



DANONE PREND TROIS ENGAGEMENTS FORTS EN FRANCE POUR OFFRIR PLUS DE CHOIX AUX CONSOMMATEURS ET FAVORISER UNE AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE

DES ENGAGEMENTS QUI TRADUISENT LA VISION DE L'ENTREPRISE, EN LIGNE AVEC SON AMBITION D'APPORTER UNE ALIMENTATION TOUJOURS PLUS SAIN ET DURABLE.

« CHAQUE FOIS QUE NOUS MANGEONS ET QUE NOUS BUVONS, NOUS POUVONS VOTER POUR LE MONDE DANS LEQUEL NOUS VOULONS VIVRE. »

Les trois engagements forts de Danone en France sont structurés par la vision et l'ambition de l'entreprise, exprimées dans sa signature « Danone One Planet. One Health ».

Cette vision est celle de la révolution de l'alimentation qu'on observe autour de nous ; une révolution qui conduit les consommateurs à se soucier davantage du sens de leur alimentation ; des aliments qu'ils consomment, de la façon dont ils sont produits, et des effets qu'ils ont sur leur santé et sur l'environnement.

Dans une grande partie du monde, le système alimentaire a déconnecté les gens de leur alimentation à travers un modèle industriel qui a atteint ses limites. La vision de Danone est ambitieuse, partant de l'idée que chaque jour, chacun de nous peut voter, choisir pour le monde et la société dans laquelle nous voulons vivre au travers de ce que nous mangeons et ce que nous buvons.

Et les entreprises agroalimentaires ont un rôle important à jouer dans cette révolution en créant de nouveaux modèles de développement s'inspirant de nouvelles habitudes alimentaires. Et plus important encore : en mettant les consommateurs en capacité de faire des choix, non seulement à travers l'offre qu'elles leur proposent, mais aussi à travers une information plus transparente.

Fidèle à notre mission d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre, nous agissons et faisons évoluer nos marques et nos offres pour promouvoir la production et la consommation d'une alimentation toujours plus saine et durable, en harmonie avec notre environnement et qui profite à tous.

Nous voulons offrir plus de choix à nos consommateurs et leur donner les moyens de voter pour une offre alimentaire de qualité, qui profite aux producteurs et préserve nos ressources naturelles, qui agit sur la société de demain.

Pour cela, en France, nous avons établi un plan 2018-2025, autour de 3 engagements forts :

1. DONNER LES MOYENS AUX CONSOMMATEURS DE MIEUX CHOISIR

→ Sur notre site www.danone.fr, nous expliquerons le rôle de chaque ingrédient dans nos recettes, de façon compréhensible par tous. Nous déploierons pour tous nos produits laitiers frais le système d'étiquetage Nutriscore, sur notre site DanOn puis sur les emballages, pour clarifier le profil nutritionnel, enfin nous continuerons à simplifier nos recettes avec des listes d'ingrédients plus courtes.

Nous savons que la clarté de l'information est clé pour accompagner les consommateurs, nous poursuivons nos efforts pour des étiquettes claires et transparentes. Aujourd'hui, 100% des ingrédients sont disponibles sur les sites internet. À partir de 2018, Danone veut aller plus loin en expliquant le choix et le rôle de chaque ingrédient dans ses recettes. Cette information sera accessible sur internet, via le service consommateur.

En parallèle, nous poursuivons l'amélioration continue de nos recettes pour répondre aux attentes de simplicité et naturalité de ses consommateurs. Trois exemples :

- Zéro aspartame dans tous les produits laitiers frais et zéro édulcorant dans toutes les gammes enfants.
- L'ensemble de la gamme Blédina « cœur de repas »* avant 12 mois sera sans sel ni sucre ajouté d'ici 2020.
- 100 % des boissons aromatisées à base d'eau minérale naturelle de Danone auront un taux de sucre inférieur à 5 g de sucre /100ml d'ici fin 2018, soit 40 % moins sucrées que la moyenne des boissons sans alcool. En complément, Volvic lancera Volvic Kids, une boisson bio pour enfants, 50 % moins sucrée que la moyenne du marché.

2. RENFORCER NOTRE OFFRE BIO

→ 6 marques emblématiques de Danone - Blédina, Danone, Danonino, Alpro, evian®, Volvic lancent des gammes bio, qui viennent s'ajouter aux marques Les 2 Vaches et Provamel, marque bio d'origine végétale.

