



# BetterwithPets

Rapport Purina in Society 2018



## Sommaire

**Introduction**

Message du Président Directeur Général **04**

Qui sommes nous ? **06**

Les priorités de Purina et de ses parties prenantes **08**

Nos engagements Purina in Society : Point à fin 2018 **10**

**01****Pour les individus, les familles et leurs animaux de compagnie**

Innover pour favoriser la santé et le bien-être des animaux de compagnie **15**

Promouvoir la transparence à travers notre portefeuille de produits **18**

Retirer tous les colorants artificiels de nos produits **20**

Aider à réduire le risque d'obésité des animaux de compagnie grâce à des programmes de prévention collaboratifs **21**

**02****Pour les communautés**

Promouvoir l'adoption d'animaux par la collaboration et le partenariat **27**

Favoriser la présence des animaux dans les entreprises **30**

Développer des programmes pour aider les enfants à devenir des possesseurs responsables **33**

Nos sièges et nos usines dans la communauté **36**

La relation Homme-animal **38**

**03****Pour la planète**

Améliorer la performance environnementale de nos emballages **46**

Mettre en œuvre un approvisionnement responsable **48**

**04****Nos communautés**

Nos collaborateurs **54**

Nos parties prenantes **58**

Photo de couverture: Lajos Hanzel (Nestlé Purina PetCare Hongrie) et son chien Tapi.

Lajos et Tapi ont été élus pour être les "stars" de la couverture du Rapport lors d'un concours interne où Lajos a partagé sa propre histoire sur l'adoption de Tapi.

L'intégralité de l'index GRI se trouve sur [www.purina.eu/purinareportGRI.pdf](http://www.purina.eu/purinareportGRI.pdf)

**“Leur Bien-être, notre Passion” Chez Purina, cette devise va bien au-delà des mots, c’est l’expression de notre conviction profonde que les Hommes et les animaux sont mieux ensemble. En ce qui me concerne, cette croyance remonte à mon enfance, lorsque je jouais dans le jardin avec mes chiens Kim et Laïka, sous le regard de mon chat, Toufou. Ils étaient plus que des animaux de compagnie, ils faisaient partie de la famille. C’est toujours le cas aujourd’hui avec mon chien Joy qui est un visiteur régulier des bureaux de Purina. Le fait de diriger une entreprise qui partage mes valeurs, de travailler avec des collègues dont le but est d’enrichir la vie des animaux de compagnie et des gens qui les aiment, est un grand plaisir doublé d’un grand privilège.**

C’est cette passion partagée pour les animaux de compagnie qui a inspiré les engagements « Purina in Society » et je suis heureux de présenter le deuxième rapport retraçant les progrès réalisés sur ces engagements, conformément au Global Reporting Initiative (GRI). Pour notre équipe de direction, ces engagements ne sont pas seulement commerciaux, ils sont aussi personnels.

Depuis notre premier rapport, nos parties prenantes m’ont fait savoir qu’elles souhaitent en savoir plus sur nos actions pour améliorer la vie des individus, des familles et de leurs animaux de compagnie, ainsi que des communautés dans lesquelles ils vivent, tout en minimisant notre impact sur la planète. Purina est un pionnier dans la science de la nutrition qui joue un rôle déterminant sur la santé des animaux de compagnie. Par conséquent, je suis ravi que le Purina Institute ait été créé pour partager nos recherches et continuer à promouvoir la science de la nutrition afin que les animaux de compagnie vivent mieux et plus longtemps.

#### Nos engagements pour créer de la valeur partagée

En 2017, nous avons fait état de nos engagements Purina in Society (PinS), qui sont fondés sur ce qui compte le plus pour nos parties prenantes et ce qu’elles attendent de nous en tant qu’entreprise. Ils constituent notre objectif pour créer une valeur partagée pour les animaux de compagnie, les individus et la planète dans les domaines suivants :

- Promouvoir la possession responsable et aimante d’un animal.

En tant qu’acteur majeur du Petfood, nous nous devons de contribuer à valoriser le rôle des animaux dans la société

- Travailler avec des partenaires sur la raréfaction des ressources
- Faire preuve d’une transparence radicale, en intégrant la compréhension des changements et des nouvelles attentes des consommateurs et être moteur pour y répondre
- Réduire les flux environnementaux entrants et sortants, notamment grâce à une utilisation responsable des ressources

Ces engagements concrétisent notre principale conviction, qui est : quand les Hommes et les animaux vivent ensemble, la vie est meilleure pour les animaux de compagnie, les personnes qui les aiment et les communautés dans lesquelles ils vivent. Nous croyons que ces engagements nous permettront d’atteindre notre ambition d’être la société qui inspire le plus confiance dans le domaine des soins pour animaux. Par ailleurs, nous continuons à contribuer aux engagements de notre société mère, Nestlé. Nos partenariats et collaborations nous permettent également d’avoir un impact plus important dans toute l’Europe.

J’ai été heureux de constater que les recherches menées en 2018 ont montré que Purina a gagné la confiance des parties prenantes en tant qu’entreprise qui agit dans le meilleur intérêt des animaux de compagnie et de leurs maîtres. Nous avons également appris que les parties prenantes voudraient en savoir plus sur la façon dont nous travaillons avec certains acteurs et partenaires tels que les vétérinaires. Le

présent rapport cite quelques exemples des 40 pays où nous sommes présents, ainsi que leur impact sur les communautés locales.

Les initiatives de Purina, toujours orientées vers le bien-être des animaux de compagnie, englobent notamment l’adoption d’animaux de compagnie, la sensibilisation des enfants à la possession responsable et la présence des animaux sur le lieu de travail. Je suis ravi que nous ayons mis en place le programme PetsatWork dans 22 pays ; que nous ayons implémenté notre programme de sensibilisation à la possession responsable d’un animal dans 9 pays et que nous collaborions avec plus de 43 organisations afin d’augmenter et d’améliorer l’adoption des animaux de compagnie. Nous savons aussi que le respect de l’environnement est très important et, comme notre maison-mère, Nestlé, nous cherchons à minimiser notre impact sur le milieu naturel.

Au cours des deux dernières années, Nestlé Purina PetCare en Europe, Moyen-Orient et Afrique du Nord (EMENA) a également réalisé quatre importants investissements pour l’avenir.

Nous avons investi dans Tails.com, l’un des pionniers, dans la livraison d’une nutrition personnalisée pour les chiens directement chez les consommateurs au Royaume Uni. En Allemagne, nous avons signé un accord en vue de l’acquisition d’une participation majoritaire dans Terra Canis, une société d’aliments ultra-naturels, pour les chiens. En France, nous avons acquis une participation majoritaire dans Wamiz, la première plateforme média digitale française à destination des possesseurs d’animaux de compagnie. Nous entretenons une relation de longue date avec Wamiz, en particulier à travers ses activités liées à l’adoption d’animaux de compagnie.

Wamiz nous aidera dans notre propre transformation digitale, importante pour notre stratégie d’entreprise pour la zone EMENA. L’ensemble de ces investissements démontre notre engagement continu concernant la relation Homme-animal et constitue



une occasion de tester de nouveaux modèles économiques dans notre catégorie. Nous avons récemment annoncé un partenariat avec le Groupe International Independent Vetcare, le plus grand groupe de services vétérinaires en Europe, qui nous permettra de renforcer notre objectif d’enrichir la vie des animaux de compagnie et de ceux qui les aiment.

Bien que notre activité offre un certain nombre de développements passionnants, notre dévouement envers nos engagements reste ferme. Nous abordons désormais la nouvelle étape de notre parcours Purina in Society avec plus de détermination, dans le but d’ :

- Assurer le respect de nos engagements existants
- Examiner les possibilités d’améliorer ou de compléter nos engagements existants

- Accélérer nos actions en vue de lutter contre les déchets plastiques
- Etudier le rôle de l’industrie du Petfood dans le développement de systèmes alimentaires durables

Je me réjouis de poursuivre notre collaboration en vue de créer une société qui croit vraiment que #wearebetterwithpets.

**Bernard Meunier**  
Président Directeur Général - Nestlé Purina PetCare en Europe, Moyen-Orient et Afrique du Nord

#### Prix BetterwithPets 2018

J’ai pu constater comment la puissance de la relation Homme-animal peut rassembler les communautés et contribuer à notre bien-être. C’est pourquoi, pour mon équipe et moi-même, le partenariat que nous avons conclu avec Ashoka afin de créer le 1<sup>er</sup> Prix Purina BetterwithPets a été un moment fort. Le Forum BetterwithPets 2018 qui s’est tenu à Barcelone a réuni les finalistes ainsi que des innovateurs sociaux, des entrepreneurs et des parties prenantes de toute l’Europe. Le fait de rencontrer les finalistes et d’échanger avec eux au cours du Forum BetterwithPets a été l’un des moments les plus inspirants, émotionnellement parlant, de ma vie professionnelle.

**Pour en savoir plus, veuillez aller à la page 25.**

# QUI SOMMES NOUS ?



**Nestlé Purina PetCare EMENA, dénommé ici Purina, englobe l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord. C'est l'un des principaux fabricants et fournisseurs d'aliments pour chiens et chats, qui possède des usines en France, en Allemagne, en Hongrie, en Italie, en Pologne, en Russie, au Royaume-Uni et en Espagne.**

Purina met au point des aliments et des produits de soins pour chats et chiens de tous âges, notamment une gamme d'aliments vétérinaires spécialisés pour chiens et chats. Purina en tant qu'entreprise du Groupe Nestlé utilise certaines installations du Groupe, et n'a aucune joint-venture<sup>1</sup>. Dans la zone EMENA, Purina compte 7 988 employés, ce qui comprend les collaborateurs des sièges et des usines. L'activité des produits pour animaux de Nestlé représente 14,01% des ventes totales du Groupe Nestlé. En 2018, cela correspondait à 12 817 milliards CHF. La ventilation plus fine de la valeur directe générée par Purina est confidentielle. Le siège de Purina se situe à Entre deux Villes 12. 1814 La Tour-de-Peilz, en Suisse<sup>2</sup>.

GRI 102-1, GRI 102-2, GRI 102-4, GRI 102-5, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 201-1, GRI 102-3, GRI 102-15

(1) Pour en savoir plus, consulter l'index GRI (document séparé), en particulier sur les acquisitions effectuées au cours de l'année 2018

(2) Nouveau siège, depuis le 1er avril 2019

## Les principaux domaines d'impacts de Purina sont les suivants :

- Les effets positifs de nos produits sur la santé et le bien-être des animaux de compagnie
- Les effets positifs et bénéfiques de la valorisation de la relation Homme-animal, de la possession aimante et responsable d'un animal et de nos engagements Purina in Society sur la santé et le bien-être des animaux de compagnie
- Les impacts environnementaux potentiellement négatifs liés aux installations de fabrication et au transport de nos produits. Cela comprend l'utilisation des matières premières, les émissions, la consommation d'énergie, la consommation d'eau et l'élimination des déchets
- L'impact positif de notre modèle économique concernant la valorisation des sous-produits. Les sous-produits, en surplus ou non utilisés dans la chaîne alimentaire humaine sont utilisés comme source principale pour l'alimentation des animaux de compagnie, encourageant ainsi le développement durable

## D'un point de vue commercial, parmi les tendances qui peuvent nous affecter, on note :

- **Un changement de comportement des possesseurs d'animaux de compagnie dans les pays où nous sommes présents**
- **Une pénurie croissante des ressources** qui affecterait nos approvisionnements en matières premières
- **Une modification des habitudes et des systèmes alimentaires chez l'Homme**, notamment la montée du végétarisme et du véganisme et la façon dont ces tendances peuvent se répercuter sur les habitudes alimentaires des animaux de compagnie
- **L'évolution vers des aliments plus « naturels » et moins transformés**, tant pour les Hommes que pour leurs animaux de compagnie
- **L'impact environnemental de l'approvisionnement et du conditionnement** et le besoin de respecter les limites de notre planète
- **Les nouvelles technologies, qui modifient notre façon de vivre et de produire de la nourriture pour animaux de compagnie**
- **La personnalisation et la transformation numérique de l'économie**
- **Les nouvelles exigences en matière de transparence, au niveau des entreprises et de la chaîne de valeur**

## Nos marques

Les produits vendus par Purina dans la zone EMENA le sont sous les marques suivantes :

PURINA® AdVENTuROS™, Purina® Dentalife®, PURINA® PRO PLAN® VETERINARY DIETS, PURINA ONE®, FELIX®(\*), GOURMET®, FRISKIES®, BENEFUL®, DARLING®, CAT CHOW®, DOG CHOW®, BEYOND®, BAKERS® et FIDO®. Ce portefeuille de marques comprend également plusieurs sous-marques vendues dans certains pays.

## La principale chaîne d'approvisionnement de Purina comprend :

- **L'utilisation de céréales et de « sous-produits »** de la chaîne alimentaire humaine, ainsi que des installations de transformation des produits de la mer
- **L'approvisionnement en viande, volaille et œufs**, de l'exploitation agricole jusqu'aux entrepôts et sites de transformation

- **La culture, le stockage et la distribution de soja** issu en grande partie de matières non génétiquement modifiées provenant principalement du Brésil et d'Europe

## Notre approche

### L'importance d'une bonne gouvernance

Les fonctions et les marchés de Purina reportent régulièrement les performances générales en matière de développement durable au Comité de Direction et donnent deux fois par an un rapport détaillé. Pour ces initiatives, le Comité de Direction est soutenu par le Comité de Pilotage Purina Planet.

GRI 102-18, GRI 102-9, GRI 102-16, GRI 405-1, GRI 102-12

(\*) PURINA® FELIX® n'est ni vendue ni commercialisée dans les pays nordiques. Elle y est vendue et commercialisée sous la marque LATZ®

(3) Pour en savoir plus, consulter l'index GRI (document séparé), et <https://www.nestle.com/investors/corporate-governance/businessprinciples>

La composition de notre CDD est la suivante:

- **33%** de femmes et **67%** d'hommes.
- **67%** ont plus de 50 ans ; les autres ont entre 30 et 50 ans.

Purina applique les Principes de Conduite des Affaires de Nestlé et aligne ses pratiques et formations sur le Code de Conduite de Nestlé<sup>3</sup>.

## Nos collaborateurs

Chez Purina, nos collaborateurs sont nos plus importants ambassadeurs. Ils ont contribué à inspirer et à façonner nos engagements. C'est grâce à leur implication à l'égard de ces engagements que nous avons pu atteindre nos objectifs et avoir un impact positif sur les communautés au sein desquelles nous évoluons. Pour en savoir plus sur nos collaborateurs, veuillez consulter la [page 52](#).

1er rang (de gauche à droite) : Bernard Meunier, Président Directeur Général, NPPE ; Kerstin Schmeiduch, Directrice des Affaires Juridiques et de la Communication Corporate - NPPE ; Calum Macrae, Directeur Régional - Région Nord (Royaume-Uni, Irlande, Pays-Bas, Suède, Danemark, Finlande et Norvège).



2e rang (de gauche à droite) : Anna Quaranta, Directrice Financière - NPPE ; Marco Travaglia, Directeur Régional - Région Sud (Italie, Grèce, Bulgarie, Roumanie, Serbie, Adriatique, Espagne, Portugal et MENA) ; Olivier Robin, Directeur des Opérations - NPPE.



3e rang (de gauche à droite) : Hubert Wieser, Directeur Régional - Région Centre (Allemagne, Autriche, Suisse, Pologne, Estonie, Lettonie, Lituanie, Hongrie, République tchèque et Slovaquie) ; Isabelle Taillandier, Directrice Régionale - France et Belgique ; Fabio Degli Esposti, Directeur Marketing - NPPE.



4e rang (de gauche à droite) : Alessandro Zanelli, Directeur Régional - Région Est (Russie, Ukraine, pays de la CEI, Turquie et Israël) ; Stefano Lopez, Directeur des Opérations Commerciales - NPPE ; Marie-Thérèse Burkart-Arnoso, Directrice des Ressources Humaines - NPPE.



# Les priorités de Purina et de ses parties prenantes

**En 2013, Purina a conduit une étude d'impact au sein de ses marchés européens afin d'identifier et de prioriser les préoccupations majeures pour nos parties prenantes et notre business. Cette étude a été actualisée en 2016. Nous avons revu les modalités de cette étude d'impact pour l'année 2019. Pour en savoir plus sur notre méthodologie et nos résultats, veuillez consulter notre rapport Purina in Society 2016.**

Purina a ainsi identifié quatre enjeux importants<sup>(4)</sup>.



