



BetterwithPets^{*}

Rapport Purina in Society 2016

^{*}Mieux ensemble



Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Sommaire

Introduction	
Message du Président Directeur Général	3
Qui sommes-nous ?	5
Nos domaines d'impact et nos engagements envers la société	6
Nos collaborateurs	8
Nos partenaires	9
Ce qui guide notre approche	10
1 Pour les individus et leurs familles	12
1.1 Leur offrir une vie plus saine et plus heureuse	14
1.2 Être à la pointe de la recherche sur la santé et l'alimentation des animaux	15
1.3 Aider à réduire le risque d'obésité des animaux de compagnie grâce à des programmes de prévention collaboratifs	18
1.4 Fournir des informations accessibles sur les produits et des conseils liés au soin des animaux	20
1.5 Retirer tous les colorants artificiels de nos produits	22
2 Pour les communautés	24
2.1 Aider à développer des communautés prospères et résilientes	26
2.2 Favoriser la présence des animaux dans les entreprises	28
2.3 Promouvoir l'adoption d'animaux par la collaboration et le partenariat	32
2.4 Développer des programmes pour aider les enfants à devenir des possesseurs responsables	40
2.5 Créer des emplois chez Purina pour les jeunes à travers l'Europe	44
2.6 Renforcer les liens avec la communauté locale	46
3 Pour la planète	48
3.1 Préserver les ressources pour les générations futures	50
3.2 Améliorer la performance environnementale des emballages de Purina	54
3.3 Mettre en œuvre un approvisionnement responsable	60
4 Nos collaborateurs	62
4.1 Nos collaborateurs	64
4.2 Présence sur le marché	68
4.3 Qualité et conformité	69
5 Présentation technique	70
5.1 Qui nous sommes et nos domaines d'impact	72
5.2 Étude d'impact	74
5.3 Nos parties prenantes	76
5.4 Déclaration d'assurance limitée	80
5.5 Profil du rapport	81
5.6 Index GRI simplifié	82

Message du Président Directeur Général



C'est seulement au cours de ces quelques dernières années que nous avons commencé à comprendre scientifiquement la relation Homme-animal, la nature de ce lien et l'impact qu'il a sur notre santé et notre bien-être

Je suis fier de vous présenter notre premier rapport retraçant les progrès réalisés sur nos engagements « Purina in Society* ».

Ces dix engagements concrétisent notre principale conviction, qui est que 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. Ces engagements sont fondés sur des études et des preuves tangibles, c'est ce qui fait la différence. Ils sont représentatifs de la façon dont nous fonctionnons en aidant les possesseurs d'animaux de compagnie à faire des choix éclairés, en proposant une nutrition optimale et en minimisant notre impact sur la planète et ses ressources. De plus, ils plaident en faveur de la relation Homme-animal, qui peut avoir un impact sociétal large et positif. Ainsi, ces engagements permettront à Purina d'atteindre sa vision et son ambition sur le long terme, qui est d'être l'entreprise PetCare** qui inspire le plus confiance.

*Purina dans la société
**Soin pour les animaux

Création de valeur partagée

En tant qu'acteur majeur de l'industrie pour animaux de compagnie, nous avons la responsabilité de développer la prise de conscience sur les bénéfices qu'apportent les animaux de compagnie. Comme notre société-mère, Nestlé, nous cherchons à créer de la valeur ajoutée et à la partager. Cela suppose la création d'une valeur partagée pour la société au sens large, pour nos collaborateurs, pour notre chaîne d'approvisionnement, pour les Hommes et les animaux des communautés dans lesquelles nous vivons, nous travaillons et où nous intervenons.

En tant que fabricant d'aliments pour animaux de compagnie, nous sommes conscients de l'importance d'avoir un impact social et environnemental positif tout au long de notre chaîne d'approvisionnement. Aussi, avec Nestlé, notre société-mère, nous œuvrons pour réduire nos émissions de carbone. Après les bons résultats enregistrés en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni, ce sont nos usines d'Allemagne, de Pologne et de Hongrie qui passeront à 100 % d'électricité renouvelable en 2017. Nous limitons également notre impact sur les emballages, en réduisant nos déchets et en utilisant moins de matériaux. Nous sommes déjà au tiers de notre objectif de réduction d'emballages à atteindre d'ici 2019.

Nous reconnaissons que dans le monde d'aujourd'hui, les ressources se raréfient. L'industrie des aliments pour animaux de compagnie travaille depuis longtemps sur ce phénomène, en utilisant des ressources généralement non valorisées par la chaîne alimentaire humaine et constituant pourtant de formidables sources de protéines pour les animaux. Sur le long terme, le principal défi auquel nous serons confrontés sera la baisse de la disponibilité des protéines au niveau mondial. Nous nous sommes engagés à être à la pointe de la recherche sur la santé et l'alimentation des animaux de compagnie, afin de déterminer et de définir des sources durables de protéines. En parallèle, nous mettrons en place l'approvisionnement responsable de nos ingrédients.

Gage de notre engagement envers une plus grande transparence, nous avons rendu publics nos dix engagements « Purina in Society ». Dans ce tout 1^{er} rapport, j'ai le plaisir de vous présenter

G4-1

les formidables progrès que nous avons réalisés en 2016 pour atteindre nos engagements. Nous sommes conscients que nombre des problématiques auxquelles nous sommes confrontés dépassent la capacité d'action d'une seule entreprise. Par conséquent, nous continuerons de collaborer avec un large réseau de partenaires afin d'atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés pour chacun de nos engagements. Au cours de l'année passée, j'ai rencontré un grand nombre de ces acteurs et de nos partenaires. Nous pensons qu'il est important que nous continuions à écouter et comprendre ce qu'ils ont à dire.

En tant qu'entreprise, nous sommes également prêts à nous adapter aux changements et aux évolutions technologiques. Les progrès réalisés, en matière d'intelligence artificielle (IA) et de robotique, auront des répercussions sur la façon dont nous conduirons nos activités à l'avenir. C'est pourquoi nous souhaitons tirer profit de ces évolutions fascinantes pour avoir des connaissances plus poussées et des informations sur la façon de fonctionner. En outre, ces évolutions nous rappellent le rôle important que jouent les animaux de compagnie dans notre quotidien. Le lien émotionnel qui se crée entre l'Homme et les animaux nous aide à rester connectés dans un monde où les relations sont mises à mal par les progrès et les transformations numériques.

C'est incroyable de se dire que les animaux de compagnie nous entourent depuis 20 000 ans. Pourtant cela ne fait que quelques années que nous avons commencé à comprendre scientifiquement la relation que nous entretenons avec les animaux, la nature de cette relation et son impact sur notre santé et notre bien-être.

Chez Purina, nous sommes convaincus que la vie est meilleure avec les animaux de compagnie. En partageant ce rapport avec vous, nous espérons que vous nous aiderez à atteindre nos engagements.

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

Qui sommes-nous ?

Nestlé Purina PetCare EMENA est un acteur majeur de l'alimentation pour chiens et chats en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, qui a des usines en France, en Allemagne, en Hongrie, en Italie, en Pologne, en Russie, au Royaume-Uni et en Espagne.

Dans ce rapport, NPPE (Nestlé Purina PetCare EMENA), est parfois nommé Purina, ce qui englobe nos dix principaux marchés¹ ainsi que nos usines et centres de distribution².

¹ NPPE couvre les 10 principaux marchés suivants : NPP France – Entité séparée - Nestlé Purina Petcare France, | NPP Royaume-Uni – Entité séparée - Nestlé Purina Petcare (U.K.) Ltd, | NPP Allemagne – Entité séparée – Nestlé Purina Petcare Deutschland GmbH, | NPP Russie – Division intégrée à Nestlé Rossiya LLC, | NPP Italie – Division intégrée à Nestlé Italiana S.P.A., | NPP Espagne – Entité séparée – Nestlé Purina Petcare España, S.A., | NPP Pays-Bas – Division intégrée à Nestlé Nederland B.V., | NPP Suisse – Division intégrée à Nestlé Suisse S.A. | NPP Belgique – Division intégrée à Nestlé Belgilux, | NPP Pologne – Division intégrée à Nestlé Polska S.A

² Remarque : les données sur la Santé et la Sécurité couvrent tous les centres de distribution, y compris ceux gérés par des tiers. Les données sur l'Environnement ne couvrent pas les centres de distribution gérés par des tiers.

G4-3, G4-4, G4-6, G4-7, G4-8

Pour plus d'informations sur qui nous sommes et sur nos domaines d'impact, consultez la page 72

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Nos domaines d'impact et nos engagements envers la société

En tant que division du Groupe Nestlé, nos domaines d'intervention sont étroitement liés à notre raison d'être, qui est d'améliorer la qualité de vie et de contribuer à un avenir plus sain.

- Pour les individus et les familles (y compris les animaux de compagnie) en permettant à chacun de vivre une vie plus saine et plus heureuse
- Pour nos communautés, en contribuant à développer des communautés prospères et résilientes
- Pour la planète, en préservant les ressources pour les générations futures

Nous sommes convaincus que, quand les Hommes et les animaux vivent ensemble, la vie est meilleure. C'est cette conviction qui nous inspire au quotidien. Cela nous donne l'occasion de chercher l'appui de nombreuses personnes, entreprises, organisations et leaders d'opinion avec qui nous nous unissons.

C'est la raison pour laquelle nous avons pris 10 engagements qui contribueront à améliorer la santé et le bien-être des animaux, des personnes et de notre planète. Ces engagements, baptisés « Purina in Society », s'appuient sur notre grande expertise dans le domaine des animaux de compagnie et reflètent notre rôle unique au sein du Groupe Nestlé.

Avec nos partenaires, nous souhaitons développer la prise de conscience sur les bénéfices qu'apportent les animaux de compagnie aux personnes et à notre société. Nos engagements « Purina in Society » concrétisent cette ambition par le biais d'actions concrètes. Nous nous sommes engagés à encourager la relation Homme-animal et à sensibiliser les futurs possesseurs et les générations à venir afin que cette relation reste respectueuse, bénéfique et agréable.

Nos engagements et ceux de Nestlé, profiteront aux individus, aux familles, à leurs animaux de compagnie, également aux communautés dans lesquelles nous vivons et aussi à la planète que nous partageons. Ce rapport vise à illustrer les changements significatifs que nous avons réalisés sur ces trois piliers.

Engagements Purina in Society	Objectifs	Avancées en 2016
	Être à la pointe de la recherche sur la santé et l'alimentation des animaux • D'ici 2017 : Nous lancerons 16 nouveaux produits axés sur l'amélioration de la santé et du bien-être des animaux • Et nous partagerons les résultats de nos recherches en publiant quatre articles par an dans des revues spécialisées <i>Année de référence : 2014</i>	5 lancements de produits et 6 publications en 2016
	Fournir des informations accessibles sur les produits et des conseils liés au soin des animaux • D'ici 2018 : Rendre l'information sur nos produits ainsi que les conseils nutritionnels plus accessibles et compréhensibles sur l'emballage <i>Année de référence : 2014</i>	En 2016 : 91 009 contacts consommateurs portant sur des conseils nutritionnels et sur les soins à apporter aux animaux, des réclamations et des informations sur les produits
	Retirer tous les colorants artificiels de nos produits • D'ici 2017 : Nous supprimerons les colorants artificiels de notre marque BAKERS™ • 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 <i>Année de référence : 2014</i>	En 2016 : Nous avons utilisé un total de 138,1 tonnes de colorants artificiels, contre 154,2 tonnes en 2015. Soit une baisse de 10,4% de l'utilisation de colorants artificiels
	Aider à réduire le risque d'obésité des animaux grâce à des programmes de prévention collaboratifs • D'ici 2023 : Nos 10 principaux marchés soutiendront nos partenariats et programmes de prévention <i>Année de référence : 2014</i>	Début des travaux sur les 3 principaux piliers stratégiques – avec la campagne test « Healthy Love » lancée en janvier 2017
	Promouvoir l'adoption d'animaux par la collaboration et le partenariat • D'ici 2023 : Nos 10 principaux marchés soutiendront des programmes et des organisations afin de promouvoir l'adoption <i>Année de référence : 2015</i>	En 2016 : 6 pays ont mis en place des partenariats pour soutenir l'adoption des animaux de compagnie
	Favoriser la présence des animaux dans les entreprises • D'ici 2020 : Création de 200 partenariats dans toute l'Europe pour soutenir les initiatives de promotion des animaux sur le lieu de travail <i>Année de référence : 2015</i>	En 2016 : 10 pays ont mis en place des programmes en faveur de la présence des animaux sur le lieu de travail
	Développer des programmes pour aider les enfants à devenir des possesseurs responsables • D'ici 2023 : Participation de 2 millions d'enfants à nos programmes <i>Année de référence : 2015</i>	En 2016 : 7 pays ont mis en place des programmes et environ 198 912 enfants y ont participé En 2016 : Participation d'environ 198 912 enfants
	Créer des emplois chez Purina pour les jeunes dans toute l'Europe • D'ici 2016 : 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 <i>Année de référence : 2013³</i>	En 2016, nous avons employé 796 jeunes Depuis 2014, nous avons employé 2 429 jeunes
	Améliorer la performance environnementale de nos emballages • D'ici 2019 : Réduire le volume d'emballages d'au moins 3 000 tonnes <i>Année de référence : 2015</i>	Nous avons réduit notre volume d'emballages de 1 009 tonnes en 2016 grâce à des initiatives techniques
	Mettre en œuvre un approvisionnement responsable • D'ici 2016 : Nous souhaitons réaliser des audits sur l'approvisionnement responsable pour 50 % de notre base d'approvisionnement direct • D'ici 2017 : Nous nous engageons à assurer la traçabilité de 100 % de notre soja • D'ici 2020 : 100 % de l'approvisionnement des produits de la mer sera effectué auprès de sources responsables <i>Année de référence : 2015</i>	60% des dépenses liées à des matériaux directs sont couvertes par un audit sur l'approvisionnement responsable 87% de notre soja est traçable 53% des ingrédients issus de la mer que nous achetons proviennent de pêcheries responsables

³ Limite des données pour les collaborateurs et l'emploi des jeunes, les données couvrent Nestlé Purina EMENA.



Nos collaborateurs

Chez Purina, nos collaborateurs sont nos plus importants ambassadeurs. Eux-mêmes passionnés des animaux de compagnie, ils ont contribué à inspirer et à façonner ces engagements. C'est grâce à leur implication envers ces engagements que nous avons pu atteindre nos objectifs et avoir un impact positif sur les communautés au sein desquelles nous évoluons.

La diversité de notre équipe nous permet de fonctionner comme un réseau inclusif uni par un même objectif, insufflant à notre entreprise le dynamisme nécessaire pour aller de l'avant : enrichir la vie des animaux de compagnie et de ceux qui les aiment. À mesure que nous progressons dans l'atteinte de nos objectifs et dans le respect de nos engagements, nous continuons de nous fier à l'expertise de nos collaborateurs afin de proposer le meilleur à nos consommateurs et à leurs animaux de compagnie.

Pour plus d'informations sur nos collaborateurs, consultez la page 62

Nos partenaires

Les consulter pour déterminer ce qui est important et ce qui compte.

