs et de haute qualité, fabriqués à partir d'ingrédients clairement identifiables. Dans la mesure du possible, nous accordons la priorité aux ingrédients peu transformés¹¹ et dont l'origine est conforme aux normes reconnues en matière de santé et de développement durable.



BIEN-ÊTRE ANIMAL

Nous nous engageons à bâtir une entreprise responsable et durable qui a une incidence positive sur nos employés, nos clients, nos partenaires, nos fournisseurs et nos collectivités. Cet engagement comprend le respect de normes ambitieuses en matière de bien-être animal, et la promotion de soins et de traitements responsables à l'égard des vaches laitières et des poules pondeuses tout au long de la chaîne de valeur.



11. Aliments dont la salubrité et la qualité nutritionnelle n'ont pas été modifiées de façon importante, selon les lignes directrices de l'Agence canadienne d'inspection des aliments sur les procédés entraînant un minimum de modifications.

SALUBRITÉ DES ALIMENTS ET QUALITÉ DES PRODUITS

ENGAGEMENT 1 :

Assurer la salubrité des aliments et la conformité réglementaire pour offrir aux Canadiens des marques et des produits de confiance



Objectifs :

- Respecter les réglementations applicables en matière de salubrité des aliments et opérer conformément aux normes de gestion de la salubrité des aliments internationalement reconnues
- Améliorer continuellement les méthodes de travail, les pratiques d'assainissement et les équipements afin de réduire les risques liés à la salubrité des aliments

Cibles :

- Certification GFSI (Initiative mondiale de salubrité des aliments) pour 100 % des installations de fabrication de Lactalis Canada d'ici 2025
- Certification GFSI pour 100 % des fournisseurs de Lactalis Canada d'ici 2030
- Achèvement à 100 % de notre programme en ligne de détection des matières étrangères d'ici 2029 (nouvelle cible)

✓ Atteinte

⋯ En cours

⋯ En cours

Réalisations :

- 100 % des centres de distribution ont été audités par une tierce partie et certifiés pour avoir de bonnes pratiques d'hygiène (salubrité des aliments)¹² selon les exigences des normes d'AIB ou de GFSI
- Cinq lignes de production supplémentaires ont été équipées avec une technologie de rayons X ou de détection de métal pour renforcer les contrôles relatifs aux matières étrangères et soutenir la qualité des produits
- Une plateforme numérique a été mise en place pour gérer les événements de non-conformité, l'analyse des causes profondes et les flux de travail des actions correctives et préventives, améliorant ainsi la traçabilité et le délai d'intervention

Prochaines étapes :

- Faire avancer le programme en ligne de détection des matières étrangères, en visant un taux d'achèvement de plus de 50 % d'ici à la fin de 2026, grâce à des contrôles automatisés élargis
- Améliorer les capacités de traçabilité de bout en bout dans SAP afin de mieux identifier les produits non conformes et d'éviter la destruction inutile de produits
- Mener un projet pilote pour un nouveau système de gestion de l'information des laboratoires (SGIL) visant à renforcer la gouvernance des laboratoires, à améliorer la traçabilité des échantillons, à rationaliser la gestion des résultats et à réduire les processus manuels

FAITS SAILLANTS DE 2025



100 %

des usines ont la certification FSSC 22000 (GFSI)



97 %

des ingrédients proviennent d'installations de fournisseurs de niveau 1 qui ont la certification GFSI



83 %

des emballages en contact direct avec les aliments proviennent d'installations de fournisseurs qui ont la certification GFSI

12. Normes consolidées pour les centres de distribution alimentaire – AIB International, Inc.

SALUBRITÉ DES ALIMENTS ET QUALITÉ DES PRODUITS

ENGAGEMENT 2 :

Fournir des produits et des services de haute qualité qui contribuent à la satisfaction des consommateurs et des clients

2



3



9



12



Objectifs :

- Vérifier continuellement les produits fondamentaux¹³ par un contrôle régulier du goût et de la qualité dans le cadre du programme Passion du goût¹⁴
- Améliorer l'efficacité avec une « qualité au premier coup »¹⁵ pour réduire la destruction de produits

Cibles :

- Mettre en place des panels d'analyse sensorielle formés par des experts pour 100 % des nouveaux produits fondamentaux d'ici à 2027



En cours

Réalisations :

- Lancement d'un nouveau centre d'appel pour les consommateurs en partenariat avec AnswerPlus, un fournisseur de services canadien, afin d'améliorer la réactivité et le soutien aux consommateurs
- Application du processus de qualité dans la conception¹⁶ à des projets d'innovation majeurs, en intégrant des considérations relatives à la qualité et à la salubrité des aliments tout au long de l'élaboration

Prochaines étapes :

- Terminer le déploiement du programme de panels d'analyse sensorielle formés par des experts pour les produits fondamentaux afin de surveiller étroitement la qualité des produits à fort volume d'ici 2027
- Intégrer davantage le processus de qualité dans la conception dans les projets d'innovation afin de veiller à ce que les considérations relatives à la qualité et à la salubrité des aliments soient intégrées à chaque étape

FAITS SAILLANTS DE 2025



6

Six nouveaux panels formés à l'analyse sensorielle ont été mis en place dans les usines afin de permettre une évaluation cohérente du goût, de l'odeur et d'autres aspects sensoriels des produits fondamentaux



64 %

Diminution de 64 % des sacs qui fuient en magasin en 2025 par rapport à 2024, reflétant l'amélioration de la surveillance de la production et des contrôles de fabrication



¹³. Les produits fondamentaux sont des produits clés de la marque Lactalis ciblés comme étant prioritaires en fonction de leur importance sur le marché et de leur visibilité auprès des consommateurs.

¹⁴. Passion du goût est une initiative mondiale de Lactalis Canada qui place la qualité au cœur de notre culture de produits. Elle veille à l'excellence tout au long du cycle de vie du produit, du développement à la fabrication, et jusqu'à la consommation.

¹⁵. L'indicateur de « qualité au premier coup » est la mesure de la fréquence à laquelle un processus fournit un produit conforme à toutes les spécifications, normes et exigences du client sans corrections, ajustements ou retraitement.

¹⁶. Le processus de qualité dans la conception est une approche proactive qui intègre la salubrité des aliments et la qualité des produits dans les nouveaux produits et processus dès les premières étapes, en utilisant la collaboration interfonctionnelle, l'évaluation des risques et des normes de conception claires afin de veiller à fournir des résultats cohérents et fiables pour les consommateurs.

DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS

ENGAGEMENT 1 :

Améliorer nos produits en mettant l'accent sur des ingrédients simples et naturels¹⁷, promouvoir le rôle des produits laitiers dans une alimentation durable et équilibrée, et nous adapter à l'évolution des attentes des consommateurs



Objectifs :

- Évaluer notre gamme de produits par rapport aux seuils d'étiquetage sur le devant de l'emballage de Santé Canada¹⁸ pour le sucre et les gras saturés, et cibler les produits pouvant faire l'objet d'initiatives de réduction d'ici 2025
- Fournir des produits laitiers de haute qualité qui reflètent l'évolution des besoins et des préférences des consommateurs
- Transmettre des informations exactes, évaluées par des pairs, sur les bienfaits nutritionnels des produits laitiers afin de favoriser une prise de décision éclairée

Réalisations :

- Présentation d'une série de conférences internes sur la nutrition parlant des produits laitiers de manière positive et portant sur des sujets tels que les stratégies de nutrition du métabolisme relatives au GLP-1 et le rôle des produits laitiers dans la nutrition fondamentale et le vieillissement en bonne santé
- Lancement du lait frappé BFit à teneur élevée en protéines, sans sucre ajouté, sans lactose et sans colorants artificiels, en réponse aux préférences des consommateurs pour des options à teneur réduite en sucre

Prochaines étapes :

- Explorer les offres élargies de produits laitiers fonctionnels comprenant des produits probiotiques et des formulations riches en protéines adaptées aux personnes âgées, aux adultes et aux familles
- Soutenir le dialogue sur les politiques de santé au Canada en partageant des données évaluées par des pairs sur le rôle des produits laitiers dans la nutrition liée à l'âge



17. Naturel, comme défini par les Allégations relatives à la méthode de production sur les étiquettes des aliments – Gouvernement du Canada.
18. Selon l'Étiquetage nutritionnel de Santé Canada

DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS

ENGAGEMENT 2 :

Soutenir l'adoption d'ingrédients d'origine responsable pour répondre à l'évolution des attentes des consommateurs



Cibles :

- Atteindre un approvisionnement en œufs provenant à 100 % de poules élevées hors cage, conformément à la politique Bien-être animal du Groupe Lactalis¹⁹, d'ici 2025
- Veiller à ce que 100 % de notre approvisionnement en cacao n'ait pas contribué à la déforestation, conformément à la politique forêt du Groupe Lactalis²⁰, d'ici 2025
- Maintenir à 100 % la certification 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 Lactalis²¹

✓ Atteinte

✗ Non atteinte

✓ Atteinte

Réalisations :

- Transition de l'ensemble de l'approvisionnement en œufs de la marque Marie Morin vers des œufs de poules hors cage
- Renouvellement de la certification RSPO pour l'usine de Victoriaville, au Québec
- Lancement de la campagne d'engagement des employés « Des produits d'ici pour des moments d'ici », célébrant les produits emblématiques fabriqués au Canada, notamment Lactantia, Cracker Barrel, siggi's, IÖGO nanö et Ficello

FAITS SAILLANTS DE 2025



100 %

des œufs utilisés dans les produits de Lactalis proviennent désormais de poules hors cage²²



100 %

de l'huile de palme utilisée dans notre margarine provient de fournisseurs certifiés comme étant durables²³

À L'HONNEUR

LE RESPECT DE NOTRE ENGAGEMENT DE 2025 EN FAVEUR DES ŒUFS DE POULES HORS CAGE

En 2019, le Groupe Lactalis s'est engagé publiquement à éliminer tout approvisionnement en œufs de poules en cage (Code 3) dans le monde entier d'ici 2025.

Au Canada, cette transition pluriannuelle est désormais achevée. À la mi-année 2024, toutes les marques de Lactalis Canada s'étaient entièrement converties à l'approvisionnement en œufs de poules hors cage, à l'exception de la marque Marie Morin, nouvellement acquise en 2023.

À la suite de l'acquisition, les équipes d'approvisionnement se sont associées à deux fournisseurs canadiens pour obtenir des œufs de poules hors cage et harmoniser les pratiques d'approvisionnement avec les engagements du Groupe Lactalis pour le bien-être animal. Marie Morin a ainsi achevé sa transition vers des œufs provenant à 100 % de poules hors cage avant la fin de 2025, et l'ensemble de la gamme de produits canadienne respecte maintenant l'engagement mondial du groupe.

19. Politique Bien-être animal du Groupe Lactalis.

20. Politique forêt du Groupe Lactalis.

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

22. Certification de l'American Humane Society

23. Certification RSPO

BIEN-ÊTRE ANIMAL

ENGAGEMENT 1 :

Préconiser l'adoption, le déploiement et le renforcement de normes ambitieuses en matière de bien-être animal, en éliminant progressivement les pratiques les plus problématiques et en renforçant les pratiques exemplaires dans l'ensemble du secteur



Objectifs :

- Soutenir la recherche et les initiatives de l'industrie pour faire progresser la science sur le bien-être animal et trouver des solutions pratiques
- Participer aux initiatives nationales et mondiales, notamment le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage, le volet Bien-être animal de proActionMD des Producteurs laitiers du Canada et la Politique Bien-être animal du Groupe Lactalis, qui respecte les cinq libertés de l'Organisation mondiale de la santé animale
- Travailler en étroite collaboration avec nos partenaires de la chaîne de valeur pour :
 - prévenir la cruauté ou la négligence envers les animaux
 - respecter les réglementations applicables en matière de santé et de bien-être des animaux

Réalisations :

- Maintien de la politique stricte de tolérance zéro de Lactalis Canada à l'égard des mauvais traitements infligés aux animaux d'élevage
- Amélioration de la transparence et de l'engagement de l'industrie à l'aide d'un [balado](#) mettant en vedette Gilles Froment, vice-président principal, relations gouvernementales et industrielles, qui souligne l'importance de la confiance des consommateurs, de l'acceptabilité sociale et du rôle de proAction dans la responsabilisation du secteur laitier
- Poursuite de l'investissement dans l'expertise interne, en permettant à notre spécialiste du bien-être animal de suivre le module HoofSignals, qui vient s'ajouter au certificat CowSignals Master²⁴ obtenu en 2023
- Contribution aux pratiques fondées sur la science en tant que membre actif du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage, en soutenant les travaux en cours relatifs aux soins, au logement, à l'alimentation et aux pratiques d'élevage des animaux

Prochaines étapes :

- Soutenir l'adoption par le secteur de la mise à jour du Code de pratiques pour le soin et la manipulation des bovins laitiers, publié par le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage et qui servira de base à la prochaine version du volet Bien-être animal de proAction des Producteurs laitiers du Canada
- Appliquer les pratiques, les politiques et les codes les plus récents pour guider nos pratiques et nos programmes liés au bien-être animal, conformément à la Politique Bien-être animal du Groupe Lactalis, qui est en constante évolution²⁵



24. La formation CowSignals Master est un programme complet qui apprend aux participants à interpréter le comportement des vaches (signaux) afin d'améliorer le bien-être des animaux et la gestion de la ferme

25. Politique Bien-être animal du Groupe Lactalis

À L'HONNEUR

LA FICHE D'INFORMATION VACHES EN BONNE SANTÉ, FERMES DURABLES

En 2025, notre spécialiste du bien-être animal s'est associé à des experts du secteur, dont Steve Roche d'ACER Consulting, pour élaborer le document technique et la fiche d'information *Vaches en bonne santé, fermes durables*. Ces ressources mettent en évidence le lien entre la santé des troupeaux, la réduction des émissions, l'efficacité des ressources et la durabilité à long terme des exploitations agricoles. Elles ont été largement diffusées dans le secteur, notamment par l'intermédiaire de l'Association canadienne des vétérinaires bovins.

