DalterFood Group présente son Rapport de Développement Durable 2025 : cinquième édition d'une démarche toujours plus transparente et en constante évolution

Sant'Ilario d'Enza (RE), xx novembre 2026 – **DalterFood Group publie son Rapport de Développement Durable 2025**, cinquième édition d'une démarche de reporting initiée en 2021 et qui a évolué au fil des années avec le Groupe. En 2025, cette démarche **franchit une étape importante** : pour la première fois, le document a fait l'objet d'une **mission d'assurance limitée (*limited assurance engagement*) réalisée par le cabinet d'audit indépendant Deloitte & Touche S.p.A.** Cette vérification indépendante renforce le processus de reporting et apporte un niveau d'assurance supplémentaire quant à la fiabilité des informations et des données publiées, confirmant la volonté du Groupe de communiquer de manière toujours plus rigoureuse et transparente sur ses performances économiques, sociales et environnementales.
Le Rapport synthétise **un travail d'équipe impliquant de manière transversale les différentes fonctions de l'entreprise**, chargées de collecter, suivre et partager les données et informations relatives à leurs domaines d'activité respectifs. Le document est élaboré en interne par l'équipe Marketing & CSR, avec la contribution des fonctions concernées et sous la supervision de la Direction Générale. **Ce processus collaboratif permet de rassembler des données provenant de l'ensemble de l'organisation afin d'offrir une vision globale de l'évolution du Groupe**, des résultats obtenus et des domaines dans lesquels poursuivre les efforts.
À travers des données concrètes, le Rapport retrace ainsi une année marquée par la croissance de l'activité et le développement des effectifs, l'attention portée aux impacts environnementaux et le soutien aux communautés locales.

« ***Le Rapport de Développement Durable 2025 représente pour nous l'aboutissement d'une démarche que nous avons progressivement consolidée au fil des années et d'un travail collectif qui implique les différentes fonctions du Groupe. Rendre compte de nos performances signifie également assumer la responsabilité de partager avec nos clients, partenaires et parties prenantes des informations claires et concrètes sur notre parcours et les résultats obtenus.*** *Dans cette perspective, la mission d'assurance limitée menée par Deloitte représente une étape importante : elle introduit un niveau supplémentaire de vérification indépendante et renforce la fiabilité des informations que nous mettons à disposition de nos interlocuteurs.*
Les données 2025 reflètent l'évolution d'un Groupe qui poursuit sa croissance tout en renforçant sa structure et son engagement sur le plan environnemental. *Le dépassement des 200 millions d'euros de chiffre d'affaires témoigne de la solidité de notre trajectoire de développement, tandis que la progression des effectifs, qui atteignent 202 collaborateurs, reflète une organisation qui évolue avec l'activité et continue d'investir dans les personnes et les compétences. Sur le plan environnemental, l'autoproduction de 20 % de l'électricité consommée par le Groupe, grâce aux installations photovoltaïques actives sur nos trois sites de production, constitue un résultat concret de la démarche engagée pour accroître la part d'électricité autoproduite grâce à l'énergie solaire* », déclare **Antonio Gizzi, Directeur Général de DalterFood Group**.

CROISSANCE INTERNATIONALE, ECOUTE DES CLIENTS ET RAYONNEMENT DE LA CULTURE FROMAGERE ITALIENNE

L'année 2025 **marque une étape significative pour DalterFood Group, qui atteint un chiffre d'affaires record de 200 millions d'euros**, dont **86 % réalisés à l'international**. Ce résultat confirme la forte vocation internationale du Groupe, soutenue également par sa présence directe sur les marchés à travers ses filiales commerciales **DalterUK**, au Royaume-Uni, et **Vip Italia**, en Allemagne. La trajectoire de développement **s'est poursuivie en février 2026 avec l'acquisition du distributeur historique For Food France**, renforçant encore la présence du Groupe sur le marché français.

Cette croissance repose sur **un modèle B2B fondé sur la capacité à comprendre les besoins de clients et de circuits différents**. Au fil des années, DalterFood Group a consolidé des partenariats dans le **retail**, pour lequel le Groupe produit et conditionne notamment des produits à marque de distributeur, dans les différents secteurs de l'**industrie agroalimentaire**, où le fromage est utilisé comme ingrédient à forte valeur ajoutée, ainsi que dans la **restauration**, des chaînes de restauration collective et commerciale jusqu'aux nouveaux modes de consommation liés aux meal kits et à

Com.18 Rev.0_ (226_048) FR

la livraison. Le Groupe répond à cette diversité en développant des produits, formats et solutions adaptés aux besoins spécifiques en matière d'utilisation et de commercialisation.