## Possession responsable et aimante des animaux comprenant :

- Notre rôle en tant qu'entreprise d'aliments pour animaux de compagnie
- Notre rôle en tant que leader pour la promotion du rôle des animaux et du lien Homme-animal dans la société



## Raréfaction des ressources



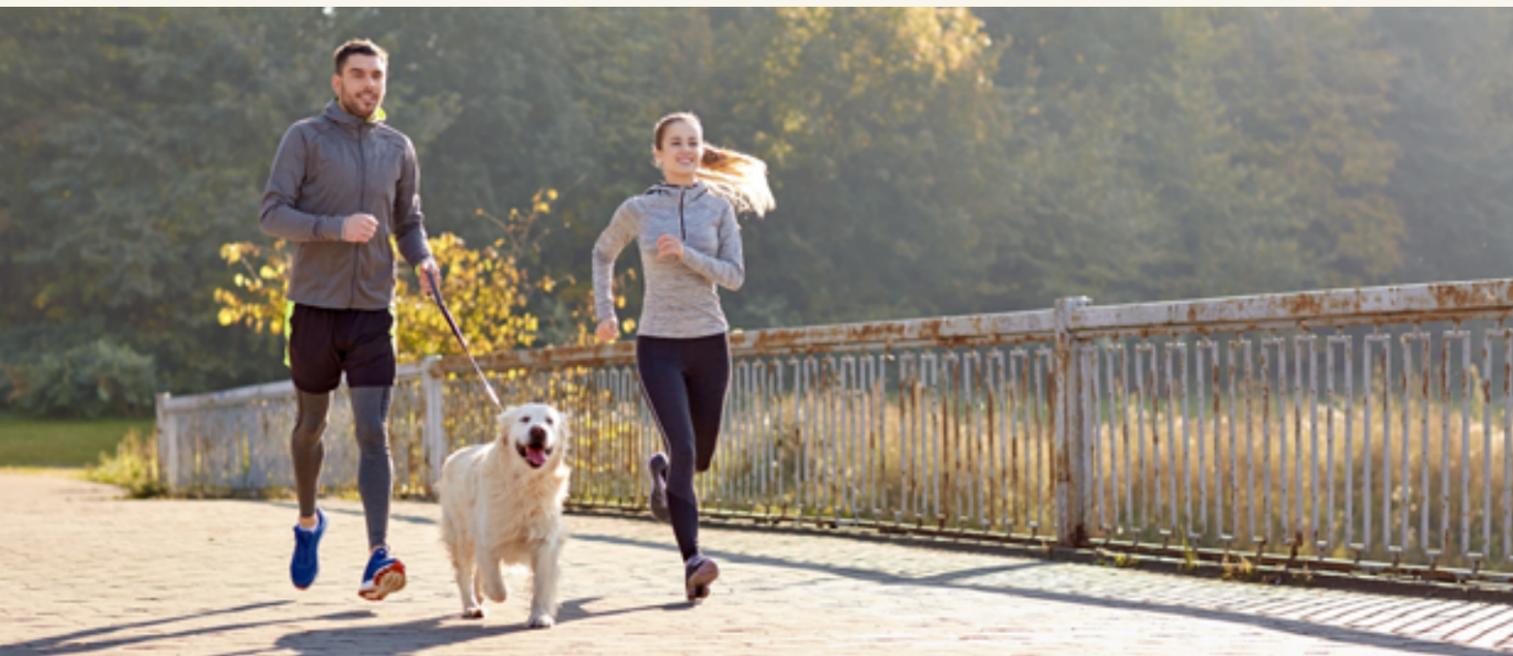
## Transparence radicale sur ce que nous faisons, notamment pour répondre aux attentes croissantes de nos parties prenantes



## Réduction de notre impact environnemental, notamment en ce qui concerne l'utilisation de matériaux, l'emballage et le transport

GRI 102-46, GRI 102-47

(4) Pour en savoir plus, consulter l'index GRI (document séparé), à propos des enjeux importants.



## Nos engagements Purina in Society

Chacun de nos engagements Purina in Society est sous la responsabilité d'un membre de la Direction. Notre CdD examine régulièrement les progrès réalisés sur nos engagements PinS. Ces progrès sont communiqués aux marchés et à nos fonctions centralisées qui rendent compte régulièrement aux responsables de chaque engagement. Ce processus en cascade nous permet de vérifier notre progression et nos engagements, chaque année. Nous consultons régulièrement nos parties prenantes sur nos engagements ce qui nous a amené, en 2018, à modifier certains de nos engagements.

En parallèle, Nestlé revoit ses propres engagements, auxquels nous souscrivons. Dans ce rapport, nous mettons l'accent sur les engagements envers les actions qui nous paraissent les plus pertinentes pour nos parties prenantes, qui sont les animaux de compagnie, les personnes qui les aiment, les possesseurs et les communautés dans lesquelles nous évoluons.

## Nous sollicitons nos parties prenantes et prenons en compte ce qui est important pour elles

Un engagement proactif avec nos partenaires et les parties prenantes est essentiel pour concrétiser nos engagements PinS. Notre approche consiste à comprendre ce qui est le plus important pour eux, être à l'écoute des questions qu'ils se posent et connaître les domaines sur lesquels ils veulent que Purina se concentre, que ce soit au niveau local ou européen. Nous communiquons régulièrement avec nos parties prenantes à travers l'Europe, grâce au/aux :



Services consommateurs (pour certains d'entre eux, des vétérinaires et des assistants vétérinaires répondent aux questions)



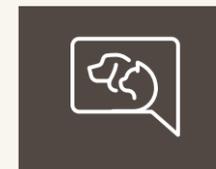
Plateformes sociales pour fournir des réponses aux questions que l'on nous pose



« Événements » nationaux et européens proposés aux différentes parties prenantes pour en savoir plus sur nos initiatives. En 2018, nous avons, par exemple, organisé des visites d'usines et nos employés ont travaillé en tant que bénévoles au sein d'organisations partenaires



Soutien (et visibilité) d'organisations locales qui sont à la recherche de nouveaux foyers pour chats et chiens



Organisation de forums avec les ONG partenaires sur des questions importantes pour les possesseurs et les amoureux d'animaux de compagnie



Associations professionnelles locales et européennes



Nouveau Prix Purina BetterwithPets

L'engagement autour de chaque plateforme et de chaque événement, nous aide à déterminer les sujets à aborder, les participants et la façon dont nous pouvons créer les meilleures occasions de réseautage et de collaboration. Pour de plus amples informations sur l'engagement de nos parties prenantes et les sujets abordés en 2018, veuillez consulter la [page 58](#).



# Nos engagements Purina in Society : Point à fin 2018



Engagement PinS	Objectifs	Progression en 2017 et 2018	P.
<p>INNOVER POUR FAVORISER LA SANTÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX DE COMPAGNIE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2017</b> : Nous lancerons 16 nouveaux produits axés sur l'amélioration de la santé et du bien-être des animaux</li> <li>• Et nous partagerons les résultats de nos recherches en publiant quatre articles par an dans des revues spécialisées</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2014</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2020</b> : Nous lancerons 14 nouveaux produits axés sur l'amélioration de la santé et du bien-être des animaux (5)</li> </ul>	<p><b>En 2017</b> : nous avons atteint notre objectif pour <b>16 nouveaux produits</b>, et avons lancé 7 produits supplémentaires au cours de l'année. Nous avons également publié <b>11 articles</b> en 2017</p> <p><b>En 2018</b> : nous avons lancé <b>7 produits</b></p>	15
<p>PROMOUVOIR LA TRANSPARENCE À TRAVERS NOTRE PORTEFEUILLE DE PRODUITS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2018</b> : Nous rendrons l'information sur nos produits ainsi que les conseils nutritionnels plus accessibles et compréhensibles sur l'emballage</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2014 (6)</i></p>	<p><b>En 2018</b> : Nous avons eu <b>117 516</b> contacts consommateurs portant sur des conseils nutritionnels et sur les soins à apporter aux animaux, des réclamations et des informations sur les produits, dont <b>13 011</b> concernaient plus spécifiquement les conseils en matière de soins aux animaux</p>	18
<p>RETIRER TOUS LES COLORANTS ARTIFICIELS DE NOS PRODUITS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2017</b> : nous supprimerons les colorants artificiels de notre marque BAKERS™</li> <li>• <b>D'ici 2020</b> : nous supprimerons complètement les colorants artificiels de nos produits d'alimentation complète</li> <li>• <b>D'ici 2023</b> : nous supprimerons les colorants artificiels de nos friandises</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2014</i></p>	<p><b>En 2017</b> : nous avons utilisé un total de <b>125,2 tonnes</b> de colorants artificiels, soit une <b>baisse de 9,3%</b></p> <p><b>En 2018</b> : nous avons utilisé un total de <b>84 tonnes</b> de colorants artificiels, soit une <b>baisse de 32,8%</b></p> <p><b>De 2015 à aujourd'hui</b> : Nous avons supprimé <b>70 tonnes de colorants artificiels</b>, ce qui représente une baisse globale de <b>45,4%</b></p>	20
<p>AIDER À RÉDUIRE LE RISQUE D'OBESITÉ DES ANIMAUX GRÂCE À DES PROGRAMMES DE PRÉVENTION COLLABORATIFS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2023</b> : Nos 10 principaux marchés soutiendront nos partenariats et programmes de prévention</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2014</i></p>	<p><b>En 2018</b> : La campagne Healthy Love s'est déroulée :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En Italie</li> <li>• Au Portugal</li> <li>• En Espagne</li> <li>• En Suisse</li> <li>• En Russie</li> </ul>	21
<p>PROMOUVOIR L'ADOPTION D'ANIMAUX PAR LA COLLABORATION ET LE PARTENARIAT</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2023</b> : Nos 10 principaux marchés soutiendront des programmes et des organisations afin de promouvoir l'adoption</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2015</i></p>	<p><b>En 2018</b> : <b>15 pays</b> (parmi lesquels, 7 de nos dix principaux marchés) ont établi des partenariats en matière d'adoption d'animaux de compagnie et travaillé avec <b>43 partenaires différents</b></p>	27

(5) Depuis le rapport 2016, le titre de l'engagement est passé de « Être à la pointe de la recherche sur la santé et l'alimentation des animaux » à « Innover pour favoriser la santé et le bien-être des animaux de compagnie », ce qui reflète mieux les activités que nous menons

(6) Depuis le rapport 2016, le titre de l'engagement est passé de « Fournir des informations accessibles sur les produits et des conseils liés au soin des animaux » à « Promouvoir la transparence à travers notre portefeuille de produits », ce qui reflète mieux les activités que nous menons

Engagement PinS	Objectifs	Progression en 2017 et 2018	P.
<p>FAVORISER LA PRÉSENCE DES ANIMAUX DANS LES ENTREPRISES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2020</b> : nous créerons 200 alliances dans toute l'Europe pour favoriser la présence des animaux sur le lieu de travail</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2015</i></p>	<p><b>En 2018</b> : <b>22 pays</b> ont mis en place des programmes Pets at Work (Animaux sur le lieu de travail) au sein de nos locaux (dont 9 dans nos marchés les plus importants). Nous avons également établi <b>62 alliances externes</b></p>	30
<p>DÉVELOPPER DES PROGRAMMES POUR AIDER LES ENFANTS À DEVENIR DES POSSESSEURS RESPONSABLES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2023</b> : 2 000 000 d'enfants participeront à nos programmes</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2015</i></p>	<p><b>En 2017</b> : 7 pays ont mis en place des programmes et environ <b>305 377</b> enfants y ont participé</p> <p><b>En 2018</b> : <b>9 pays</b> ont mis en place des programmes (dont 7 dans nos dix principaux marchés) et environ <b>319 450</b> enfants y ont participé</p> <p>Depuis 2015, au total, <b>823 739</b> enfants ont participé à nos programmes de sensibilisation<sup>7</sup></p>	33
<p>CRÉER DES EMPLOIS CHEZ PURINA POUR LES JEUNES DANS TOUTE L'EUROPE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2016</b> : Nous nous engageons à créer 1 500 opportunités d'emploi et stages pour des jeunes de moins de 30 ans chez Nestlé Purina en Europe</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2013</i></p>	<p><b>En 2016</b> nous avons atteint notre objectif. Nous avons employé <b>2 429</b> jeunes depuis 2014. Nous continuons à soutenir l'initiative et les engagements de Nestlé en faveur de la jeunesse (YOUth) sans réaliser de rapport séparé à propos de cette initiative - Pour plus de détails, consulter <a href="https://www.nestle.com/csv/impact/employment-diversity/youth-employment">https://www.nestle.com/csv/impact/employment-diversity/youth-employment</a></p>	n/a
<p>AMÉLIORER LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE DE NOS EMBALLAGES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2019</b> : réduire le volume d'emballages d'au moins 3 000 tonnes</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2015</i></p>	<p><b>En 2017</b> : Nous avons supprimé <b>787</b> tonnes d'emballages, grâce à des initiatives techniques et avons obtenu une réduction de 3,46% d'emballages</p> <p><b>En 2018</b> : Nous avons supprimé <b>787</b> tonnes d'emballages, grâce à des initiatives techniques et avons obtenu une réduction de 0,7% d'emballages</p> <p><b>Depuis 2015</b> : nous avons économisé <b>3 542</b> tonnes d'emballages grâce à nos engagements</p>	46
<p>METTRE EN ŒUVRE UN APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D'ici 2016</b> : Nous souhaitons réaliser des audits sur l'approvisionnement responsable pour 50% de notre base d'approvisionnement direct</li> <li>• <b>D'ici 2017</b> : Nous nous engageons à assurer la traçabilité de 100% de notre soja</li> <li>• <b>D'ici 2020</b> : 100% de l'approvisionnement des produits de la mer sera effectué auprès de sources responsables</li> </ul> <p><i>Année de référence – 2015</i></p>	<p><b>En 2018</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>65%</b> des matières premières et <b>64%</b> des emballages sont couverts par un audit sur l'approvisionnement responsable<sup>8</sup></li> <li>• <b>100%</b> de notre soja est traçable</li> <li>• <b>43%</b> des ingrédients issus de la mer que nous achetons proviennent de pêcheries responsables<sup>9</sup></li> </ul>	48

(7) Pour certains marchés, les données sont calculées sur la base du nombre d'enfants au cours d'une année scolaire (et non pas d'une année civile)

(8) Les informations concernant les emballages sont calculées sur la base des dépenses totales de Nestlé (incluant les dépenses globales et locales) - Purina a l'intention de présenter les chiffres spécifiques de Purina dans ses futurs rapports

(9) Entre 2016 et 2017, notre évaluateur indépendant tiers a modifié la façon dont nous évaluons les sous-produits de la mer issus de l'aquaculture. Nous utilisons maintenant comme KPI le volume absolu.



# 01

## Pour les individus, les familles et leurs animaux de compagnie

INNOVER POUR FAVORISER LA SANTÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX DE COMPAGNIE



PROMOUVOIR LA TRANSPARENCE À TRAVERS NOTRE PORTEFEUILLE DE PRODUITS



RETIRER TOUS LES COLORANTS ARTIFICIELS DE NOS PRODUITS



AIDER À RÉDUIRE LE RISQUE D'OBÉSITÉ DES ANIMAUX DE COMPAGNIE GRÂCE À DES PROGRAMMES DE PRÉVENTION COLLABORATIFS



Innover pour favoriser la santé et le bien-être des animaux de compagnie **15**

Promouvoir la transparence à travers notre portefeuille de produits **18**

Retirer tous les colorants artificiels de nos produits **20**

Aider à réduire le risque d'obésité des animaux de compagnie grâce à des programmes de prévention collaboratifs **21**

## POUR LES INDIVIDUS, LES FAMILLES ET LEURS ANIMAUX DE COMPAGNIE

**Nous partageons l'objectif de Nestlé, qui est « d'améliorer la qualité de vie et contribuer à un avenir plus sain », en enrichissant la vie des animaux de compagnie et de ceux qui les aiment.**

Pour les individus, les familles et leurs animaux de compagnie, il s'agit de favoriser des vies plus saines et plus heureuses; et chez Purina, nous nous concentrons sur l'amélioration de la santé des animaux de compagnie, par une nutrition qui améliore leur qualité de vie.

En prenant en compte l'avis de nos parties prenantes et de nos experts internes, nous savons que cela se traduit ainsi :

- Innover pour favoriser la santé et le bien-être des animaux de compagnie
- Promouvoir la transparence à travers notre portefeuille de produits
- Retirer tous les colorants artificiels de nos produits
- Aider à réduire le risque d'obésité des animaux de compagnie grâce à des programmes de prévention collaboratifs

## Innover pour favoriser la santé et le bien-être des animaux de compagnie

**Purina possède un héritage nutritionnel de plus de 120 ans, fondé sur une passion profondément ancrée autour des animaux de compagnie. Notre triple promesse basée sur une nutrition de haute qualité, des preuves scientifiques et des résultats, a conduit au développement de notre large portefeuille de produits d'alimentation destinés aux animaux de compagnie en bonne santé, à ceux ayant des besoins spécifiques et à ceux dont la nutrition doit être prescrite par un vétérinaire. Nous comprenons pleinement le lien qui existe entre les animaux de compagnie et leurs maîtres et nous nous engageons à faire avancer la science dans la compréhension de la nutrition et du comportement des animaux de compagnie.**

Le réseau de Recherche et Développement (R&D) de Purina possède un riche héritage en matière de science nutritionnelle et fait partie du réseau R&D le plus vaste de Nestlé. D'importantes plateformes de recherche se concentrent sur la santé du métabolisme (gestion du poids, obésité et diabète); vieillissement, santé cognitive; santé gastro-intestinale et microbiote. Grâce à ce transfert de connaissances, chiens et chats bénéficient de produits innovants qui permettent d'améliorer leur santé et leur qualité de vie. Désormais, grâce au lancement du Purina Institute, nous pouvons partager nos recherches encore plus largement.

En 2016, nous avons pris l'engagement Purina in Society d'« Innover pour favoriser la santé et le bien-être des animaux de compagnie », axé sur la nutrition<sup>(10)</sup>. Plus précisément, nous nous sommes engagés à **lancer 16 nouveaux produits axés sur l'amélioration de la santé et du bien-être des animaux de compagnie d'ici 2017** (année de référence 2014). **En 2017, nous étions fiers d'avoir atteint notre objectif de lancer 16 nouveaux produits.**

Dans l'évaluation de cette réalisation et compte tenu de l'importance que nous portons à la nutrition, nous avons inclus de précieux enseignements tirés de notre recherche auprès des parties prenantes de 2018. Ces dernières voient notre expertise en nutrition<sup>(10)</sup>, la qualité de nos produits, notre solide réseau R&D et notre capacité à innover comme des points forts de Purina, en tant qu'entreprise moderne et scientifique. **Nous avons donc étendu cet engagement afin de lancer 14 nouveaux produits d'ici la fin de 2020.**

Dans cette optique, nous sommes heureux d'annoncer qu'en 2018, nous avons lancé sept nouveaux produits, dont six sous nos marques PURINA® PRO PLAN® et PURINA ONE®. Le septième produit a été lancé sous la marque PURINA® Dentalife®.