En 2013, nous nous sommes entourés de partenaires et d'experts afin d'identifier et de prioriser ce qui est le plus important pour eux - des enjeux environnementaux et éthiques aux tendances politiques et démographiques, en passant par les normes internationales et les engagements mondiaux. Parmi ces intervenants, nous comptons des associations industrielles et commerciales, des vétérinaires, des communautés locales, des leaders d'opinion et nos collaborateurs.

Afin d'identifier et de prioriser les préoccupations majeures, Purina a conduit en 2013 une étude d'impact au sein de ses marchés européens. En 2016, nous avons revu les modalités de cette étude d'impact. Les quatre enjeux les plus importants sont : la possession responsable d'animaux de compagnie ; la rarefaction des ressources ; la transparence sur tout ce que nous faisons (ce que nous appelons la transparence radicale) et la réduction de notre impact environnemental, notamment en ce qui concerne l'emballage et le transport. Ces principaux enjeux ont permis de définir nos engagements « Purina in Society » et ils reflètent notre responsabilité spécifique envers les animaux de compagnie, leurs possesseurs et la société dans son ensemble.

Pour plus d'informations sur l'étude, notre méthodologie, nos partenaires et les résultats de notre dernière analyse, consultez la page 70

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Ce qui guide notre approche

Le Comité de Direction de Nestlé Purina PetCare EMENA est composé de six membres de la direction fonctionnelle, cinq directeurs régionaux et le PDG.

Ce Comité de Direction (CdD), est chargé de définir notre stratégie commerciale ainsi que nos engagements envers la société et la durabilité⁴. Le CdD est composé de 25 % de femmes, et 50 % de ses membres ont plus de 50 ans. Le reste des membres a entre 30 et 50 ans. Les autres collaborateurs ne sont pas impliqués formellement dans la gouvernance de Purina⁵.



EN HAUT :
(de gauche à droite) :
Bernard Meunier, Président Directeur Général NPPE ; **Alessandro Zanelli**, Directeur Région Est NPPE ; **Calum Macrae**, Directeur Marketing NPPE ; **Dessi Temperley**, Directeur Financier NPPE

AU MILIEU :
(de gauche à droite) :
Hubert Wieser, Directeur Région Centrale NPPE (Allemagne, Autriche, Suisse, Pologne, Estonie, Lettonie, Lituanie, Hongrie, République Tchèque, Slovaquie) ; **Kerstin Schmeiduch**, Directeur des Affaires Juridiques et de la Communication Corporate NPPE Sud ; **Marco Travaglia**, Directeur Région Ouest NPPE – Italie, Grèce, Bulgarie, Roumanie, Serbie, Adriatique, Espagne, Portugal, MENA ; **Martin Stanley**, Directeur des Ressources Humaines NPPE

EN BAS :
(de gauche à droite) :
Olivier Robin, Directeur des Opérations NPPE ; **Richard Watson**, Directeur Région Nord NPPE (Royaume-Uni et Irlande, Pays-Bas, Suède, Danemark, Finlande et Norvège) ; **Sophie Dubois**, Directeur Région NPPE (France et Belgique) ; **Stefano Lopez**, Directeur des opérations Commerciales NPPE

Le Comité de Direction est accompagné dans ses initiatives par le Comité de pilotage de « Purina in Society » et le Comité de pilotage de la durabilité.

Purina est membre d’associations professionnelles nationales dans 16 pays d’Europe⁶, ces associations étant elles-mêmes membres de l’association industrielle européenne, la [FEDIAF](#) (Fédération Européenne De l’Industrie des Aliments pour animaux Familiers). Faisant partie du Groupe Nestlé, Purina est signataire du Pacte mondial des Nations Unies (UNGC) ; cependant, Purina ne fournit pas de Communication UNGC séparée sur les avancées. Vous trouverez [ici](#) la communication sur les progrès de Nestlé (en anglais). Purina applique les [Principes de Conduite des Affaires du Groupe Nestlé](#) et aligne ses pratiques et formations sur le Code de conduite de Nestlé.

Purina respecte et applique toutes les lois et réglementations applicables, et dispose d’une ligne confidentielle de signalement des non-conformités reprenant les principes du système de reporting de la conformité de Nestlé, « Dites-le nous ». La ligne confidentielle de signalement offre aux acteurs externes un canal de communication dédié pour signaler les cas de possibles infractions à nos principes de Conduite des Affaires. Nous mettons également à disposition de nos collaborateurs une hotline interne leur permettant de signaler de façon confidentielle les problèmes de non-conformité.

Enfin, Purina reprend le système de qualité de Nestlé, qui a pour objectif « zéro défaut, zéro réclamation et zéro déchet ».

⁴ Un certain nombre d’actions ont été mises en place pour veiller à ce que le CdD comprenne les effets de la gouvernance sur la durabilité, notamment :
• Des informations sur le cycle de planification triennale (RBS)
• Des approfondissements annuels sur des questions spécifiques
• Des informations trimestrielles sur les programmes de bonnes pratiques en matière de durabilité, la gouvernance et le reporting pour le Directeur des Affaires Juridiques et de la Communication Corporate
• Des supports disponibles sur l’intranet et transmis par les communications internes, y compris des supports pour les événements visant à impliquer les collaborateurs.
⁵ Tous les collaborateurs sont tenus de signer un accord d’intégrité, dans le cadre de leur contrat de travail, qui couvre le traitement des conflits d’intérêts.
⁶ France – FACCO | Allemagne – IVH | Italie – ASSALCO | Royaume-Uni – PFMA | Espagne – ANFAAC | Pologne – POLKARMA | Roumanie – ARPAC | Pays-Bas – NVG | Belgique – CPAF | République Tchèque – SVDPZ | Hongrie – HPFA | Autriche – ÖHTV | Suède, Danemark, Finlande – NPFA | Irlande – PFAI | Lituanie, Estonie, Lettonie – BIPA | Slovaquie, Slovénie – SEEPFA.
G4-34, G4-16, G4-15, G4-56

G4-2, G4-34, G4-LA12

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique



1

Pour les individus et leurs familles

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

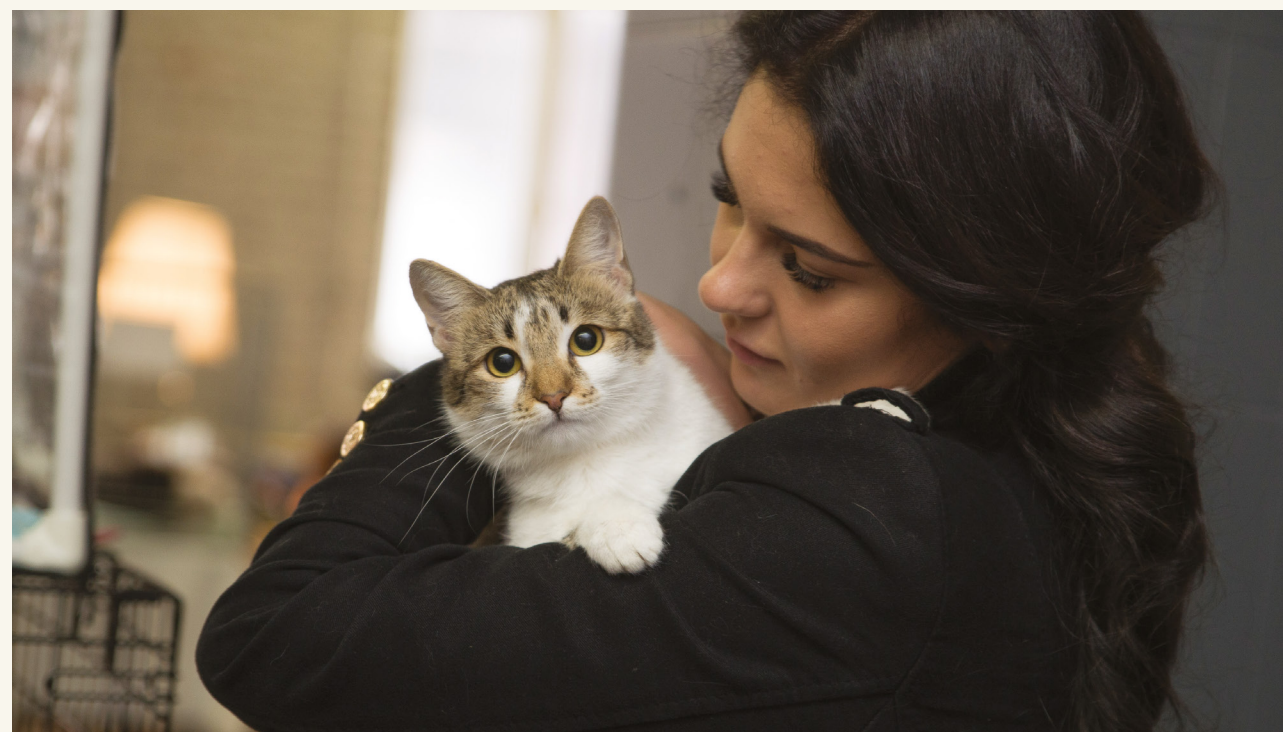
Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Leur offrir une vie plus saine et plus heureuse

Tous les possesseurs veulent que leur animal de compagnie vive une **vie longue, heureuse et en bonne santé**. Étant nous-mêmes passionnés des animaux, nous le comprenons et c'est ce qui nous motive à atteindre nos objectifs pour les engagements suivants :



Introduction

Pour les individus et leurs familles

Pour les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation technique

Être à la pointe de la recherche sur la santé et l'alimentation des animaux

Avoir des niveaux d'exigence élevés pour la nutrition, la santé et le bien-être des animaux est au cœur de tout ce que nous entreprenons.

Nous nous engageons à produire des aliments sains, équilibrés et appréciés des chiens et des chats. C'est ce que nous faisons depuis plus de 120 ans. Nous sommes des contributeurs actifs de la FEDIAF (Fédération Européenne De l'Industrie des Aliments pour animaux Familiers) et d'autres associations professionnelles nationales.

La FEDIAF a mis au point des Guides de Bonnes Pratiques sur la nutrition, l'étiquetage et le marketing des aliments pour animaux :

- Code de Bonnes Pratiques d'étiquetage des aliments pour animaux de compagnie de la FEDIAF
- Guide de Bonnes Pratiques de fabrication d'aliments pour animaux familiaux de la FEDIAF
- Guide Nutritionnel de la FEDIAF⁷ pour l'alimentation complète et complémentaire destinée aux chiens et chats

Notre objectif est de partager les résultats de nos recherches sur la nutrition et la santé en publiant quatre articles par an dans des revues spécialisées. Nous utiliserons également ces résultats pour proposer 16 nouveaux produits bénéfiques pour la santé et le bien-être des animaux de compagnie d'ici fin 2017.

En 2016, nous avons lancé cinq nouveaux produits, dont quatre sous les marques Purina® PRO PLAN® et Purina ONE®. Le cinquième produit correspond au lancement de Purina® DENTALIFE®. Nous avons également publié six articles dans des revues scientifiques.

⁷ Ces guides ont été adoptés et publiés (en anglais) sur le site Web de la FEDIAF en 2016. Ils sont de plus en plus utilisés par l'Autorité Européenne de Sécurité des Aliments (EFSA) et par les revues à destination des consommateurs qui testent les produits.

En 2016, nous avons lancé

5



nouveaux produits

et publié

6



articles

dans des revues scientifiques

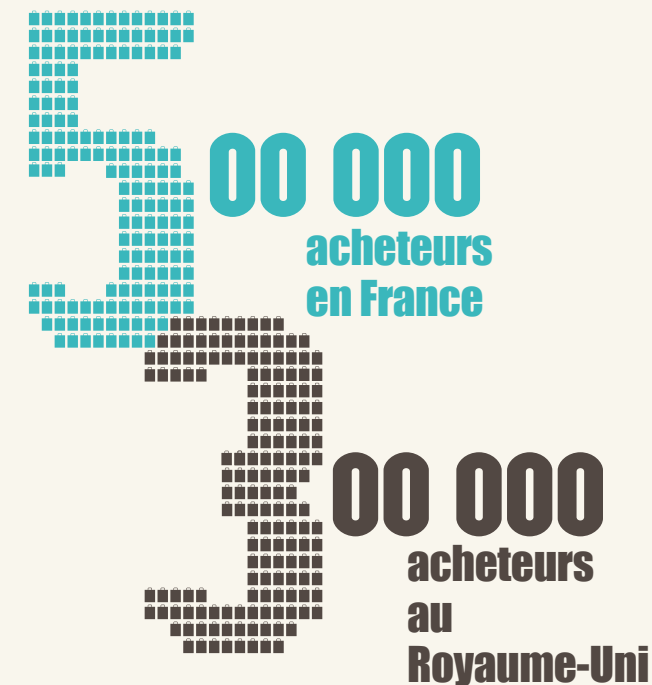
Point à date sur la recherche sur la santé et l'alimentation des animaux

ÉTUDE DE CAS

Purina® DENTALIFE® : pour répondre aux troubles bucco-dentaires des chiens

Purina® DENTALIFE®, une nouvelle marque de snacks pour chiens lancée en 2016, est la réponse de Purina aux problèmes de santé bucco-dentaire dont souffrent quatre chiens sur cinq. Ce bâtonnet à mâcher faible en calories ne contient ni ingrédients chimiques actifs, ni arômes et colorants artificiels ajoutés, ni sucres ajoutés, et répond aux besoins de nos consommateurs en quête d'une solution simple, efficace et saine.

Des études scientifiques ont démontré que sa structure flexible et poreuse contribue à réduire l'accumulation de plaque et de tartre sur l'ensemble des dents des chiens



Six mois seulement après son lancement en 2016, Purina® DENTALIFE® a déjà été acheté par 500 000 possesseurs de chiens en France et 300 000 au Royaume-Uni, et a été très bien accueilli, avec un niveau d'appétence très élevé chez les chiens. Nous avons commercialisé cette marque dans de nouveaux marchés européens en 2017, notamment en Belgique, aux Pays-Bas et en Suisse.



ÉTUDE DE CAS

PURINA ONE® BIFENSIS®: pour aider à renforcer les défenses naturelles

Plus de trois ans de recherche par les vétérinaires et nutritionnistes de Purina ont été nécessaires pour élaborer PURINA ONE® BIFENSIS®, une formule nutritionnelle contenant des bactéries bénéfiques dont il a été scientifiquement prouvé qu'elles soutiennent les défenses naturelles et la production d'anticorps des chats. Cette formule ne contient pas de colorants, ni d'arômes, ni de conservateurs artificiels ajoutés.



Introduction

Pour les individus et leurs familles

Pour les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation technique

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

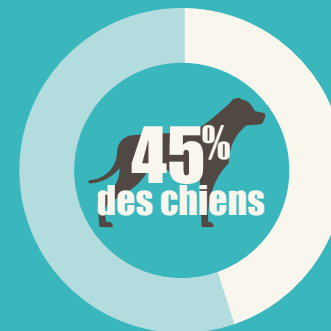
Chez les animaux de compagnie, l'obésité augmente le nombre de problèmes de santé et réduit l'espérance de vie. Il est urgent de trouver des solutions. C'est pourquoi nous nous sommes engagés à comprendre les attitudes et les comportements associés pour prévenir l'obésité des animaux de compagnie grâce à des programmes collaboratifs.

