Communiqué de presse

DALTERFOOD GROUP PUBLIE SON TROISIÈME RAPPORT SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

En 2023, le Groupe renforce son engagement en matière de durabilité en affichant d'excellents résultats dans les domaines économique (159 millions d'euros de chiffre d'affaires, + 8 % par rapport à l'année 2022), social (plus de 3 500 heures de formation dispensées, + 87 %) et environnemental, avec d'importants investissements dans la production d'énergie renouvelable.

Sant'Ilario d'Enza (RE, Italie), 8 janvier 2025 – **DalterFood Group a publié son troisième rapport sur le développement durable**, soulignant son engagement à devenir une référence en matière de durabilité dans son secteur. Le rapport décrit l'approche globale du Groupe et met en avant les résultats importants obtenus dans les trois piliers du développement durable : économique, environnemental, éthique et social.

En 2023, l'entreprise a poursuivi ses initiatives en matière de développement durable, franchissant des étapes essentielles malgré un contexte difficile.

« La poursuite de la guerre en Ukraine, avec ses répercussions sur les coûts des matières premières, l'apparition de troubles au Moyen-Orient et le changement climatique qui, avec des épisodes de sécheresse alternant avec de fortes inondations, a de plus en plus d'impact sur notre péninsule, ont constitué un contexte lourd pour tous les acteurs de la production en Italie et ailleurs. Ce sont précisément ces difficultés qui nous ont poussés - hier comme aujourd'hui - à être de plus en plus proactifs pour rendre notre activité économiquement, écologiquement et socialement durable, avec des projets qui nous permettent de fabriquer des produits qui sont bons pour nos clients, mais aussi pour la société et la région dont nous faisons partie. Grâce à la détermination du Groupe, nous avons obtenu des résultats positifs sur le plan économique (+ 8 % de chiffre d'affaires), social (+ 87 % d'heures de formation dispensées) et environnemental », déclare **Andrea Guidi, directeur général du Groupe.**

L'attention portée à la durabilité fait partie de l'ADN de l'entreprise et constitue l'un des moteurs qui guident ses choix opérationnels et stratégiques. En témoignage de son engagement en matière de durabilité, **DalterFood Group a remporté en 2023 la médaille de bronze pour la performance en matière de durabilité décernée par EcoVadis**, avec un score de 52 %, atteignant ainsi le 55e centile des entreprises du réseau.

L'engagement du Groupe est réaffirmé dans le **Code éthique**, révisé en 2023, qui renforce la centralité des valeurs de probité, de transparence et d'équité qui caractérisent l'entreprise. Ce document souligne également l'intention de faire respecter ces normes, comme en témoigne **la numérisation du canal d'alerte**, dans le but de garantir à toutes les parties prenantes, internes et externes, un mécanisme de signalement anonyme et géré de manière impartiale.

Pour garantir le respect de ces valeurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement, le Groupe a également introduit le **Code éthique des fournisseurs**, que chaque fournisseur doit signer et auquel il doit souscrire pour entamer des relations commerciales avec toutes les entreprises du Groupe.

Pour mieux transmettre l'engagement et les valeurs partagés par toutes les entreprises du Groupe, le design de divers produits a été revu - dans le cadre du **projet de rebranding du Groupe** - afin de communiquer efficacement leur unité et leur identité.

Un modèle économique durable qui stimule la croissance

DalterFood Group opère dans le secteur laitier et fromager italien et international pour la production, la coupe et le conditionnement de fromages râpés et en portions. De plus, le Groupe sélectionne auprès de partenaires de confiance une large gamme de fromages et de produits alimentaires typiquement italiens. **Les produits phares de DalterFood Group sont les fromages italiens à pâte dure AOP tels que le Parmigiano Reggiano** (que l'entreprise produit dans ses deux fromageries), le Grana Padano, le Pecorino Romano ; les fromages italiens à pâte dure non AOP ; les fromages à pâte fraîche filée (comme la burrata et la burrata de bufflonne) ; les fromages frais (comme la mozzarella, la mozzarella de bufflonne et le gorgonzola) ; les fromages végétariens fabriqués avec de la présure microbienne (comme le Spinoro, le Doronico et le Pastamore). Au fil des ans, une grande variété de coupes (cubes, copeaux, pépites, flocons, bâtonnets et filets) et d'options d'emballage ont été introduites pour répondre aux multiples besoins des clients.