(10) Depuis le rapport 2016, le titre de l'engagement est passé de « Être à la pointe de la recherche sur la santé et l'alimentation des animaux » à « Innover pour favoriser la santé et le bien-être des animaux de compagnie », ce qui reflète mieux les activités que nous menons

## ÉTUDE DE CAS

## Un cerveau sain est aussi vital qu'un corps sain

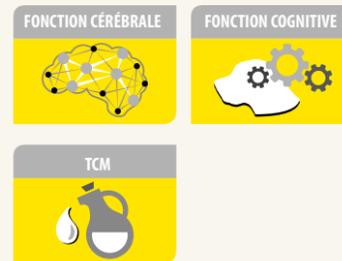
Des changements de la fonction cérébrale peuvent avoir un impact négatif sur tous les aspects de la vie d'un chien et peuvent s'avérer difficiles à gérer pour les propriétaires d'animaux de compagnie.

PURINA® PRO PLAN® Neurocare™ est une approche révolutionnaire de l'impact de la nutrition sur la fonction cérébrale chez le chien et qui est le fruit d'une collaboration entre des scientifiques de Purina et des vétérinaires neurologues du Royal Veterinary College, à Londres. Cet aliment est formulé avec des TCM (Triglycérides à Chaîne Moyenne) et des neuro-nutriments spécifiques, à l'efficacité cliniquement prouvée pour aider à améliorer la fonction cérébrale chez le chien.

Le produit a été lancé lors de congrès vétérinaires, au niveau local et européen, avec un réseau de vétérinaires et de neurologues.

PURINA® PRO PLAN® Neurocare™ a été lancé dans 16 pays.

**PURINA® PRO PLAN® Neurocare™ est une approche révolutionnaire de l'impact de la nutrition sur la fonction cérébrale chez le chien**



## Purina travaille avec la communauté des vétérinaires pour mieux innover

La collaboration avec des vétérinaires de toute l'Europe est essentielle pour Purina. Grâce à nos partenariats avec des collègues réputés et d'importants vétérinaires leaders à travers le monde, Purina est reconnu par les professionnels vétérinaires dans le monde entier.

En 2018, nous avons créé le Purina Institute, une organisation professionnelle internationale composée d'une équipe diversifiée de plus de 500 scientifiques et experts en soins des animaux de compagnie. Le Purina Institute partage des recherches révolutionnaires et les dernières découvertes scientifiques de Purina dans le domaine de la nutrition des animaux de compagnie, afin que les vétérinaires et autres professionnels puissent faire de la nutrition un élément essentiel de leurs échanges avec les possesseurs d'animaux.

Nous avons également mis en place un programme d'engagement officiel à travers l'Europe pour aborder des sujets clés à travers des programmes tels que **Healthy Love** et **#YAQuoiDansSaGamelle** [\[Lien\]](#)

Nous savons qu'il est impératif de participer activement. Nous collaborons avec des professionnels vétérinaires en soutenant des **colloques** et en établissant des **alliances stratégiques** (comme avec la World Small Animal Veterinary Association - WSAVA). Nous parrainons également des conférences, des présentations et

des prix de recherche. Au cours de l'année 2018, nous avons touché **3 500 vétérinaires de 50 nationalités**, grâce à des alliances stratégiques et à la participation à des conférences et à des événements.

En septembre 2018, nous avons soutenu le plus grand symposium sur la médecine interne en Europe : l'European Veterinary Internal Medicine Companion Animals (ECVIM-CA).

Il a réuni des experts de renom de différentes spécialités, venus du monde entier, pour partager et discuter de la médecine interne et de ce qui compte pour l'alimentation de nos animaux de compagnie et, en particulier, de notre nouveau produit PURINA® PRO PLAN® Neurocare™. Au cours de l'ECVIM-CA le Purina Institute a été officiellement lancé en Europe.

## ÉTUDE DE CAS

## Notre engagement et le partage de notre expertise nutritionnelle avec des vétérinaires

En **Russie**, Purina Partners est un programme pédagogique pour les vétérinaires, qui offre des conférences gratuites et attire plus de 20 000 vétérinaires. Notre 2ème conférence vétérinaire internationale, à Moscou, a été suivie par près de 3 000 spécialistes des animaux de compagnie, qui ont abordé les dernières tendances en matière de thérapie et de médecine vétérinaire.

En 2018, en collaboration avec l'Innovation Veterinarian Center of Moscow Veterinarian Academy (**IVC MVA**), notre entreprise a pris part à 11 conférences communes. De même, Purina et le neurologue Maxim Lapshin ont développé un rapport intégré sur notre nouveau produit, PURINA®

PRO PLAN® Neurocare™, qui a été présenté par Maxime lors de 15 séminaires à travers la Russie.

En **Pologne**, par le biais de la Purina Academy, nous avons fourni des programmes pédagogiques sur une nutrition saine pour différentes parties prenantes, avec un contenu sur mesure pour les chirurgiens vétérinaires, les éthologues, les infirmiers vétérinaires, les maîtres d'animaux de compagnie et les employés d'animaleries.

Dans les **pays baltes**, nous avons proposé trois journées de séminaires de formation pour les clients, les vétérinaires et les employés d'animaleries en Lettonie.

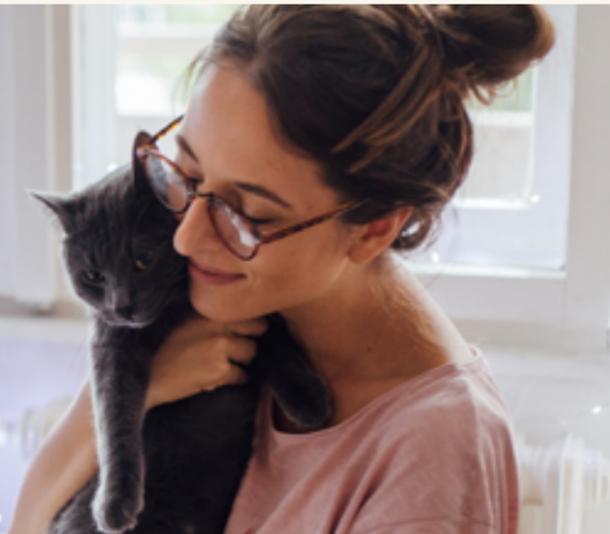
**3 500**  
vétérinaires de

**50**  
nationalités  
ont été  
atteints



L'équipe Vétérinaire Purina Russie, lors de la Purina Partners Conference 2018, à Moscou

## Promouvoir la transparence à travers notre portefeuille de produits



### Les possesseurs d'animaux de compagnie attendent de plus en plus une information facile d'accès, précise et transparente.

En 2016, nous nous sommes engagés à **fournir des informations accessibles sur les produits et des conseils en matière de soins pour animaux de compagnie**<sup>(1)</sup>. Nous nous étions donnés pour objectif de rendre l'information et les conseils nutritionnels sur nos produits plus accessibles et compréhensibles sur les emballages d'ici 2018.

Les coordonnées du Service Consommateurs sont présentes sur chaque produit et, en fonction du format du pack, des conseils sur l'emballage et des recommandations sur l'alimentation sont présents. Nous nous engageons à fournir des informations prouvées

scientifiquement et vérifiables, sur nos produits et nos activités. Nous respectons également le Code de bonnes pratiques d'étiquetage des aliments pour animaux familiers de la FEDIAF<sup>(2)</sup>.

Purina estime que l'étiquetage sur l'emballage ne suffit pas à fournir des informations complexes et que différentes méthodes de communication devraient être utilisées. Pour cela, dans chaque pays, Purina a mis en place différentes plateformes, sociales et digitales, afin de communiquer avec les consommateurs, les possesseurs d'animaux et les autres acteurs intéressés.

Nous avons évalué toutes nos initiatives et, en 2017 et 2018, nous avons étendu notre objectif de transparence afin de :

- Proposer plus de « portes ouvertes », pour inviter le public à visiter plus souvent nos usines, notamment en

**France**, en **Allemagne**, en **Russie** et en **Italie**

- Étendre les possibilités de nos Services Consommateurs : du téléphone au digital et au forum en ligne et cela dans **33 pays**
- Développer différentes plateformes sociales et digitales, telle que la plateforme #YAQuoiDansSaGamelle sur notre site Purina.fr, qui a été lancée en France, en Allemagne, en Italie, en Pologne, en Espagne, en Russie et au Royaume-Uni et a déjà reçu **411 465 visites**<sup>(3)</sup>. En 2019, cette plateforme devrait être présente dans 18 marchés.

(1) Depuis le rapport 2016, le titre de l'engagement est passé de « Fournir des informations accessibles sur les produits et des conseils liés au soin des animaux » à « Promouvoir la transparence à travers notre portefeuille de produits », ce qui reflète mieux les activités que nous menons

(2) Purina respecte également le règlement de l'UE 767/2009 sur l'utilisation des aliments pour animaux et le Code de bonnes pratiques pour l'étiquetage des aliments pour animaux domestiques - FEDIAF (revu le 1er octobre 2018) - Pour en savoir plus, consulter l'index GRI séparé

(3) Chiffres pour la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne

En 2018, nous avons été contactés par :



## 117 516

consommateurs, pour des conseils, des réclamations et des informations sur les produits. La majorité des demandes provenaient de Russie, d'Allemagne, du Royaume-Uni, du Portugal et de France.

## Dont 16 433

demandes à propos de la santé des animaux de compagnie, et parmi celles-ci 13 011 sur les soins à apporter aux animaux.



Globalement, **64%** des contacts étaient neutres ou satisfaits.

### ÉTUDES DE CAS



## Y'A Quoi Dans Sa Gamelle (YAQDSG)

Le Service Consommateurs de Purina permet aux personnes passionnées par les animaux de compagnie de poser directement leurs questions, par téléphone, email ou courrier postal. De plus, les utilisateurs peuvent trouver les réponses aux questions les plus fréquemment posées au sujet de l'alimentation des animaux de compagnie sur le site Purina.fr.

### Comment la plateforme YAQDSG a-t-elle vu le jour ?

Nous avons pris en compte les questions des consommateurs posées sur les réseaux sociaux ou auprès de nos Services Consommateurs, et les avons regroupées sur une plateforme digitale, sur laquelle nous répondons à ces questions de manière transparente. Les questions concernent quatre principaux domaines : la provenance des ingrédients, la façon dont les produits sont fabriqués, le bien-être des animaux de compagnie et notre impact environnemental. Depuis le lancement, nous avons reçu plus de **411 465** visites uniques. [\[Lien\]](#)

En **Italie**, en 2018, nous avons poussé encore plus loin la plateforme numérique YAQDSG en la présentant à la « Vet Expo » de Milan, ainsi que dans des magasins spécialisés et dans les principales cliniques vétérinaires.

## Ouverture des portes de nos usines à nos parties prenantes

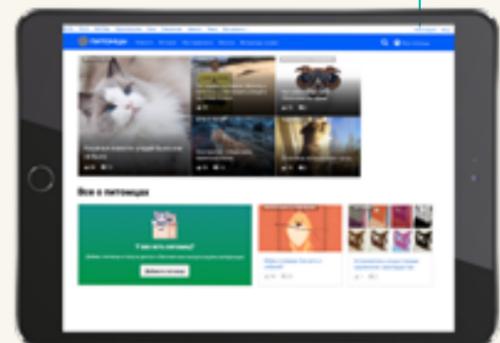
En **France**, nous avons mis en place un programme « immersif » avec des influenceurs sur les réseaux sociaux. Nous leur avons ouvert les portes de notre siège social et de notre usine de Veauche, ce qui leur a permis de discuter avec des experts de Purina. Dans notre usine de Montfort, nous avons formé 20 employés pour qu'ils échangent avec les visiteurs à propos de nutrition, pendant que dans notre usine de Marconnelle, nos clients, y compris les vétérinaires, les éleveurs et les propriétaires d'animaleries, sont venus découvrir l'histoire de notre usine, la façon dont nous formons nos employés et veillons à leur bien-être, à leur sécurité ainsi qu'à la qualité de nos produits.

En **Allemagne**, nous avons ouvert les portes de notre usine d'Euskirchen aux influenceurs et blogueurs pour une visite de l'usine, des présentations, des ateliers et des jeux de questions-réponses. Au cours de la visite, nous avons expliqué nos processus de production, montré d'où proviennent les matières premières et ce que signifie pour nous la notion de « zéro déchet ». Les visiteurs ont été agréablement surpris de tout ce que nous avons d'ores et déjà mis en place.

## Pets.mail.ru

En partenariat avec **Mail.ru Group**, l'une des plateformes digitales les plus importantes en Russie, Purina a mis au point un portail média offrant des nouvelles et des articles sur les animaux de compagnie et leur impact sur la vie de leurs maîtres, ainsi que des conseils sur les soins et la nutrition des animaux. Un service de « Consultations » propose également des conseils personnalisés de la part de vétérinaires de Purina et d'autres experts.

En **Italie**, nous ouvrons les portes de notre usine de Portogruaro à des parties prenantes extérieures depuis 2011. Le nombre de visiteurs a doublé depuis 2017 et nous avons élargi notre réseau à d'autres parties prenantes telles que les vétérinaires, les détaillants, les personnes influentes dans les médias sociaux et les organisations de consommateurs. Notre souhait était de démystifier tout ce qui touche à l'alimentation animale et à sa fabrication, en créant une source d'information crédible et fiable. Ainsi, en collaboration avec **l'Unione Nazionale Consumatori (Organisation Nationale des Consommateurs)**, nous avons publié un guide pédagogique sur les aliments pour animaux de compagnie. Il permet de lutter contre les fausses informations qui prolifèrent autour de ce sujet.



## Retirer tous les colorants artificiels de nos produits



**Nous savons que les possesseurs d'animaux de compagnie et tous les passionnés, cherchent à acheter des aliments pour animaux « naturels », moins transformés, et sans colorant ou additif artificiel.**

En 2016, nous nous sommes engagés à retirer tous les colorants artificiels de nos produits, de la manière suivante :

- D'ici 2017 : nous supprimerons les colorants artificiels de notre marque BAKERS™ – REALISÉ
- D'ici 2020 : nous supprimerons complètement les colorants artificiels de nos produits d'alimentation complète
- D'ici 2023 : nous supprimerons les colorants artificiels de nos friandises

En 2018, nous avons utilisé un total de **84 tonnes** de colorants artificiels, ce qui représente une baisse de 32,8% par rapport aux **125,2 tonnes utilisées en 2017**.

Ainsi, entre 2015 et le 31 décembre 2018, nous avons obtenu une baisse globale de **45,4%** de colorants artificiels utilisés (ce qui équivaut au chargement de 3 camions)<sup>(14)</sup>, dans une large gamme de produits.

(14) Sur la base d'un Eurotruck 82, d'un volume de 22 tonnes.

### ÉTUDE DE CAS

## FRISKIES® : Nous honorons notre engagement de retirer les colorants artificiels

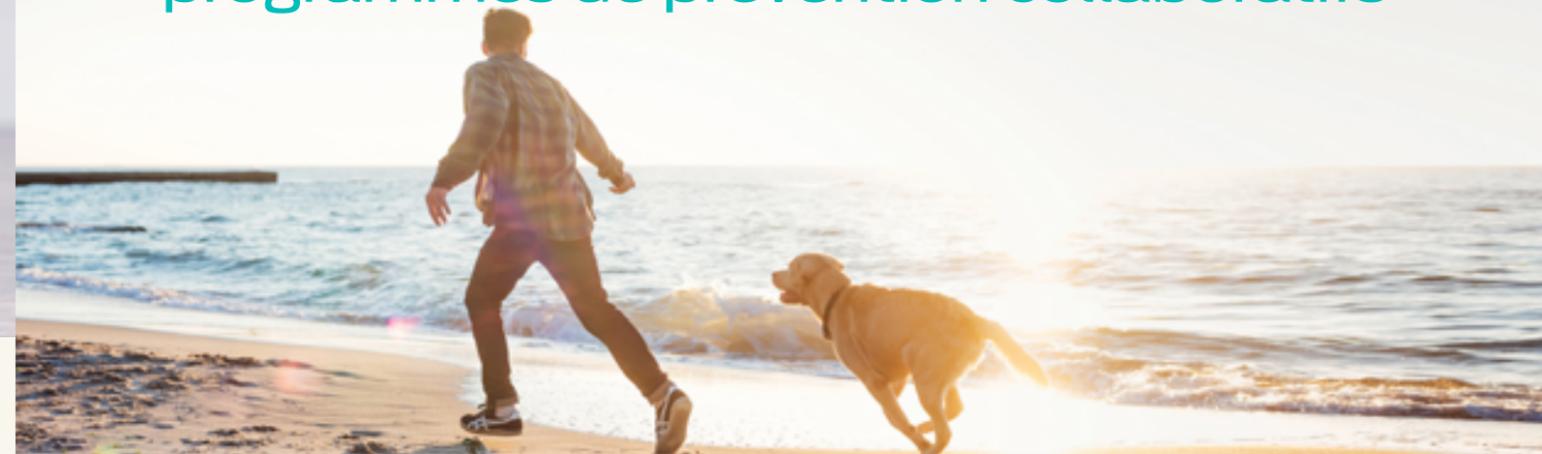
**E**n 2018, nous avons poursuivi notre programme de suppression de tous les colorants artificiels de notre portefeuille de produits, y compris dans notre large gamme d'aliments pour chats et chiens **PURINA® FRISKIES®**. Le défi était de taille, car dix usines sont impliquées dans la fabrication de ces produits.