Notre engagement en 2020 : proposer une offre bio pour 100 % des marques enfants de Danone en France. Pour y arriver, nous nous engageons à soutenir les agriculteurs partenaires dans cette transition.

Pour proposer toujours plus de choix aux consommateurs et parce que nous croyons en la diversité des modèles agricoles, nous souhaitons encourager le développement de l'agriculture biologique, qui représente encore un fort potentiel de développement en France.

Forts de 10 ans d'expérience avec notre gamme Les 2 Vaches avec laquelle nous sommes leader du bio dans les produits laitiers frais en France, nous avons donc décidé de renforcer significativement notre offre.

Et parce que de plus en plus de jeunes parents achètent déjà des produits issus de l'agriculture biologique, nous développerons en priorité les gammes pour enfants.

- Pour evian, nous avons basculé l'ensemble de la gamme arômes sur du bio.
- Pour Volvic, nous lançons Volvic Infusion Bio, au premier trimestre 2018.
- Nous lancerons "les Récoltes Bio" de Blédina, avec une gamme qui aura au total plus de 40 références.
- Nos marques phare des Produits Laitiers Frais, Danone et Danonino, proposeront une alternative bio en 2018.

* petits plats en pots, bols, briques de soupe

- Après une entrée réussie sur le marché des boissons végétales depuis 2015, Alpro se lance sur le bio avec une première référence de boisson à base de soja bio.

3. ACCOMPAGNER NOS PARTENAIRES VERS UNE AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE

→ DÈS 2018, Danone amorce cette transition en consacrant une journée de son chiffre d'affaires France, soit environ 5 millions d'euros, pour accélérer l'accompagnement de ses partenaires vers l'agriculture régénératrice, y compris la conversion biologique. Lors de cette journée de septembre, en achetant un produit de la marque Danone, Volvic ou encore Blédina, les consommateurs choisiront de soutenir un modèle d'agriculture positive pour leur alimentation. Ce jour-là, le consommateur français pourra voter à travers ses achats : 100% des ventes de Danone seront utilisées pour favoriser la préservation des sols, la fertilité, l'agriculture régénératrice, la conversion au bio.

Notre ambition en 2025 : 100 % de nos produits cultivés en France seront issus d'une agriculture régénératrice. Dans cette perspective, nous allons travailler avec des ONG et des partenaires techniques pour construire notre cahier des charges.

Parce que l'activité de Danone et la biodiversité alimentaire sont intrinsèquement liées à l'agriculture, nous voulons nous engager encore plus dans la transition agricole. En partenariat avec nos 2300 partenaires agriculteurs en France, nous souhaitons développer des modèles d'agriculture basés sur des sols sains, fertiles et résilients. Nous avons la conviction que le modèle d'agriculture régénératrice, à travers la préservation des sols, peut aider à relever un certain nombre de défis, comme le changement climatique, la pénurie d'eau ou la préservation de la biodiversité, et donc nourrir la planète durablement. Il favorise également le bien-être animal et la pérennité des agriculteurs. Cette approche, qui concerne tous types d'agriculture y compris l'agriculture biologique, encourage les innovations environnementales et sociales, ainsi que la performance économique. Déjà partenaire de l'initiative 4/1000 au niveau international - plateforme lancée par le gouvernement français en 2015 pour catalyser la collaboration sur la santé des sols - l'entreprise va un cran plus loin. En travaillant à la restauration des sols et leur fertilité, on travaille pour une agriculture qui pourra durablement nourrir la planète.

CES 3 ENGAGEMENTS SONT LA MISE EN ŒUVRE DE LA VISION DE DANONE « ONE PLANET, ONE HEALTH » EN FRANCE.

DONNER LES MOYENS AUX CONSOMMATEURS DE MIEUX CHOISIR

100 % DE NOS RECETTES ET NOS FEUILLES DE ROUTES ACCESSIBLES SUR DANONE.FR.

Les consommateurs connaissent l'importance de l'alimentation sur leur santé. Selon l'étude ODOXA pour Danone en France réalisée en 2017, pour 82 % des parents, les bienfaits pour la santé est le critère principal pris en compte lors des courses alimentaires.

En France, Danone propose des offres sur des catégories essentielles à chaque âge de la vie :

→ L'alimentation infantile, pour les bébés qui ont besoin d'une alimentation adaptée à leurs besoins, à chaque étape de leur développement pour bien grandir et éveiller leur goût.

→ L'eau minérale naturelle car nous savons qu'une bonne hydratation est indispensable au bon fonctionnement de notre corps et nous sommes convaincus que l'eau minérale naturelle est la solution d'hydratation la plus saine et naturelle.