Fiche d'information
LA SANTÉ ET LA DURABILITÉ DES ANIMAUX

Messages à retenir

Des vaches en meilleure santé sont synonymes de réduction des émissions. Des vaches en meilleure santé produisent plus de lait et plus longtemps, ce qui réduit les émissions de gaz à effet de serre (GES) par litre de lait.

Les problèmes de santé courants augmentent les émissions. Des conditions comme la boiterie, la mammite et la cétose augmentent les émissions, car elles réduisent la production de lait et accroissent le besoin de traitement.

L'allongement de la durée de vie des vaches est un moyen de réduire l'utilisation des ressources. Des vaches en santé et qui vivent plus longtemps réduisent le besoin de remplacement, ce qui permet d'économiser des ressources, comme la nourriture et l'énergie. Cependant, la clé de l'agriculture durable, ce n'est pas seulement la longévité, c'est aussi la santé globale et la productivité.

La gestion de la santé est essentielle. Prévenir les maladies, détecter rapidement les problèmes et améliorer la santé et le bien-être des vaches permet aux agriculteurs d'accroître à la fois la durabilité et la rentabilité.

ENVIRONNEMENT
Les vaches en santé ont besoin de moins de nourriture, d'eau et d'énergie pour produire la même quantité de lait, ce qui réduit leur impact environnemental.

Moins de vaches malades signifie moins d'argent dépensé en traitement, une meilleure productivité et des vaches qui durent plus longtemps, ce qui permet d'économiser de l'argent à long terme.

DIMENSION SOCIALE
Maintenir les vaches en santé montre au public que les agriculteurs sont déterminés à adopter des pratiques responsables, ce qui est important pour les acheteurs conscients d'aujourd'hui.

LACTALIS CANADA

Comprendre les émissions dans la production laitière

La durabilité de l'environnement se concentre sur les émissions de GES, des gaz qui emprisonnent la chaleur dans l'atmosphère et contribuent aux changements climatiques. Ceux-ci comprennent le dioxyde de carbone (CO₂), le méthane (CH₄) et l'oxyde nitreux (N₂O).

LES ÉMISSIONS ABSOLUES
mesure la quantité totale de GES qu'une ferme produit sur une période donnée.

L'INTENSITÉ DES ÉMISSIONS
mesure les GES produits par unité de lait. Une ferme qui réduit ses émissions par litre est une ferme plus écologique.

Incidence de l'état de santé sur les émissions

Voici quelques exemples de l'effet de l'état de santé sur les émissions :

BOITÉRIE
Les vaches qui souffrent de problèmes de sabot, comme la dermatite digitale ou l'ulcère de sole, peuvent faire augmenter les émissions jusqu'à 7,8 % par kg de lait en raison de la baisse de production qu'elles entraînent et de traitements supplémentaires qu'elles nécessitent.

MAMMITE
La prévention de la mammite peut réduire les émissions produites par une vache de 6 %. La diminution de la mammite subclinique peut provoquer la réduction des émissions totales d'une ferme de 3,7 %.

CÉTOSE
Ce trouble métabolique chez la vache accroît les émissions de 2,3 % par cas parce qu'il réduit la production laitière et exige des soins supplémentaires.

Il est difficile de mesurer les émissions pour des conditions précises et de modéliser leur impact environnemental. Comme il s'agit d'un domaine d'études relativement nouveau, les recherches actuelles sont limitées, mais des efforts sont en cours pour accroître les connaissances.

Comment l'amélioration de la santé des vaches réduit les émissions

Les vaches en santé sont plus efficaces dans la production de lait, ce qui signifie qu'elles exigent moins d'énergie et moins de ressources. Voici quelques façons dont la santé des vaches influe directement sur les émissions :

REPRODUCTION. L'amélioration de la santé reproductive peut réduire les émissions en maximisant la période productive d'une vache durant son existence, en augmentant sa productivité et en réduisant les ressources consacrées aux animaux non productifs ou à l'élevage de vaches de remplacement.

GESTION DE JEUNES ANIMAUX D'ÉLEVAGE. Soigner les génisses de manière appropriée, notamment par la prise adéquate de colostrum et la prévention des maladies, les aide à devenir des vaches saines et productives. Cela réduit les coûts en minimisant le besoin de vaches de remplacement et en accélérant l'efficacité agricole.

MEILLEURE DIGESTION. Des vaches en meilleure santé digèrent la nourriture plus efficacement et produisent donc moins de méthane.

LACTALIS CANADA

Note technique
SANTÉ ET DURABILITÉ DES ANIMAUX

MESSAGES À RETENIR

- La durabilité englobe les aspects environnementaux, économiques et sociaux, qui profitent tous de l'amélioration de la santé animale.
- Les vaches en meilleure santé produisent moins d'émissions (émissions de gaz à effet de serre par unité de lait) en raison d'une utilisation de la nourriture et d'une digestion plus efficace et d'une meilleure productivité.
- Des conditions comme la boiterie, la mammite et la cétose augmentent les émissions, car elles réduisent la production de lait et exigent d'importantes ressources pour leur traitement.
- L'allongement de la durée de vie des vaches réduit le besoin de vaches de remplacement, qui exige beaucoup de ressources, mais l'objectif principal devrait être l'amélioration de la santé globale des vaches.
- Les vétérinaires et les conseillers peuvent aider à améliorer la santé des vaches par la prévention des maladies, le dépistage précoce et de meilleures pratiques de gestion, qui augmentent la durabilité et la rentabilité des fermes.

INTRODUCTION

La durabilité est un concept général englobant les facteurs environnementaux, économiques et sociaux (Purvis et coll., 2019). Si l'on aborde la durabilité au point de vue de la santé des animaux, il y a des avantages à améliorer cette santé dans chacun des trois piliers de la durabilité :

Pilier environnemental : Des vaches en meilleure santé contribuent à la durabilité environnementale de l'industrie laitière par une consommation plus faible de nourriture, d'eau et d'énergie pour produire la même quantité de lait.

Pilier économique : L'amélioration de la santé animale réduit les coûts de traitement, améliore la productivité et maximise le rendement des vaches tout au long de leur vie.

Pilier social : Assurer la santé et le bien-être des bovins laitiers démontre la résolution des producteurs à suivre des pratiques agricoles responsables, ce qui est important pour les consommateurs qui s'inquiètent de plus en plus des répercussions éthiques de leurs choix alimentaires.