Nos équipes ont recherché de nouveaux colorants non artificiels tout en revoyant les recettes, en testant et en fabriquant ces nouveaux produits FRISKIES®. Nous sommes fiers de nos équipes techniques, qui ont développé des couleurs plus naturelles, tout en maintenant la différenciation des couleurs, importante pour les maîtres d'animaux de compagnie, ainsi que le goût tant apprécié par les animaux.

Nos consommateurs peuvent être rassurés, notre gamme **FRISKIES®** est toujours aussi nutritive - 100% complète et équilibrée - et constitue un choix savoureux pour leur animal de compagnie.



## Aider à réduire le risque d'obésité des animaux de compagnie grâce à des programmes de prévention collaboratifs



**On estime que 59% des chiens et 52% des chats à travers le monde souffrent de surpoids ou d'obésité<sup>(15)</sup>. Chez les animaux de compagnie, l'obésité augmente le taux de problèmes de santé et réduit l'espérance de vie. S'attaquer aux problèmes de santé des animaux de compagnie, liés à l'obésité et au surpoids, est un élément important de la possession aimante et responsable d'un animal.**

Dans le cadre de notre approche, et pour améliorer nos programmes et produits alimentaires pour animaux de compagnie, nous avons mené des recherches afin d'identifier ce qui fonctionne pour lutter contre le surpoids et l'obésité. Il fallait pour cela se pencher sur l'attitude et le comportement des maîtres d'animaux de compagnie. Une des conclusions a montré que, de la même manière que pour l'obésité humaine, une entreprise ou un groupe ne peut pas faire front seul/e face à l'obésité de l'animal de compagnie; une autre a

(15) <https://petobesityprevention.org>

montré que la prévention (de l'obésité et du surpoids) était l'approche la plus efficace. Une conclusion importante a montré que ce défi, par les différentes dimensions qu'il aborde, nécessite une approche multipartite, notamment pour accompagner les possesseurs et les animaux de compagnie dans leur aventure. De notre côté, d'ici 2023, nous nous sommes engagés à ce que nos dix principaux marchés en Europe soutiennent des partenariats et des programmes de prévention pour aider à réduire le risque d'obésité animale.

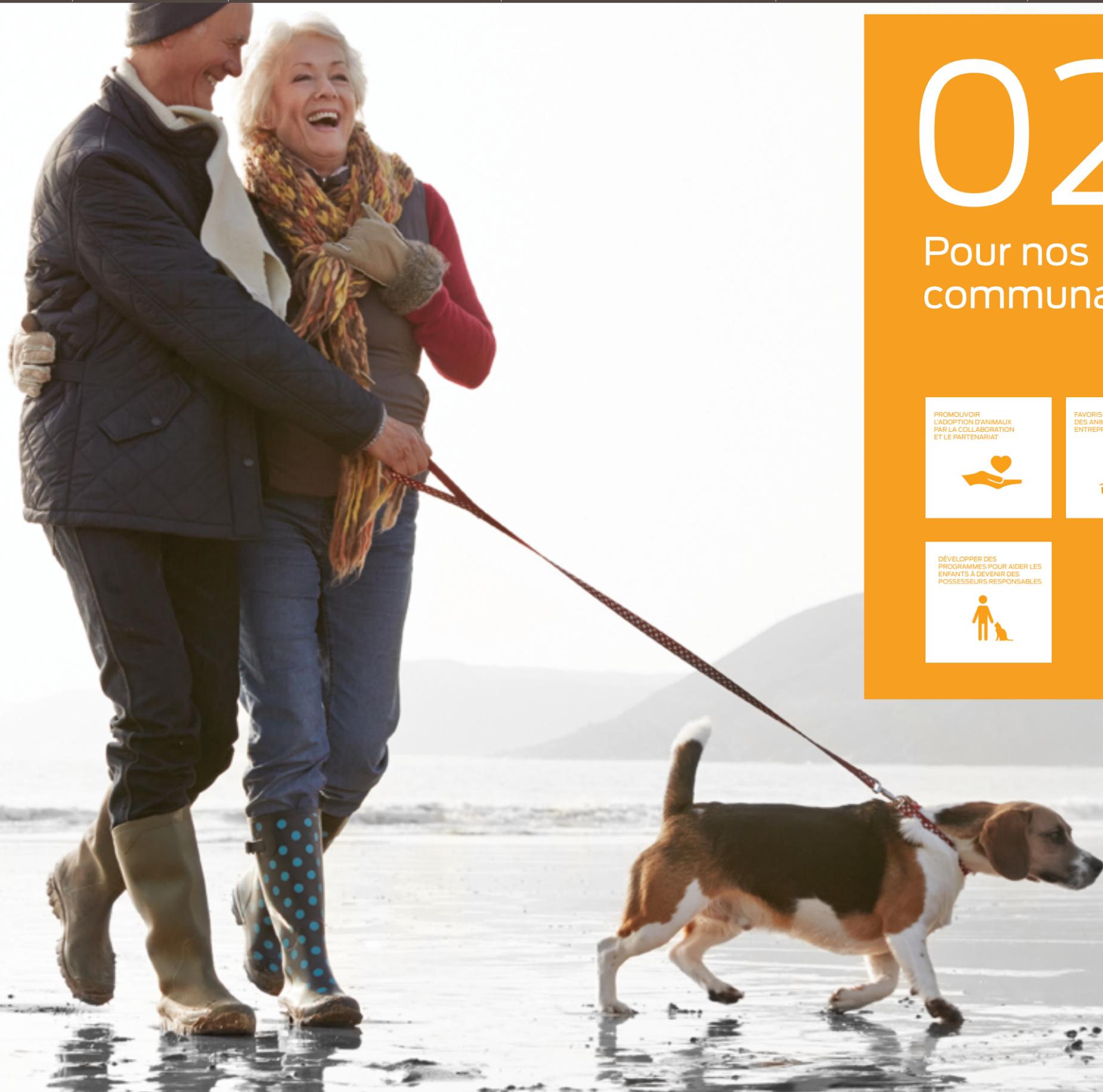
En tant qu'experts de confiance en matière de santé animale, nous savons que les vétérinaires sont des partenaires essentiels. Nous avons mis au point la campagne Healthy Love pour aider les vétérinaires à échanger avec les possesseurs d'animaux de compagnie au sujet du maintien d'un poids de santé pour leur animal. Cette campagne s'articule autour du guide PURINA® PRO PLAN® Healthy Love - Obesity 2.0 pour vétérinaires, qui inclut le nouveau calculateur de ration alimentaire PURINA® PRO PLAN®, un outil qui leur permet de proposer un plan alimentaire personnalisé à l'animal ainsi que des posters et des brochures pour communiquer avec les possesseurs.

Nous avons poursuivi nos recherches en 2018, avec une approche, scientifiquement prouvée pour favoriser le changement de comportement humain, et s'appuyant sur des fiches, appelée « if-then » (si-alors).

En 2018, la campagne Healthy Love a été déployée dans les pays suivants:



**Nous savons que les maîtres d'animaux de compagnie, ou ceux qui les aiment, souhaitent une assistance que ce soit en matière de perte de poids et/ou de prévention de l'obésité et nous poursuivrons nos recherches pour trouver des moyens pratiques d'y parvenir.**



# 02

## Pour nos communautés

PROMOUVOIR L'ADOPTION D'ANIMAUX PAR LA COLLABORATION ET LE PARTENARIAT



FAVORISER LA PRÉSENCE DES ANIMAUX DANS LES ENTREPRISES



DÉVELOPPER DES PROGRAMMES POUR AIDER LES ENFANTS À DEVENIR DES POSSESSEURS RESPONSABLES



Promouvoir l'adoption d'animaux par la collaboration et le partenariat 27

Favoriser la présence des animaux dans les entreprises 30

Développer des programmes pour aider les enfants à devenir des possesseurs responsables 33

Nos sièges et nos usines dans la communauté 36

La relation Homme-animal 38

# POUR NOS COMMUNAUTÉS

**Purina cherche à promouvoir et à préserver le lien spécial et les bénéfices de la relation Homme-animal. Nous sommes conscients que les possesseurs d'animaux de compagnie sont confrontés à un certain nombre de défis. La vie professionnelle, par exemple, les empêche souvent de passer du temps avec leurs animaux de compagnie ; et il est difficile, dans un monde digital en pleine expansion de faire comprendre aux jeunes les avantages et les responsabilités de la possession d'un animal de compagnie. L'avenir de la possession responsable d'un animal est le plus gros challenge qui attend Purina et ses parties prenantes.**

Nous sommes passionnés par les Hommes et les animaux et nous savons que nos parties prenantes attendent de Purina d'être moteur dans la promotion du rôle clé des animaux de compagnie dans la société, que ce soit au niveau local ou en Europe. C'est la raison pour laquelle, nous soutenons en permanence des programmes locaux concernant l'adoption, la présence des animaux de compagnie sur le lieu de travail et la possession responsable, et nous travaillons avec des organisations de thérapie assistée par les animaux.

En 2018, dans le cadre de notre engagement à contribuer au développement de collectivités prospères et résilientes, nous avons identifié et soutenu des entrepreneurs sociaux à travers le prix **Purina BetterwithPets**.

GRI 413-1

## Le prix Purina BetterwithPets

Nous sommes persuadés que la vie est meilleure avec les animaux de compagnie (**#wearebetterwithpets**) et notre but est d'enrichir la vie des animaux de compagnie et de ceux qui les aiment. C'est la raison pour laquelle, en 2018, nous avons décidé de lancer le tout premier prix BetterwithPets, un concours qui visait à soutenir et à accélérer les initiatives les plus innovantes, oeuvrant à exploiter le pouvoir positif de la relation Homme-animal dans nos communautés, à travers l'Europe.

Le prix BetterwithPets, lancé en collaboration avec **Ashoka**, pionnier dans le domaine de l'entrepreneuriat social, offrait une récompense de 100 000 CHF et a été ouvert aux entreprises sociales et commerciales ainsi qu'aux entités et organisations à but non lucratif qui relèvent le défi de manière innovante.

Nous nous sommes concentrés sur les défis posés par nos parties prenantes, nos collaborateurs, nos marchés et notre collaboration avec Ashoka. Les inscriptions au prix pouvaient être présentées dans l'une des catégories suivantes :



Une vie plus saine ensemble



Connectés ensemble



Profiter des espaces ensemble



Bernard Meunier, PDG NPPE et Sofie Brouwer de la Fondation OPOEH, lauréate du prix BetterwithPets

**Lauréats : la fondation OPOEH (Pays-Bas) a remporté le prix et reçu 40 000 CHF ; les autres finalistes : Canine Hope (Royaume-Uni), Dutch Cell Dogs (Pays-Bas), Medical Detection Dogs (Royaume-Uni) et K9 Hundekunde : Happy Kids with Happy School Dogs (Allemagne), ont tous été vivement félicités et récompensés de 15 000 CHF chacun.**

Nous avons enregistré 102 inscriptions à travers l'Europe. Après une sélection en ligne et un examen par un jury d'experts, cinq finalistes ont été sélectionnés pour présenter leurs projets en direct, devant un groupe composé d'experts et d'invités au Forum Purina BetterwithPets 2018.

La fondation OPOEH (Opa's en Oma's Passen Op Een Huisdier) s'efforce de combattre la solitude et d'accroître l'activité physique des personnes âgées en les mettant en contact avec les familles de leur quartier pour garder leurs chiens.



Marie Yates, Canine Hope - Royaume-Uni



Betty Buijtel et Marlies de Bats, Dutch Cell Dogs



Dr Claire Guest, Medical Detection Dogs, Royaume-Uni; interviewée par Lucy Alexander.



Uta Kielau et Meike Heyer, K9 Hundekunde: Happy Kids with Happy School Dogs



Antonella Broglia, Présentrice du programme TV Para todos La 2, sur les entrepreneurs sociaux, et ambassadrice d'Ashoka en Espagne. Conférencière au Forum BetterwithPets 2018 et membre du jury du Prix BetterwithPets



Sofie Brouwer, de la fondation OOPOEH lors de l'atelier Purina

« Nous sommes honorés et heureux d'avoir reçu cette récompense. Cela nous permettra d'améliorer l'impact social de notre initiative », a déclaré Sofie Brouwer, fondatrice de la fondation OOPOEH. « Purina nous a offert un fantastique atelier de réflexion et nous cherchons maintenant à poursuivre notre projet pour cibler les personnes âgées vulnérables grâce aux conseils et à l'inspiration tirés du Forum BetterwithPets. »



## Promouvoir l'adoption d'animaux par la collaboration et le partenariat

**On estime qu'il existe environ 100 millions de chiens et de chats abandonnés ou sans domicile en Europe<sup>16</sup>. Dans toute l'Europe, nous travaillons depuis longtemps au sein des communautés locales pour éviter l'abandon des animaux de compagnie, sur le long terme.**

Nous nous sommes engagés à soutenir et à promouvoir l'adoption d'animaux de compagnie au niveau local, avec un objectif précis qui est que d'ici 2023, nos 10 principaux marchés soutiendront des programmes et des organisations afin d'améliorer les taux d'adoption d'animaux de compagnie.

Nous sommes heureux d'annoncer que, depuis 2018, **15 pays** ont établi des partenariats en matière d'adoption d'animaux de compagnie et travaillent avec **43 partenaires différents**. Cela inclut les programmes mis en place dans sept de nos dix principaux marchés.

Nous savons que nos parties prenantes souhaitent que Purina soit moteur en

matière d'adoption et fournisse des informations supplémentaires pour aider les gens à faire le lien entre nos initiatives locales et notre engagement EMENA de promouvoir les animaux de compagnie dans la société.

Grâce à l'expérience issue de la collaboration avec nos partenaires, nous savons qu'ils sont confrontés



Nous **suscitons une prise de conscience** par le biais d'une couverture médiatique, d'activations digitales, de campagnes et d'événements en magasin.



Nous **nous associons et collaborons** avec des refuges et autres organisations en faisant des dons de nourriture et de marchandises pour les animaux, en offrant des coffrets de bienvenue pour les nouveaux possesseurs, via des actions de bénévolat de nos employés et via la promotion de nos partenaires et de leur travail lors de nos propres événements.

à un certain nombre de défis. Cette compréhension nous permet de continuer à faire évoluer nos activités et de proposer notre soutien pour résoudre les principaux problèmes.

Il existe différentes façons de travailler localement dans le cadre d'un partenariat :



Nous **offrons notre aide** via des plateformes d'adoption, sur lesquelles nous proposons des outils pédagogiques expliquant les avantages et les responsabilités liés à l'adoption d'un animal de compagnie.



Nous travaillons avec nos partenaires pour **influencer les politiciens et les décideurs**, en vue de créer une meilleure vie pour les animaux de compagnie.

(16) <http://www.esdaw.eu/stray-animals-by-country.html>

## ÉTUDES DE CAS



## Les animaux « non adoptables » au Royaume-Uni

Dans le cadre d'une campagne de communication en faveur de l'adoption, nous avons travaillé avec **Cats Protection** une association caritative pour le bien-être des félins. Cette campagne s'articulait autour **des animaux « non adoptables »** : alors que certains chats trouvent rapidement un foyer, d'autres doivent attendre plus longtemps, souvent parce qu'ils sont plus âgés, malades ou craintifs. Cela peut parfois être dû à la couleur de leur pelage : les

chats noirs et blancs ou entièrement noirs sont moins populaires.

Nous avons défendu ces « non-adoptables » comme étant des héros, et au lieu de raconter des histoires tristes, nous nous sommes concentrés sur les raisons pour lesquelles les différences et les bizarreries de ces chats les rendaient parfaits pour les maîtres ayant des attentes spécifiques.



## Adopciaki.pl en Pologne

Notre plateforme d'adoption d'animaux de compagnie **www.adopciaki.pl** réunit des animaux de compagnie abandonnés et des personnes aimant les animaux qui sont en mesure de leur offrir un foyer chaleureux. Nous rencontrons des maîtres potentiels afin de promouvoir la possession responsable d'animaux de compagnie et d'éliminer tout obstacle à celle-ci.

Nous proposons également des conseils comportementaux et vétérinaires et faisons la promotion de l'adoption responsable des animaux de compagnie par l'intermédiaire de nos canaux médiatiques. Notre campagne « **gotowe do adopcji** » (Prêts pour l'adoption) explique les bénéfices de l'adoption sans risque pour les futurs possesseurs d'animaux de compagnie et comment ils peuvent se préparer pour une adoption réussie.



## Happy Paw en Ukraine

Au cours de l'année 2018 nous avons travaillé avec la fondation **Happy Paw** afin d'encourager l'adoption de chiens issus de deux refuges. En réponse aux préoccupations du public sur l'adoption dans les refuges pour animaux, nous avons coproduit des vidéos qui présentaient les avantages – pour les animaux et pour les Hommes – de l'adoption dans les refuges. Ainsi, 50 chiens ont trouvé de nouveaux foyers accueillants. Pour les aider à prendre un bon départ, nous leur avons offert de la nourriture pour animaux. Les prochaines campagnes proposeront également les adoptions de chats.



## Encourager l'adoption d'animaux de compagnie en Finlande

En Finlande, nous sommes l'unique sponsor de **Kodittomat.com**, un site Web, doublé d'une application, qui permet aux refuges de télécharger des informations chaque fois qu'un animal est proposé à l'adoption, ce qui leur donne une meilleure visibilité et plus de chances de trouver un nouveau maître.

En Finlande, nous soutenons également **SEY**, une fédération de 38 associations dédiées à la protection des animaux, où plus de 1 700 chats et 170 chiens ont été adoptés en 2018.