→ Les produits laitiers frais sont source de calcium et contribuent ainsi au développement et au maintien du capital osseux

→ L'alimentation végétale constitue une véritable alternative avec une offre très complémentaire et donc précieuse dans une recherche d'équilibre. Offrant toujours plus de choix, le marché végétal est aujourd'hui consommé par envie de varier les plaisirs. Les produits Alpro sont 100% d'origine végétale, naturellement sans lactose et sont une source de protéines végétales de très bonne qualité, riches en calcium et diverses vitamines et minéraux.

Sur ces catégories, dès 2018 et sur la base d'une feuille de route 2025 ambitieuse, Danone en France s'engage :

1- RENFORCER LA CLARTÉ ET LA DISPONIBILITÉ DE L'INFORMATION : POUR DES ÉTIQUETTES CLAIRES ET TRANSPARENTES.

Aujourd'hui, 100% des ingrédients sont disponibles sur les sites internet :

- Les ingrédients de tous nos produits laitiers sont accessibles sur notre site DanOn.

- Blédina met à disposition sur www.bledinanature.com une liste qui indique l'origine des ingrédients (fruits, légumes, céréales, viande, lait, poisson) de la gamme Blédina et propose une carte de France pour visualiser ceux qui viennent de France.

- Tous les ingrédients des boissons à base d'eau minérale naturelle sont disponibles sur les sites volvic.fr et evian.com.

Danone veut aller plus loin en expliquant le choix et le rôle de chaque ingrédient dans ses recettes. Cette information sera accessible sur internet, via le service consommateur.

Pilote du Nutriscore, Danone affichera la valeur nutritionnelle de ses produits laitiers frais pour une lecture simple et compréhensible par tous. Dès février 2018, sur le Site DanON et progressivement sur les emballages jusqu'à fin 2019.

2- SIMPLIFIER NOS RECETTES ET POURSUIVRE L'AMÉLIORATION DE LEUR QUALITÉ NUTRITIONNELLE

Parce que les consommateurs souhaitent retrouver confiance dans leur alimentation, nous poursuivons l'amélioration continue de nos recettes pour répondre aux attentes de simplicité et naturalité de ses consommateurs.

• Dans les produits laitiers frais et d'origine végétale :

- Zéro aspartame dans tous les produits laitiers frais et zéro édulcorant dans toutes les gammes enfants

- Pour nos produits laitiers quotidiens sucrés, les efforts sur réduction de sucres ajoutés s'intensifient (déjà -12% entre 2005 et 2015). Nous avons l'ambition d'ici 2020 d'avoir 100% de nos gammes avec maximum 7% de sucres ajoutés. La marque enfants Danonino est notre priorité n°1.

- Les équipes Alpro continuent leurs efforts pour réduire davantage la quantité de sucre dans les produits (-25% entre 2006 et 2018).

• Dans la nutrition infantile:

- l'ensemble de la gamme Blédina « cœur de repas »* avant 12 mois sera sans sel ni sucre ajouté d'ici 2020. Par ailleurs, Nous travaillons tous les jours à simplifier nos listes d'ingrédients dans nos gammes pour enfants en ne gardant que l'essentiel. Par exemple, dans un petit pot Carottes de Blédina, il y a de la carotte, de l'eau de cuisson et c'est tout.

• Pour les boissons à base d'eau minérale

- 100 % des boissons aromatisées à base d'eau minérale naturelle de Danone auront un taux de sucre inférieur à 5 g de sucre /100ml d'ici fin 2018, soit 40 % moins sucrées que la moyenne des boissons sans alcool. En complément, Volvic lancera Volvic Kids, une boisson bio pour enfants, 50 % moins sucrée que la moyenne du marché.

* petits plats en pots, bols, briques de soupe

- D'ores et déjà les boissons aromatisées à base d'eau minérale naturelle contiennent uniquement des arômes naturels ; elles sont sans édulcorant artificiel et sans conservateur.

RENFORCER, SUR TOUS LES MARCHÉS, NOTRE OFFRE ISSUE DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

EN 2020, 100% DES MARQUES ENFANTS DE DANONE EN FRANCE PROPOSERONT UNE OFFRE BIO.

Fort de son héritage avec Les 2 Vaches, Danone accélère en développant des offres sur l'ensemble de ses marques pour enfant. Dès 2018, Volvic, Danone, Danonino et Blédina proposeront des gammes issues de l'agriculture biologique. Notre objectif en 2020 : proposer une offre bio pour 100 % des marques enfants de Danone en France.