Bien que la durabilité puisse sembler loin des conditions individuelles, comme la boiterie, le tableau d'ensemble montre que la gestion de la santé des vaches mène à des pratiques de conservation des ressources plus efficaces, qui profitent aux fermes, à l'environnement et à la société.

LACTALIS CANADA

PRINCIPAUX PROBLÈMES DE SANTÉ AYANT UNE INCIDENCE SUR LES ÉMISSIONS

Le tableau ci-dessous résume la documentation sur les principaux problèmes de santé qui ont une incidence sur les émissions de GES dans les fermes laitières. Les chercheurs qui ont réalisé les études ont tenté de quantifier les émissions concernant des conditions particulières et de modéliser plus clairement l'impact environnemental de l'amélioration de la santé animale selon la condition. Il s'agit d'un domaine relativement nouveau dont les études se heurtent des limites quant aux données utilisables pour leurs modèles. Elles se servent souvent de données propres à une seule ferme ou à une seule race de vache.

Condition	Résumé des résultats	Description de l'étude	Références
Boiterie	Les émissions de GES ont augmenté de 1,3 % par cas de lésion podale.	<ul style="list-style-type: none"> Utilisation d'un modèle stochastique dynamique pour estimer les pertes de production et d'une ACV pour quantifier les effets des GES. Il s'agit d'une moyenne de l'impact de la dermatite digitale, de la maladie de la ligne blanche et des ulcères de la sole. Le modèle a été appliqué à une ferme laitière néerlandaise. 	Mostert et coll., 2018b
La boiterie a augmenté les émissions par kg de lait produit de 0,7 à 7,8 %.	<ul style="list-style-type: none"> Utilisation des moyennes du Royaume-Uni et des vaches Holstein dans le scénario de modélisation. Utilisation d'une ACV pour évaluer l'impact environnemental. 	Chen et coll., 2016	
Mammite	La prévention d'un cas de mammite clinique peut réduire les émissions de GES d'une vache de 6,2 %.	<ul style="list-style-type: none"> Le modèle a simulé le retrait aléatoire de vaches du troupeau, mais pas les décisions de réforme en fonction de la production de lait ou de la gravité de la mammite clinique. Modèle d'une ferme laitière néerlandaise. Utilisation d'un modèle stochastique dynamique pour estimer les pertes de production et d'une ACV pour quantifier les effets des GES. 	Mostert et coll., 2019
Mammite subclinique	Les émissions totales d'une ferme ont diminué de 3,7 % lorsque la numération des cellules somatiques est passée de 800 000 à 50 000 cellules/mL.	<ul style="list-style-type: none"> Modélisation selon une ferme laitière norvégienne moyenne. Combinaison d'un modèle de programmation dynamique axé sur la maximisation des profits par vache lors des décisions de remplacement et d'un modèle de GES (HoloNor). 	Oskan Güzatı et coll., 2018
Les cas de mammite sub-clinique ont augmenté les émissions de GES de 2 % par kg de lait produit.	<ul style="list-style-type: none"> Modélisation selon une ferme laitière norvégienne. La répartition des émissions de GES pour les valeurs de production n'est pas claire; seule la modification du carbone dans le sol est indiquée. Combinaison d'un modèle de programmation dynamique et d'un modèle de GES (HoloNor). 	Oskan et coll., 2015	

LACTALIS CANADA

À L'HONNEUR

PRÉSENTATION DU LOGO DE LA VACHE BLEUE

En tant que transformateur laitier national de premier plan, Lactalis Canada a commencé à adopter le logo de la vache bleue en 2018 et continue d'étendre son utilisation à des centaines de laits, de crèmes, de fromages et de yogourts sous les marques Balderson, Beatrice, Black Diamond, Ficello, Cracker Barrel, P'tit Québec, Astro, IÖGO, IÖGO nano, Khaas, Olympic et siggi's.

Lorsque les consommateurs voient ce logo, qui est associé à l'initiative proAction des Producteurs laitiers du Canada, ils peuvent être sûrs que le lait utilisé dans ces produits 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 guidance environnementale.



Les produits de Lactalis Canada portant le logo génèrent environ 500 millions d'impressions par an.



26. Les offices provinciaux de mise en marché du lait au Canada (par exemple, Dairy Farmers of Ontario, Alberta Milk et Les Producteurs de lait du Québec) opèrent dans le cadre d'un système national de gestion planifiée de l'offre afin de réguler la production, de fixer les quotas des producteurs et d'établir les prix pour certains segments du marché.

APPROVISIONNEMENT EN LAIT AU CANADA

En 2025, nous nous sommes procuré 2,2 milliards de litres de lait cru auprès de plus de 2000 fermes laitières de taille moyenne au Québec, en Ontario, au Manitoba, en Alberta et en Colombie-Britannique, en travaillant en collaboration avec les offices provinciaux de mise en marché du lait²⁶. Nos relations de longue date avec les producteurs laitiers canadiens contribuent à assurer un approvisionnement stable et de haute qualité tout en soutenant les communautés agricoles locales.



RÉDUCTION DU GASPILLAGE

En 2025, Lactalis Canada a réussi à réduire de 16 % le volume de sous-produits (notamment le lactosérum, le perméat et le babeurre) envoyés aux déchets. Ce résultat s'ajoute à la réduction record de 8 % obtenue en 2024. Les pratiques exemplaires de l'industrie, la collaboration interfonctionnelle, les améliorations opérationnelles et les efforts accrus pour valoriser les sous-produits ont tous contribué à ce progrès. Maximiser l'utilisation des composants du lait reste au cœur de nos engagements en matière de développement durable, et nous continuons à nous concentrer sur la réduction du gaspillage tout au long de la chaîne de valeur.



LA TERRE ET SES RESSOURCES



ÉNERGIE ET CARBONE

Chez Lactalis Canada, nous nous efforçons de contribuer à un avenir où les émissions sont réduites. La collaboration sera essentielle pour relever un défi de cette ampleur, et nous continuerons à travailler avec les parties prenantes tout au long de la chaîne de valeur pour concevoir et mettre en œuvre des solutions visant à réduire les émissions de carbone et à améliorer la performance énergétique.



TRANSPORT ET ENTREPOSAGE

Nous nous engageons à offrir des produits laitiers nutritifs aux Canadiens à travers le pays de manière efficace et responsable. Nos activités s'étendent sur 30 sites dans 5 provinces, et nous continuons à travailler pour réduire les émissions de carbone associées à nos activités de transport et d'entreposage.



ÉCONOMIE ET EMBALLAGE CIRCULAIRES

Notre objectif est de passer à des solutions d'emballage plus circulaires et responsables. Nous reconnaissons qu'un emballage adapté va protéger nos produits, favoriser une expérience positive pour les consommateurs et contribuer à réduire l'incidence sur l'environnement.