La voie est longue pour résoudre ce problème, et nous ne pouvons pas y arriver seuls. Aussi, nous nous sommes donnés pour objectif de soutenir des programmes de prévention pour lutter contre l'obésité au sein des dix principaux marchés européens de Purina d'ici 2023 (année de référence : 2014).

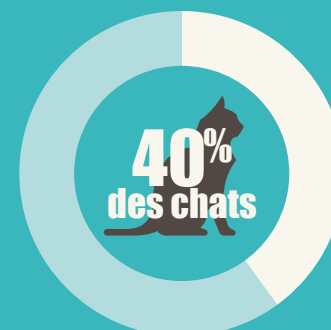
Nous avons réalisé un examen approfondi des études consommateurs et ethnographiques menées par le passé au Royaume-Uni et en France pour nous aider à identifier ce qui fonctionne dans la prévention de l'obésité des animaux de compagnie.

⁸ Pet Food Manufacturers Association (Association de fabricants d'aliments pour animaux de compagnie).
Pet Obesity : Five years on. (2014). Disponible à l'adresse :
https://www.pfma.org.uk/assets/docs/PFMA_WhitePaper_2014.pdf [consulté le 17 octobre]

Les vétérinaires estiment que



et



sont actuellement en surpoids ou obèses⁸.

« Healthy love »: pour contribuer à réduire le risque d'obésité des animaux de compagnie - Point à date

ÉTUDE DE CAS

« Healthy Love » est un programme qui a été élaboré en 2016 et lancé au Royaume-Uni en janvier 2017. Ce programme, destiné aux vétérinaires, leur fournit un guide-conseils et leur propose des formations pour les aider à aborder la question sensible du poids de façon positive et sans jugement.

Ce programme est axé sur :

- La prévention de l'obésité (maintien d'un poids optimal) chez tous les animaux de compagnie, en particulier chez les animaux à haut risque
- La correction de l'obésité grâce à un programme de perte de poids simplifié pour les animaux en surpoids
- La stabilisation du poids (pour assurer un poids optimal sur le long terme) et le maintien d'habitudes saines après une perte de poids réussie



Fournir des informations accessibles sur les produits et des conseils liés au soin des animaux

Les possesseurs d'animaux de compagnie souhaitent de plus en plus avoir un accès simple et facile à des informations précises et à des conseils sur les marques qu'ils achètent, pour offrir à leurs animaux la meilleure nourriture possible.

Nous nous sommes engagés à fournir des informations vérifiables et fiables sur nos produits et nos activités. Purina s'est donc donné pour objectif de rendre l'information et les conseils nutritionnels sur ses produits plus accessibles et compréhensibles sur les emballages d'ici 2018. Purina applique également le Règlement UE 767/2009 concernant l'utilisation des aliments pour animaux ainsi que le Code de bonnes pratiques d'étiquetage des aliments pour animaux familiers de la FEDIAF.

Toutefois, même si tous nos produits respectent toutes les réglementations légales relatives aux aliments pour animaux et à leur étiquetage, Purina estime que l'étiquetage des emballages ne suffit pas à fournir des informations détaillées et qu'il convient d'utiliser des méthodes de communication différentes. Purina a donc créé dans chaque pays des plateformes sociales et digitales spécifiques qui permettent à la marque d'interagir et de communiquer avec les consommateurs, les possesseurs d'animaux et les autres acteurs intéressés.

Parmi les questions couvertes par cet engagement se trouvent :

- La santé et la nutrition des animaux, y compris la gestion du poids
- Le bien-être et le comportement des animaux
- Le soin aux animaux et la possession responsable d'animaux (y compris la gestion des peurs et des phobies)
- Des conseils alimentaires et comportementaux
- La composition de nos produits, y compris les allergies/intolérances et des conseils alimentaires. Des possesseurs d'animaux en Italie et en Russie ont cité cet engagement comme l'un des plus importants.



Kim et Max de l'équipe britannique et irlandaise au siège social de Purina à Gatwick.

En 2016, nous avons eu 91 009 contacts consommateurs portant sur des conseils nutritionnels et sur les soins à apporter aux animaux, des réclamations et des demandes d'informations sur nos produits dans neuf pays : l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, la France, l'Italie, les Pays-Bas, le Royaume-Uni, la Russie et la Suisse⁹. Nous enregistrons les demandes consommateurs et contrôlons leur satisfaction quant aux réponses apportées. Nous ne disposons actuellement pas d'un chiffre global sur la satisfaction consommateurs. À l'avenir, nous prévoyons d'assurer un suivi spécifique pour chaque type d'information que nous fournissons, qu'il s'agisse des produits, de la nutrition ou du soin aux animaux.

Certains pays contrôlent individuellement la satisfaction des consommateurs. Au Royaume-Uni, elle est passée à 77% en 2016 vs 70% en 2015¹⁰.

La hausse de la satisfaction consommateurs s'explique par un accès plus rapide à l'information et des réponses plus personnalisées. Cela prend en compte l'extension des heures d'ouverture de notre Service Consommateurs, ouvert également le samedi et le dimanche, les réponses données par email et le lancement de notre Live Chat.

En Russie, nous passons d'un centre d'appels à un Service Consommateurs offrant une amplitude horaire plus importante pour répondre à la demande de nos consommateurs. En 2017, nous élargissons le niveau et la portée de nos services en créant des partenariats avec des vétérinaires afin d'offrir à nos consommateurs des conseils vétérinaires professionnels 24 h/24 et 7 j/7 sur différentes plateformes numériques.

⁹ À l'avenir, nous allons passer en revue notre façon de collecter les données pour être capable de suivre et d'isoler les contacts consommateurs spécifiques à la demande de conseils.

¹⁰ Comme mesuré par Net Promoter Score.

G4-PR5

Retirer tous les colorants artificiels de nos produits

Aujourd'hui la tendance est à la réduction des colorants artificiels dans l'alimentation humaine. Nous savons que les possesseurs ont la même attente pour ce qui est de l'alimentation de leur animal.

Même si nous n'utilisons que des ingrédients sains, qu'ils soient artificiels ou non, nous sommes cependant à l'écoute des attentes des possesseurs d'animaux de compagnie.

Pour respecter notre engagement, nous nous sommes donnés pour objectif de supprimer les colorants artificiels de nos produits d'alimentation complète d'ici 2020 et de nos friandises d'ici 2023. En 2016, nous avons réalisé des avancées importantes dans l'atteinte de cet objectif en réduisant de 10,4 % notre utilisation de colorants artificiels. En 2016, nous avons utilisé un total de 138,1 tonnes de colorants artificiels, contre 154,2 tonnes en 2015, pour la plupart utilisés dans les croquettes.

Suppression des colorants artificiels Point à date

ÉTUDE DE CAS

La couleur des aliments pour animaux peut être ternie au cours du processus de production. C'est la raison pour laquelle des colorants sont ajoutés pour conserver un aspect plus attrayant et homogène. Mais il est difficile de trouver un moyen de conserver un bel aspect en supprimant les colorants artificiels.

Nous avons relevé ce défi en 2016 au Royaume-Uni avec notre marque BAKERS® ; la première marque à introduire la mention « sans colorants artificiels » sur l'ensemble de ses produits d'aliments secs, humides et de snacks, anticipant le calendrier de lancement initial en 2017.



Pour visionner la vidéo sur notre produit BAKERS®, qui est sans colorants, ni arômes artificiels, ni conservateurs artificiels ajoutés, cliquez sur [le lien](#).

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

2

Pour les communautés



Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Aider à développer des communautés prospères et résilientes.

La vie moderne est de nos jours de plus en plus complexe. Différents facteurs, comme l'urbanisation, la durée des trajets et le temps que nous passons connectés, font que nous avons de plus en plus de mal à nous occuper de nos animaux et à leur consacrer du temps. Toutefois, nous savons que la relation Homme-animal apporte de nombreux bénéfices, c'est pourquoi nous cherchons des solutions concrètes pour enrichir la vie des animaux et de ceux qui les aiment. Et ça commence en enrichissant les communautés dans lesquelles nous évoluons.

Chez Purina, nous estimons qu'il est de notre responsabilité de renforcer le tissu social des communautés pour les rendre prospères et résilientes pour les générations à venir. Grâce à nos parties prenantes, nous savons qu'il est important d'offrir des emplois aux générations futures, peu importe où elles vivent. C'est la raison pour laquelle nous créons chez Purina des emplois destinés aux jeunes, au sein de leurs communautés dans toute l'Europe, afin de développer les compétences et encourager les talents locaux. Nous savons aussi, grâce à nos parties prenantes, qu'en élaborant des programmes visant à mieux intégrer les animaux de compagnie au sein de nos communautés, des lieux de travail et des écoles, nous contribuons à créer des liens entre les animaux et les personnes, et ainsi à renforcer les endroits où nous vivons.

Chez Purina, nous créons des emplois destinés aux jeunes, au sein de leurs communautés dans toute l'Europe, afin de contribuer au renforcement des compétences et au développement des talents locaux

Dans toute l'Europe, nos bureaux et usines soutiennent, dans leurs communautés, des programmes menés par les collaborateurs et des partenaires de confiance.

Ces programmes illustrent certains de nos principaux engagements à savoir :



Nous conduisons également d'autres programmes avec des partenaires locaux afin de répondre aux besoins locaux. Ces programmes créent de la valeur partagée au sein des communautés dans lesquelles nous évoluons, et trouvent leurs racines dans la volonté de rendre les communautés plus riches pour chacun, y compris pour les animaux de compagnie.

Ces engagements et programmes, visant à nourrir et enrichir plus largement les communautés en favorisant la relation Homme-animal, reflètent les idées véhiculées par nos parties prenantes ainsi que nos propres convictions.

Nous avons hâte de nous associer à d'autres personnes et organisations partageant notre point de vue, estimant elles aussi que les animaux de compagnie font partie intégrante de la société, et de continuer à accompagner la connectivité émotionnelle humaine, la compassion et l'empathie

G4-SO1

Favoriser la présence des animaux dans les entreprises

Nous sommes aussi des possesseurs d'animaux, et nous comprenons les nombreuses exigences liées à notre environnement de travail qui est en constante évolution.

Nous aimons les animaux de compagnie et les Hommes, c'est pourquoi nous encourageons nos collaborateurs à amener leur chien au bureau. Chez Purina, nous constatons ces bénéfices depuis une dizaine d'années, depuis que nous avons ouvert nos premiers bureaux aux animaux de compagnie en Europe. Si les spécificités de ce programme varient d'un pays à l'autre, par essence, « Pets at Work¹¹ » encourage les possesseurs de chiens à amener leur animal au bureau tout en étant attentifs et respectueux vis-à-vis de leurs collègues.

Aujourd'hui, nos collaborateurs et leurs chiens bénéficient du programme « Pets at Work » dans dix pays. En effet en 2016, l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, la France, la Grèce, l'Italie, les Pays-Bas, la Pologne, le Royaume-Uni et la Suisse ont mis en place un programme « Pets at Work » dans leurs bureaux. Des études externes ont démontré que le fait d'amener les animaux de compagnie au bureau a des effets bénéfiques sur ^{12, 13, 14} :



La bonne santé mentale et physique des collaborateurs



L'amélioration du bien-être et de la fidélité envers l'entreprise



L'accroissement des performances et de la productivité des collaborateurs

¹¹ Chiens dans l'entreprise.

¹² Beetz, A., Uvnäs-Moberg, K., Julius, H., et al. (2012). Psychosocial and Psychophysiological Effects of Human-Animal Interactions : The Possible Role of Oxytocin. *Frontiers in Psychology*. 3(234) : 1-15.

¹³ Halkos, G., Bousinakis, D. (2010). The effect of stress and satisfaction on productivity. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 59(5) : 415-431.

¹⁴ Wilkin C.L., Fairlie, P., Ezzedeen, S.R. (2016). Who let the dogs in? A look at pet-friendly workplaces. *International Journal of Workplace Health Management*. 9(1): 96-109.



Nous sommes prêts à partager notre expérience et notre savoir-faire sur la mise en place du programme « Pets at Work ». Nous invitons donc d'autres entreprises et organisations à nous suivre dans notre démarche. Nous avons pour objectif de créer 200 alliances en Europe pour soutenir des initiatives en faveur des animaux sur le lieu de travail d'ici 2020. Nous avons, à ce titre, créé un guide pratique et de conseils pour aider nos partenaires externes à mettre en œuvre ce programme.

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique



« Pets at Work » - Point à date



ÉTUDE DE CAS

En France

Depuis toujours, nous avons accueilli des chiens dans notre siège de Noisiel (Paris) ; aujourd'hui, nous profitons des nombreux bénéfices qu'apporte la présence animale, grâce aux 20 chiens régulièrement présents dans nos locaux.

En 2015, le programme a suscité un intérêt grandissant auprès de nos collègues de Nestlé et de parties prenantes extérieures, puisque nous avons structuré et formalisé notre initiative en nous appuyant sur notre expérience et notre savoir-faire. Nous avons organisé le premier « Pet Day » au siège de Noisiel réunissant les chiens, leurs maîtres et les collaborateurs du siège de Purina (environ 300 participants). Cet événement avait pour objectif de renforcer la cohésion à travers différentes activités communes pour les chiens et les collaborateurs. Nous avons notamment organisé des courses d'agilité, une activité de toilettage pour les chiens et un vétérinaire était présent pour donner des conseils.

L'année 2016 a été marquée par le lancement du coffret « Pets at Work », contenant des conseils pratiques permettant la mise en œuvre du programme sur le lieu de travail. Le coffret est accessible à toutes les entreprises intéressées par le programme. Il comprend notamment une brochure de présentation, un « Code de Bonne Conduite », une vidéo, des outils de communication

prêts à l'emploi et un passeport pour le chien. Ce passeport est un document utile, mis en place dans l'entreprise pour vérifier la tenue à jour des vaccins du chien, et s'assurer qu'un vétérinaire a bien confirmé la compatibilité du comportement du chien avec le lieu de travail. C'est un rappel utile qui permet aux maîtres de veiller à ce que la présence de leur chien se fasse dans le respect du lieu de travail et de ses règles, pour une cohabitation harmonieuse entre les collaborateurs et les chiens.

Nous avons également organisé d'autres opérations en France pour promouvoir le programme auprès des entreprises. Par exemple, nous avons travaillé avec notre ambassadrice Sophie de Menthon (présidente d'ETHIC et de « J'aime ma Boîte »). Nous avons mené des actions de sensibilisation sur les bénéfices de la présence des chiens sur les lieux de travail et eu des premiers contacts prometteurs avec des entreprises intéressées. Enfin, nous avons organisé une journée « Pet Day » dans le cadre de l'événement « J'aime ma Boîte », et invité des entreprises externes à ouvrir leurs portes aux chiens de leurs collaborateurs l'espace d'un jour. Une des dirigeantes du Groupe Eyrolles, entreprise ayant participé à cette journée, a déclaré qu'il s'agissait « d'une expérience bénéfique sur la relation entre les collaborateurs qui a permis d'en apprendre un peu plus sur chacun (sur le lieu de travail). »

Au Royaume-Uni

Le siège de Nestlé au Royaume-Uni a célébré le deuxième anniversaire de « Pets at Work » en novembre 2016. Avec plus de 60 collaborateurs inscrits au programme, notre siège bénéficie désormais de plus de 1 200 visites de chiens chaque année.