L'écoute du client occupe une place centrale dans cette approche. Elle est nourrie par le dialogue direct, l'enquête annuelle de satisfaction client et la participation aux principaux salons professionnels nationaux et internationaux, autant d'occasions privilégiées d'échanger avec les clients actuels et potentiels et d'observer l'évolution des marchés.
La connaissance des marchés acquise au fil du temps, associée à plus de 45 ans d'expérience dans le secteur fromager, **permet à DalterFood Group de faire rayonner la culture fromagère italienne à travers un portefeuille de produits large et diversifié**. Au cœur de l'offre se trouve le **Parmigiano Reggiano AOP**, élaboré dans les fromageries appartenant au Groupe, Colline del Cigarello e Canossa et Colline di Selvapiana e Canossa, où la production **a atteint en 2025 une moyenne record de 250 meules par jour**, confirmant le rôle stratégique de cette excellence dans la croissance du Groupe.

Aux côtés du Parmigiano Reggiano AOP, l'offre comprend une sélection de **fromages italiens à pâte dure et de fromages frais**, parmi lesquels le Grana Padano AOP, le Pecorino Romano AOP, la mozzarella et la burrata, produits par des partenaires de confiance.

IMPACT ENVIRONNEMENTAL : ENERGIE, EMISSIONS ET UTILISATION DES RESSOURCES

En 2025, DalterFood Group **poursuit ses investissements dans l'efficacité énergétique et l'autoproduction d'énergie à partir de sources renouvelables**. La consommation d'électricité **a atteint 14 712 GJ, soit une hausse de 8 % par rapport à 2024**, à la suite de l'augmentation de la production. Parallèlement, la mise en service des nouvelles installations photovoltaïques de la fromagerie Colline del Cigarello e Canossa et du site de découpe et de conditionnement de Sant'Ilario d'Enza, associées à l'installation déjà active depuis 2024 dans la fromagerie Colline di Selvapiana e Canossa, **a permis d'autoproduire 20 % de l'électricité consommée par le Groupe**.
Cette démarche s'accompagne d'une connaissance toujours plus approfondie de **l'empreinte carbone du Groupe**. En 2025, les émissions directes **Scope 1 ont augmenté d'environ 5 %**, tandis que les émissions indirectes **Scope 2 selon l'approche *location-based* ont diminué de 14 %**.

Le suivi de l'empreinte carbone s'étend également aux activités en amont et en aval du Groupe. **Depuis 2022, DalterFood Group élargit progressivement le périmètre de mesure de ses émissions**, en intégrant celles générées tout au long de la chaîne de valeur et par ses relations commerciales. En 2025, les **émissions Scope 3 s'élèvent à 264 396 tCO_2e, soit une hausse de 6 % par rapport à 2024**. La principale composante reste la catégorie *Biens et services achetés*, qui représente **70,73 % des émissions totales**. Identifier les étapes de la chaîne de valeur où se concentrent les impacts permet de déterminer avec davantage de précision les domaines d'intervention prioritaires, de disposer d'une base opérationnelle pour orienter les actions de réduction et de renforcer le dialogue avec les fournisseurs, les clients et les partenaires logistiques.

L'attention portée à une utilisation plus efficace des ressources se reflète également dans la **gestion des matériaux et la logistique**. En matière d'emballages, DalterFood Group développe des projets axés sur la recyclabilité et l'utilisation de matières recyclées. En 2025, celles-ci représentent **85 % du carton ondulé et 9 % des emballages plastiques utilisés par le Groupe**. Une attention particulière est également accordée à l'optimisation du nombre d'unités par carton, de leur disposition sur les palettes et de la répartition des volumes de chargement. Agir sur ces aspects permet **d'utiliser plus efficacement les matériaux et les capacités de transport**, en améliorant la manutention des produits tout au long de la chaîne de distribution.

Cet engagement se traduit également par des initiatives consacrées à la **gestion des déchets, à leur valorisation et à leur réemploi**. Les systèmes de collecte sélective, parmi lesquels des compacteurs pour le plastique et le carton ainsi que de grands sacs destinés au PE monomatériau, permettent de trier les déchets dans les zones de production comme dans les bureaux, favorisant ainsi l'augmentation de la part destinée à la valorisation et au réemploi.
Le principe du réemploi s'applique également à la gestion des palettes : depuis 2020, DalterFood Group adhère au système CHEP, qui permet d'utiliser des palettes déjà en circulation, limitant ainsi le recours à de nouvelles palettes. **70 % des palettes en bois et 30 % des palettes en plastique** font partie du circuit CHEP.