DÉCHETS

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



EAU

L'eau est une ressource naturelle essentielle qui est indispensable à nos activités. Nous nous concentrons sur la réduction de la consommation d'eau, l'amélioration de la qualité des eaux usées et la gestion des risques de non-conformité grâce à une surveillance structurée et à des pratiques responsables. Nous soutenons l'amélioration continue en ce qui concerne la manière dont nous mesurons, gérons et économisons l'eau dans l'ensemble de nos installations.



ÉNERGIE ET CARBONE

ENGAGEMENT 1 :

Accélérer la transition vers un avenir carboneutre en réduisant l'intensité énergétique au Canada et en contribuant à atteindre les objectifs de réduction des gaz à effet de serre (GES) de portée 1 et 2 du Groupe Lactalis dans le cadre de son engagement envers la Science-Based Targets initiative (SBTi)



Objectifs :

- Adopter de nouvelles technologies qui décarbonisent nos processus de fabrication
- Accroître l'efficacité énergétique en veillant à ce que les installations fonctionnent avec des équipements très performants, notamment des technologies de récupération d'énergie²⁷

Réalisations :

- Partenariat avec SOFIAC pour des projets de décarbonisation d'une valeur de 10 millions de dollars, dont la construction est en cours aux installations de Victoriaville et de Laverlochère, au Québec
- Mise en service d'une nouvelle chaudière à haut rendement dans notre usine de Winchester, en Ontario, améliorant la fiabilité opérationnelle et réduisant l'intensité énergétique dans le cadre de nos efforts continus en matière de développement durable

Prochaines étapes :

- Lancer un système d'information de gestion de l'énergie (SIGE) à l'usine de Brampton, en Ontario, afin d'améliorer la visibilité en temps réel de la consommation énergétique et de soutenir la prise de décision fondée sur des données
- Mettre en place des systèmes avancés de pompes à chaleur et de récupération de la chaleur à l'usine de Granby, au Québec, afin de capter la chaleur résiduelle et d'optimiser l'efficacité thermique; ces améliorations devraient réduire la dépendance aux sources d'énergie fossiles et pourraient réduire les émissions de GES d'environ 360 tonnes métriques par an

FAITS SAILLANTS DE 2025



8,1 %

Réduction de 8,1 %
de l'intensité énergétique
totale par rapport au niveau
de référence de 2019

27. Technologies qui capturent et réutilisent l'énergie résiduelle provenant des procédés industriels, comme la chaleur, la vapeur ou la pression excédentaires.



À L'HONNEUR

LE PARTENARIAT AVEC SOFIAC POUR LA DÉCARBONISATION EN 2025

Lactalis Canada a mis en place un partenariat de décarbonisation de 10 millions de dollars avec SOFIAC pour soutenir les mises à niveau apportées à nos installations de Victoriaville et de Laverlochère, au Québec.

Entièrement financée par le modèle clé en main de SOFIAC, l'initiative déploie des technologies d'électrification et d'économie d'énergie à haut rendement qui devraient permettre de réduire la consommation énergétique d'environ 11 % et les émissions de gaz à effet de serre d'environ 28 %.

Le projet comprend une stratégie de gestion des pointes de demande en hiver de 1,6 MW afin de renforcer l'efficacité opérationnelle et la performance énergétique.

Ensemble, ces mesures devraient permettre de réduire les émissions de l'équivalent d'environ 1700 véhicules de tourisme par an, soutenant ainsi la poursuite des progrès vers un avenir où les émissions sont réduites.

Une réduction prévue de

28 %

des émissions de gaz à effet de serre sur les sites de Victoriaville et de Laverlochère

TRANSPORT ET ENTREPOSAGE

ENGAGEMENT 1 :

Réduire les émissions de gaz à effet de serre dans les activités de transport et d'entreposage en optimisant la façon dont nous transportons et distribuons nos produits sur le marché



Objectifs :

- Utiliser une combinaison de méthodes de transport, y compris le transport intermodal²⁸, pour améliorer l'efficacité de la distribution
- Optimiser l'utilisation des camions, des remorques, des moyens de transport et des itinéraires pour réduire la consommation de carburant
- Améliorer l'efficacité énergétique dans l'ensemble de nos activités d'entreposage

Targets:

- Réduire les émissions de GES liées aux transports de 30 % d'ici 2027 et de 60 % d'ici 2033 (par rapport au niveau de référence de 2019)

En cours

Réalisations :

- Intégration d'une conception et d'équipements écoénergétiques dans notre usine d'Oshawa, en Ontario, réduisant considérablement la consommation d'électricité et s'appuyant sur des systèmes avancés de réfrigération, de récupération de chaleur, d'isolation, de manutention et d'éclairage
- Mise à l'essai de notre premier camion électrique sur un itinéraire de livraison directe au magasin (LDM) en Ontario, en partenariat avec un transporteur; lorsqu'il fonctionnera à plein rendement en 2026, le camion devrait réduire les émissions d'environ 100 t éq. CO₂ par année, soutenant ainsi la réduction des émissions de la distribution sur le dernier kilomètre et les efforts de réduction de portée 3
- Lancement d'un programme de remorques réfrigérées hybrides rechargeables au centre de distribution de Mississauga, en Ontario, avec l'installation de 5 stations hybrides électriques pour éliminer l'utilisation de la réfrigération au diesel pour les UGS à long temps de séjour; au cours des 40 premières semaines, l'initiative a permis d'éviter 78 t éq. CO₂ et de réduire la consommation de diesel

Prochaines étapes :

- Évaluer les nouvelles occasions pour les camions électriques sur les marchés disposant de l'infrastructure et de la capacité opérationnelle nécessaires pour soutenir l'électrification des parcs
- Installer des prises pour les remorques réfrigérées hybrides à notre usine d'Oshawa, en Ontario, et étudier la possibilité d'installer des panneaux solaires sur les toits pour produire de l'électricité sur place
- Évaluer un projet de remorque réfrigérée hybride à notre usine de Montréal, au Québec, afin de remplacer les unités au diesel et de réduire davantage les émissions, d'améliorer la qualité de l'air, de réduire les coûts d'exploitation et de soutenir le bien-être de la communauté



FAITS SAILLANTS DE 2025



Lauréat du prix Impact 2025 de Canadian Grocer (catégorie Durabilité) pour la conception durable de notre centre de distribution d'Oshawa, en Ontario

28. Transport de marchandises, y compris le transport par route et par chemin de fer, pour transporter des biens sur de longues distances.