DalterFood Group est présent dans 29 pays à travers le monde. En 2023, le Groupe a fait preuve d'une grande résilience, engrangeant un chiffre d'affaires de **159 millions d'euros, soit une hausse de 8 % par rapport aux 146 millions enregistrés en 2022.** La vocation internationale de l'entreprise se reflète également dans ses résultats : **environ 85 % de ses revenus sont réalisés à l'étranger**, grâce notamment au soutien de ses deux filiales (Dalter UK et VIP Italia, en Allemagne), et à un réseau commercial étendu. DalterFood Group se concentre principalement sur le secteur B2B, desservant plus de 1 550 clients dans l'industrie alimentaire, le commerce de détail et la restauration. Le succès de l'entreprise repose sur **des produits de qualité supérieure, une approche consultative et un service client exceptionnel.** Des partenariats clés ont été établis dans le commerce de détail pour les produits de marque de distributeur, dans le secteur industriel pour les ingrédients fromagers de haute qualité et dans le secteur de la restauration, qui va des chaînes de restaurants aux repas préparés en plein essor.

Durabilité environnementale

En 2023, le Groupe a maintenu son engagement à minimiser l'impact environnemental et énergétique de ses activités. En témoigne **la tendance à la baisse de la consommation d'énergie par kilogramme de produit** (en comparant la consommation de 2023 à celle de 2022, la consommation d'électricité est restée stable à 0,67 kWh/kg, tandis que la consommation de gaz naturel a diminué de 0,12 à 0,11 m³/kg et celle de diesel de 0,005 à 0,004 l/kg, soulignant l'amélioration de l'efficacité énergétique), obtenue grâce à une surveillance continue, y compris des audits énergétiques annuels sur chaque site, et à des initiatives déterminantes en matière d'efficacité énergétique.

Un engagement à long terme, comme en témoigne **l'important investissement pluriannuel visant à équiper les trois usines de production d'un système de panneaux photovoltaïques**, installés en 2023 dans la fromagerie Colline di Selvapiana e Canossa et, plus tard dans l'année, dans l'établissement de Sant'Ilario d'Enza et dans la fromagerie Colline di Cigarello e Canossa.

Les projets de recherche et de développement dans le domaine de l'emballage se poursuivent également, avec **l'utilisation croissante de matériaux recyclés** (83 % du carton ondulé et 15 % des emballages plastiques appartiennent à cette catégorie) et avec des études de faisabilité pour l'introduction d'emballages plastiques recyclables, tant pour le consommateur final que pour le secteur industriel et de la restauration.

En outre, DalterFood Group continue de démontrer son engagement en faveur de la durabilité environnementale **en surveillant ses émissions de gaz à effet de serre (Scope 1 et Scope 2).** Conscient de l'importance d'élargir l'analyse aux émissions des activités en amont et en aval de sa chaîne de valeur (**Scope 3**), le Groupe s'est lancé dans une mesure complète de son empreinte carbone en 2022.

Pour soutenir cette stratégie, DalterFood Group a soumis à la Science Based Targets Initiative (SBTi) ses objectifs de réduction des émissions d'ici 2024, par rapport auxquels ont été également calculées les émissions indirectes de GES (Scope 3) : en 2022, plus de 70 % de ces émissions étaient liées à des services et des biens achetés. Dans les années à venir, le Groupe se concentrera donc sur **des projets menés en partenariat avec ses fournisseurs afin de travailler ensemble à la réduction de l'impact environnemental tout au long de la chaîne d'approvisionnement.** Cet engagement

confirme la volonté de l'entreprise d'agir de manière responsable et durable, en adoptant des solutions concrètes pour réduire l'impact de ses activités sur l'environnement.

Une attention au bien-être animal

DalterFood Group s'engage à assumer sa responsabilité d'entreprise tout au long de sa chaîne de production, en mettant l'accent sur une communication transparente afin de permettre aux consommateurs de prendre des décisions d'achat éclairées. Bien que DalterFood n'éleve pas directement de vaches laitières, **il privilégie d'excellentes pratiques agricoles et le bien-être des animaux, reconnaissant qu'un meilleur bien-être des animaux se traduit par une production laitière de meilleure qualité.**

La chaîne d'approvisionnement du Parmigiano Reggiano témoigne de cet engagement, reconnu par **sa certification de bien-être animal, délivrée par Certiquality dans le cadre du protocole ClassyFarm**. 100 % des fermes ont obtenu la certification de bien-être animal, et 38 audits ont été menés pour s'assurer de leur conformité. Cette certification reconnaît les efforts des exploitants et l'investissement unique de DalterFood dans la chaîne d'approvisionnement, visant à augmenter le nombre de fournisseurs disposant d'étables où les animaux sont en stabulation libre pour améliorer leurs mouvements et leur bien-être.