En 2025, le Groupe **a également adhéré au projet « Back to Work » d'ESO**, dans le cadre duquel les gants et chaussures de sécurité qui ne peuvent plus être utilisés sont collectés et valorisés afin d'être transformés en matières premières secondaires destinées à la fabrication de matériaux pour les revêtements de sol de salles de sport et d'aires de jeux.

PERSONNES, COMPETENCES ET EGALITE DES CHANCES

La croissance de l'activité **s'accompagne de celle de l'organisation**. En 2025, DalterFood Group **atteint 202 collaborateurs, contre 189 en 2024**, avec **92,6 % de contrats à durée indéterminée**. Au cours de l'année, **33 nouvelles personnes ont été recrutées**, dont **39,2 % âgées de moins de 30 ans**.

Les investissements dans la formation se renforcent également : en 2025, **le nombre d'heures de formation par collaborateur atteint 32 heures, soit une hausse de 18,5 % par rapport à 2024**, confirmant le rôle central du développement des compétences dans la croissance du Groupe et de ses collaborateurs. Parmi les parcours proposés figure également une formation consacrée à **l'intelligence artificielle**, visant à développer les compétences nécessaires pour relever les défis futurs, renforcer la compétitivité sur le marché et promouvoir une culture d'entreprise ouverte au changement et au développement professionnel.

La valorisation des collaborateurs passe également par la promotion du **bien-être, de l'inclusion et de l'égalité des chances**, avec l'objectif de renforcer une culture de non-discrimination et de favoriser un environnement de travail respectueux et accueillant pour tous. Dans ce domaine, la société mère **Dalter Alimentari S.p.A.** poursuit un programme structuré en faveur de **l'égalité femmes-hommes**, comprenant un comité dédié, la révision des processus RH et des actions de formation au langage inclusif. Cette démarche **a conduit, en septembre 2026, au renouvellement pour la troisième année consécutive de la certification UNI/PdR 125:2022**, donnant ainsi continuité à un engagement dans lequel la mesure et la vérification permettent d'évaluer les progrès et d'identifier les axes d'amélioration.

Cette approche comprend également des initiatives consacrées à **la santé et à la prévention**, parmi lesquelles des rencontres organisées avec les médecins de LILT Reggio Emilia, destinées à sensibiliser les collaborateurs du Groupe à l'importance de la prévention et d'un mode de vie sain.

ANCRAGE TERRITORIAL ET SOUTIEN AUX COMMUNAUTES LOCALES

Pour DalterFood Group, **la préservation des Apennins de Reggio Emilia constitue une priorité stratégique**. Dans une zone fragile et confrontée au dépeuplement, le Groupe **a développé un modèle de filière du Parmigiano Reggiano qui valorise les petites exploitations et contribue à soutenir leur pérennité**. Dans ce contexte, l'entreprise **a construit au fil du temps des relations de collaboration et de confiance avec les éleveurs locaux**.
Cette trajectoire témoigne d'une évolution significative : **des cinq exploitations qui, en 2009, livraient chaque jour leur lait à la première fromagerie acquise par le Groupe, Colline di Selvapiana e Canossa, DalterFood Group collabore aujourd'hui avec 52 éleveurs**, qui fournissent plus de 110 000 litres de lait par jour. Cette évolution souligne l'importance de relations solides et durables, fondées sur des objectifs partagés en matière de **qualité du lait et de respect des standards exigés par le marché et les clients**.

Le partenariat avec les éleveurs revêt ainsi une valeur qui dépasse le simple approvisionnement en matière première : il contribue à **renforcer un réseau d'exploitations agricoles ancrées dans les Apennins de Reggio Emilia et à préserver un patrimoine productif, des compétences et des savoir-faire étroitement liés au territoire et à la production de l'une des principales excellences fromagères italiennes**.

La proximité avec les communautés locales **se traduit** également par des projets dans les domaines **social, sanitaire, éducatif et sportif**. Parmi les initiatives soutenues figure l'achat d'un **échographe de nouvelle génération destiné au service de radiologie de l'hôpital Franchini de Montecchio, dans la province de Reggio Emilia**, tandis que **se poursuit** le soutien aux équipes de minibasket de l'A.S.D. L.G. Competition Castelnovo ne' Monti ainsi que la promotion de programmes d'alternance école-travail et de stages universitaires.
En Allemagne, le Groupe **soutient également Schwäbische Tafel Stuttgart E.V.** en faisant don de produits qui ne sont plus destinés à la vente mais restent propres à la consommation, contribuant ainsi aux activités de l'association en faveur des personnes en difficulté.