ÉCONOMIE ET EMBALLAGE CIRCULAIRES

ENGAGEMENT 1 :

Mettre en œuvre notre approche du juste emballage pour réduire la quantité d'emballage perdu utilisé par format d'emballage (intensité d'emballage) grâce à l'écoconception et à l'optimisation de l'emballage



Objectifs :

- Évaluer les emballages de vente au détail en fonction des règles d'or de la conception des emballages en plastique du Pacte canadien sur les plastiques^{29 30}
- Optimiser les performances de l'emballage par des initiatives de sélection responsable des matériaux et d'allègement, dans la mesure du possible

Cibles :

- Analyser 100 % des emballages actuels de produits fondamentaux³¹ et toutes les innovations futures en matière d'emballage à l'aide d'un outil d'écoconception d'ici 2025 tool by 2025



Atteinte

Réalisations :

- Réalisation de toutes les évaluations de 2025 avec l'outil d'écoconception pour les projets d'innovation et de refonte d'emballages, améliorant ainsi l'intégration des considérations de durabilité dans les décisions relatives aux emballages
- Conversion du pot noir de Balderson en un format entièrement recyclable en supprimant le manchon extérieur et en réduisant l'utilisation de matériaux avec l'allègement de l'emballage
- Identification d'une solution de papier parchemin compostable pour remplacer l'emballage en feuille d'aluminium de 45 millions de bâtonnets de beurre, réduisant ainsi le poids total de l'emballage de la gamme de produits de 4767 kg

Prochaines étapes :

- Soutenir les recherches de Santé Canada sur l'inclusion sûre de contenu recyclé dans les emballages alimentaires, y compris en soutenant les études sur la migration potentielle de la contamination, afin de contribuer à l'élaboration de futures solutions d'emballage circulaire tout en accordant la priorité à la sécurité des consommateurs
- Continuer à donner la priorité aux occasions de réduction de poids et aux initiatives d'emballages conçus pour être recyclables³² respectant les lignes directrices et les règles d'or de la conception des emballages en plastique de l'ARP (Association of Plastic Recyclers), y compris pour les applications potentielles dans les gammes de produits fromagers



The Chicago Athenaeum Museum for Architecture and Design a décerné un prix Good Design® de 2025 à la marque Krema pour son nouveau design d'emballage

FAITS SAILLANTS DE 2025



49 %

de nos emballages³³ en poids étaient consignés³⁴

29. Le Pacte canadien sur les plastiques est une initiative multipartite et précompétitive qui réunit des entreprises, des gouvernements et des ONG dans le but de faire progresser une économie circulaire pour les plastiques au Canada, en mettant l'accent sur l'élimination des déchets plastiques et l'amélioration de la conception, de la réutilisation et du recyclage des emballages.

30. Règles d'or de la conception des emballages en plastique (en anglais seulement)

31. Les produits fondamentaux sont des produits clés de la marque Lactalis ciblés comme étant prioritaires en fonction de leur 32. Conception pour le recyclage : Concevoir dès le départ des produits ou des emballages pour qu'ils soient faciles à recycler, en suivant les lignes directrices de l'ARP.

33. Y compris l'emballage primaire (qui contient directement le produit) et l'emballage secondaire (qui regroupe ou protège les emballages primaires pour la distribution ou la présentation au détail).

34. Emballage conçu et destiné à des utilisations multiples dans une chaîne d'approvisionnement en le renvoyant au producteur ou à une autre partie de la chaîne d'approvisionnement (par exemple, les caisses de lait qui sont renvoyées, nettoyées et réutilisées).

À L'HONNEUR



BALDERSON FAIT PROGRESSER L'EMBALLAGE CIRCULAIRE GRÂCE À LA REFONTE DES POTS DE FROMAGE À TARTINER

Conformément avec la règle d'or de conception n° 2 (Supprimer les éléments problématiques), nous avons redessiné le pot de 200 g de fromage à tartiner Balderson en passant d'un contenant en plastique noir à un contenant en plastique blanc, augmentant ainsi considérablement sa recyclabilité et soutenant un système d'emballage plus circulaire.

Pour respecter le concept du juste emballage de la Politique Emballages de Lactalis, nous avons également supprimé le suremballage en carton évitable du fromage à tartiner Balderson, réduisant ainsi au minimum l'intensité d'emballage en diminuant la quantité de matériaux d'emballage utilisés par article.



ÉCONOMIE ET EMBALLAGE CIRCULAIRES

ENGAGEMENT 2 :

Veiller à ce que les emballages soient fabriqués à partir de matériaux sûrs et durables et qu'ils soient conçus dans une logique de circularité



Cibles :

- Maintenir la certification d'approvisionnement durable³⁵ à 100 % pour les composants faits de papier vierge
- Atteindre une moyenne de 30 % de contenu recyclé³⁶ dans les emballages d'ici 2026
- Éliminer le PVC³⁷ de tous les emballages d'ici 2025
- Faire en sorte que 100 % des emballages de vente au détail soient recyclables (recyclables dans la pratique³⁸) d'ici 2030
- Faire en sorte que 100 % des emballages de vente au détail soient conçus pour être recyclables³⁹ d'ici 2025

✓ Atteinte

✓ Atteinte

✓ Atteinte

⋯ En cours

✗ Non atteinte

Réalisations :

- Analyse complète des solutions d'emballages conçus pour être 100 % recyclables pour 134 UGS de fromage, et mise en œuvre des changements d'emballage commençant au début de 2026
- Introduction d'étiquettes à manchon thermorétractable perforé sur les bouteilles de lait pour permettre aux consommateurs de les retirer plus facilement et pour améliorer la recyclabilité grâce à un tri plus efficace

Prochaines étapes :

- Faire passer 88 UGS de fromage aux formats d'emballage conçus pour être recyclables ciblés en 2025, en soutenant l'élimination progressive des matériaux non recyclables dans les catégories de fromage pour la vente au détail à fort volume
- Commercialiser une solution de film conçu pour être recyclable pour les fromages en portions et les fromages effilochables, remplaçant les formats multicouches difficiles à recycler
- Poursuivre la collaboration avec le secteur et l'évaluation technique pour soutenir une collecte et un recyclage efficaces du polystyrène
- Évaluer les possibilités d'incorporer du contenu recyclé après consommation dans d'autres applications d'emballage, y compris les sacs de lait extérieurs de 4 litres

FAITS SAILLANTS DE 2025



100 %

Atteinte de la cible pour l'emballage en papier 100 % recyclé ou provenant de sources durables



30

Transition de UGS vers des solutions conçues pour être recyclables



82 %

(en poids) de nos emballages sont conçus pour être recyclables

35. Les certifications d'approvisionnement durable comprennent la Sustainable Forestry Initiative et le Forest Stewardship Council.

36. Contenu recyclé en poids, y compris l'emballage primaire (qui contient directement le produit) et l'emballage secondaire (qui regroupe ou protège les emballages primaires pour la distribution ou la présentation au détail).

37. Le PVC (polychlorure de vinyle) est un type de plastique difficile à recycler et qui peut libérer des substances nuisibles à un recyclage efficace du plastique. Son retrait est conforme aux règles d'or de conception du Pacte canadien sur les plastiques, qui recommandent d'éliminer les matériaux problématiques afin d'améliorer la recyclabilité des emballages et de soutenir l'économie circulaire.