D'ores et déjà :

→ Depuis janvier 2018, evian® a converti l'ensemble de sa gamme evian® fruits et plantes et evian® infused kusmi tea au bio ; Volvic lancera 3 références de Volvic Infusion Bio et lancera Juicy Kids, première boisson bio pour enfants, qui est 50 % moins sucrée que la moyenne du marché.

→ En mars 2018, Blédina lance « Les Récoltes Bio de Blédina », une nouvelle gamme bio pour bébés qui porte sa vision de l'agriculture bio :

- En élargissant le champ de découverte de l'alimentation des bébés avec des goûts simples et originaux.
- En s'engageant en faveur d'un approvisionnement français et en garantissant la transparence sur l'origine des ingrédients utilisés (80% d'ingrédients d'origine France à horizon 2020).
- En accompagnant une centaine de producteurs Français dans leur conversion en bio pour accélérer la transition des filières agricoles françaises en partenariat avec la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB).
- En déployant des pratiques exigeantes pour la santé des sols.
- Avec pour ambition de devenir le leader de l'alimentation infantile Bio d'ici 2020 pour atteindre un peu plus de 30% de part de marché.

→ Fort de son expérience de 10 ans dans l'Agriculture Biologique avec la marque Les 2 Vaches, Danone lancera, avec sa marque iconique Danone, une nouvelle gamme de yaourts fabriquée avec du lait bio français dans sa laiterie de Bailleul située dans les Hauts de France.

• Le Bio de Danone, c'est tous les bienfaits du yaourt avec la garantie d'une agriculture biologique.

• Le Bio de Danone sera bon en goût, bon pour la santé car source de calcium et recommandé dans une alimentation équilibrée et enfin bon pour la planète car certifié AB.

• Danone soutiendra l'agriculture biologique en favorisant la conversion des agriculteurs vers la production bio à travers deux actions fortes : un programme de développement de la filière en Normandie et un plan d'accompagnement à la conversion des éleveurs partenaires de Danone.

→ Après une entrée réussie sur le marché des boissons végétales depuis 2015, Alpro se lance sur le bio avec une première référence de boisson à base de soja bio.

ACCOMPAGNER LES AGRICULTEURS PARTENAIRES POUR DÉVELOPPER L'AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE

EN 2025, 100 % DE NOS PRODUITS CULTIVÉS EN FRANCE SERONT ISSUS D'UNE AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE.

Danone en France accélère la transformation de son modèle de production, avec ses partenaires agricoles conventionnels et biologiques, vers des pratiques agricoles durables en faveur de la préservation des sols.

Utilisation raisonnée de pesticides et d'engrais, rotation et diversité des cultures, préservation de la biodiversité, bien-être animal, contribution à la lutte contre le changement climatique par la réduction de l'empreinte carbone... Autant de pratiques qui seront développées avec les agriculteurs partenaires de Danone.

En 2018, Danone décide de consacrer une journée de son chiffre d'affaires en France pour accélérer l'accompagnement de ses partenaires agricoles dans le développement d'une agriculture régénératrice, et cela en collaboration avec des ONG et partenaires techniques.

Ces projets viennent en complément de projets concrets déjà mis en œuvre :

Dans l'alimentation infantile, depuis 2014, Blédina est engagé pour promouvoir des modes d'agriculture et d'élevage durables avec ses agriculteurs partenaires, selon 4 priorités: le sol, l'eau, la biodiversité et le bien-être animal.

Ce programme Socrates pour une agriculture durable a débuté par un état des lieux des pratiques agricoles des producteurs, basé sur la grille de critères environnementaux de la plateforme Sustainable Agriculture Initiative (SAI). Depuis, tous les audits réalisés par nos équipes experts intègrent de critères de durabilité définis.

En 2016 et 2017, 2 projets ont été réalisés avec le Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes (CTIFL) sur les carottes et les pommes, afin d'augmenter la biodiversité dans ces champs et étendre ces pratiques à tous les fournisseurs. Et en 2017, Blédina a signé un partenariat avec l'Association Bee Friendly, dans le but de promouvoir les systèmes de production respectueux des pollinisateurs selon 27 critères précis et mesurables. 7 agriculteurs de Blédina, représentant 18 % des volumes de fruits et légumes frais, ont démarré le partenariat.

Notre ambition : proposer d'ici 2020 une démarche de protection et « régénération » de la biodiversité à l'ensemble de nos agriculteurs partenaires.