## Partenariat en Norvège

Nous soutenons **Dyrebeskyttelsen Norge**, une fédération d'associations dédiées à la protection des animaux. En 2018, le nombre d'animaux relégués ou adoptés dépassait les 3 000 chats et près de 100 chiens.

Nous participons également à la « campagne annuelle d'été pour les chats » de Purina dans les pays nordiques, afin de sensibiliser à la possession responsable et à la réalité des chats errants, pendant la saison où les abandons sont plus fréquents.

Les slogans à succès de la campagne sont les suivants : « Êtes-vous prêt pour un engagement pour la vie ? » « Pourquoi ne pas adopter un chat âgé ? » et « Aimer » pour « Ne pas abandonner ».

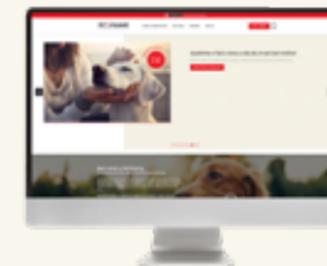


## Petsharing au Portugal

Nous voulions donner la parole à des petites associations dédiées à la protection des animaux de compagnie, ce qui nous a conduits à **Petsharing**.

Cette plateforme digitale permet aux amoureux des animaux de compagnie de choisir le soutien qu'ils veulent offrir (en faisant don d'une couverture, en adoptant un animal ou en faisant un don financier), ainsi que l'association et la zone géographique. Nous faisons la

promotion de cette plateforme et des associations sur nos réseaux sociaux et lors d'événements.



## Ensemble, les choses changent - changement législatif en Russie

Nous avons organisé un forum en partenariat avec quatre fondations caritatives locales dédiées à la protection animale : la fondation internationale pour la protection animale **Giving Hope** ; le Centre de réhabilitation pour les animaux temporairement sans abri **UNA** ; la fondation caritative **Obraz Zhizni** (Way of Life) et la fondation pour la protection animale **Ya Svobodni** (I Am Free).

176 représentants d'ONG dédiées à la protection des animaux, d'entreprises socialement responsables et de médias y ont assisté. L'objectif était de sensibiliser l'opinion publique à la condition des animaux errants et d'unir la communauté

de protection des animaux dans l'élaboration d'un plan d'actions. Les sujets abordés lors de l'événement comprenaient la nécessité d'adopter une loi fédérale sur le traitement responsable des animaux.

En conséquence, une résolution incluant un plan d'actions pour lutter contre le problème des animaux errants a été officiellement signée. Nous sommes fiers du rôle joué par l'équipe Purina dans la création de cette dynamique et nous sommes ravis d'annoncer que le 28 décembre 2018, le **Président Russe** a promulgué la **loi fédérale sur le traitement responsable des animaux**.



Intervenants du deuxième Forum russe BetterwithPets, qui s'est tenu à Moscou sur le thème « Ensemble, les choses changent. »

## Favoriser la présence des animaux dans les entreprises



Nos collaborateurs nous ont dit que pouvoir amener son chien au travail présente de nombreux avantages pour l'animal mais aussi pour leurs collègues de travail. Nous avons également soutenu la recherche « Taking Dogs into the Office » (Emmener son chien au bureau) (2017-2019)<sup>17</sup>. Voici quelques éléments clés issus de cette recherche :

### Bien-être général :

des niveaux de bonheur et de satisfaction de vie supérieurs de

**4,7%**

à la moyenne.

### Équilibre vie privée/vie professionnelle :

un niveau de satisfaction supérieur de

**14,9%**

à la moyenne.

### Satisfaction emploi-carrière :

avec des niveaux de satisfaction à l'égard de certains aspects de l'emploi et de la carrière en général, supérieurs de

**13,1%**

à la moyenne.

### Meilleure prise de décisions :

avec un niveau de contrôle perçu sur ses décisions, supérieur de

**16,6%**

à la moyenne.

### Qualité de vie globale au travail :

supérieure de

**16,9%**

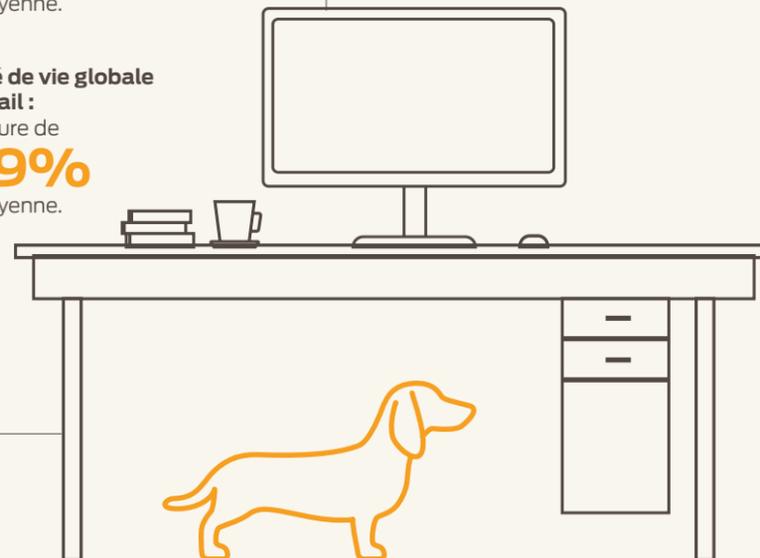
à la moyenne.

### Conditions de travail :

avec une satisfaction à l'égard de l'environnement de travail supérieure de

**22%**

à la moyenne.



(17) Hall, S.S., & Mills, D.S. (2019). « Taking Dogs into the Office » : A Novel Strategy for Promoting Work Engagement, Engagement and Quality of Life. *Frontiers* (presse)

Pour aider un plus grand nombre d'organisations à accueillir les animaux de compagnie, nous avons développé un cadre et une approche que d'autres entreprises peuvent suivre et qui permettent à leurs employés de venir au travail avec leurs animaux de compagnie. Cette approche a été testée dans les bureaux de Purina et même dans certains bureaux de nos usines. C'est la raison pour laquelle nous nous sommes engagés à promouvoir la présence d'animaux sur le lieu de travail avec un objectif précis : **créer 200 alliances pour soutenir des initiatives qui favorisent la présence d'animaux sur le lieu de travail, dans toute l'Europe, d'ici 2020<sup>18</sup>.**

(18) **Animaux sur le lieu de travail** : Nous avons maintenu l'objectif d'une alliance de 200 partenaires, qui incluent également des plus petites organisations et entreprises qui soutiennent publiquement des environnements de travail ouverts aux animaux de compagnie

Dans le cadre de notre programme, nous avons développé le guide PetsatWork, dont le but est de créer un environnement de travail accueillant pour les animaux de compagnie. Son contenu couvre différents thèmes : de la façon de mobiliser les employés, à la façon d'envisager les règles de santé et de sécurité ou d'organiser les locaux pour que les animaux puissent y être présents. Notre but est d'aider les partenaires externes à mettre en place ce programme, qui peut également être adapté dans chaque pays, afin de respecter les exigences locales.

En 2018, **22 pays** ont mis en place des programmes PetsatWork au sein de leurs locaux, dont **neuf** de nos dix principaux marchés. Nous avons également aidé **62 partenaires** à mettre

en place le programme PetsatWork. En tant qu'entreprise dédiée aux soins des animaux de compagnie, nous fournissons également du matériel adapté, comme des couvertures ou des gamelles. Il existe aussi un site Internet de référence, actualisé.

**Nous avons développé un guide conseils pour les entreprises, qui souhaitent créer un environnement accueillant pour les animaux de compagnie au sein de leurs bureaux.**

## ÉTUDE DE CAS

### De nouveaux partenaires « PetsatWork » dans toute l'Europe

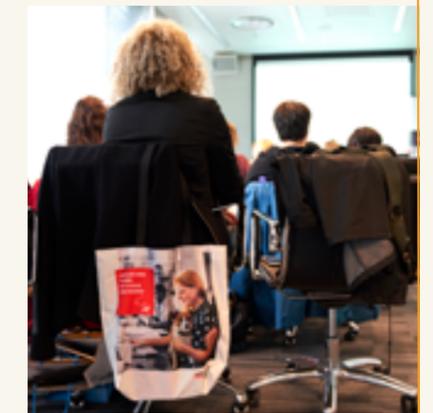
En octobre 2018, nous avons organisé une conférence de presse en **Pologne**. Celle-ci a suscité un vif intérêt de la part des entreprises désireuses de rejoindre notre Alliance PAW.

En **Espagne**, en septembre 2018, nous avons organisé un événement de sensibilisation externe PAW dans les Studios Purina, notre bureau EMENA de Barcelone et avons accueilli des professionnels des Ressources Humaines de plus de 20 entreprises. Nous avons présenté les bénéfices du programme PAW, tels qu'une augmentation de la productivité ou encore un lieu de travail plus heureux.

Ces entreprises ont pu découvrir en direct ce qu'est la vie dans un environnement où les animaux de compagnie sont présents. Par ailleurs, un expert externe a expliqué en quoi le programme améliorait la satisfaction, la fidélisation et la productivité des employés. « *Le fait d'améliorer la vie des animaux de compagnie et de ceux qui les aiment nous tient à cœur* », a déclaré Mark

El Khoury, Directeur de Purina en Espagne.

Parmi nos partenaires de l'Alliance PAW, nous comptons **Ogilvy** en Espagne et **McCann** au Royaume-Uni. Trois nouvelles Alliances ont été signées en Italie avec **Unicredit Italy**, **Grand Office** et **YAM112003**. En **Allemagne**, tout au long de l'année 2018, nous avons approché 20 organisations qui ont été heureuses de rejoindre notre alliance, élevant le nombre total de membres à 28. Notre objectif de créer 200 alliances d'ici 2020 se poursuivra en



2019, afin de convaincre un plus grand nombre d'entreprises d'accueillir des animaux de compagnie et d'offrir à leurs collaborateurs un environnement de travail encore meilleur.



L'équipe de Purina Espagne et EMENA a lancé Petsatwork avec Ogilvy Espagne.

## ÉTUDE DE CAS

## Promouvoir le programme PAW lors de conférences externes en Ressources Humaines

En **Allemagne**, nous participons à des événements tels que le salon **Zukunft Personal HR** de Cologne, où les visiteurs nous ont avoué, qu'à leur avis, le programme PAW est un atout précieux pour attirer les talents !

En **Italie**, pour notre événement sur le thème « **Bien-être et lieu de travail** : le plaisir commence sur le lieu de travail », nous avons invité

les entreprises et les professionnels des Ressources Humaines et de la Communication Interne à partager leurs meilleures pratiques et leur avons présenté les nôtres. Dans nos bureaux, où les animaux de compagnie sont admis, les employés ont été les meilleurs ambassadeurs pour recevoir **33 entreprises** qui ont pu observer le programme PAW « en direct ». Sur notre site Internet, 600 guides PAW ont été téléchargés.

En 2018, nos équipes de la région EMENA et du Royaume-Uni ont également participé au XXXe forum mondial sur le leadership en Ressources Humaines **Beyond – Amsterdam** afin de promouvoir le programme PAW et les bénéfices qu'il apporte sur le lieu de travail.



Salon Zukunft Personal HR à Cologne



## Étendre notre programme PAW aux bureaux de nos usines

Notre usine de Marconnelle, située en **France** a rejoint le projet PAW en 2018. Les possesseurs de chiens ont reçu un code de bonne conduite et le site a été adapté pour les chiens, avec un parcours d'agilité et des espaces dédiés au niveau des bureaux. D'après les employés, l'arrivée des chiens dans l'espace bureaux a eu un impact positif.

Notre usine de Portogruaro, en **Italie**, a également accepté la présence des chiens, avec un espace extérieur clôturé, un parcours pédestre et une zone ouverte où les collaborateurs peuvent manger près de leurs chiens.

Notre bureau à l'usine de Sudbury au **Royaume-Uni** a aussi ouvert ses portes aux chiens.



Patsatwork dans notre usine de Portogruaro, en Italie

## Développer des programmes pour aider les enfants à devenir des possesseurs responsables

Avec environ 79 millions d'enfants à travers l'Europe, il existe une nouvelle génération potentielle de possesseurs d'animaux de compagnie<sup>19</sup>. Notre expérience au côté des possesseurs nous a montré que le nombre d'enfants sensibilisés par leur famille à la connaissance des animaux de compagnie a reculé, en partie à cause des changements dans les modes de vie et à l'urbanisation. Il est important pour Purina de faire preuve de leadership dans ce domaine, en encourageant le lien entre les enfants et les animaux de compagnie, dans un environnement amical et favorable.

D'après nos parties prenantes, la présence d'un animal de compagnie peut être à la fois excitante et chargée en émotions, surtout pour les enfants. Chez Purina, nous voulons aider davantage d'enfants à se sentir en confiance et à l'aise avec les animaux, mais aussi les aider à comprendre les responsabilités qu'implique la possession d'un animal. Nous pensons que les partenariats avec les organisations locales sont un moyen important pour Purina de soutenir la possession responsable et aimante d'un animal de compagnie et de contribuer à améliorer leur vie et celle de tous les membres de la famille, plus particulièrement les enfants.

Nous nous engageons à **développer des programmes pour aider les enfants à devenir des possesseurs responsables**, avec comme objectif spécifique **de sensibiliser deux millions d'enfants à la « possession responsable d'un animal » d'ici 2023**.

Pour cela, nous avons spécialement conçu des programmes destinés aux enfants [cf. études de cas].



En 2018, nous avons constaté avec plaisir que :

Neuf pays ont développé des programmes, dont sept de nos dix principaux marchés. En 2018, **319 450** enfants ont participé à des programmes de possession responsable. Ce qui porte le nombre total d'enfants sensibilisés depuis 2015 à **823 739**<sup>20</sup>.

(19) Enfants de moins de 14 ans [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Being\\_young\\_in\\_Europe\\_today\\_-\\_demographic\\_trends#Past.2C\\_present\\_and\\_future\\_demographic\\_developments\\_of\\_children\\_and\\_young\\_people](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Being_young_in_Europe_today_-_demographic_trends#Past.2C_present_and_future_demographic_developments_of_children_and_young_people)

(20) Pour certains marchés, les données sont calculées sur la base du nombre d'enfants au cours d'une année scolaire (et non pas une année civile)

## ÉTUDES DE CAS

## Purina Pet School

Notre septième engagement consiste à développer des programmes pour aider les enfants à devenir des possesseurs responsables. En 2018, notre dernière initiative a été la mise en ligne de la plateforme **Purina Pet School**, qui a été lancée en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni, dans leurs langues respectives. L'objectif est de fournir une expérience d'apprentissage interactive aux jeunes possesseurs d'animaux de compagnie et à leurs parents.



## Programmes de possession responsable d'un animal, approuvés par le gouvernement

En **Bulgarie**, tout au long de l'année 2017, nous avons travaillé en étroite collaboration avec les ONG, en particulier **Eyes on Four Paws**, pour élaborer un programme contenant à la fois des cours et des sessions pratiques. Nous avons organisé des cours ouverts dans neuf écoles, 1 200 enfants en ont bénéficié. En 2018, nous avons renforcé notre partenariat avec le **Ministère de l'Éducation et des Sciences** dont ont bénéficié 116 écoles et 12 000 enfants. Le programme **Pet School** est ainsi devenu une partie intégrante du programme national **Nestlé for Healthier Kids**. Les instituteurs apprécient cette initiative, car elle enseigne aux enfants à être responsables et à bien s'occuper d'un animal de compagnie.

En 2017, dans des écoles de Minsk, en **Biélorussie**, nous avons lancé le programme pédagogique **Kindness Lesson** pour les enfants, en partenariat avec **OkiDog**. Ses principaux objectifs sont : d'aider les enfants à comprendre qu'un chien est bien plus qu'un animal de compagnie ; de comprendre le langage corporel et le comportement des chiens ; de leur apprendre à entraîner correctement les chiens ; et d'inculquer une culture du soin des animaux de compagnie aux futurs maîtres. En 2018, nous avons organisé des cours et une journée de la famille (Family Day), où nous avons été au contact de 285 enfants. Un expert du comportement canin et son labrador ont participé à chaque leçon. Le **Ministère de l'Éducation de la Biélorussie** soutient désormais le déploiement de ces leçons dans un plus grand nombre d'écoles.

En **Russie**, le programme pédagogique **We Are Your Friends** aide les enfants à devenir plus responsables, plus mûrs et attentionnés. Il a été lancé en 2017 avec, comme partenaires, le **Federal Institute of Childhood and Family Studies (Académie russe de l'Éducation)**, la **Moscow Veterinary Academy** et la **fondation Giving Hope**. Il propose un guide d'études pour les enseignants, des livres scolaires et des affiches pour les élèves, ainsi que 36 heures d'enseignement. Il a reçu des commentaires très positifs de la part des enseignants, des enfants et de leurs parents. Jusqu'à présent, **2 500 écoles** et **6 400 professeurs** ont participé à la mise en place du programme dans 23 régions de Russie, sensibilisant ainsi 157 000 élèves.



## Comment Purina capitalise sur les événements en dehors des écoles

En **Allemagne**, notre programme **Liebe fürs Leben (Amour pour la Vie)** propose des cours gratuits sur la possession responsable d'animaux de compagnie dès l'école primaire, depuis 2012. Chaque année, nous participons à la **Didacta Trade Fair** et au **BPT Congress**. Une autre initiative de l'année 2018 a été le lancement de **Pet School**, un outil en ligne qui nous permet de sensibiliser plus de familles et d'enfants.