Protéger et valoriser les employés

Le Groupe sait pertinemment que sa force et sa richesse résident avant tout dans les personnes qui le composent ; c'est pourquoi il s'est engagé dans une démarche de valorisation et de croissance de ses ressources humaines. L'entreprise s'attache à **promouvoir l'emploi des jeunes et soutenir l'économie locale**. Au 31 décembre 2023, l'entreprise comptait 181 employés, soit 5 % de plus qu'en 2022. La main-d'œuvre est composée de 60 % d'hommes et de 40 % de femmes, ces dernières occupant principalement des fonctions administratives en raison des exigences physiques des emplois de production. 52 % des travailleurs ont entre 30 et 50 ans, 16 % ont moins de 30 ans et 32 % ont plus de 50 ans. Comme l'an passé, 82 % d'entre eux ont des contrats à durée indéterminée et 18 % des contrats à durée déterminée.

Le Groupe est très attentif aux besoins de ses employés en matière d'horaires de travail et, dans la mesure où l'efficacité globale du travail le permet, **il favorise les formes de flexibilité au travail qui permettent un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée**. Outre les contrats à temps partiel (qui concernent 9 % des employés de DalterFood Group), des initiatives sont mises en place pour augmenter le télétravail et la flexibilité des horaires d'entrée et de sortie pour tous les postes le permettant.

Dans le but d'améliorer les compétences professionnelles de chacun, le Groupe a également consolidé son programme de formation : en 2023, **l'entreprise a dispensé 3 504 heures de formation spécialisée (+ 87 % par rapport à l'année précédente)**. Les activités de formation ont couvert un large éventail de sujets, allant des langues à la qualité, en passant par la sécurité au travail, les techniciens professionnels, les institutions et les entreprises.

Protéger un territoire fragile en soutenant les fromageries de montagne et la communauté locale

Outre la création d'un modèle de chaîne d'approvisionnement éthique et équilibré, où l'excellence est la valeur à récompenser, **le Groupe s'engage à améliorer le tissu productif local en encourageant les petites réalités, telles que ses fromageries de montagne**. En effet, l'Apennin de Reggio d'Émilie est un territoire fragile, que le Groupe veut contribuer à protéger du dépeuplement, lié au manque d'opportunités d'engagement et à l'instabilité hydrogéologique causée par l'abandon des pratiques agricoles. Un engagement que l'entreprise soutient à **travers une alliance avec ses exploitants**. En effet, DalterFood Group a été le premier du secteur à **introduire le crédit de la chaîne d'approvisionnement, qui permet aux exploitants d'obtenir le paiement du lait à 30 jours, contre les 18/24 mois habituellement consentis dans le secteur**, et soutient, par l'intermédiaire d'experts et de vétérinaires, ses éleveurs dans leurs choix financiers et économiques de la gestion de l'exploitation.

Enfin, **DalterFood Group** s'engage à développer son territoire et les communautés qui l'accueillent. Parmi les initiatives en ce sens, citons le soutien à la Coopérative Sociale Panta Rei de Reggio d'Émilie pour l'étude de nouveaux protocoles d'accès à l'alimentation pour les enfants autistes.

Ce ne sont là que quelques-unes des initiatives mises en place dans le cadre de la stratégie de durabilité du Groupe. Nous avons obtenu bien d'autres résultats en 2023 et constaterons les premiers résultats d'autres mesures dans les mois à venir. L'intégralité du rapport sur le développement durable est disponible ici : <https://www.dalterfood.com/en/sustainability/sustainability-report-highlights/>

À propos

DalterFood Group opère dans le secteur laitier et fromager italien et international pour la production, la coupe 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 388 produits, comprenant des fromages et d'autres produits typiques de la culture culinaire italienne. Avec 181 employés et un chiffre d'affaires consolidé de 159 millions d'euros en 2023, dont 85 % à l'international, DalterFood Group approvisionne 1 500 clients professionnels de l'industrie alimentaire, de la restauration, de la grande distribution et du commerce, soutenant et promouvant les valeurs de la tradition fromagère italienne dans le monde entier, avec une attention croissante aux questions de durabilité, de bien-être animal et d'impact environnemental. Aujourd'hui, la durabilité de la chaîne d'approvisionnement est au cœur de la mission de DalterFood Group qui, en tant que société mère de la filière du Parmigiano Reggiano, a obtenu la certification volontaire du respect du bien-être animal.

De la production à la distribution, le Groupe opère sur différents marchés internationaux grâce à la contribution de chacune de ses entreprises : Dalter Alimentari, avec son siège social situé à Sant'Ilario d'Enza (RE) et son usine de découpe et de conditionnement des fromages à pâte dure et semi-dure ; Colline di Canossa, le cœur de la production de Parmigiano Reggiano dans ses deux fromageries de montagne (Colline di Selvapiana e Canossa et Colline del Cigarello e Canossa) ; Vip Italia GmbH, sa filiale commerciale en Allemagne ; et Dalter UK Ltd, sa filiale commerciale en Grande Bretagne. DalterFood Group détient également une participation dans la société espagnole Solchem Nature et une participation dans la société brésilienne CMC. www.dalterfood.com