38. Recyclables dans la pratique : Les consommateurs ont accès à un système de collecte qui accepte ce produit ou cet emballage, conformément à la définition de l'ARP (Association of Plastic Recyclers).

39. Conception pour le recyclage : Concevoir dès le départ des produits ou des emballages pour qu'ils soient faciles à recycler, en suivant la définition de l'ARP.

ÉCONOMIE ET EMBALLAGE CIRCULAIRES

ENGAGEMENT 3 :

Sensibiliser les consommateurs et les employés pour les aider à boucler la boucle et à soutenir l'économie circulaire



Objectifs :

- Promouvoir une gestion responsable des déchets et des pratiques de recyclage
- Intégrer l'éducation sur le recyclage des emballages dans les équipes internes et les efforts de sensibilisation du public

Cibles :

- Viser à ce que 100 % des emballages de produits comportent des instructions claires sur la gestion des déchets inscrites sur l'emballage d'ici 2026
- Viser à ce que toutes les nouvelles conceptions d'emballages incluent des instructions claires sur la gestion des déchets inscrites sur l'emballage d'ici 2026



En cours



En cours

Réalisations :

- Poursuite de l'harmonisation des instructions sur la gestion des déchets inscrites sur l'emballage avec les lignes directrices des organismes de responsabilité des producteurs (ORP)⁴⁰ et des centres de tri afin de favoriser un bon recyclage de la part des consommateurs
- Vérification effectuée pour veiller à ce que les nouveaux emballages contiennent des informations claires sur la gestion des déchets, élaborées en consultation avec les OPR, afin de soutenir la conformité réglementaire et les pratiques de conception responsables
- Formation interne fournie sur la responsabilité élargie des producteurs (REP)⁴¹ et la circularité des emballages, en collaboration avec l'APR, qui a permis d'améliorer la compréhension des employés quant à l'évolution des exigences réglementaires et des considérations relatives à la recyclabilité

Prochaines étapes :

- Poursuivre la coordination avec les OPR et les centres de tri afin d'améliorer la clarté et la cohérence des instructions sur la gestion des déchets sur l'emballage
- Réviser et améliorer les instructions de recyclage sur les emballages de boissons afin d'assurer la compatibilité avec les processus de tri des centres de tri et d'améliorer les taux de captage des matériaux



FAITS SAILLANTS DE 2025



100 %

de nos UGS de produits liquides vendus au détail comportent des instructions sur la gestion des déchets inscrites sur l'emballage



100 %

de nos UGS de yogourts et de produits laitiers de culture vendus au détail, y compris ceux de Marie Morin, comportent des instructions sur la gestion des déchets inscrites sur l'emballage



8

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

40. Un organisme de responsabilité des producteurs est une société d'exploitation du système de recyclage qui gère le système de recyclage de la boîte bleue au nom de tous les producteurs.

41. La responsabilité élargie des producteurs est un processus par lequel tous les producteurs sont financièrement et administrativement responsables de la gestion des déchets d'emballages qu'ils mettent sur le marché et organisent leur gestion (collecte, tri, séparation des déchets, transfert et recyclage dans de nouveaux produits).

EAU

ENGAGEMENT 1 :

Comprendre notre utilisation de l'eau et nos rejets d'eaux usées afin d'améliorer l'efficacité des ressources, la qualité des eaux usées et la gestion de la conformité



Objectifs :

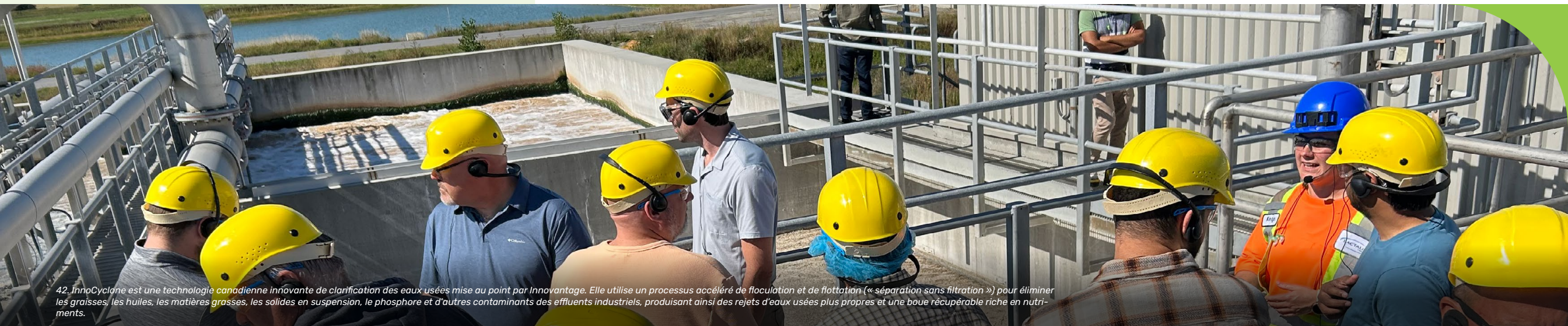
- Mettre en place un système de mesure et établir des données de référence pour orienter des stratégies de gestion de l'eau efficaces

Réalisations :

- Mise à l'essai de la technologie InnoCyclone⁴² pour éliminer les graisses et les solides des eaux usées, améliorant ainsi la qualité avant le rejet à l'installation de Saint-Claude, au Manitoba; les boues riches en nutriments qui en résultent sont réutilisées comme compost agricole, avec l'appui de la recherche de l'Université du Manitoba pour maximiser la quantité de nutriments et assurer un épandage responsable
- Installation de débitmètres sur les équipements clés de l'usine d'Ingleside, en Ontario, afin d'établir une base de référence fiable en matière de consommation d'eau

Prochaines étapes :

- Améliorer la gestion de l'eau à l'aide d'une meilleure exactitude des données, d'outils de contrôle cohérents et d'initiatives de réduction ciblées pour les processus utilisant beaucoup d'eau à Ingleside, en Ontario, et dans d'autres installations



42. InnoCyclone est une technologie canadienne innovante de clarification des eaux usées mise au point par Innovantage. Elle utilise un processus accéléré de floculation et de flottation (« séparation sans filtration ») pour éliminer les graisses, les huiles, les matières grasses, les solides en suspension, le phosphore et d'autres contaminants des effluents industriels, produisant ainsi des rejets d'eaux usées plus propres et une boue récupérable riche en nutriments.