En **Suisse**, le programme **Amis pour la Vie (Friends for Life)** de Purina parraine le programme **Krax-School** sur la protection animale, depuis 2012. Des enseignants dévoués enseignent aux enfants à respecter les besoins des animaux, qu'il s'agisse d'animaux de compagnie, de ferme ou sauvages. Nous disposons également du guide Purina sur la possession responsable d'un

animal destiné aux enfants « Amis pour la Vie », que nous distribuons sur nos propres canaux ainsi qu'à travers des événements en magasin.

Aux **Pays-Bas** Purina a enseigné la possession responsable d'un animal avec **Dieren Diploma**. Cette association a organisé une tournée des collèges pour sensibiliser et encourager les enfants à apprendre. Pour la journée mondiale des animaux (World Animal Day), les enfants de plusieurs écoles primaires ont été invités dans une école de formation vétérinaire où ils ont appris à s'occuper d'animaux de compagnie.

En **France**, au cours de l'année 2018, Purina et la **mairie du 5<sup>e</sup> arrondissement de Paris** ont organisé une exposition pédagogique. À travers quatre zones de jeux, les familles ont appris les avantages de posséder des animaux de compagnie de manière responsable. En plus d'apprendre le bon comportement à adopter avec les chats et les chiens, des experts leur ont enseigné comment s'occuper des animaux de compagnie et en prendre soin.



Nina Ruge, marraine de « Liebe fürs Leben »

## Qu'y a-t-il de nouveau dans les programmes scolaires de Purina ?

En **Italie**, l'initiative **A Scuola di Petcare**, un programme pédagogique sur les soins aux animaux de compagnie, dédié aux enfants des écoles primaires, existe depuis 2004. Lors de l'année scolaire 2017/2018, plus de 3 000 cours ont été proposés dans toute l'Italie. Un concours organisé sur le thème de "l'adoption fantastique" (A Fantastic Adoption) proposait aux enfants d'inventer leur propre histoire. Les gagnants ont reçu un cours avec un dresseur de chiens et des **adoptions à distance de l'ENPA** offertes par Purina. L'adoption à distance permet à la classe d'adopter sa propre mascotte, un animal de compagnie soutenu par Purina en attendant son adoption.



En 2018, nous avons optimisé le design de la plateforme digitale du programme sur notre site [\[Lien\]](#)

**Aprender Juntos es Mejor** est un programme scolaire **espagnol** qui enseigne la possession responsable d'un animal. Il propose des séances de lecture en compagnie de chiens d'assistance, qui mettent en exergue les bénéfices réels de l'apprentissage avec les chiens en termes d'attention et de concentration, d'estime de soi, de motivation et d'aptitudes sociales, de diminution de l'anxiété et du stress, et qui encouragent de bonnes habitudes de lecture.

Grâce à Purina, plus de 5 000 enfants, dans 11 villes espagnoles, ont participé au programme depuis son lancement.

## Nos sièges et nos usines dans la communauté



**Chez Purina, nous sommes fiers d'appartenir à une communauté. Nos employés appartiennent aux communautés locales et nous achetons et utilisons les ressources locales. Nous soutenons de nombreuses initiatives au sein de nos communautés locales et avec elles également.**

Partout en Europe, nos sièges et nos usines participent à de nombreux programmes mis en œuvre par nos collaborateurs et partenaires de confiance afin de répondre aux préoccupations de nos communautés locales. Outre les engagements spécifiques Purina in Society, ces programmes incluent :

- des journées portes ouvertes pour les communautés locales

- l'ouverture de nos usines aux collectivités locales, aux médias et à des influenceurs
- le soutien aux activités des associations caritatives et aux événements communautaires

Dans le cadre de notre engagement envers la transparence, veuillez consulter les détails de nos événements portes ouvertes d'usines, à la page 19.

### ÉTUDE DE CAS

## Le rôle de nos usines dans nos communautés

Notre usine de **Vorsino**, dans la région de Kaluga en **Russie** a offert plus de 35 tonnes de nourriture pour animaux de compagnie à des refuges au cours de l'année 2018. À **Ermolino**, l'équipe a organisé un concours de recyclage pour une école locale, la « nouvelle vie des objets », dont l'un des prix était une visite au Musée des objets recyclés.

En **Allemagne**, les employés de nos usines d'**Euskirchen** se sont portés volontaires auprès d'une organisation à but non lucratif **Vita e.V. Assistenzhunde** (Vita Assistance Dogs) et auprès d'une organisation locale de protection des animaux **Tierschutzverein Mechernich e.V.**

À **Aubigny**, en **France**, nous organisons un événement annuel en faveur d'une société locale d'aide à l'enfance; dix employés de notre usine de **Quimperlé**, ont été sensibilisés au handicap lors de la visite d'une entreprise qui a adapté ses installations pour les personnes en situation de handicap. Nous travaillons également en partenariat avec **l'Association Jeunesse et Entreprise** et **l'Association Nationale des Ressources Humaines (ANDRH)** afin de soutenir la formation des jeunes aux compétences professionnelles.

L'équipe de notre usine de **Veauche** participe autrement : les pompiers

volontaires représentent près de 80% de l'effectif des pompiers en France. Afin de répondre à ce besoin, le **SDIS de la Loire** rencontre les employeurs publics et privés pour proposer une entente de partenariat.

Parmi les employés, les bénévoles sont formés aux premiers secours et aux risques d'incendie, ce qui est un atout pour les employeurs car ils peuvent agir en cas d'accident sur leur lieu de travail. Neuf pompiers volontaires de notre usine Purina de Veauche ont été affectés dans des casernes de pompiers locales.

Notre usine de **Sudbury**, au **Royaume-Uni**, organise une journée annuelle de bénévolat dans le centre de secours aux animaux **SeeSaw**. L'équipe de l'usine offre des aliments pour animaux à l'organisme de bienfaisance et fait la promotion de leurs collectes de fonds.

Dans notre usine de **Wisbech**, au **Royaume-Uni**, l'équipe soutient la campagne **Read to Succeed** (Lire pour réussir), lancée par l'association des écoles locales. De plus, nous sommes maintenant l'un des principaux sponsors du prix **Fenland Business Awards**, qui fait la promotion des jeunes talents et apporte son assistance aux entreprises locales.

Les collègues de notre usine de **Portogruaro**, en **Italie**, ont mis au point

une façon novatrice de mieux faire connaître ce que nous proposons à la collectivité locale. Tout au long de l'été, 23 employés sont devenus des ambassadeurs bénévoles de nos produits et ont organisé des journées de promotion sur les plages locales ouvertes aux chiens. Ils ont partagé des informations sur les produits avec les consommateurs et ont échangé sur leur passion commune : les animaux de compagnie. Chaque journée s'est terminée par une exposition canine, qui s'est tenue sur la plage à côté d'un stand **PURINA® PRO PLAN®**.

À **Portogruaro** toujours, dans la continuité du travail entamé en 2015, des collègues des départements Ressources Humaines, Qualité et Maintenance ont mis en place des séances de formation avec 29 élèves d'un lycée local, sur le terrain, pour initier les jeunes à l'environnement industriel.

Dans nos bureaux de **Castelbisbal**, en **Espagne**, plusieurs de nos employés nous aident à former les futurs chiens de thérapie. Notre **programme GUAU III**, en collaboration avec le **CTAC**, entraîne les chiens d'assistance au travail avec des enfants en situation de handicap. Des bénévoles se relaient pour préparer ces chiens à leur mission.



Employés bénévoles pour SeeSaw, au Royaume-Uni



Employés bénévoles avec Vita e.V Assistenzhunde, en Allemagne

## La relation Homme-animal

### Soutenir la relation Homme-animal grâce à des activités, des interventions et des thérapies assistées par les animaux<sup>21</sup>

L'impact des animaux de compagnie sur la physiologie humaine peut avoir un effet bénéfique sur la santé humaine que ce soit pour le maître de l'animal, pour le thérapeute et aussi pour l'animal. En tant que **leader pour la promotion des animaux de compagnie dans la société**, l'entreprise Purina est fière de travailler et de soutenir des organisations dans ce domaine avant-gardiste.

(21) Pour en savoir plus et mieux définir les interventions, les activités et les thérapies assistées par les animaux, veuillez consulter le site à l'adresse : <http://www.scas.org.uk/animal-assisted-interventions/174-2/>

### ÉTUDE DE CAS

## Villa Samson : un récit plein d'espoir et de sourires

Le temps passé en milieu hospitalier éloigne les patients de leurs animaux de compagnie, alors que des études montrent que leur présence est importante pour le bien-être des patients hospitalisés. La présence des animaux de compagnie favorise la guérison et tend à réduire la durée des hospitalisations. Pour les enfants, la présence de leur animal peut également réduire le stress lié à l'environnement hospitalier. Pour les patients âgés ou seuls, l'animal de compagnie représente souvent la famille; ils se soucient de ce qui va leur arriver et leur animal leur manque. Dans les deux cas, la visite de l'animal de compagnie peut aider à penser à autre chose qu'à la maladie et à l'hospitalisation.

L'UZ Brussels University Hospital a été le premier hôpital en Belgique à créer et à construire son propre environnement dédié à la thérapie assistée par les animaux, avec des chiens et des chats. **Villa Samson** est un endroit où les patients et leurs animaux de compagnie peuvent se retrouver et prendre plaisir à être ensemble.

En Belgique, Purina a parrainé ce projet dès ses débuts par des dons financiers et par l'engagement passionné de nos employés dans différentes activités allant du conseil en conception à l'organisation de collectes de fonds pour aider à couvrir les coûts de construction. Maintenant que le projet est opérationnel, nous menons des campagnes sur les réseaux sociaux et avons développé un programme bénévole pour transporter les animaux de compagnie du domicile des patients jusqu'à la Villa Samson.

Nous fournissons également de la nourriture pour les chiens et les chats de la Villa.



Plus de 40 patients ont reçu la visite de leur animal de compagnie et plus de 500 patients, venus de différents services hospitaliers, ont rendu visite aux chiens et chats de la Villa Samson. Familles et patients témoignent des nombreux impacts positifs des visites à la Villa sur le processus de guérison.



## ÉTUDES DE CAS

## Aider VITA à entraîner les chiens d'assistance à Euskirchen

Depuis 15 ans, notre équipe en **Allemagne** soutient **VITA e.V. Assistenzhunde** une association pour la formation des chiens d'assistance destinés aux personnes souffrant d'un handicap.

Chaque année, nous prenons en charge les frais de la formation d'un chien d'assistance et nous parrainons le gala de bienfaisance de l'organisation. En 2018, cet événement a recueilli plus de 400 000 €, qui vont permettre de soutenir le travail de **VITA**. Il s'agit pour Purina d'une excellente façon de nous engager avec nos intervenants et de célébrer la contribution des animaux de compagnie dans notre société.



## Soutenir les chiens d'assistance en Espagne

Purina soutient les travaux de recherche sur les thérapies assistées par les chiens de l'**hôpital Sant Joan de Déu** de Barcelone, en **Espagne**. Douze chiens thérapeutes collaborent avec l'équipe médicale des services de santé mentale, de pédiatrie et d'urgence pour aider les

enfants à s'adapter aux installations hospitalières et aux interventions médicales, souvent sources de stress. L'équipe de recherche, aux côtés des dresseurs de chiens du **CTAC**, a étudié l'effet des interventions assistées par les chiens en pédiatrie et leurs avantages sur les patients hospitalisés.

À l'**université Rey Juan Carlos** et à l'**hôpital Niño Jesús**, une recherche commune mesure l'impact des chiens thérapeutes sur les enfants souffrant de troubles de l'alimentation. Dans ce programme, que Purina a rejoint en 2018, les chiens sont en contact avec de jeunes patients pendant des séances hebdomadaires de 50 minutes. Jusqu'à présent, l'étude a montré que la participation des animaux en complément des soins apporte de nombreux bénéfices. On a également constaté une réduction de l'anxiété et des symptômes de dépression ainsi qu'une augmentation de l'estime de soi chez les adolescents qui suivaient une thérapie assistée par des chiens.



## Les partenaires canins au Royaume-Uni

Depuis l'an 2000, l'équipe de Purina au **Royaume-Uni** soutient des **partenaires** qui fournissent et entraînent des chiens d'assistance à transformer la vie des personnes handicapées. Ces chiens d'exception sont entraînés aux tâches quotidiennes : l'ouverture et la fermeture des portes, le déchargement de la machine à laver, le ramassage des articles tombés, l'habillage et le déshabillage de leur partenaire humain, l'appui sur les boutons et interrupteurs ou le déclenchement d'une alarme en cas d'urgence. Ils apportent à leur partenaire une plus grande indépendance, une meilleure qualité de vie, de la confiance, les aident dans leur routine et sont de merveilleux compagnons.



## Thérapie canine en Ukraine

En **Ukraine**, en 2017, nous avons mis en place des partenariats avec des thérapeutes canins et nous avons parrainé trois événements pour des enfants souffrant de différents handicaps. Ces événements ont permis aux familles de rencontrer des dresseurs de chiens et des thérapeutes canins, dans un cadre convivial.

Nous avons également mis en place un camp d'été pour les enfants souffrant

d'autisme, qui ont pu passer du temps avec des thérapeutes canins. Un psychologue de l'école spécialisée a enregistré des changements de dynamiques positifs dans leur état.

Nous avons créé la **Première Conférence Internationale sur la Thérapie Canine** qui a réuni des experts comportementalistes, des psychologues et des étudiants, qui ont pu partager leurs bonnes pratiques.



En 2018, nous nous sommes associés à **Vidchuy**, une organisation qui soutient les personnes malentendantes. Certains enfants malentendants ont du mal à accepter leur handicap et la thérapie canine est utilisée dans leur processus de réadaptation.

Purina a également aidé l'**Association Ukrainienne de Thérapie Canine** à ouvrir la voie d'une réglementation gouvernementale pour la certification des thérapeutes canins.

# 03

## Pour la planète

AMÉLIORER LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE DE NOS EMBALLAGES



METTRE EN ŒUVRE UN APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE



Améliorer la performance environnementale de nos emballages **46**

Mettre en œuvre un approvisionnement responsable **48**

# POUR LA PLANÈTE

**En tant qu'entité du groupe Nestlé, nous partageons l'objectif de « préserver les ressources pour les générations futures ». Cela inclut l'ambition de Nestlé pour 2030 d'atteindre zéro impact sur l'environnement dans ses opérations. D'après nos parties prenantes, nous savons aussi que la réduction de notre impact environnemental est l'une de leurs principales préoccupations.**

**Pour que notre croissance soit durable, nous devons utiliser judicieusement les ressources de la planète et utiliser notre présence mondiale pour aider les autres à faire une différence positive.** Conformément à nos engagements et à nos objectifs, nous nous efforçons de réduire les émissions tout au long de notre chaîne de valeur, en agissant plus efficacement et en utilisant des ressources renouvelables et gérées de manière plus durable, afin de lutter contre le changement climatique. Notre objectif est de réduire l'utilisation du plastique et de nous assurer que les matières plastiques que nous utilisons sont recyclables et réutilisables. Nous

nous efforçons également de produire moins de déchets, de préserver les habitats naturels et d'encourager les consommateurs à jouer un rôle.

L'approche de Purina en matière de durabilité environnementale s'inscrit dans le cadre de la Durabilité et de la Création de Valeur Partagée (CSV) de Nestlé<sup>22</sup>. Cela comprend des politiques spécifiques sur la limitation des gaz à effet de serre et l'utilisation de l'eau. L'objectif est en partie atteint grâce au renforcement des connaissances, au partage interne des bonnes pratiques et aux partenariats avec des organisations extérieures. Au niveau des usines, notre approche s'illustre par les deux études de cas sur les sites de **Vorsino** et d'**Aubigny**.

Nous sommes conscients des risques que peut représenter le changement climatique sur notre activité, notamment avec les conditions climatiques extrêmes de plus en plus fréquentes telles que les inondations et les sécheresses. Pour certaines usines, nous avons évalué les ressources en eau pour identifier celles qui étaient situées en zones à haut risque hydrique. En tant que division du groupe Nestlé, nous nous engageons à progresser vers une énergie 100% renouvelable (dans le cadre de l'initiative RE100), nous visons à réduire notre consommation d'énergie et à passer, à plus long terme et dans la mesure du possible, à des combustibles

à faibles émissions. Pour en savoir plus sur l'approche de Nestlé à propos du changement climatique – suivre le **[Lien]**. Tous les sites de production respectent la norme ISO 14001 et sont conscients du besoin de protéger la biodiversité. Une de nos usines, par exemple, qui se situe à **Sudbury (Royaume-Uni)**, se trouve à moins de 10 km d'un site écologique sensible. Pour en savoir plus sur l'approche de Nestlé à propos de la biodiversité – suivre le **[Lien]**.

Nous enregistrons nos résultats environnementaux, qui sont régulièrement revus par notre Direction. Au cours des deux dernières années, ces résultats ont inclus une :

- **Augmentation de l'utilisation d'énergies renouvelables de 667 365 GJ**
- **Réduction des émissions de gaz à effet de serre par tonne de produit de 23%**
- **Réduction des déchets non valorisés (non récupérés) de 94%**

GRI 102-11, GRI 201-2

(22) La politique de Nestlé sur la durabilité environnementale intègre les principes environnementaux du Pacte mondial des Nations Unies, qui stipule que les entreprises doivent : soutenir un principe de précaution face aux défis environnementaux; prendre des initiatives pour promouvoir une plus grande responsabilité environnementale; et encourager le développement et la diffusion de technologies plus performantes sur le plan environnemental

## ÉTUDES DE CAS

### Zéro déchet en décharge et nouvelles installations de traitement des eaux à Vorsino

**N**otre usine de **Vorsino** a été la première en **Russie** à atteindre **une production de zéro déchet envoyé en décharge**.