Com.18 Rev.0_ (226_048) FR

DU RAPPORT 2025 AUX NOUVEAUX OBJECTIFS ET RECONNAISSANCES : LA DEMARCHE SE POURSUIT

Les éléments présentés dans le Rapport **trouvent leur prolongement dans les développements de 2026**, qui marquent de nouvelles avancées dans la démarche entreprise par le Groupe. Parmi celles-ci figure la validation par la **Science Based Targets initiative (SBTi)** des *Near-Term Targets* de DalterFood Group. Par rapport à **l'année de référence 2023**, le Groupe **s'engage à réduire de 54,6 % ses émissions Scope 1 et Scope 2 d'ici 2033**, ainsi que, dans la même proportion, les **émissions Scope 3 relatives aux catégories les plus significatives pour son activité**.
En 2026, le Groupe **a également obtenu, pour la quatrième année consécutive, la Médaille de Bronze EcoVadis**, dans le cadre de l'évaluation de ses performances dans les domaines de l'Environnement, de l'Éthique, du Travail et des Droits humains ainsi que des Achats responsables. Le renouvellement de cette reconnaissance **s'inscrit dans une démarche de structuration et de mesure progressive des pratiques de l'entreprise dans les différents domaines du développement durable** et constitue un point de référence supplémentaire pour identifier les axes sur lesquels poursuivre le travail.

« *Les résultats de 2025 et les premières avancées de **2026** nous encouragent à poursuivre notre démarche, tout en restant conscients du travail qu'il reste encore à accomplir.* ***Nous continuerons à investir dans le développement de nos collaborateurs, dans le soutien aux territoires où nous sommes présents et dans des actions visant une utilisation plus efficace des ressources. Sur le plan climatique, nous poursuivrons les actions nécessaires pour atteindre d'ici 2033 les objectifs de réduction des émissions validés par SBTi.*** *La contribution de l'ensemble des fonctions du Groupe **restera essentielle** pour développer les initiatives dans les différents domaines du développement durable, en suivre l'évolution et rendre compte des résultats.* ***De cette manière, nous poursuivrons notre engagement à fournir à nos clients, partenaires et parties prenantes une vision claire des progrès accomplis, des défis qui restent à relever et des priorités qui orienteront notre travail au cours des prochaines années*** », conclut Antonio Gizzi, Directeur Général du Groupe.

Il ne s'agit là que de quelques-unes des nombreuses initiatives qui font partie de la stratégie de développement durable du Groupe. **De nombreux autres résultats ont été obtenus en 2025 et peuvent être consultés dans la cinquième édition du Rapport de Développement Durable: LINK**

À propos
DalterFood Group opère dans le secteur laitier italien et international pour la production, la découpe et le conditionnement de fromages râpés et en portions. Le Groupe figure parmi les leaders mondiaux du secteur. Fort de 45 ans d'histoire, il est présent dans 29 pays avec une gamme de 712 produits, comprenant des fromages et d'autres produits typiques de la culture culinaire italienne. Avec 202 employés et un chiffre d'affaires consolidé de 200 millions d'euros en 2025, dont 86% à l'international, DalterFood Group approvisionne 1.500 clients professionnels de l'industrie alimentaire, de la restauration, de la grande distribution et du commerce de détail, soutenant et promouvant les valeurs de la tradition fromagère italienne dans le monde entier.
De la production à la distribution, DalterFood Group opère sur les marchés internationaux grâce à la contribution de chacune de ses sociétés : Dalter Alimentari, la maison mère basée à Sant'Ilario d'Enza (RE), dotée de deux sites pour la découpe et le conditionnement de fromages à pâte dure et demi-dure ; Colline di Canossa, le cœur de la production de Parmigiano Reggiano, avec ses deux fromageries de montagne (Colline di Selvapiana et Canossa, et Colline del Cigarello et Canossa) ; Vip-Italia Gmbh, la filiale commerciale en Allemagne ; Dalter UK Ltd, la filiale commerciale en Grande-Bretagne ; For Food France, la filiale commerciale en France.
www.dalterfood.com

Com.18 Rev.0_ (226_048) FR