Dans les produits laitiers frais, en 2015, afin d'offrir une stabilité à chaque éleveur, Danone et plusieurs Organisations de producteurs ont imaginé un contrat précurseur : pluriannuel et intégrant les coûts de production des élevages.

Depuis 2015, Danone a investi près de 20 millions d'euros dans le prix de lait. En 2017, 100% des éleveurs ont adhéré à ce nouveau calcul du prix du lait. En 2017 également, Danone et les partenaires producteurs se sont engagés dans la démarche Fermes Laitière Bas Carbone avec un objectif de réduction de leur empreinte carbone de -15% d'ici 2025. Danone a déjà proposé à aux éleveurs partenaires volontaires, en partenariat avec l'institut de l'élevage, un accompagnement pour évoluer vers des pratiques durables et adaptées à chaque exploitation. Fin 2017, Danone a co-financé avec les Organisations de producteurs plus de 500 diagnostics qui ont permis la mise en place de 90 plans d'actions.

En 2018, Danone accélère avec le programme « Les Pieds sur Terre » et co-financera 300 projets à horizon 2022 via la plateforme de financement participatif Mimosa où les consommateurs sont également invités à soutenir le projet de leur choix.

Dans les produits d'origine végétale, le respect de l'environnement a toujours été au cœur des priorités d'Alpro. La marque a notamment noué un partenariat avec le programme Climate Savers de l'ONG WWF pour la réduction de ses émissions carbone. Favorisant la production locale et durable, Alpro soutient également la recherche pour la culture locale de soja en France et s'approvisionne uniquement en soja cultivé dans des zones non déboisées. Alpro est fier d'avoir réintroduit la culture

du soja en France. D'ici à peine 3 ans, tous les besoins en soja du site de production d'Issenheim en France pourraient être comblés par les cultures locales. Alpro travaille étroitement avec les agriculteurs de soja pour développer la variété la plus adaptée à leur climat, tout en apportant une valeur ajoutée grâce à la rotation des cultures.

Dans les Eaux Minérales Naturelles, depuis 25 ans, Danone protège, en partenariat avec les parties prenantes locales, la zone d'infiltration des eaux minérales naturelles evian®, à travers l'APIEME. Danone a ensuite dupliqué cette bonne pratique à Volvic, Badoit et La Salvetat.

→ **À Evian**, l'APIEME (Association pour la Protection de l'Impluvium de l'Eau Minérale d'evian) existe depuis 1996 et ses projets sont régulièrement salués dont Terragr'Eau, le 1^{er} Méthaniseur dédié à la protection de la ressource en eau qui s'est vu récompenser de deux labels nationaux. Depuis 2008, la zone d'infiltration d'evian est classée zone humide d'importance internationale pour l'environnement et le climat par Ramsar, Traité intergouvernemental sous l'égide de l'Unesco ;

→ **À Volvic** : le CEPIV (Comité Environnement pour la Protection de l'Impluvium de l'eau de Volvic) fondé en 2006 a notamment reçu le trophée du Mécénat de Compétences du ministère de l'Ecologie pour l'investissement des collaborateurs aux côtés de la LPO (Ligue de Protection des Oiseaux) Auvergne pour le « Plan national d'actions en faveur du Milan royal » ;

→ **À Saint Galmier pour Badoit** : la Bulle Verte, en place depuis 2010, porte un ambitieux projet de fin de l'utilisation de tout désherbant et pesticide chimique dans les espaces verts des communes environnantes ;

→ **À La Salvetat** : Pep's (Politique Environnementale pour la Protection de la source la Salvetat) est une association fondée en 2012 qui préserve l'écosystème local de l'impluvium et la source La Salvetat, dans le Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc.

Parce que ces zones d'infiltration sont aussi composées de terres agricoles, Danone renforce aujourd'hui son accompagnement des agriculteurs vers des pratiques durables et la conversion au bio.

POUR ACCOMPAGNER ET FINANCER CETTE TRANSFORMATION, LES MARQUES DE DANONE SE MOBILISENT EN MAGASIN. EN SEPTEMBRE 2018, UNE JOURNÉE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE DANONE EN FRANCE, SOIT ENVIRON 5 MILLIONS D'EUROS, SERA REDISTRIBUÉE POUR FINANCER DES PROJETS ET ACTIONS EN FAVEUR DE L'AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE, DE LA PRÉSERVATION DES SOLS ET DE LA CONVERSION EN BIO.