Tous les sous-produits et déchets (ex. les palettes en bois) sont réutilisés, envoyés au recyclage (ex. le plastique, les films, le carton, le papier et le métal), recyclés pour produire du biogaz (ex. les déchets d'aliments humides) ou des engrais organiques (ex. les boues des stations d'épuration), ou bien incinérés avec récupération de chaleur (ex. les déchets solides urbains et les films non recyclables).

À Vorsino, de nouvelles installations de traitement des eaux usées nous permettent de générer une capacité supplémentaire d'environ

**1 300 mètres cubes d'eau par jour**



### Optimiser la consommation d'eau et d'énergie dans la technologie des fours à vapeur à Aubigny

**L**es fours à vapeur sont des équipements essentiels pour les usines d'aliments humides pour animaux de compagnie et sont de grands consommateurs d'énergie et d'eau. Pour atteindre notre objectif pour 2030, visant un impact zéro sur l'environnement dû à nos opérations, nous nous concentrons sur les économies d'énergie et d'eau. Une équipe de notre usine d'**Aubigny**, en **France**, a décidé d'améliorer l'efficacité opérationnelle des fours à vapeur.

Ils ont donc analysé la distribution d'énergie de l'usine et ont déterminé les quantités d'énergie et d'eau perdues dans le four à vapeur. En mesurant ces pertes (74% des pertes se concentraient dans la vapeur perdue à l'entrée et à la sortie du tunnel), ils ont pu définir comment améliorer le flux de vapeur et la quantité de vapeur nécessaire pour assurer une cuisson parfaite des produits.

### Optimiser l'efficacité des transports

**E**n 2018, nous souhaitons que les camions de nos fournisseurs et ceux utilisés entre les marchés puissent fonctionner à leur capacité optimale (c'est-à-dire qu'ils ne soient pas vides ou à moitié pleins), afin de réduire le nombre de camions sur la route.

Nous avons mis au point un outil de simulation analytique pour mieux utiliser la capacité disponible; les palettes à une pile ont été identifiées, testées et implémentées en vue d'un double empilage et le nombre de couches par palette a été augmenté.

On a ainsi obtenu une réduction d'environ **1 800 mouvements de camions par an, ce qui représente environ 1 500 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub>**.

Les ouvriers de l'usine ont été ensuite formés aux nouvelles méthodes de travail sur le four à vapeur et ont également été chargés de surveiller la consommation quotidienne d'énergie et d'eau afin de détecter tout écart et de pouvoir prendre rapidement des mesures correctives.

Cette nouvelle méthode de travail est en cours de duplication dans l'ensemble de nos usines. Dans le cas d'Aubigny, le projet permettra d'économiser **503 tonnes de CO<sub>2</sub>** liées au four vapeur, ce qui équivaut à effectuer 104 fois le tour de la terre en voiture<sup>23</sup>.

(23) 503 tonnes de CO<sub>2</sub> divisées par le montant moyen de CO<sub>2</sub> généré par une voiture par km (120 g) = 503 000 kg / 0,12 kg de CO<sub>2</sub> = 4 191 667 km / 40 000 km (tour de la Terre) = 104



## Améliorer la performance environnementale de nos emballages



**Au cours des deux dernières années, nos parties prenantes nous ont fait savoir que l'une des composantes les plus importantes de nos performances environnementales concerne la recyclabilité et le recyclage de nos emballages, parmi lesquels les plastiques, et la manière dont nous soutenons une économie plus circulaire.**

Depuis plusieurs années, Purina met tout en œuvre pour réduire au maximum le volume de matériaux utilisés pour ses emballages.

Certains aliments pour animaux de compagnie de Purina sont déjà vendus dans des emballages entièrement recyclables, notamment les boîtes en carton réalisées en matériau 100% recyclé et les boîtes en aluminium qui contiennent des matériaux recyclés. De même que pour les autres fabricants, les sachets pour aliments humides constituent le défi le plus difficile à surmonter, du point de vue du développement durable.

Nous recherchons activement un matériau alternatif pour les sachets d'aliments pour animaux de compagnie, toutefois, ce n'est pas facile, car le sachet doit être suffisamment robuste pour résister à nos processus de cuisson et

pour conserver en rayon la fraîcheur du produit.

En avril 2018, Nestlé s'est engagé à l'échelle mondiale à ce que, d'ici 2025, l'intégralité de ses emballages soient réutilisables ou recyclables, y compris tous les produits Purina. En janvier 2019, Nestlé a annoncé une série d'actions spécifiques en vue de respecter son engagement d'avril 2018, en mettant tout en œuvre pour éviter les déchets plastiques. Chez Purina, nous partageons avec Nestlé la vision d'un avenir sans déchets et nous avons travaillé ensemble pour développer notre feuille de route, en organisant par exemple une table ronde sur l'emballage et en nommant des points de contact clés sur le plastique, dans chaque marché.

En 2016, dans le cadre de nos engagements Purina in Society, nous nous sommes fixés comme objectif d'éviter l'utilisation de 3 000 tonnes de matériaux d'emballages d'ici 2019 par rapport au niveau de 2015.

**En 2018, nous avons supprimé 787 tonnes** d'emballages, grâce à des initiatives techniques, soit une réduction de 0,7%. **Au total, depuis 2015, nous avons évité d'utiliser 3 542 tonnes d'emballages**, dépassant notre objectif de 18%. Environ 52% de matériaux d'emballages écartés depuis 2017 étaient du plastique.

Nous participons à un nouveau projet européen, appelé **CEFLEX**, qui vise à développer une infrastructure de collecte, de tri et de recyclage de tous types de plastiques souples usagés en Europe, d'ici 2025.

Nous reconnaissons que notre engagement pour 2025 est un parcours exigeant. À court terme, nous testons des films, conçus pour être recyclés. Nous travaillons également avec des sociétés spécialisées dans les technologies du recyclage et avec des agences de collecte pour trouver des solutions provisoires.

**67%**  
de nos emballages  
sont recyclables

**6%**  
de nos  
emballages ont  
une recyclabilité  
limitée



**27%**  
de nos  
emballages sont  
actuellement  
difficiles à  
recycler<sup>24</sup>

GRI 301-2

(24) Les informations suivantes se basent sur les données de ventes de Purina pour l'année 2017

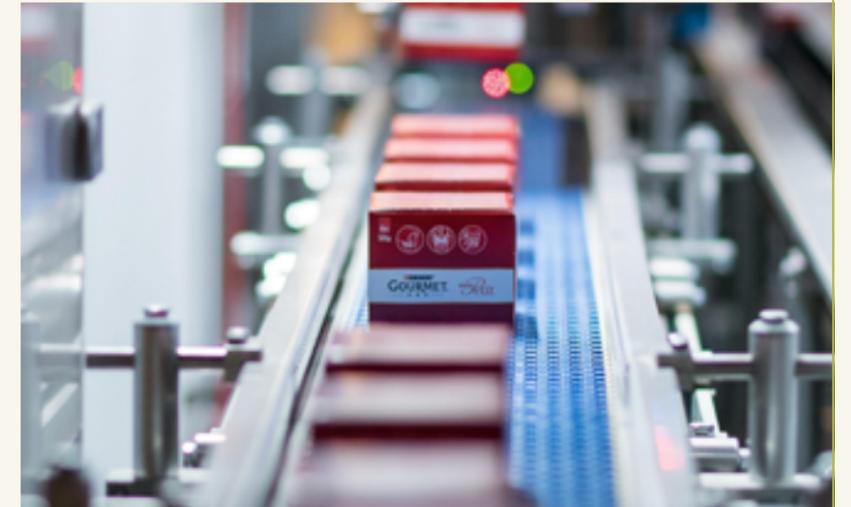
### ÉTUDES DE CAS

## Réduire le volume de matériaux utilisés pour nos emballages

**D**ans le cadre de notre effort pour réduire le volume de matériaux d'emballages que nous utilisons, nous avons, en 2018, changé notre façon d'emballer les sachets **PURINA® GOURMET™ de 50g** et les boîtes de conserve de 85g.

Pour les boîtes de conserve en emballage multiple, nous avons changé les spécifications du carton, ce qui nous a permis d'économiser **140 tonnes de matériaux d'emballages**.

Pour les sachets en emballage multiple, nous avons installé une nouvelle ligne d'emballage et modifié la structure de l'emballage extérieur, ce qui nous a permis de réduire la quantité de matériaux d'emballages utilisée en passant de 30,5g à 26,1g, **économisant ainsi 99 tonnes** de matériaux d'emballages.



## Réduction de l'utilisation du plastique

**L**a réduction de l'utilisation des plastiques est démontrée par la réduction du calibre de la couche de PE<sup>25</sup> dans les paquets de **PURINA® ONE BIFENSIS™** et **PURINA® FRISKIES™ JUNIOR**. Mise en œuvre dans nos usines de Portogruaro, Montfort, Sudbury, Marconnelle et Vorsino, cette initiative nous a permis de réduire de 174,6 tonnes la quantité d'enduit double et de 353,7 tonnes celle d'enduit triple. Au total, **nous avons réduit l'utilisation d'emballages plastiques de 528,3 tonnes**, ce qui nous a permis d'aller au-delà de notre engagement.

**Au total, nous avons réduit l'utilisation d'emballages plastiques de 528,3 tonnes, ce qui nous a permis d'aller au-delà de notre engagement**

(25) PE est l'acronyme du polyéthylène, un des plastiques les plus courants



## Mettre en œuvre un approvisionnement responsable

L'importance d'un approvisionnement responsable reflète les attentes croissantes de nos parties prenantes en ce qui concerne l'origine et le mode d'approvisionnement des aliments pour animaux de compagnie qu'elles achètent. Cela inclut la transparence de l'approvisionnement et le bien-être des animaux. Nous savons que notre impact s'étend sur notre chaîne d'approvisionnement: de l'agriculture et du transport à nos sites de fabrication, en passant par les fournisseurs de chaque exploitation agricole ou pêchère.

À l'échelle mondiale, notre approche de l'approvisionnement responsable se fait en interne par le biais de notre Comité Purina Planet et du travail avec nos collègues de Nestlé, afin d'établir des modèles d'approvisionnement responsable. A l'externe, nous cherchons à travailler avec des organismes de certification et des ONG :

- **Compassion in World Farming :** pour tout ce qui touche à la viande et à la volaille
- **Proforest :** pour ce qui concerne la déforestation
- **Sustainable Fisheries Partnership (SFP) :** pour tout ce qui touche les produits de la mer

La norme d'approvisionnement de Nestlé (Sourcing Standard) est une référence de gestion importante pour nos équipes et pour nos partenaires indépendants de vérification; c'est aussi un outil de communication pour nos

fournisseurs. Ces derniers reçoivent une copie de la norme qui est indiquée dans tous les contrats (les révisions sont également envoyées aux fournisseurs).

Nous effectuons des évaluations auprès de nos fournisseurs de niveau 1 (Tier One) et en amont. Les audits et évaluations sont gérés en interne et réalisés par des partenaires externes, dans les domaines des droits de l'homme, de la santé et la sécurité, de la protection de l'environnement et de l'intégrité commerciale. D'après

GRI 414-1, GRI 414-2, GRI FP1, GRI FP2, GRI 308-1, GRI 308-2

(26) à un premier niveau (Tier One), avec nos fournisseurs directs; tous les fournisseurs de Nestlé doivent respecter le Code du fournisseur. Voir [https://www.nestle.co.uk/asset-library/documents/library/documents/corporate\\_social\\_responsibility/nestle-responsible-sourcing-guidelines.pdf](https://www.nestle.co.uk/asset-library/documents/library/documents/corporate_social_responsibility/nestle-responsible-sourcing-guidelines.pdf)

(27) Les matières premières seront calculées sur les volumes spécifiques de Purina. Les informations concernant les emballages sont calculées sur la base des dépenses totales de Nestlé (incluant les dépenses globales et locales) - Purina a l'intention de préciser les chiffres spécifiques dans ses futurs rapports

(28) Cela se base sur des données de notre partenaire, Sustainable Fisheries Partnership (SFP). Au cours de l'année 2017, nos méthodes de rapport ont été modifiées en raison de la décision de notre évaluateur indépendant tiers de modifier la façon dont nous évaluons chacun des produits de la mer issus de l'aquaculture. Fondé désormais sur un indicateur clé de performance (ICR) basé sur le volume absolu et non plus sur les chiffres de la pêche. Pour en savoir plus, consulter l'index GRI (document séparé)

Nous nous sommes engagés à mettre en place un **approvisionnement responsable**, avec les réalisations suivantes :

En 2016

Nous avons souhaité réaliser des audits sur l'approvisionnement responsable pour 50% de notre base d'approvisionnement direct. Pour 2018, cette cible était de 70% du volume des matières premières et des emballages

En 2017

Garantir 100% de la traçabilité de notre soja

En 2020

S'assurer que 100% de nos ingrédients à base de produits de la mer font l'objet d'un approvisionnement responsable

Progression :

**65%**

des matières premières et 64% des emballages seront couverts par des audits sur un approvisionnement responsable<sup>27</sup>

**100%**

de notre soja est traçable

**79%**

de notre soja provient de sources responsables, à l'exception de la Russie (qui sera évaluée en 2019)

**43%**

des ingrédients en provenance de la mer proviennent de sources responsables, soit une augmentation de 27% en 2017<sup>28</sup>

les vérifications que nous avons effectuées cette année, nous n'avons pas connaissance de problèmes sociaux ou environnementaux critiques liés à Purina EMENA.

Nous sommes heureux d'avoir atteint notre objectif de 100% de traçabilité de notre soja. Dans une perspective d'avenir, nous nous efforçons d'honorer notre engagement en matière de pêche durable, qui évolue en fonction des orientations de notre ONG partenaire, le SFP. En 2019, nous porterons notre objectif de vérification responsable à 75% de la couverture de nos fournisseurs de niveau 1 (Tier One) dans le cadre de nos objectifs continus de couverture à 100%.

Nous savons que nos parties prenantes aimeraient obtenir plus d'informations sur ces sujets, c'est pourquoi nous avons inclus des détails sur nos principes d'approvisionnement responsable et leur transformation en solutions pratiques, sur notre site [purina.fr #YAQuoiDansSaGamelle](http://purina.fr/#YAQuoiDansSaGamelle). [Lien]

### ÉTUDES DE CAS

## Approvisionnement Responsable : évaluer les exploitations agricoles qui fournissent Purina

Conformément à l'engagement de Nestlé en faveur du bien-être des animaux d'élevage, Purina et Nestlé ont mis en place un programme visant à évaluer la chaîne d'approvisionnement en amont pour les sous-produits d'animaux.

Le processus d'évaluation comprend l'engagement auprès des fournisseurs, l'obtention de la liste des exploitations dans leur chaîne d'approvisionnement en amont et la réalisation d'évaluations des exploitations agricoles en utilisant le **protocole d'évaluation de Nestlé (Nestlé Assessment Protocol)**, qui a été développé avec l'organisation à but non

lucratif **World Animal Protection**. Ces évaluations identifient les domaines à améliorer et nous mettons en œuvre des mesures correctives au niveau des exploitations.

Grâce aux auditeurs externes, Purina a évalué des exploitations agricoles en France, en Allemagne, en Hongrie, en Slovénie et au Royaume-Uni en 2018, réalisant **118 audits** et portant ainsi notre total à **234 audits d'exploitations** depuis 2015.



## Approvisionnement Responsable du soja pour l'alimentation des animaux de compagnie

Chez Nestlé Purina Petcare Europe (NPPE), nous achetons plus de 60 000 tonnes de farine de soja non génétiquement modifié pour la production d'aliments pour animaux de compagnie dans nos usines européennes et, conformément à l'engagement de Nestlé en matière de non-déforestation, nous évaluons notre chaîne logistique en amont pour en assurer la traçabilité.

En partenariat avec **Proforest** (une ONG tierce) et nos fournisseurs, nous évaluons notre base d'approvisionnement en amont, au Brésil et en Europe. Afin de démontrer que le soja que nous achetons provient d'un approvisionnement responsable, Proforest procède à des évaluations de sites pour en évaluer la déforestation, la biodiversité et les conditions de travail. Proforest propose également une assistance technique à

nos fournisseurs pour les aider à améliorer leurs bases d'approvisionnement.

Depuis la fin de l'année 2018, **100%** du soja que nous utilisons pour NPPE est traçable, dont 79% pouvant être classé comme provenant d'un approvisionnement responsable (excepté la Russie, pour qui l'évaluation de l'approvisionnement responsable sera effectuée en 2019 même si 100% du soja est traçable).

**proforest**



# Performances environnementales

## Matériaux

En 2018, NPPE a produit et vendu **1 606 273 tonnes** de produit. Au cours de l'année 2018, Purina a utilisé des matériaux tels qu'énoncés dans le tableau ci-contre. Il comprend les matières premières, les matériaux issus d'un processus associé, les produits semi-finis et les matériaux destinés à l'emballage.

Matériaux utilisés (GRI 301-1)	2016 (tonnes)	2018 (tonnes)
<b>Total des matériaux utilisés</b>		
Matières premières (à l'exception de l'eau)	1 192 452,67	1 246 411,81
Conditionnement	105 942,99	127 190,07
Matériaux issus d'un processus associé	2 169,72	2 464,51
Matériaux semi-manufacturés	5 662,71	4 980,13
	<b>1 306 228,09</b>	<b>1 381 046,52</b>

## Énergie

Les usines de Purina dépensent environ 99% de l'énergie utilisée par l'entreprise, le reste étant consommé par nos sièges. Les usines, situées en France, en Allemagne, en Hongrie, en Italie, en Pologne, en Espagne et au Royaume-Uni, utilisent 100% d'électricité renouvelable. Cela représente une augmentation de **667 365 GJ** en consommation d'énergies renouvelables depuis 2016. En 2018, la majeure partie de la consommation directe d'énergie de Purina était due à la combustion du gaz. Les tableaux ci-contre montrent les consommations d'énergie de Purina.