DÉCHETS

ENGAGEMENT 1 :

Réduire au minimum l'incidence sur l'environnement en réduisant les déchets générés par nos activités et en préservant les ressources naturelles



Objectifs :

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

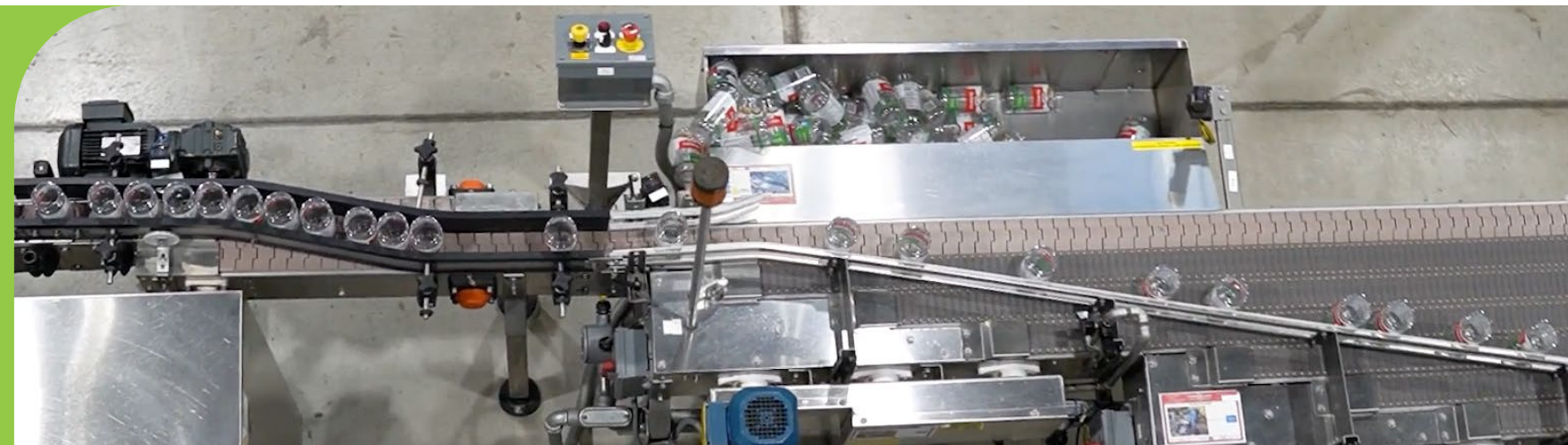
LES CAPTEURS SATRON DÉTECTENT LES FUITES D'EAU



* Les capteurs Satron réduisent le gaspillage de lait en indiquant sa présence dans les canalisations, au lieu de l'eau.

Réalisations :

- Collaboration avec notre équipe chargée de la réglementation des emballages pour repérer les possibilités de réacheminement des déchets liés à l'emballage dans nos usines, afin de réduire les déchets envoyés dans des sites d'enfouissement
- Engagement de partenaires externes pour augmenter la quantité de déchets organiques réacheminée vers la biométhanisation, ce qui favorise la production de gaz naturel renouvelable (GNR)
- Réalisation d'un contrôle de la gestion des déchets dans une usine industrielle, établissant une base de référence détaillée afin de repérer les possibilités d'amélioration en matière de réacheminement



Prochaines étapes :

- Réaliser des contrôles de la gestion des déchets dans six usines
- Utiliser les résultats des contrôles de la gestion des déchets pour élaborer des plans d'action ciblés afin d'augmenter les taux de réacheminement et de soutenir l'amélioration d'une année sur l'autre dans tous les sites

BULLETIN ESG 2025



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	2025	2024	2023	2022	2021	GRI Disclosure Alignment
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	16,7	13,3	15,1	15,8	19,8	403-9
COMMUNAUTÉ	Valeur totale de l'investissement communautaire	\$	3,4 millions	3,3 millions	2,7 millions	2,6 millions	2,9 millions	201-1
	Total des dons de produits	Quantité (litres ou kg)	900 000	906 499	1 000 000	901 780	1 001 236	413-1
	Fonds d'enrichissement communautaire (programme lancé en 2022)	\$	404 000	318 000	250 000	143 557	N/A	201-1
	Initiatives communautaires totales	#	125 +	100 +	70 +	50 +	50 +	413-1
QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS	Pourcentage des activités industrielles certifiées selon au moins une des normes suivantes : FSSC 22000, ISO 22000, IFS, SQF	%	100	95	90	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	100	N/A	N/A	-
ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE	d'approvisionnement durable pour le papier vierge : carton ondulé et carton pour boîtes	%	100	100	100	98	N/A	-
	Pourcentage de l'emballage total recyclable par conception (en poids)	%	82	82	80	83	N/A	301-2
RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE DANS LE SECTEUR INDUSTRIEL	Réduction absolue de la consommation d'énergie depuis 2019	%	2,2%	1,6%	-1,3%	-0,1%	1,1%	302-1 / 302-4
	Réduction totale de l'intensité énergétique depuis 2019	%	-8,1%	-8,0%	-9,4%	-6,8%	-6,4%	302-4
RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES) ⁴³	Réduction absolue des émissions de GES de portée 1 et de portée 2 depuis 2019	%	4,5%	-1,6%	-3,1%	-1,7%	0,8%	305-5
	Réduction de l'intensité des émissions de portée 1 et de portée 2 depuis 2019	%	-6,0%	-10,9%	-11,1%	-8,2%	-6,6%	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.

43. L'augmentation des émissions déclarées a été influencée en partie par des changements dans les facteurs d'émission

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) 2025.

PDG SPONSOR	Mark Taylor
CADRES RESPONSABLES	Gilles Froment Matt Price Ed Perugini Vasile Raileanu Martin Santerre Xavier Suran Tom Szostok Eric Seguin Sandra Senez Tony Cugliari Stephane Chatel Adrienne Pagot-Gerault Burhan Khan Iven Zanardo Nathalie Cusson
ESG ENTREPRISE	Andrew Davis Chirine Ben Amor-Amsterdam Adnan Tambawala Abigail Loewen
COMMUNICATION D'ENTREPRISE	Roopa Shah Sarah Sutton Ghazi Chaar Melissa Pinto
JURIDIQUE	Jatinder Chera

LARGE COMITÉ ESG ET CONTRIBUTEURS	
LES HOMMES ET LES COLLECTIVITÉS	
BIEN-ÊTRE ET SOINS	Jackie Wheeler Sandra Scollay Shalini Sharma
SANTÉ ET SÉCURITÉ	Randy MacMillan
COLLECTIVITÉS	Roopa Shah Sarah Sutton Ghazi Chaar Melissa Pinto
LES PRODUITS ET LES TERROIRS	
QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS	Stéphane Chatel Valerie Cote
DES INGRÉDIENTS SIMPLES ET NATURELS	John Dilley Erica Kao Aramik Moosakhanian
BIEN-ÊTRE ANIMAL ET APPROVISIONNEMENT EN LAIT	Olivier Charbonneau Thalia Buendia
LA TERRE ET SES RESSOURCES	
ÉNERGIE ET CARBONE	John Bayliss
TRANSPORT ET ENTREPOSAGE	Jason Taylor Bharat Mudgal Wassim Kadir Raza Waheed
ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET EMBALLAGE	David Accadia John Dilley Mike Macdonald Jawad Khan Lorne Hietala
DÉCHETS ET EAU	John Bayliss Anthony Leneveu