Pour informer nos collaborateurs à propos de la présence des chiens sur le lieu de travail, des outils de communication tels que des affiches sur le comportement à adopter et des panneaux de signalisation indiquant les zones avec ou sans chiens ont été placés dans l'ensemble des locaux. Un recueil avec les questions les plus fréquentes et leurs réponses est également disponible sur l'intranet de la société, « The Nest ».



Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

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

Nous sommes conscients des défis de plus en plus nombreux auxquels doivent faire face les nouveaux possesseurs d'animaux de compagnie, notamment avec le développement des pratiques de vente de chiots contraires à l'éthique, et de l'importation clandestine de chiens en Europe. Parallèlement à cela, avec les abandons, il y a de nombreux animaux qui sont en attente d'un nouveau foyer. Dans ce contexte, nous sommes engagés dans la promotion de l'adoption grâce à des partenariats sur le long terme en Europe, avec des organisations qui partagent nos valeurs.

Chez Purina, nous croyons à l'importance de travailler avec des organisations qui s'engagent pour la protection de la santé, la sécurité et le bien-être des animaux de compagnie. Par conséquent, nous nous sommes engagés à ce que d'ici 2023, 10 de nos principaux marchés européens¹⁵ soutiennent des programmes et des organisations afin de promouvoir l'adoption des animaux de compagnie. À la fin 2016, nous avons mis en place des partenariats pour l'adoption dans six pays. Nous sommes partenaires de WAMIZ en France, de l'ENPA en Italie, de VIVA! en Pologne, de Help Guau Las Nieves Amigos Del Perro en Espagne, de la fondation Giving Hope et de la fondation RunForDogs Fund en Russie, et de Cats Protection au Royaume-Uni.

Dans le cadre de ces partenariats, nous avons fourni des aliments pour les animaux de compagnie aux centres d'adoption, et soutenu des dizaines d'événements de sensibilisation à l'adoption et des campagnes d'information sur les avantages et les responsabilités liés à l'adoption.

En Irlande, nous sommes également partenaires de la SPCA de Dublin.

À la fin 2016, nous avons mis en place des partenariats pour l'adoption dans six pays



¹⁵ 10 marchés : France, Royaume-Uni, Allemagne, Russie, Italie, Espagne, Pays-Bas, Suisse, Belgique, et Pologne – année de référence 2015

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

La promotion de l'adoption d'animaux de compagnie - Point à date

ÉTUDE DE CAS

VIVA! en Pologne

Depuis des années, les animaux sans foyer et les procédures d'adoption constituent des problèmes importants en Pologne. Peu de refuges ont agi pour la sécurité des animaux, et tous les refuges ne sont pas ouverts et transparents concernant leurs pratiques. En outre, les procédures d'adoption sont globalement complexes en Pologne.



Pour visionner la vidéo sur l'étude de cas du programme polonais « Adopciaki », cliquez sur [le lien](#)

Face à ces difficultés, Purina a décidé de travailler en partenariat avec l'une des fondations animales les plus importantes et les plus fiables du pays : VIVA!, pour mieux sensibiliser le public aux bonnes pratiques d'adoption, dans une optique de succès à long terme.

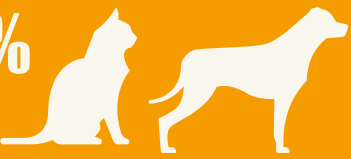
Nos échanges avec VIVA! et d'autres entités ont révélé que l'un des éléments clés d'une adoption réussie était de veiller à la préparation des animaux, mais aussi des familles, préalablement à l'adoption. Purina a donc fait appel à l'aide de comportementalistes du Centre d'éthologie animale appliquée (COAPE) pour former les volontaires de VIVA! et leur permettre d'acquérir les compétences nécessaires pour aider les familles à accueillir leur nouvel animal.



Depuis le début de notre partenariat

 **350**
chats et chiens

ont été placés avec succès par VIVA!, avec

100% 
d'adoptions réussies

L'un des éléments clés d'une adoption réussie est de veiller à la préparation des animaux, mais aussi des familles, préalablement à l'adoption

Pour atteindre cet objectif ambitieux, en collaboration avec VIVA!, nous suivons chacune des familles adoptantes et leur fournissons des kits d'accueil comprenant de la nourriture et des conseils vétérinaires. En 2016, nous avons relancé la campagne online et offline, sous le nom de « Help Adopciaki with PURINA » pour engager les possesseurs et les amoureux des animaux de compagnie dans le programme.

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

ÉTUDE DE CAS

« Cats Protection » au Royaume-Uni

Purina est partenaire de longue date de « Cats Protection », principale organisation caritative au Royaume-Uni pour le bien-être des chats depuis les années 80. En 2016, Purina a respecté les exigences de la nouvelle politique éthique de « Cats Protection » et a été reconduite dans ses fonctions de fournisseur officiel d'alimentation pour chats et chiens. Ce partenariat renouvelé inclut notamment l'adoption d'une approche plus stratégique et à long terme pour des programmes de communication, axés sur des thématiques plus larges et à plus fort impact.



« National Cat Awards »

Principal sponsor des « National Cat Awards » (Prix du Chat - NCA) 2016, Purina a permis à « Cats Protection » d'étendre la portée du concours, dont l'objectif est d'encourager l'adoption de chats en mettant à l'honneur des histoires vraies d'amitié, de courage et d'héroïsme. Les récompenses sont classées en cinq catégories, avec notamment le prix Purina « Better Together » (Mieux ensemble), qui rend hommage aux histoires dans lesquelles la relation privilégiée entre un chat et son maître a transformé et enrichi leur vie.



La célèbre psychologue etoureuse des animaux, Jo Hemmings (à gauche) et le Directeur Financier de Purina Royaume-Uni et Irlande, Paul Vernon (à droite) avec les gagnants de la catégorie du prix Purina « Better Together » aux « National Cat Awards » 2016 qui ont eu lieu à The Savoy, à Londres.



Les gagnants des « National Cat Awards », avec un jury de célébrités, lors de la cérémonie de remise des prix qui s'est tenue à Londres.



Les gagnants des « National Cat Awards » 2016, une célébration annuelle des histoires vraies d'amitié, de courage et d'héroïsme dans le monde félin.



« Rethink Rescues »

Pour sensibiliser et impliquer les individus, Purina a créé et lancé une campagne appelée « Rethink Rescues », pour lutter contre les préjugés sur les chats secourus et soutenir nombre de belles histoires. Une page Web dédiée et une campagne d'e-mails ont été mises en place pour recueillir les candidatures, et Twitter et Facebook ont permis d'élargir la portée de l'événement. Grâce aux efforts combinés de « Cats Protection » et de Purina au Royaume-Uni, la campagne a été un succès avec 5,4 millions de visiteurs uniques et plus de 11 millions de pages consultées. Le nombre de candidatures aux « National Cat Awards » a augmenté de plus de 50 % par rapport à 2014. Ainsi, « Cat Protection » a pu partager davantage de récits émouvants avec les médias pour sensibiliser le public à l'adoption des chats.

La campagne a été un succès avec

5.4 millions

de visiteurs uniques et plus de
11 millions
de pages consultées

Introduction

Pour les individus
et leurs famillesPour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

ÉTUDE DE CAS

Développement des efforts d'adoption en Russie

Depuis plusieurs années, Purina travaille en partenariat avec des organisations de premier plan en Russie pour promouvoir des adoptions responsables et pérennes.

Nous avons coorganisé et mis en œuvre une série d'événements d'adoption mensuels en 2016 avec « Giving Hope », l'une des fondations caritatives les plus importantes et respectées du pays, axée sur la protection et le bien-être animal ainsi que les adoptions d'animaux de compagnie. Purina a également commencé à promouvoir ces événements mensuels à travers les médias, touchant environ deux millions de personnes. Nous avons en outre organisé avec la fondation une exposition photo d'animaux errants au Musée Darwin, qui a suscité beaucoup d'intérêt de la part des médias et des utilisateurs de réseaux sociaux à Moscou.

Pour favoriser la sensibilisation aux besoins des animaux errants, Purina a aussi travaillé en partenariat avec « Run for Dog », association caritative qui organise plusieurs fois par an des courses pour lever des fonds en faveur de refuges qui s'occupent de ces animaux. Nous avons organisé trois courses en 2016.

L'adoption d'animaux de compagnie est une activité centrale de la fondation caritative « Nika », qui s'occupe de plus de 300 animaux errants. En 2016, nous nous sommes associés à « Nika » en soutenant son événement « WOOF » pour promouvoir l'adoption, organisé sur deux jours. Près de 75 chats et 70 chiens issus de refuges ont accueilli les participants. Grâce à des conseils d'experts et des informations sur l'adoption, 55 chats et 16 chiens ont été adoptés pendant l'événement.

En 2017, nous prévoyons de renforcer notre partenariat avec Nika et de participer à l'organisation ainsi qu'à la promotion de l'événement.

Nous avons coorganisé et mis en œuvre une série d'événements d'adoption mensuels en 2016 avec « Giving Hope », l'une des fondations caritatives les plus importantes et respectées du pays



Festival d'adoption des animaux de compagnie "WOOF" organisé en partenariat avec la fondation "NIKA" en octobre 2016.



Exposition de photos "Back Home!" organisée en partenariat avec la fondation caritative "Giving Hope" chaque année de mai à août.

**ДАРЯЩИЕ
НАДЕЖДУ**



Я помогаю животным!



Фонд помощи
бездомным животным



Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

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



La possession d'un animal de compagnie peut être à la fois excitante et chargée en émotions, notamment pour les enfants.

Purina souhaite aider davantage d'enfants à se sentir à l'aise et confiants avec les animaux, mais aussi les aider à comprendre les besoins et les responsabilités qu'implique la possession d'un animal. Nous nous sommes donc fixés l'objectif de sensibiliser deux millions d'enfants à la possession responsable d'ici 2023 (avec 2015 comme année de référence). Pour atteindre cet objectif, nous avons mis au point plusieurs programmes spécialement conçus pour les enfants. À la fin 2016, sept pays avaient mis au point des programmes : la France, l'Italie, l'Allemagne, les Pays-Bas, la Suisse, la Russie et l'Espagne. En 2016, environ 198 912 enfants ont participé à ces programmes.

La possession responsable d'un animal - Point à date

ÉTUDE DE CAS

« A Scuola di Petcare » en Italie

Purina collabore avec des organisations nationales de premier plan – notamment la Fédération nationale des vétérinaires italiens, l'Association italienne des vétérinaires d'animaux de compagnie et « Giunti Progetti Educativi » – pour la fourniture aux écoles de matériel pédagogique sur la thématique des animaux de compagnie. Ce programme national est en place depuis plus de 10 ans et en 2016, nous avons sensibilisé plus de 74 550 enfants dans 3 500 classes.

L'association nationale des vétérinaires italiens soutient également « A Scuola di Petcare », qui permet aux enseignants d'obtenir un kit pédagogique contenant des exercices interactifs et des supports pour les enfants ainsi que des posters pour la salle de classe et des fiches que les enfants peuvent rapporter chez eux. La promotion de ce programme a lieu au début de l'année scolaire, et les quelques 350 classes qui suivent ce programme participent également à un concours lié à la rédaction d'une histoire sur la façon de prendre soin des animaux. Les dix meilleures histoires sont récompensées, et le récit gagnant est transformé en une vidéo utilisée pour promouvoir le programme de l'année suivante.

En 2016, Purina a élargi son programme aux grands-parents en ajoutant une brochure au kit pour expliquer les bénéfices physiques et psychologiques de la possession d'un animal pour les seniors. Pour étendre la portée du programme, Purina a en outre offert à 100 écoles un cours avec un éducateur canin et son chien, pour permettre aux enfants de se mettre en situation et découvrir la meilleure approche à adopter avec un animal de compagnie.



En 2016, nous avons sensibilisé plus de 74 550 enfants dans 3 500 classes



Pour visionner la vidéo « A Scuola di Petcare », cliquez sur [le lien](#)

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

ÉTUDE DE CAS

« *Liebe fürs Leben* » en Allemagne

Les écoles allemandes jouent aussi un rôle essentiel pour enseigner aux enfants la notion de possession responsable d'un animal de compagnie. En coopération avec « Bundesverband der praktizierenden Tierärzte e.V » (association locale de vétérinaires) et des organisations telles que « Mehr Zeit für Kinder e.V. », Purina fournit aux écoles primaires du pays des supports pédagogiques sur le thème du soin et du bien-être des animaux de compagnie à travers son initiative « Liebe fürs Leben ». En 2016, 95 % des enseignants utilisant les supports de notre programme ont évalué la leçon comme « bonne » ou « très bonne ».

Heiko Färber, PDG de « Bundesverband der praktizierenden Tierärzte e.V » – association locale de vétérinaires – a déclaré, « Nous sommes ravis que Purina ait pris contact avec nous pour participer à ce projet, dont le succès est avéré depuis déjà plusieurs années. Pour nous et nos membres, le bien-être animal est une thématique importante car les enfants d'aujourd'hui seront les possesseurs d'animaux de demain. »



**En 2016,
95 % des enseignants
utilisant les supports de
notre programme ont
qualifié la leçon de
« bonne » ou « très
bonne »**



Nina Ruge, marraine de « Liebe fürs Leben » et célèbre présentatrice de télévision, sensibilisant les enfants à la manipulation responsable et au respect des animaux.



ÉTUDE DE CAS

Classe gagnante du concours Purina 2016 - École primaire de Faverges de la Tour.

En France

En France, plus de 250 000 enfants entre 6 et 10 ans ont participé à un grand programme ludo-pédagogique de Purina visant à développer le respect pour les chats et les chiens, mais aussi à aider les enfants à mieux comprendre les responsabilités qu'implique la possession d'un animal de compagnie. En 2016, plus de 55 000 élèves ont participé à ce programme qui prend de l'ampleur à l'échelle nationale.

En outre, plus de 7 000 kits destinés aux écoles primaires et au périscolaire ont été distribués aux enseignants ayant choisi d'utiliser les livrets et les posters proposés par Purina pour montrer aux enfants le plaisir et l'importance de la possession responsable d'un animal de compagnie. Entre 2011 et 2015, environ 11 000 enfants ont été sensibilisés lors du Salon International de l'Agriculture grâce à ce programme éducatif. Et, en 2016, pour étendre la portée de ses activités, Purina a créé un partenariat avec « PECCRAM¹⁶ », qui propose un programme de sensibilisation pour savoir comment approcher les chiens et éviter les morsures. Ce partenariat nous permet de sensibiliser beaucoup plus d'enfants en dehors du milieu scolaire.

¹⁶ Programme d'Éducation à la Connaissance du Chien et au Risque d'Accident par Morsure

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Créer des emplois chez Purina pour les jeunes à travers l'Europe

Le chômage des jeunes représente une problématique importante partout en Europe, où un jeune sur quatre est concerné¹⁷. En tant qu'employeur de grande envergure dans la région et sur les marchés dans lesquels nous évoluons, nous nous engageons à créer de l'emploi pour les jeunes de moins de 30 ans.