Consommation directe d'énergie (GRI 302-1)	2016 (GJ)	2018 (GJ)
Consommation de combustible non renouvelable	2 228 516,64	2 501 209,14
Electricité du réseau électrique	751 099,93	170 280,93
Energie verte 100% électricité renouvelable	249 262,55	916 627,31
<b>Total</b>	<b>3 228 879,12</b>	<b>3 588 117,37</b>

Au cours de l'année 2018, l'intensité énergétique (énergie nécessaire pour produire une tonne de produit), comprenant le gaz naturel et l'électricité, s'élevait à **2,21 GJ par tonne**.

Cela représente une augmentation de **667 364 GJ** en consommation d'énergies renouvelables depuis 2016

GRI 102-7, GRI 302-3, GRI 302-4

## Gaz à effet de serre

Le fonctionnement de nos installations engendre des gaz à effet de serre (GES)<sup>29</sup>. Le dioxyde de carbone et les autres gaz à effet de serre proviennent de la consommation directe d'énergie de Purina et des pertes de fluide frigorigène. Le transport pour la production et la distribution de nos produits génère également des émissions de GES. Nous ne pouvons actuellement pas mesurer l'énergie, les émissions, les effluents ou les déchets provenant du transport secondaire (centres de distribution aux clients). Principalement en raison de la complexité de notre chaîne de valeur, puisqu'une grande partie des déplacements est partagée avec d'autres sociétés et certaines entreprises apparentées. Pour 2018, les émissions de gaz à effet de serre et autres émissions sont indiquées dans les tableaux (dans la

Émissions de gaz à effet de serre	2016 (tonnes de CO <sub>2</sub> )	2018 (tonnes de CO <sub>2</sub> )
Scope 1 [GRI 305-1]	125 499,40	140 540,43
Scope 2 [GRI 305-2]	63 556,86	16 971,33
Scope 3 [GRI 305-3]	Non disponible	Non disponible
Total direct et indirect (GRI 305-4)	189 056,26	157 887,51
Réduction des émissions de CO <sub>2</sub> suite aux initiatives (GRI 305-5)	900,04	2 972,52
Intensité des émissions (kg de CO <sub>2</sub> par tonne de production) (GRI 305-4)	126,62 kg	97,38 kg

partie droite) et sont calculées sur la base des protocoles du groupe Nestlé, eux-mêmes alignés sur le GRI, sauf précision contraire.

Au cours de l'année 2018, l'intensité des émissions (les émissions générées par la production d'une tonne de produit) était

de **97 kg de CO<sub>2</sub> par tonne, soit une baisse de 23% par rapport à 2016**. Par rapport à ses niveaux de 2010, Purina s'est fixé comme objectif de réduire ses émissions de GES (périmètres 1 et 2) de 35% d'ici 2020.

## Effluents et déchets

Purina pratique une politique active de gestion et de réduction de ses déchets. En 2018, 96 296 tonnes de déchets ont été produites. Purina s'est fixé un objectif de zéro déchet non valorisé dans tous nos sites d'ici 2020. En 2018, notre usine de Vorsino a atteint son objectif de zéro déchet non valorisé. En 2018, nous avons réduit le volume de nos déchets non valorisés de **94%**. En 2019, nos usines de Bük et Castellbisbal visent également à atteindre l'objectif de zéro déchet à éliminer.

Déchets (GRI 306-2) <sup>30</sup>	2016 (tonnes)	2018 (tonnes)
<b>Poids total des déchets</b>	<b>99 917,60</b>	<b>96 296,46</b>
Non dangereux	—	96 003,67
Dangereux	—	292,79
Déchets réutilisés, recyclés, mis en compost ou récupérés	90 143,45	95 692,75
Déchets non valorisés (incinérés sans valorisation énergétique ou mis en décharge)	9 774,15	603,70

GRI 306-2, GRI 305-4

(29) Pour en savoir plus sur les facteurs d'émissions utilisés pour calculer les émissions de gaz à effet de serre, consulter l'index GRI (document séparé)

(30) Les sources de données sur les déchets sont basées sur les chiffres des prestataires et vérifiées par recoupement avec les mesures internes de Purina





# 04

Nos communautés

**Nos communautés 54**

- Droits du travail, travail décent et droits de l'homme
- Formation et éducation
- Droits de l'homme
- Santé et sécurité au travail

**Nos parties prenantes 58**

# NOS COMMUNAUTÉS



Nos collaborateurs sont au cœur de notre entreprise ; tout ce que nous faisons, toutes nos réussites, dépendent d'eux. S'assurer que nos collaborateurs se sentent engagés, qu'ils sont rémunérés équitablement et qu'ils possèdent les compétences et les connaissances nécessaires non seulement pour s'acquitter de leurs fonctions, mais aussi pour s'améliorer, se perfectionner et se sentir épanouis, est essentiel à notre entreprise pour se développer<sup>(31)</sup>. Nos valeurs sont ancrées dans le respect : le respect de nous-mêmes, des autres, de la diversité et de l'avenir. Les principales qualités qui définissent notre expérience en matière d'emploi sont :



Améliorer la qualité de vie



Un environnement de travail épanouissant



Des collaborateurs inspirés



Une croissance personnelle et professionnelle



Curiosité et agilité d'esprit en mode start ups et entrepreneurial

GRI 102-41

(31) En tant que division du groupe Nestlé, nous soutenons la liberté syndicale et nous reconnaissons le droit à la négociation collective. Purina dispose de programmes systématiques pour interagir avec les représentants syndicaux. Nestlé assume la responsabilité sur tous les éléments clés liés aux conditions de travail.

## Droits du travail, travail décent et droits de l'homme

Nous comptons 7 988 collaborateurs, dont 69% sont des hommes. Parmi les managers, 66,7% sont des hommes et 33,3% sont des femmes<sup>(32)</sup>.

7 988  
collaborateurs

69%  
sont des hommes

33,3%  
de nos managers  
sont des femmes



Etude des collaborateurs	Femmes	Hommes
<20 ans	0,4% (9)	0,3% (19)
20-29 ans	22,7% (570)	15,5% (847)
30-39 ans	36,4% (917)	35,4% (1 938)
40-49 ans	25,3% (636)	26,1% (1 428)
50-59 ans	13,6% (341)	19,3% (1 058)
60-69 ans	1,7% (43)	3,3% (180)
70-79 ans	0,0% (0)	0,0% (2)
<b>TOTAL</b>	<b>100% (2 516)</b>	<b>100% (5 472)</b>

## Collaborateurs par région

92,9% des salariés sont sous contrat à durée indéterminée, parmi eux 70% sont des hommes et 30% des femmes. 98% des employés le sont à plein temps; parmi eux, 69,3% sont des hommes et 30,7% sont des femmes. Pour en savoir plus, voir le tableau ci-dessous.

Région	Permanent	Temporaire
Centrale	88,4%	11,6%
Est	93,7%	6,3%
France/Belgique	95,8%	4,2%
Nord	95,1%	4,9%
Sud	96,0%	4,0%
<b>TOTAL – EMENA</b>	<b>92,9%</b>	<b>7,1%</b>

### ÉTUDE DE CAS

## Notre valeur fondamentale : le respect

Chez Purina, nous travaillons avec passion, construisons sur le long terme et sommes inspirés pour innover, toujours dans le but de mieux faire, de grandir et de réussir ensemble. Cela est possible grâce à notre profonde compréhension de l'importance du respect.

Pour être sûrs que le respect soit au cœur de tout ce que nous faisons, nous avons créé un atelier pour les managers et leurs équipes, dans l'ensemble de notre entreprise. Nos collègues ont appris l'écoute active, comment apporter du feedback et gérer les différents aspects de la discussion en groupe.



GRI 102-8, GRI 405-1

(32) Limite des données pour les employés et l'emploi des jeunes, les données couvrent Nestlé Purina EMENA. Ces chiffres prennent en compte la rotation saisonnière normale des employés de l'usine (moins de 10% de notre effectif total) et une variation du nombre d'employés par saison (ex. moins d'employés en été), en fonction du marché et du recrutement normal des usines

## Formation et éducation

En 2018, la formation des collaborateurs Purina a représenté **10 392 heures**, soit en moyenne 30,4 heures par collaborateur, dont 33 heures pour les femmes et 28,3 heures pour les hommes. 342 collaborateurs EMENA y ont participé, parmi lesquels 192 hommes et 150 femmes. **2 817 collaborateurs** sont intégrés à notre système mondial de gestion de la performance, qui représente 35,3% de nos collaborateurs dans la région EMENA<sup>33</sup>.



**En tant que multinationale et entité du groupe Nestlé, notre responsabilité en matière de droits de l'Homme est une priorité de premier plan**

GRI 404-1, GRI 404-3, GRI 412-3

(33) La frontière couvre l'ensemble d'EMENA, la formation exclut la formation globale ou locale. Les chiffres font référence aux formations spécifiques à la culture et aux valeurs de notre entreprise, la moyenne est calculée sur le nombre d'employés en formation

## Droits de l'homme

Chaque individu devrait disposer d'un accès aux droits fondamentaux et aux libertés nécessaires pour vivre dans la dignité. En tant que multinationale et entité du groupe Nestlé, notre responsabilité en matière de droits de l'Homme est une priorité de premier plan. Nous examinons et évaluons continuellement les risques en matière de droits de l'Homme et nous nous attaquons à toute incidence négative que nous pourrions avoir sur les droits des personnes avec lesquelles nous travaillons, avec qui nous collaborons ou interagissons tout au long de notre chaîne de valeur. Nous souhaitons également promouvoir activement les droits de l'Homme dans l'ensemble de nos activités. Conformément au **Programme de Politique des Droits de l'Homme de Nestlé**, tous nos contrats et accords d'investissement importants comportent des clauses couvrant ces aspects.

## Santé et sécurité au travail

### Pourquoi est-ce important ?

En tant qu'entité du groupe Nestlé, nous nous engageons en faveur de la santé et de la sécurité de nos collaborateurs. À cet égard, nous constatons que dans nos usines, les faux pas et les chutes constituent la principale source d'accidents. Notre système de gestion de la sécurité certifié ISO 45001 vise à garantir que 100% de nos collaborateurs sont conscients de nos engagements en matière de santé et de sécurité et des outils à leur disposition.

Nous cherchons à jouer un rôle de premier plan en prenant en compte la santé et la sécurité dans le cadre du programme PetsatWork (animaux de compagnie sur le lieu de travail) et en participant à des forums RH. Dans les usines, nous cherchons à étendre les bons comportements en matière de santé et de sécurité à nos collaborateurs.

La feuille de route NPPE EMENA vers une meilleure sensibilisation à la santé et le « Zéro accident » (2019-2021) se fondent sur les principes clés suivants :

- Engagement de tous
- Gestion des principaux risques
- « Je prends soin »
- Méthodes de gestion
- Responsabilisation de nos managers qui est visible

En 2018, il n'y a eu aucune blessure ou maladie mortelle grave. Nous sommes heureux de constater une réduction des incidences sur la santé et la sécurité entre 2016 et 2018. Cela s'explique par une prise de conscience de chacun des managers qui les a amenés à être plus actifs et attentifs et sur le sujet de la santé et la sécurité. Nous avons également perfectionné notre outil d'évaluation dynamique des risques afin de fournir à nos collègues un moyen simple de s'assurer que les comportements sécuritaires sont respectés.<sup>34</sup>

Données de santé et de sécurité	2016	2018
Taux total de maladie avec arrêt de travail - employés, entreprises extérieures et public (par million d'heures travaillées)	2,14	0,46
Taux total de blessures avec arrêt de travail - employés, entreprises extérieures et public (par million d'heures travaillées)	2,79	1,04
Taux de maladies déclarées - employés, entreprises extérieures et public (par million d'heures travaillées)	2,79	0,65
Taux de blessures déclarées - employés, entreprises extérieures et public (par million d'heures travaillées)		1,30

## Qualité du produit

En 2018, il n'y a eu aucune infraction à la réglementation des aliments pour animaux de compagnie, ayant des répercussions sur la santé et la sécurité et il n'y a eu aucun cas de non-conformité à la réglementation sur les informations et l'étiquetage des produits.

GRI 403-9, GRI 416-2, GRI 417-2

En tant qu'entité du groupe Nestlé, nous sommes engagés pour **plaider en faveur d'un environnement de travail sain et de collaborateurs en meilleure santé**. Cela comprend :

- En 2020** offrir à nos collaborateurs: éducation, dépistage précoce et programmes qui favorisent des choix de mode de vie plus sains
- En 2020** continuer de jouer un rôle de chef de file par l'entremise des forums de l'industrie



# Nos parties prenantes

Purina est en relation avec un grand nombre de parties prenantes qui ont été identifiées par la Direction et des exercices spécifiques de recensement menés par nos dix principaux marchés, à savoir :

Consommateurs et possesseurs d'animaux de compagnie, incluant les organisations de consommateurs

Clients - grandes et moyennes surfaces et magasins spécialistes

Collaborateurs (interne)

Industries et Associations commerciales (incluant les concurrents, les organisations professionnelles et les réseaux d'entreprises locales)

Principaux leaders d'opinion y compris les universités

Autorités locales et nationales

Communautés locales

Médias

ONG (incluant les groupes en faveur du bien-être des animaux, les partenaires à but non lucratif et organismes de bienfaisance)

Professionnels (ex. éleveurs, éducateurs canins, chenils)

Autorités Réglementaires

Écoles, étudiants (y compris les établissements d'enseignement technique)

Fournisseurs (incluant les fournisseurs d'ingrédients, les sous-traitants et les agences partenaires)

Syndicats

Vétérinaires et assistants vétérinaires (y compris les associations vétérinaires)

En 2018, les parties prenantes nous ont dit que l'amélioration de la vie des animaux de compagnie et leur promotion dans la société sont des positions essentielles pour Purina. Nous avons également entendu que nos initiatives axées sur les animaux de compagnie (adoption, sensibilisation des enfants à la possession responsable et animaux de compagnie sur le lieu de travail) pourraient avoir un lien encore plus fort avec notre travail de valorisation des animaux de compagnie dans la société. Bien que la protection de l'environnement représente un risque potentiel pour l'avenir, les parties prenantes nous ont également dit qu'elles considèrent la demande d'aliments naturels et moins transformés pour animaux de compagnie comme le principal défi à long terme auquel le secteur des aliments pour animaux de compagnie devra faire face.

Les autres sujets abordés par nos parties prenantes en 2018 dans la région incluaient notamment :

Le besoin de recherche en nutrition et de nouveaux produits spécialisés

Une demande croissante sur la traçabilité des produits

Des matières premières durables

Le besoin des produits abordables

L'importance de la santé et du bien-être des animaux de compagnie, en particulier la prévention de l'obésité animale

L'impact environnemental de l'approvisionnement et de l'emballage

La transparence de l'entreprise

Les questions relatives au bien-être des animaux dans la chaîne d'approvisionnement

Notre engagement et notre collaboration auprès des vétérinaires

Ces idées nous aident à cerner de nouveaux secteurs possibles et à accroître nos communications dans le présent rapport et dans l'ensemble de nos activités, au sein des collectivités que nous desservons.

Pour en savoir plus sur la façon dont nous nous sommes engagés avec nos parties prenantes et la façon dont nous collaborons avec elles depuis 2018, consulter l'index GRI (document séparé). [\[Lien\]](#)



Le présent rapport couvre l'année civile 2018 de Purina (voir page 6), sauf spécification contraire.

Il s'agit du deuxième rapport Purina in Society (PinS). Le premier rapport a été publié en 2017 en suivant les lignes directrices du GRI - Pour en savoir plus, veuillez consulter le Rapport 2016 en suivant ce [\[Lien\]](#). Le groupe Nestlé a publié un certain nombre de rapports conformes aux lignes directrices du GRI. Purina continuera à surveiller leur progression et à publier un rapport, tous les deux ans. Il est prévu que les rapports de Purina soient publics et soumis à des prestataires externes.

Ce rapport a été préparé conformément aux directives de génération de rapports sur la durabilité GRI G4, option Core, et aux protocoles GRI associés définis dans le supplément du secteur de l'agroalimentaire. Toutefois, NPPE, en tant qu'entité du Groupe Nestlé, utilise des « instructions générales » bien définies pour la mesure des indicateurs environnementaux. Quand elles sont différentes des protocoles GRI, cela est clairement mentionné dans le texte et dans l'index GRI complet [\[Lien\]](#)

Pour en savoir plus, veuillez contacter Mary Sharrock, Directrice des Relations Extérieures – Nestlé Purina PetCare EMENA - e-mail : [Mary.Sharrock1@purina.nestle.com](mailto:Mary.Sharrock1@purina.nestle.com)

GRI 102-50, GRI 102-51, GRI 102-52, GRI 102-54, GRI 102-55, GRI 102-56



© MAY 2019, NESTLÉ PURINA PETCARE EMENA CORPORATE  
COMMUNICATIONS  
NESTLÉ S.A.  
AVENUE NESTLÉ 55  
CH-1800 VEVEY  
SUISSE  
[WWW.PURINA.EU/PURINAREPORT2018.PDF](http://WWW.PURINA.EU/PURINAREPORT2018.PDF)

En cas de doute ou de divergence d'interprétation, la version anglaise prévaut sur les textes en français, allemand, italien, espagnol et russe.

Dans le présent rapport, les marques sont des marques déposées du Groupe Nestlé.



Leur Bien-être, Notre Passion.®