En 2013, Nestlé a annoncé le lancement de l'initiative « Youth Employment* » pour créer en Europe d'ici 2016, 20 000 nouvelles opportunités pour les jeunes de moins de 30 ans. Dans ce cadre, Purina s'est fixé pour objectif de créer 1 500 postes et stages pour les jeunes de moins de 30 ans chez Nestlé Purina en Europe. Nous pouvons fièrement annoncer que nous avons atteint cet objectif. Purina a employé un total de 2 429 jeunes depuis 2014¹⁸.

Cela comprend l'embauche, en 2016 de

796
JEUNES

dont
58%
d'hommes
42%
de femmes

¹⁷ Source : Portail européen « Youth » - http://europa.eu/youth/se/article/57/15162_en.

¹⁸ Note : Limite des données pour les collaborateurs et l'emploi des jeunes, les données couvrent Nestlé Purina EMENA.
* Emploi des Jeunes

La création d'emploi - Point à date

ÉTUDE DE CAS

Création d'emploi pour les jeunes en France

En 2016, notre usine de Quimperlé s'est associée à un lycée local afin d'aider les élèves à comprendre les opportunités qui existent dans l'industrie et au sein de nos usines, de leur montrer comment construire leur CV, postuler et gérer les entretiens. Grâce à la collaboration avec les lycées, enseignants et autres membres de l'établissement, nous avons créé un programme de formation spécifique pour les élèves. Notre équipe de Quimperlé a également offert deux stages et s'est engagée auprès de 30 élèves au lycée.

L'usine de Marconnelle a également créé un partenariat avec les écoles, ouvrant ses portes aux élèves pour leur permettre de découvrir une usine de fabrication en action.

Création d'emploi pour les jeunes en Russie

Alors que les écoles étaient nos principaux partenaires pour aider les jeunes à Vorsino, nous avons également élargi notre collaboration aux écoles techniques, aux collèges agricoles locaux et à la plus grande université de la région en développant des programmes de formation et des stages pour les étudiants. De plus, nous avons organisé des forums de l'emploi dans les écoles pour mettre en avant notre initiative « Youth Employment » et pour donner des conseils de carrière aux élèves et aux étudiants.

Création d'emploi pour les jeunes en Pologne

En 2016, nous avons entrepris de nombreuses activités en Pologne pour soutenir les jeunes dans leur future vie active. De février à mars, nous avons notamment organisé des rencontres avec les étudiants des universités techniques locales de Krzyżowice pour les informer de notre initiative « Youth Employment ». En mai, nous avons organisé des ateliers de coaching et des événements sur la création de réseau au sein des écoles spécialisées et des universités techniques locales. De plus, tout au long de l'année, nous avons organisé des forums de l'emploi à Wrocław, Katowice et Bielawa. Dans le cadre de cet engagement pour impliquer les jeunes, nous avons également travaillé avec l'AIESEC, une organisation internationale destinée aux jeunes qui vise à les responsabiliser.

2 429
jeunes ont été employés
par Nestlé depuis 2014¹⁸

Renforcer les liens avec la communauté locale

Grâce aux infrastructures locales (sièges sociaux et usines), nous multiplions les opportunités d’interagir avec des individus et des organisations locales qui partagent notre point de vue selon lequel les animaux de compagnie font partie intégrante du bien-être de notre société. Les efforts visant à inclure les animaux de compagnie dans nos communautés ont fait leurs preuves en Europe et incarnent notre objectif d’enrichir la vie des animaux et de ceux qui les aiment.

L’implication de la communauté locale en France

De nombreuses entités et usines locales de Purina soutiennent le travail des refuges pour animaux et le sauvetage des animaux. Dans l’usine de Purina, à Montfort, nos collaborateurs sont allés plus loin. Dans le cadre du programme d’adoption des chats de l’usine, ils ont recueilli une chatte abandonnée et ses quatre petits d’un mois et leur ont fourni un abri jusqu’à ce que la mère et ses petits récupèrent leurs forces et trouvent un nouveau foyer. Finalement, plutôt que de les déposer dans un refuge, ce sont les collaborateurs Purina qui ont adopté les chats.

L’implication de la communauté locale en Italie

Cette année, dans le cadre de notre politique de transparence, c’est avec plaisir que dans notre usine de Portogruaro (installée depuis 2011), nous avons accueilli de nombreuses parties prenantes pour partager ce que nous faisons et notre méthodologie. Parmi ces intervenants figurent des journalistes et 11 vétérinaires, qui étaient particulièrement intéressés par notre processus de production, et deux de nos principaux clients. À la suite de ces visites, nous avons renforcé nos relations grâce notamment à un suivi auprès des journalistes, et à des discussions avec nos clients sur la manière de collaborer autour de nos engagements relatifs à « Pets at Work » et aux potentiels partenariats

pour la création d’événements liés à la possession responsable.

De plus, pour célébrer son 30^{ème} anniversaire et son engagement pour renforcer la connexion entre les animaux et les personnes, l’usine Purina de Portogruaro a organisé une journée complète d’activités pour ses 450 collaborateurs, leurs familles et les membres de la communauté locale. Parmi les activités, les collaborateurs de Purina ont créé une école des animaux pour les enfants, organisé un spectacle avec des exercices d’agilité canine, invité une association locale de refuges pour animaux à tenir un stand d’information, organisé une démonstration de chiens sauveteurs et ont permis aux participants d’échanger avec un vétérinaire et avec un expert produit.

Un employé expliquant un process de production aux visiteurs de l’usine de Portogruaro en Italie.



Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

3

Pour la planète

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Préserver les ressources pour les générations futures

En tant qu'entité du Groupe Nestlé, nous nous engageons à améliorer la qualité de vie et à contribuer à un avenir plus sain pour notre planète.

L'utilisation durable des ressources naturelles est un élément clé du [Code de déontologie du groupe Nestlé](#), notamment le développement agricole et rural, la durabilité environnementale et l'assainissement de l'eau. La politique de Nestlé sur la durabilité environnementale comprend les principes environnementaux du Pacte mondial des Nations-Unies, qui déclare que les entreprises doivent adopter une approche préventive sur les défis environnementaux, lancer des initiatives pour promouvoir une meilleure responsabilité environnementale, et encourager le développement et la diffusion de technologies avec une meilleure performance environnementale.

L'approche de Purina pour la gestion de la durabilité environnementale fonctionne dans le cadre de la Durabilité et la Création de Valeur Partagée de Nestlé. Elle se base sur les enjeux les plus importants aux yeux de nos parties prenantes. Cela comprend des politiques spécifiques sur la limitation des gaz à effet de serre et l'utilisation de l'eau.

Nous consommons des quantités d'eau et d'énergie considérables et reconnaissons l'importance de préserver les ressources en énergie et en eau et d'être conforme aux lois en la matière

La politique de Durabilité Environnementale de Nestlé adopte une approche basée sur le cycle de vie et offre :

- Une conformité totale avec la législation environnementale et avec nos exigences internes qui sont souvent plus strictes
- Une amélioration continue de notre performance environnementale en intégrant les principes, pratiques et programmes environnementaux liés à notre entreprise par le biais du Nestlé Environmental Management System (NEMS, système de gestion environnementale de Nestlé), conforme à la norme internationale ISO 14001
- Une préférence aux fournisseurs qui luttent en permanence pour améliorer l'efficacité et la durabilité de leurs opérations et de l'utilisation des ressources
- Un audit environnemental indépendant, une vérification et une certification des pratiques
- Des informations environnementales utiles et précises au grand public au sujet des produits et des activités, d'après des preuves scientifiques
- Une formation de sensibilisation environnementale pour nos collaborateurs, nos partenaires commerciaux et la société
- Des pratiques de travail respectueuses de l'environnement et une reconnaissance des efforts déployés par nos collaborateurs pour l'amélioration environnementale
- Un dialogue ouvert avec nos fournisseurs, nos collaborateurs, nos clients, nos consommateurs et la communauté sur les produits et les activités liés aux enjeux environnementaux



Le Comité de Pilotage NPPE sur la Durabilité fixe les objectifs, les Indicateurs-Clés de Performance (ICP), les politiques et les discussions sur les investissements, et identifie les principaux facteurs de l'impact environnemental. Tous les sites de fabrication sont conformes à la norme ISO 14001 et sont conscients du besoin de protéger la biodiversité. Par exemple, l'une de nos usines, implantée à Sudbury (Royaume-Uni) se trouve à environ 10 km d'un site sensible d'un point de vue écologique.

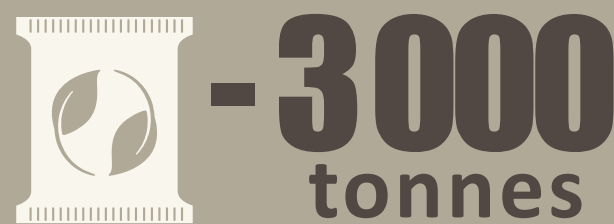
Nous avons défini les objectifs suivants pour nos opérations industrielles :

Déchets à éliminer :



dans tous les sites d'ici 2020

Réduction des emballages :



pour 2019 par rapport aux quantités de 2015

De plus, NPPE impose des restrictions sur l'eau et les gaz à effet de serre afin de contribuer aux objectifs mondiaux de Nestlé :

Prélèvement d'eau :



pour 2020 par rapport aux quantités de 2010

Des émissions de gaz à effet de serre (scopes 1 et 2)



pour 2020 par rapport aux quantités de 2010

G4-EN12



Nous consommons des quantités d'eau et d'énergie considérables et reconnaissons l'importance de préserver les ressources en énergie et en eau et d'être conforme aux lois concernées. Nous y parvenons en partie grâce au développement des connaissances, au partage interne de bonnes pratiques et à des partenariats avec des organisations externes. Par exemple, en France, un partenariat avec notre fournisseur, à Veauche, nous a aidés à piloter le recyclage des sachets en aluminium.

Nous reconnaissons les risques que représente le changement climatique pour notre activité, notamment avec les conditions climatiques extrêmes, comme par exemple les inondations qui ont touché l'Europe centrale en 2016 et qui ont augmenté la pénurie d'eau dans la région méditerranéenne. Pour certaines usines de cette zone, nous avons examiné les ressources en eau pour identifier les usines situées en zones à haut risque. Nous souhaitons réduire notre consommation d'énergie et à long terme, lorsque c'est possible, adopter des carburants avec des émissions plus faibles.

En tant que fabricant à la fois d'aliments secs et d'aliments humides, nous avons des particularités au niveau du besoin en énergie, de la consommation de l'eau et des déchets. La performance environnementale de Purina à travers le temps s'explique par les changements survenus : sur les gammes de produits, les niveaux de production orientés par la demande des consommateurs, les types d'emballages utilisés et l'efficacité des processus de fabrication en matière d'énergie, d'eau et de déchets.

G4-EC2

Cette section s'articulera autour de nos objectifs environnementaux et de nos progrès à l'heure actuelle, qui correspondent à deux engagements environnementaux :



Améliorer la performance environnementale des emballages de Purina



Mettre en œuvre un approvisionnement responsable

Améliorer la performance environnementale des emballages de Purina

L'emballage est un élément essentiel pour garantir la fraîcheur des aliments de haute qualité que nous produisons et il permet également de relayer des informations importantes sur le produit. Ainsi, nous essayons d'optimiser l'emballage que nous utilisons et de réduire les déchets qui lui sont associés.

Chez Purina, nous avons conscience que l'emballage joue un grand rôle dans la préservation des aliments. L'emballage assure également la sécurité du produit et sa qualité jusqu'à ce qu'il soit consommé et enfin il fournit des informations aux consommateurs. Notre mission est de nous assurer que nous utilisons une quantité d'emballages (en poids et en volume) minimale mais suffisante, et que celui-ci puisse être collecté à la fin de son utilisation.

Même si nous ne récupérons pas les produits ou les emballages pour les réutiliser, nous essayons de réduire la quantité d'emballages utilisés en faisant particulièrement attention, depuis ces dernières années à sa légèreté. Nous nous sommes fixés pour objectif de réduire nos emballages de 3 000 tonnes d'ici 2019 par rapport aux quantités de 2015. En 2015, nous avons réduit nos emballages de 959 tonnes et en 2016, nous les avons réduits de 1 009 tonnes grâce à nos initiatives techniques.

en 2016,
nous avons réduit de

1009

tonnes le volume
d'emballages grâce à
nos initiatives
techniques

G4-EN28

Nous soutenons également la recherche concernant le recyclage des emballages au niveau du consommateur. Nos objectifs sont les suivants :

- 1 Évaluer le coût et la faisabilité opérationnelle du retrait de l'aluminium des emballages souples
- 2 Comprendre les attitudes et comportements du grand public à l'égard du recyclage des emballages souples selon des données démographiques
- 3 Identifier l'efficacité des campagnes de communication sur les changements de comportement

Les améliorations des emballages Point à date

ÉTUDE DE CAS

Au cours des dernières années, dans le cadre d'une initiative du gouvernement au Royaume-Uni, nous nous sommes penchés sur la manière dont les sachets Felix® pouvaient être recyclés. Les foyers de trois villes ont recyclé les sachets de nourriture Felix® pour qu'ils soient ensuite transformés en nouveaux matériaux : l'aluminium en produits métalliques, et le plastique utilisé comme combustible pour son énergie.





Les usines situées en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni utilisent toutes des énergies

100% renouvelables

G4-EN2, G4-EN1, G4-EN3

Matériaux

En 2016, NPPE a utilisé des matériaux tels qu’énoncés dans le tableau ci-dessous. Cela inclut les matières premières, les matériaux issus d’un processus associé, les produits semi-finis et les matériaux destinés à l’emballage. Une petite proportion des matériaux d’emballage a été recyclée, mais aucune matière première n’a utilisé des matériaux recyclés. Le papier des emballages provient d’Europe.

Matériaux utilisés	2016 (tonnes)
Matières premières (sauf l’eau)	1 192 452,50
Conditionnement	105 943,47
Matériaux issus d’un processus associé	2 169,94
Matériaux semi-manufacturés	5 662,71
Total	1 306 228,62

Énergie

Nos usines dépensent environ 98,5 % de l’énergie utilisée par l’entreprise, et le reste est utilisé par nos bureaux. Les usines situées en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni utilisent toutes de l’électricité 100 % renouvelable. En 2017, nous souhaitons que les usines situées en Allemagne, en Pologne et en Hongrie utilisent également 100 % d’électricité renouvelable. En 2016, la majorité de l’énergie directe consommée par NPPE était le gaz.

Consommation d’énergie directe	2016 (GJ)
Consommation de carburant non renouvelable	2 228 516,64
Electricité du réseau électrique (qui inclut une part d’électricité renouvelable)	751 099,93
Énergie verte (contrats spécifiques pour acheter de l’électricité 100 % renouvelable)	249 262,55
Total	3 228 879,12

Consommation d’énergie indirecte	2016 (GJ)
Énergie consommée en dehors de l’organisation – pour produire de l’électricité	2 958 284,97

En 2016, l’intensité énergétique (énergie nécessaire pour produire une tonne de produit), incluant le gaz naturel et l’électricité, s’élevait à 2,14 GJ par tonne. En 2016, la consommation totale d’énergie a pu être réduite de 25 820,86 GJ, soit une réduction de l’intensité d’énergie de 0,02 GJ par tonne de produit. Notre objectif pour 2017 est de réduire l’utilisation générale de l’énergie de 4 % par rapport à 2016.

Gaz à effet de serre

Le fonctionnement de nos installations engendre des gaz à effet de serre¹⁹. La consommation d’énergie de NPPE et les pertes de réfrigérants créent du dioxyde de carbone et autres gaz à effet de serre. Le tableau ci-dessous indique les gaz à effet de serre et autres émissions en 2016. Ces derniers sont calculés sur la base des protocoles du groupe Nestlé, eux-mêmes alignés sur le GRI, sauf précision contraire.

Émissions de gaz à effet de serre	2016 (tonnes de CO ₂)
Scope 1	125 499,40
Scope 2	63 556,86
Scope 3	Non disponible
Total direct et indirect	189 056,26
Intensité des émissions (kg de CO ₂ par tonne de production)	126,62
Réduction des émissions de CO ₂ grâce à nos initiatives	900,04

Nous avons fixé à 35 % notre objectif de réduction d’émissions de gaz à effet de serre (Scopes 1 et 2) pour 2020 par rapport aux quantités de 2010. Nous avons également fixé à 5 % notre objectif de réduction d’émissions de gaz à effet de serre (Scopes 1 et 2) pour 2017 par rapport aux quantités de 2016.

¹⁹ Les facteurs d’émission utilisés pour calculer les émissions de gaz à effet de serre (GES) de scope 2 sont définis au niveau du pays et quelquefois au niveau régional (par exemple, plusieurs facteurs régionaux aux États-Unis). Les facteurs d’émission du scope 2 proviennent de sources officielles et reconnues (par exemple, l’Agence Internationale de l’Energie- IEA). Les facteurs d’émission utilisés dans ce rapport proviennent de l’outil « Émissions de GES provenant des achats d’électricité » du protocole GES, qui repose sur les données de la IEA de 2012.

G4-EN4, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19

Nous avons fixé à 35 % notre objectif de réduction d’émissions de gaz à effet de serre pour 2020 par rapport aux quantités de 2010





Le transport destiné à la production et à la distribution de nos produits engendre des émissions de gaz à effet de serre de Scope 3

Le tableau suivant indique les autres émissions.

Autres émissions	
Émissions qui réduisent la couche d’ozone	1,44 kg de R-11e
Oxydes d’azote (NOx)	113 398,17
Oxydes de soufre (SOx)	88 436,50

Transport

Le transport destiné à la production et à la distribution de nos produits engendre des émissions de gaz à effet de serre de Scope 3²⁰. Nous ne pouvons actuellement pas mesurer l’énergie, les émissions, les effluents ou les déchets qui découlent du transport secondaire (des centres de distribution vers les clients), principalement à cause de la complexité de notre chaîne de valeur, avec une grande partie des déplacements partagés avec d’autres entreprises. Nous avons conscience que plus nos volumes de ventes augmentent, plus les kilomètres parcourus augmentent. Cette augmentation peut être compensée, dans une certaine mesure, par l’amélioration de l’efficacité des chargements et l’évolution des gammes de produits, avec notamment des emballages plus petits et plus légers. Nous avons conscience de l’importance de nos émissions de Scope 3 et souhaitons fournir un rapport plus complet dans le futur incluant les émissions causées par le transport.

Eau

Consommation d’eau	
Eau de surface	31 286,00
Eau souterraine	948 169,00
Eau de ville	1 339 987,00
Eau de pluie	0,00
Eaux usées des autres organisations	0,00
Total	2 319 442,00

G4-EN20, G4-EN21, G4-EN30, G4-EN8

Nous avons fixé à 35 % notre objectif de réduction du prélèvement d’eau par rapport aux quantités de 2010.

La quantité d’eau réutilisée et recyclée en 2016 était de 360 m³. Cela concerne les eaux usées provenant du chauffage et du refroidissement de l’un de nos sites de fabrication, situé au Royaume-Uni, qui ont été recyclées et utilisées pour l’irrigation.

Effluents et déchets

Nous disposons d’une politique active de gestion et de réduction de nos déchets. En 2016, 99 917,60 tonnes de déchets ont été produits. Nous avons fixé un objectif zéro déchet dans tous nos sites d’ici 2020.

Déchets	
Déchets à réutiliser	2 071,49
Déchets à recycler	25 092,49
Déchets à composter	19 962,87
Déchets pour la récupération énergétique	8 129,62
Déchets pour la récupération d’autre nature	34 886,98
Total des déchets pour la récupération (sous-produit)	90 143,45
Déchets à éliminer	
Stockage sur site	0,00
Incinération sans récupération énergétique	982,89
Décharge ²¹	8 748,60
Autre	38,04
Injection en puits profonds	4,62
Total des déchets à éliminer	9 774,15
Total des déchets	99,917.60 ²²

²⁰ Les émissions du Scope 3 sont celles que les autres parties produisent pour répondre aux besoins de NPPE (autres que la production d’électricité, qui est couverte dans le scope 2).
²¹ Note : L’usine de Vorsino a reclassé la catégorie “boues diluées” de “décharge” à “eaux usées” en mai 2016.
²² Note : D’après les estimations NPPE basée sur les chiffres des prestataires.
G4-EN10, G4-EN22, G4-EN23

La quantité d’eau réutilisée et recyclée en 2016 était de 360m³



Mettre en œuvre un approvisionnement responsable

En tant qu’entité du Groupe Nestlé, Purina adhère aux politiques et aux directives d’approvisionnement du Groupe. Le Code de Conduite pour les fournisseurs de Nestlé fixe des normes minimales non négociables que nous demandons à tous nos fournisseurs, à leurs collaborateurs, aux agents et aux sous-traitants de respecter et auxquelles ils doivent adhérer lorsqu’ils traitent avec les entités Nestlé. Ce Code couvre des thématiques, telles que l’environnement, la santé et la sécurité, les conditions de travail et l’intégrité dans la conduite des affaires. Les fournisseurs directs sont gérés d’après ces nouvelles directives, et 37 audits ont été réalisés par des tiers pour assurer le respect des politiques. Dans certains cas, une planification d’actions correctives est prévue. La nouvelle approche utilise également la plateforme Sedex pour enregistrer les audits des fournisseurs. En 2016, nous avons resensibilisé tous les fournisseurs au Code de Conduite pour les fournisseurs de Nestlé²³. Tous les nouveaux fournisseurs doivent avoir connaissance du Code et y adhérer. Nous estimons que la grande majorité de nos fournisseurs respecte le code.

Fin 2016, 60% (valeur) de notre base de fournisseurs directs de matières premières et emballages avaient fait l’objet d’un audit tiers SMETA^{24,25}, portant sur les Droits de l’Homme, la santé et la sécurité, le développement durable et l’intégrité dans la conduite des affaires. De plus, EcoVadis a réalisé un audit sur les émissions de gaz à effet de serre dans notre chaîne d’approvisionnement.

En outre, nous avons développé un guide de Bonnes Pratiques sur l’approvisionnement responsable de certaines matières premières, telles que le soja, la viande, les céréales, les produits de la mer, et le papier ainsi que sur la bientraitance des animaux d’élevage²⁶. Nous travaillons avec tous nos fournisseurs afin d’atteindre une conformité totale avec ces bonnes pratiques. Celles-ci imposent des normes strictes et des contrôles tout le long de la chaîne de fabrication et d’approvisionnement. Ces Bonnes Pratiques ont été lancées en 2013. NPPE a organisé, en collaboration avec Nestlé, plusieurs

groupes de travail sur l’approvisionnement responsable avec les fournisseurs, et nous travaillons actuellement avec ProForest sur la mise en place de directives quant à l’origine du papier utilisé dans nos emballages. Nous avons également travaillé avec le « Sustainable Fisheries Partnership » (SFP- Partenariat dans le domaine de la pêche durable) sur la mise en œuvre de directives relatives aux matières premières spécifiques issues des produits de la mer.

À notre connaissance, il n’y a aucune problématique sociale critique, pas de travail des enfants, ni de travail forcé et aucune problématique environnementale critique au sein de notre chaîne d’approvisionnement. Comme la traçabilité de la chaîne d’approvisionnement s’améliore, nous souhaitons nous concentrer plus en détail sur la bientraitance des animaux d’élevage. Dans nos chaînes d’approvisionnement de produits finis importés, nous avons identifié certains domaines d’amélioration concernant les produits de la mer provenant de Thaïlande, et nous travaillons avec le gouvernement thaïlandais et les organisations non gouvernementales (ONG)²⁷ pour mettre en œuvre un plan d’actions correctives en 10 points.

Traçabilité

La traçabilité de nos produits est importante pour nous assurer de la meilleure gestion possible de la qualité, ainsi que des impacts environnementaux et sociaux²⁸. Nos produits sont actuellement traçables depuis le détaillant jusqu’à nos fournisseurs immédiats. Étant donné la nature de l’approvisionnement en sous-produits, nous pouvons actuellement tracer les matières premières jusqu’à leurs fournisseurs, qui peuvent à leur tour retracer chaque lot vers un abattoir ou un groupe d’abattoirs. Enfin, nous pouvons retracer ces matières premières par lot jusqu’à une ferme ou un groupe de fermes. Cela s’est avéré utile pour gérer efficacement le scandale de la viande de cheval en 2013. Nous utilisons le Guide de Bonnes Pratiques sur l’Approvisionnement Responsable pour assurer la traçabilité tout au long de la chaîne d’approvisionnement.

La mise en œuvre de l’approvisionnement responsable

Point à date

ÉTUDE DE CAS

Les impacts indirects potentiels de la production agricole de matières premières pour nos produits sont les suivants :

Production de soja : Nous ne formulons pas nos produits avec des OGM. NPPE utilise des tourteaux de soja en provenance du Brésil, qui sont tous certifiés « Identité préservée sans OGM ». Nous travaillons également avec notre ONG partenaire ProForest pour évaluer la chaîne d’approvisionnement en amont ainsi que son alignement avec nos Directives d’approvisionnement responsable pour le soja. À fin 2016, nous avons évalué 87 % de nos approvisionnements. Nous avons également commencé à développer des sources européennes supplémentaires en Italie et en Serbie pour certains de nos sites d’Europe continentale.

Les sous-produits de la mer issus de la pêche sauvage ou de l’élevage : Dans le cas des produits de la mer, pour les matières premières considérées comme vulnérables ou menacées sur la liste rouge de l’UICN, Nestlé et NPPE obtiennent des conseils et de l’aide auprès des experts marins et de la pêche, du « Sustainable Fisheries Partnership » (SFP- Partenariat dans le domaine de la pêche durable) et le développement des politiques d’achat. Nous nous engageons à faire en sorte que toutes les espèces de produits de la mer menacées ou en voie de disparition, comme celles qui figurent sur la liste rouge de l’UICN, soient éliminées de nos chaînes d’approvisionnement de matières premières. Les spécifications du produit sont révisées pour

s’assurer que cela est pris en considération. La révision des spécifications est en cours, et nous évaluons notre chaîne d’approvisionnement en produits de la mer tous les ans avec notre ONG partenaire, le SFP- Partenariat dans le domaine de la pêche durable.

Afin de répondre aux engagements d’approvisionnement responsable, nous nous sommes fixés trois objectifs principaux : effectuer des audits d’approvisionnement responsable²⁹ pour 50 % en volume de notre base d’approvisionnement direct³⁰ (2016); garantir 100% de la traçabilité de notre soja (2017) et s’assurer que 100 % de nos ingrédients à base de produits de la mer font l’objet d’un approvisionnement responsable (2020). Nous avons dépassé notre objectif pour 2016 en déployant des Audits d’approvisionnement responsable pour 60 % de notre approvisionnement en matières directes. Nous sommes également fiers des progrès que nous avons faits en 2016 sur les deux autres objectifs : 87 % de notre soja est maintenant traçable et nous pouvons garantir que 53 % des ingrédients à base de produits de la mer que nous approvisionnons sont issus de pêcheries responsables, tel que le décrit le Partenariat SFP.

À fin 2016,
87%
de notre soja est
désormais traçable

²³ Voir <http://www.nestle.com/asset-library/documents/library/documents/suppliers/supplier-code-french.pdf>.
²⁴ se réfère à " spend with at least one vendor site audit "
²⁵ Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) est l’un des formats d’audit éthique les plus utilisés dans le monde.
²⁶ Approvisionnement responsable : lorsque les lieux d’origine des ingrédients sont évalués par rapport aux exigences de nos lignes directrices sur l’approvisionnement responsable et jugés conformes ou que des plans d’action corrective sont élaborés (ou que des normes équivalentes sont mises en œuvre).
http://www.nestle.com/asset-library/documents/library/documents/corporate_social_responsibility/nestle-responsible-sourcing-guidelines.pdf.
²⁷ Voir : https://www.nestle.com/asset-library/documents/library/documents/corporate_social_responsibility/nestle-seafood-action-plan-thailand-2015-2016.pdf.
²⁸ Traçabilité : lorsque les ingrédients que nous achetons sont identifiés à leur lieu d’origine, tels que moulin, ferme, plantation ou pêcherie.
²⁹ L’audit tiers SMETA couvre les droits de l’Homme, la préservation de la santé et la sécurité, le développement durable et l’intégrité dans la conduite des affaires.
³⁰ Note : en 2016, dans le cadre d’une reconfiguration de la façon dont cette donnée a été mesurée, nous avons modifié cet objectif.

G4-HR10, G4-EN14

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

4

Nos collaborateurs



Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Nos collaborateurs

Purina est un employeur de référence en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, et a conscience de l'importance de proposer à ses collaborateurs un salaire juste et transparent ; de veiller à leur santé et leur sécurité ; d'avoir une équipe diversifiée et inclusive.

L'approche de Purina inclut de travailler avec ses partenaires pour répondre aux différents challenges sociaux liés aux Droits de l'Homme, aux conditions de travail et au chômage des jeunes. En tant qu'entité du groupe Nestlé, nous soutenons la liberté d'association de nos collaborateurs et la reconnaissance effective du droit à la négociation collective³¹. Purina dispose de programmes systématiques pour interagir avec les représentants des syndicats. Nestlé assume la responsabilité sur tous les éléments clés liés aux conditions de travail.



Pratiques de travail, travail décent et Droits de l'Homme

En tant que membres d'une entreprise axée sur la nutrition, la santé et le bien-être ; la santé et le bien-être de nos collaborateurs (ainsi que celui des employés de notre chaîne d'approvisionnement et de nos sous-traitants) sont très importants.

Nous avons des collaborateurs de 72 nationalités³²

Etude des collaborateurs	Femmes	Hommes
<20 ans	19	21
20 à 29 ans	655	1 018
30 à 39 ans	911	1 898
40 à 49 ans	614	1 453
50 à 59 ans	312	1 033
60 à 69 ans	41	170
Total	2 552	5 593

Tous les nouveaux fournisseurs sont contrôlés via l'évaluation SMETA qui couvre les pratiques de travail, les Droits de l'Homme, la préservation de la santé et la sécurité des collaborateurs, le développement durable et l'intégrité dans la conduite des affaires. Depuis avril 2014, tous les nouveaux fournisseurs ont indiqué adhérer au nouveau Code de Conduite de Nestlé qui couvre les pratiques de travail et des droits de l'Homme. Conformément au programme de diligence raisonnable en matière de Droits de l'Homme de Nestlé, tous les contrats et tous les accords d'investissement importants comprennent des clauses qui couvrent ces aspects.

³¹ Pour plus d'informations sur la politique sociale et de la performance de Nestlé, voir <http://www.nestle.com/csv/communities/labour-relations>
³² Note : Limite des données pour les collaborateurs et l'emploi des jeunes, les données couvrent Nestlé Purina EMENA.
G4-10, G4-LA14, G4-HR1, G4-HR10

G4-11

Santé et sécurité au travail

Nous nous engageons en faveur de la santé et de la sécurité de nos collaborateurs et à améliorer continuellement nos normes, nos procédures et nos processus, dans le respect du programme de santé et de sécurité au travail de Nestlé, certifié BS OHSAS 18001³³. Les priorités stratégiques sont inscrites dans la politique de santé des collaborateurs Nestlé, tandis que la feuille de route 2016-2018 de la santé et de la sécurité de Nestlé détaille l’approche à adopter pour ces sujets.

Nos objectifs comprennent les éléments suivants :

- D’ici 2020 : Proposer à nos collaborateurs une éducation, un dépistage précoce et des programmes qui encouragent des choix de style de vie plus sains
- D’ici 2020 : Continuer à montrer l’exemple dans les forums de l’industrie

Santé et sécurité : process sécurité³⁴

Données sur la santé et la sécurité	2016
Taux total d’accidents et de maladies avec arrêt de travail : collaborateurs, sous-traitants et le public (par million d’heures travaillées)	2,14
Taux total de fréquence des accidents et des maladies déclarés : collaborateurs, sous-traitants et le public (par million d’heures travaillées)	2,79

Il n’y a eu aucun décès en 2016.

Formation et éducation

Il y a eu, en 2016, 69 119 heures de formation des collaborateurs dispensées chez Purina et 75 835 heures pour la totalité de la zone EMENA, soit une durée moyenne de formation par collaborateur de 9,3 heures.

³³ BS OHSAS 18001 est le cadre d’un système de gestion de la santé et de la sécurité au travail. Il définit les exigences minimales en matière de bonnes pratiques.

³⁴ Note : La limite des données de santé et sécurité couvre Purina EMENA, tous ces centres de distribution dont ceux gérés par des tiers.

G4-LA6, G4-LA9



Présence sur le marché

Pour l'ensemble du Groupe Nestlé, l'année 2016 a été marquée par la phase finale du projet portant sur le salaire minimal de Nestlé, sur trois ans.

Nous avons validé au niveau mondial que tous nos collaborateurs reçoivent un salaire minimal. En travaillant en partenariat avec Business for Social Responsibility (Entreprise en faveur de la responsabilité sociale), nous avons identifié et traité des cas pour lesquels le salaire minimal légal ne suffisait pas aux besoins de base des collaborateurs. Tous les écarts constatés ont été comblés en avril 2017. Cet exercice a été réalisé dans tous les pays dans lesquels nous employons

10 personnes ou plus, à l'exception de certaines « joint-ventures » et pour les pays dans lesquels il a été impossible de procéder à une mesure fiable en raison de conflits civils locaux ou de conditions économiques extrêmes (par exemple : hyper-inflation). À l'avenir, les chiffres sur le salaire minimal chez Nestlé seront mis à jour tous les 3 ans pour garantir, dans la mesure du possible, l'application d'un salaire minimal précis. Des études seront réalisées plus fréquemment dans certains pays en raison d'événements sociaux, économiques, environnementaux et/ou politiques importants. Avec cette avancée, nous devons nous assurer que notre réalisation soit suivie et, en tant que référence pour les parties prenantes, que les principes de gestion des salaires minimaux aient été développés conjointement avec notre partenaire externe BSR.



Qualité et conformité

Notre travail pour garantir la sécurité alimentaire, la conformité et la qualité est guidé par la Politique Qualité Nestlé.

Cette dernière vise à améliorer encore la confiance et la satisfaction des consommateurs vis-à-vis de nos marques, produits et services en :

- Garantissant la sécurité alimentaire et le strict respect de toutes nos politiques, tous nos principes et toutes nos normes ;
- Assurant la préférence et la cohérence et en proposant des produits, des systèmes et des services qui répondent ou dépassent les attentes des consommateurs ;
- Œuvrant en faveur du zéro défaut et zéro déchet grâce à notre approche d'amélioration continue ;
- Stimulant l'engagement de tous, tout au long de notre chaîne de création de valeur et à tous les niveaux de notre organisation. Notre Politique Qualité est mise en œuvre à travers une série connectée et complète de systèmes, processus et outils à l'échelle de toute la société.

En 2016, il n'y a eu aucune infraction à la réglementation sur les aliments pour animaux de compagnie, en ce qui concerne les répercussions sur la santé et la sécurité de nos produits. En 2016, nous avons enregistré quatre cas de non-conformité avec les réglementations concernant l'étiquetage et l'information sur le produit.



G4-PR2, G4-PR4

Œuvrant en faveur du

ZÉRO

défaut et zéro déchet
grâce à notre approche
d'amélioration continue

5

Présentation technique

Introduction

Pour les individus
et leurs familles

Pour
les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation
technique

Qui nous sommes et nos domaines d’impact

Purina, en tant que filiale du Groupe Nestlé, utilise certaines installations du Groupe et n’a aucune joint-venture. Il n’y a eu aucun changement récent significatif de la structure de Purina, de ses opérations ou de sa chaîne d’approvisionnement. Dans la zone EMENA, Nestlé Purina compte 8 154 collaborateurs³⁵, ce qui comprend les collaborateurs des bureaux et des usines. L’activité des produits pour animaux de Nestlé représente 13,5 % du total des ventes du Groupe Nestlé. En 2016, cela représentait 12,067 milliards de CHF. La ventilation plus fine de la valeur directe générée par Purina est confidentielle. Le siège social de Purina se situe 3 rue Neuve - 1003 Lausanne, en Suisse.

Nos domaines d’impact :

- Les effets positifs sur la santé et le bien-être des animaux grâce à l’utilisation de nos produits
- L’aide à la promotion de la possession responsable d’animaux de compagnie, en mettant en avant les bienfaits sur la santé et le bien-être pour les animaux et leurs possesseurs
- Les impacts environnementaux potentiellement néfastes, comprenant l’utilisation d’énergie provenant de nos sites de production et du transport
- L’impact positif de notre modèle économique concernant la valorisation des sous-produits³⁶ selon lequel ces denrées, en surplus ou alors non utilisées dans la chaîne alimentaire humaine, sont utilisées comme source principale pour l’alimentation des animaux de compagnie, encourageant ainsi la durabilité³⁷

³⁵ Note : la limite de données couvre Nestlé Purina EMENA.
³⁶ La synergie des sous-produits a été définie par le « World Business Council for Sustainable Development » et l’ « US Environmental Protection Agency » comme étant “la synergie entre diverses industries, l’agriculture et les communautés, qui se traduit par une conversion rentable des sous-produits et des déchets en ressources favorisant la durabilité”.
³⁷ FEDIAF : “L’industrie des aliments pour animaux de compagnie est l’une des plus anciennes industries de recyclage. L’utilisation des sous-produits de l’industrie alimentaire humaine permet d’éviter la mise au rebut définitive et les coûts qui en résultent. Cette pratique réduit le prix de la viande destinée à la consommation humaine et la chaîne alimentaire humaine.”
³⁸ Source : Statistiques européennes - <http://ec.europa.eu/eurostat/web/agriculture/farm-structure>
³⁹ D’ici 2050, 265 millions de tonnes de protéines supplémentaires seront nécessaires chaque année pour nourrir la population mondiale qui est en croissance. (Buhler Group 2016).

G4-7, G4-13, G4-9, G4-10, G4-EC1, G4-5, G4-2

Dans la zone EMENA, Nestlé Purina compte

8 154 collaborateurs

L’activité des produits pour animaux de Nestlé représente

13,5% du total des ventes du Groupe Nestlé

Parmi les tendances qui nous affecteront, on note :

- Un changement lié à la possession d’animaux de compagnie dans les pays dans lesquels nous sommes présents, résultant de tendances plus larges, telles que :
 - l’augmentation des inégalités et le déclin de la cohésion sociale
 - le vieillissement de la population et le fait que de plus en plus de personnes vivent seules
 - des changements de schémas de travail, tels que le travail à temps partiel et le travail 24 h/24 et 7 jours/7
- La pénurie croissante de ressources qui touche nos approvisionnementst en matières premières, comme les protéines, résultant de tendances plus larges telles que :
 - le changement des modèles de production agricole – par ex. moins de 20 % des agriculteurs en Europe ont moins de 35 ans³⁸
 - le changement climatique et l’impact sur l’environnement – par ex., dans le monde, la quantité de terre fertile diminue
 - le « manque de protéines », y compris la pression sur les réserves de poissons³⁹
- La transformation numérique de l’économie et de la manière dont nous vivons, avec

des évolutions telles que l’intelligence artificielle (IA) et la robotique, en passant par les technologies qui permettent d’avoir un aperçu plus précis et des informations sur les animaux et leurs possesseurs

- Les nouvelles demandes de transparence de la chaîne de valeur, en raison des avancées technologiques, y compris les réseaux sociaux et les médias en ligne. Cela inclut une plus grande transparence concernant les produits alimentaires que nous produisons et une augmentation de la demande pour des produits « naturels ».

Purina produit des aliments et des produits de soin destinés aux chats et aux chiens de tous âges (G4-8). Les produits vendus dans la région EMENA le sont sous les marques suivantes :

Purina® ADVENTUROS™, Purina® DENTALIFE®, Purina® PRO PLAN® VETERINARY DIETS, Purina® PRO PLAN®, Purina ONE®, Purina® FELIX®, Purina® GOURMET®, Purina® FRISKIES®, Purina® BENEFUL®, Purina® DARLING®, Purina® CAT CHOW®, Purina® DOG CHOW®, Purina® BEYOND®, Purina® BAKERS® et Purina® FIDO®

Ce portefeuille de marques principales, à son tour, comprend plusieurs sous-marques vendues dans certains pays.

La principale chaîne d’approvisionnement de Purina comprend les éléments suivants :

	Utilisation de céréales et de sous-produits	L’utilisation de céréales et de sous-produits de la chaîne alimentaire humaine et des installations de transformation des produits de la mer. Ces céréales proviennent
	Approvisionnement en viande	L’approvisionnement en viande en provenance des exploitations agricoles vers leur stockage sur les sites de transformation. La grande majorité des animaux sont élevés en Europe.
	Culture, stockage et distribution du soja	Le soja utilisé dans les produits de NPPE provient en grande partie de matières non génétiquement modifiées en provenance du Brésil. NPPE a également commencé à développer des approvisionnements européens complémentaires en Italie et en Serbie, en tant que sources alternatives.

G4-8, G4-12

Introduction

Pour les individus et leurs familles

Pour les communautés

Pour la planète

Nos collaborateurs

Présentation technique

Étude d'impact

Afin de nous assurer d'identifier et de classer par ordre de priorité les domaines de préoccupation pour nos parties prenantes et notre activité, Purina a réalisé, en 2013, une étude d'impact sur tous nos marchés européens. En 2016, nous avons réalisé une mise à jour de cette étude. Nous partageons notre méthodologie et les résultats de cette dernière évaluation ci-dessous.

Identification des thématiques

Cela implique :

- Des entretiens avec des cadres supérieurs et des experts en la matière, de l'ensemble de l'entreprise pour identifier les préoccupations émergentes
- Les points de vue des parties prenantes externes pour comprendre ce qui est le plus important pour elles dans leur relation avec Purina. Cela inclut :
 - des entretiens pour récolter les principales opinions
 - des recherches sur les panels de consommateurs
- Une analyse des principales problématiques environnementales, sociales et éthiques, ainsi que des tendances politiques et démographiques, des normes et des engagements internationaux

Évaluation, priorisation et validation

À partir de ces données, Purina a identifié une longue liste des principales préoccupations de nos parties prenantes, à savoir la bientraitance des animaux d'élevage dans la chaîne d'approvisionnement ; l'énergie et les émissions de gaz à effet de serre ; l'approvisionnement responsable ; l'emballage et le recyclage ; le bien-être animal et la possession responsable ; la traçabilité et l'impact du transport et de la consommation d'eau.

Purina a examiné le niveau d'impact et le niveau d'intérêt pour les principales parties prenantes par rapport aux préoccupations identifiées. Un groupe de travail a ensuite été organisé avec la direction générale de Purina et des facilitateurs externes pour représenter les problématiques sur une matrice d'importance qui mettait en évidence leur position par rapport au degré d'intérêt des parties prenantes et leur impact commercial potentiel. À la suite de ce groupe de travail, le projet de matrice a été examiné, puis validé par les experts de NPPE.

G4-18, G4-19

Ce processus a permis à Purina d'identifier les quatre grands piliers ci-après, outre le fait que les collaborateurs de Purina doivent gérer la complexité et le changement qu'elles impliquent :



Les tendances sociétales telles que l'urbanisation, les trajets domicile-travail et le temps de plus en plus important passé en ligne influent sur la possession d'animaux.



Associée aux attentes croissantes et au développement des réseaux sociaux/du numérique, elle inclut également le besoin d'une plus grande transparence quant aux ingrédients utilisés et à un approvisionnement responsable.



Quand les besoins des humains peuvent entrer en concurrence avec ceux des animaux.



Incluant l'impact que nous avons sur l'environnement pour ce qui concerne l'utilisation de matériaux, l'emballage, le transport et les déchets générés.

G4-19, G4-20, G4-21

Les résultats représentent les principales préoccupations auxquelles est confrontée l'activité de Purina. Ces préoccupations ne doivent pas être envisagées isolées les unes des autres ; elles sont, en fait, interconnectées et parfois des améliorations apportées à l'une d'entre elles peuvent apporter des modifications à une autre.

Purina a utilisé cette étude d'impact pour définir un ensemble de 10 engagements, appelés les engagements « Purina in Society », qui reflètent ses responsabilités spécifiques vis-à-vis des animaux, des possesseurs et de la société au sens large (y compris les parties prenantes associées aux animaux de compagnie).

En 2016, Purina a réalisé une mise à jour de cette étude d'impact, pour répondre aux questions suivantes :

- 1 Quelles sont les préoccupations et les tendances qui augmentent – et comment ont-elles un impact sur des préoccupations majeures existantes ?
- 2 Qu'est-ce qui a changé en ce qui concerne les préoccupations majeures existantes, de manière positive et négative ?
- 3 Qu'est-ce qui émerge en matière de préoccupations et de défis futurs ?
- 4 Qu'est-ce qui est nouveau du point de vue des parties prenantes et de l'activité ?

Cette mise à jour a consisté en des entretiens avec de grands leaders d'opinion d'Allemagne, de Russie, de Suisse et du Royaume-Uni, y compris des vétérinaires, des groupes industriels et des universitaires. Des réunions de consommateurs ont été organisées dans 10 pays et les résultats obtenus ont été examinés par les parties prenantes lors d'événements récemment organisés à travers l'Europe (avec une participation de plus de 190 parties prenantes). L'analyse de la mise à jour de cette étude d'impact a été présentée et confirmée par la direction de Purina en août 2016. Les informations obtenues au cours de cette mise à jour ont été exploitées pour organiser une série de groupes de travail pluridisciplinaires permettant d'étudier ces problématiques. Les résultats de ces groupes de travail viendront étayer l'examen continu et la priorisation de nos principales préoccupations et la mise à jour de notre stratégie.

Les indicateurs de performance pour les éléments internes et externes du rapport ainsi que son périmètre sont indiqués dans l'index à la page 82 et la globalité de l'index GRI se trouve sur www.purina.eu/pinsreport.

Nos parties prenantes

Purina échange avec un large groupe de parties prenantes. Celles-ci ont été identifiées par la Direction de Purina et également lors d’exercices de cartographie spécifiques menés par nos 10 marchés principaux. Le tableau ci-après décrit la nature de l’engagement avec les principaux groupes de parties prenantes, outre les réseaux commerciaux habituels. Les principaux sujets soulevés sont également illustrés ci-dessous.

Parties prenantes (par ordre alphabétique)	Mode de dialogue	Sujets
Autorités locales et nationales 	• Visite des sites	• Bien-être des animaux • Emploi, y compris le chômage des jeunes • Conformité • Investissement dans les sites de production et les projets communautaires locaux
Autorités Réglementaires 	• Directement via les activités de notre équipe Réglementaire • Via les associations professionnelles	• Législation et normes commerciales • Bien-être et nutrition des animaux • Questions liées à l’industrie, tels que les codes de conduite volontaires • Ingrédients et matières premières
Clients - magasins GMS et spécialistes 	• Directement via nos équipes commerciales	• Nos produits, nos promotions des marques y compris les lancements de produits • Santé et recherche en alimentation animale • Emballage et déchets • Conformité environnementale (approvisionnement) • Achat responsable et traçabilité

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

Parties prenantes (par ordre alphabétique)	Mode de dialogue	Sujets
Collaborateurs (internes) 	• Directement via des réunions, des activités avec les équipes fonctionnelles, des formations et le développement des collaborateurs	• Bien-être et nutrition des animaux • Engagements « Purina in Society » • Environnement • Emploi, y compris le chômage des jeunes • Principes de conduite des affaires du Groupe Nestlé • Nutrition, santé et bien-être (Humains) • Santé et sécurité • Journées « familles » • Animaux des collaborateurs, dont « Pets at Work »
Communautés locales 	• Sites de production NPPE • Réunions avec les populations locales	• Soutien d’initiatives en faveur des animaux dans les communautés locales • Problématiques concernant les sites et les opérations, y compris les odeurs et le bruit • Emploi local • Développement des sites locaux • Engagements « Purina in Society »
Consommateurs et possesseurs d’animaux (y compris organisations de consommateurs) 	• Engagement direct avec les consommateurs, incluant des enquêtes et le service consommateurs (service gratuit) ; communications sur les marques (et conversation directe avec la base de données) • Directement lors d’événements, y compris via les médias et les sites internet • Via e-mail, Facebook et les réseaux sociaux	• Bien-être et nutrition des animaux • Promotions de marques et lancements de produits • Conseils sur l’alimentation et le comportement des animaux • Disponibilité des produits • Informations sur les ingrédients des produits (composition et teneur) • Utilisation d’additifs • Bientraitance des animaux d’élevage et approvisionnement en matières premières • Qualité des produits y compris les réclamations • Engagements « Purina in Society » y compris les partenariats avec des organismes de bienfaisance
Écoles, étudiants, y compris les établissements d’enseignement technique 	• Initiatives telles que les activités encourageant la possession responsable d’animaux • Visite d’écoles sur les sites	• Engagements « Purina in Society », y compris la possession responsable des animaux et l’emploi des jeunes • Position au sujet des problématiques concernant les animaux



Parties prenantes (par ordre alphabétique)	Mode de dialogue	Sujets
Fournisseurs (incluant les ingrédients ; sous-traitants et agences partenaires) 	• Réunions régulières • Par le biais des équipes Achat NPPE en association avec Nestlé	• Prix • Qualité • Service • Innovation • Conformité avec le Code des Fournisseurs et les Directives d’achat responsable
Industrie et Associations Commerciales (incluant les concurrents, les organisations professionnelles et les réseaux d’entreprises locales) 	• Par le biais d’associations professionnelles • Réunions régulières	• Problématiques concernant les animaux, leur bien-être et leur alimentation • Normes commerciales • Éducation à une possession responsable des animaux • Codes de conduite de l’industrie • Qualité • Service
Médias 	• Contact direct via l’équipe de Communication • Événements RP • Rencontre avec les médias • Partenariats • Lancements de produits	• Position sur les problématiques concernant le bien-être et l’alimentation des animaux • Activités et promotions de marque • Emploi ; investissement dans la production locale et la communauté locale • Tendances du marché de l’alimentation animale • Engagements « Purina in Society » • Médecine Vétérinaire
ONG (incluant les groupes en faveur du bien-être des animaux ; les partenaires à but non lucratif et organismes de bienfaisance) 	• Directement par le biais de nos collaborateurs, notre société-mère, les usines locales ou les clients de détail • Directement via l’engagement de l’industrie et les associations • Directement via des événements • Via notre site Web, les réseaux sociaux	• Position au sujet de problématiques concernant le bien-être des animaux • Alimentation des animaux et qualité des produits • Position au sujet de l’approvisionnement responsable, de la déforestation et de la bientraitance des animaux d’élevage dans la chaîne d’approvisionnement • Environnement • Chômage des jeunes • Engagements « Purina in Society », y compris la possession responsable d’animaux de compagnie et les partenariats en rapport avec les animaux • Produits, financement, collecte de fonds, implication de nos collaborateurs • Relations commerciales et soutien de programmes • Thérapie assistée par l’animal



Parties prenantes (par ordre alphabétique)	Mode de dialogue	Sujets
Principaux leaders d’opinions y compris les universitaires 	• Face-à-face • Conférences • Intervention lors d’événements Purina • Participation au lancement de « Purina in Society » • Entretiens pour l’étude d’impact	• Approvisionnement responsable et bientraitance des animaux d’élevage dans la chaîne d’approvisionnement • Lien Homme-animal et rôle bénéfique des animaux sur la santé humaine • Science et recherche en alimentation animale • Engagements « Purina in Society » et le rôle des animaux dans la société • Médecine vétérinaire (générale) • Thérapie assistée par l’animal
Professionnels (par ex. éleveurs, éducateurs canins, chenils) 	• Directement par le biais de nos collaborateurs lors d’événements et par le biais d’enquêtes • Directement par le biais du service consommateurs, d’événements professionnels et des réseaux sociaux	• Performances des produits • Investissement dans la recherche et le développement • Position au sujet des problématiques concernant les animaux • Bientraitance des animaux d’élevage dans la chaîne d’approvisionnement et dans la recherche • Approvisionnement en matières premières • Utilisation d’additifs et de conservateurs • Bien-être et alimentation des animaux, ainsi que l’obésité chez les animaux • Thérapie assistée par l’animal
Syndicats 	• Réunions régulières	• Santé et sécurité • Emploi, y compris le chômage des jeunes
Vétérinaires et assistants vétérinaires (y compris les associations de vétérinaires) 	• Réunions régulières • Visite de nos sites • Lors de conférences et de congrès	• Informations techniques au sujet de produits, notamment la gamme Purina® PRO PLAN® VETERINARY DIETS • Bien-être des animaux • Partage des recherches en nutrition • Processus de production • Ingrédients/matières premières • Étiquetage • Contrôles qualité et qualité des marques/produits

Déclaration d'assurance limitée

La version originale en anglais a été certifiée par Bureau Veritas.

Si vous souhaitez en savoir plus ou consulter le rapport original en anglais, suivez le lien :

<https://www.purina.eu/pinsreport.html>

Profil du rapport

Ce rapport couvre l'année calendaire 2016 pour NPPE (voir page 5), sauf spécification contraire. Il s'agit du premier rapport Purina in Society (PinS) qui intègre les indicateurs de durabilité G4 du Global Reporting Initiative (GRI).

NPPE n'a, jusque-là, jamais publié de rapport GRI ou de rapport sur la durabilité alors que le Groupe Nestlé a publié un certain nombre de rapports de ce type, respectant les directives GRI. NPP UK, pays membre de NPPE, a également publié plusieurs essais de rapports GRI ces 5 dernières années⁴⁰. NPPE va continuer de contrôler ses progrès et à les partager dans un rapport qui sera publié tous les deux ans. Il est prévu que les rapports de NPPE soient publics et soumis à une vérification externe. Dans la mesure où ce document est notre premier rapport, il n'y a ni citations ni changements majeurs dont il faut tenir compte par rapport à des périodes de rapports passés. Selon NPPE, il n'existe aucune limite significative quant à la portée de ce rapport, à part l'exclusion des détails de la contribution du siège social aux performances environnementales.

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, faisant partie 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.

Pour obtenir des informations complémentaires, contactez Mary Sharrock, Directrice Relations Externes – Nestlé Purina PetCare EMENA - e-mail : Mary.Sharrock1@purina.nestle.com

⁴⁰ Ces rapports d'essai n'ont pas été publiés à l'externe.

G4-28, G4-29, G4-30, G4-33, G4-22, G4-23, G4-32, G4-31

Index GRI simplifié

Le tableau ci-dessous sert d'index simplifié pour tous les indicateurs de performance de ce rapport. « Les données de durabilité sélectionnées et les avancées au sujet de nos engagements PinS sont assurées par Bureau Veritas UK Ltd (uniquement pour la version originale du rapport en anglais). Ces données spécifiques sont décrites dans la déclaration d'assurance ».

Indicateur	Code	Page
Économie		
Valeur économique directe créée et distribuée	G4- EC1	72
Implications financières liées au changement climatique	G4-EC2	53
Volume acheté auprès de fournisseurs conformes	FP1	60
Volume acheté conformément aux normes	FP2	60
Durabilité environnementale		
Consommation de matières en poids ou volume	G4-EN1	56
Pourcentage de matériaux consommés provenant de matières recyclées	G4-EN2	56
Consommation énergétique au sein de l'organisation	G4-EN3	56
Consommation énergétique en dehors de l'organisation	G4-EN4	57
Intensité énergétique	G4-EN5	57
Réduction de la consommation énergétique	G4-EN6	57
Volume total d'eau prélevé par source	G4-EN8	58
Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée	G4-EN10	59

Pour des détails complémentaires, veuillez vous référer à l'index GRI complet séparé qui comprend une analyse de la détermination des seuils, les limites d'impacts et le niveau de divulgation de tous les aspects GRI.

Code utilisé pour les indicateurs

- Indicateurs GRI – commencent par **G**
- Indicateurs GRI compléments alimentaires – commencent par **F**
- Indicateurs Purina in Society – commencent par **PinS**

La totalité de l'index GRI se trouve à l'adresse : <http://www.purina.eu/pinsreport>

Indicateur	Code	Page
Description des impacts substantiels des activités, produits et services sur la biodiversité des aires protégées ou des zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées	G4-EN12	52
Nombre total d'espèces figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN	G4-EN14	61
Émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)	G4-EN15	57
Émissions indirectes (énergie) de gaz à effet de serre (Scope 2) liées à l'énergie	G4-EN16	57
Autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3)	G4-EN17	57
Intensité des émissions de gaz à effet de serre	G4-EN18	57
Réduction des émissions de gaz à effet de serre	G4-EN19	57
Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone (SAO)	G4-EN20	58
NO _x , SO _x , et autres émissions atmosphériques substantielles	G4-EN21	58
Total des rejets d'eau, par type et par destination	G4-EN22	59
Améliorer la performance environnementale des emballages chez Purina	PinS	53
Poids total des déchets par type et méthode d'élimination	G4-EN23	59
Pourcentage de produits vendus et de leurs emballages recyclés ou réutilisés, par catégorie	G4-EN28	54
Impacts environnementaux substantiels du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés	G4-EN30	58
Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères environnementaux	G4-EN32	60
Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur l'environnement dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	G4-EN33	60
Mettre en place un approvisionnement responsable	PinS	53
Social		
Taux et types d'accidents du travail, de maladies professionnelles	G4-LA6	66
Créer des emplois chez Purina pour les jeunes de moins de 30 ans à travers l'Europe	PinS	27
Nombre moyen d'heures de formation par an	G4-LA9	66
Composition des instances de gouvernance et répartition des salariés par catégorie professionnelle	G4-LA12	10
Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux pratiques en matière d'emploi	G4-LA14	65

Indicateur	Code	Page
Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les pratiques en matière d’emploi dans la chaîne d’approvisionnement et mesures prises	G4-LA15	60
Pourcentage et nombre total d’accords et de contrats d’investissement substantiels incluant des clauses relatives aux Droits de l’Homme ou ayant fait l’objet d’un contrôle sur ce point	G4-HR1	65
Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l’aide de critères relatifs aux Droits de l’Homme	G4-HR10	61, 65
Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les Droits de l’Homme dans la chaîne d’approvisionnement et mesures prises	G4-HR11	60
Pourcentage de sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluations des impactset des programmes de développement	G4-SO1	27
Promouvoir l’adoption d’animaux par la collaboration et le partenariat	PinS	27
Favoriser la présence des animaux dans les entreprises	PinS	27
Développer des programmes pour aider les enfants à devenir des possesseurs responsables	PinS	27
Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l’aide de critères relatifs aux impacts sur la société	G4-SO9	60
Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur la société dans la chaîne d’approvisionnement et mesures prises	G4-SO10	60
Nombre total d’incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits et des services	G4-PR2	69
Être à la pointe de la recherche sur la santé et l’alimentation des animaux	PinS	14
Communication à l’attention des consommateurs - ingrédients et informations nutritionnelles	FP8	20
Fournir des informations accessibles sur les produits et des conseils liés au soin des animaux	PinS	14
Type d’information sur les produits et services et leur étiquetage par les procédures de l’organisation	G4-PR3	20
Retirer tous les colorants artificiels de nos produits	PinS	14
Nombre total d’incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant l’information sur les produits et services et leur étiquetage	G4-PR4	20, 69
Résultats des enquêtes de satisfaction client	G4-PR5	21
Aider à réduire le risque d’obésité des animaux grâce à des programmes de prévention collaboratifs	PinS	14



© NOVEMBER 2017, NESTLÉ PURINA PETCARE EMENA
CORPORATE COMMUNICATIONS
NESTLÉ S.A.
AVENUE NESTLÉ 55
CH-1800 VEVEY
SWITZERLAND
WWW.PURINA.EU/PINSREPORT

EN CAS DE DOUTE OU DE DIVERGENCE D’INTERPRÉTATION,
LA VERSION ANGLAISE PRÉVAUDRA SUR LES TEXTES FRANÇAIS, ALLEMAND, ITALIEN, ESPAGNOL ET RUSSE.

LES MARQUES DES PRODUITS DE CE RAPPORT SONT DES MARQUES DÉPOSÉES DU GROUPE NESTLÉ.

*Mieux ensemble