



DOUX... ET DURABLE

Résumé du rapport sur le développement durable 2023 - Elah Dufour



INDICE

FAITS MARQUANTS 2023	02
DOUX... ET DURABLE	03
LETTRE AUX ACTIONNAIRES	04

POUR UNE QUALITÉ DOUCE ET RESPONSABLE

08

QUI NOUS SOMMES, NOTRE MISSION ET NOS PRODUITS	08
NOTRE HISTOIRE	10
NOS THÈMES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE	11
MATIÈRES PREMIÈRES DE QUALITÉ	13

POUR UNE CROISSANCE DOUCE VERS L'AVENIR

16

LA VALEUR ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉE ET DISTRIBUÉE	18
APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE	19

POUR UN IMPACT RÉDUIT ET DOUX SUR LA PLANÈTE

20

UTILISATION DE L'ÉNERGIE ET CHANGEMENT CLIMATIQUE	22
GESTION DES DÉCHETS ET ÉCONOMIE CIRCULAIRE	23
ECOCONCEPTION DES EMBALLAGES	24

POUR UN BIEN-ÊTRE DOUX ET PARTAGÉ

26

EMPLOI ET BIEN-ÊTRE DE NOS COLLABORATEURS	28
RELATIONS AVEC LES COMMUNAUTÉS LOCALES	29
SATISFACTION DES CLIENTS ET DES CONSOMMATEURS	30

FAITS MARQUANTS 2023

- ▶ **195**
SALARIÉS
- ▶ **178**
PERSONNES EN EMPLOI PERMANENT
- ▶ **+1 mln**
DONS ET PARRAINAGES
- ▶ **+1 250**
HEURES DE FORMATION DISPENSÉES AU PERSONNEL DE L'ENTREPRISE, À TOUS LES NIVEAUX
- ▶ **94,3 %**
DE LA VALEUR ÉCONOMIQUE DISTRIBUÉE AUX PARTIES PRENANTES
- ▶ **>40 %**
DES NOISETTES ACHETÉES DANS LE CADRE D'ACCORDS DE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT DANS TOUTE LA RÉGION DU PIÉMONT
- ▶ **15 000**
QUINTAUX DE NOISETTES
- ▶ **500**
PRODUCTEURS LOCAUX
- ▶ **82 %**
DES MATÉRIAUX RENOUVELABLES UTILISÉS DANS LES EMBALLAGES
- ▶ **10.1 millions**
DE FAMILLES ITALIENNES AYANT ACHETÉ UN PRODUIT ELAH, DUFOUR OU NOVI

DOUX... ET DURABLE

Créer des produits de haute qualité a toujours été notre mission, caractérisée par un équilibre délicat entre innovation et tradition : celle de trois marques qui plongent leurs racines dans une tradition séculaire.

Notre initiative revêt depuis longtemps une nouvelle signification dans un concept de qualité totale qui s'enrichit de nouvelles saveurs : la vision d'un avenir responsable, le respect de l'environnement et l'attention portée au bien-être des personnes.

Nous veillons à intégrer ces thématiques dans une démarche toujours plus respectueuse de l'environnement, avec la détermination de veiller à ce que le soin et l'attention apportés à chacun de nos produits soient également évidents dans la manière dont nous faisons des affaires, en tant que Groupe, en tant que famille, en tant qu'hommes et femmes de cette planète.

Ensemble, pour un avenir doux et responsable.



LETTRE À NOTRE COMMUNAUTÉ ET À NOS PARTIES PRENANTES



C'est avec une grande fierté et un immense plaisir, partagés avec l'ensemble de nos collaborateurs, qu'Elah Dufour S.p.A. vous présente son tout premier rapport sur le développement durable. Un véritable parcours – ou plutôt un voyage – qui témoigne de notre engagement - à l'intérieur et à l'extérieur des murs de notre usine - en faveur d'une croissance continue, durable et respectueuse de notre entreprise, du territoire et des personnes qui y travaillent.

+250
EMPLOYÉS

En tant que Famille, depuis le début de notre aventure entrepreneuriale à Elah Dufour, nous sommes conscients que notre façon **d'entreprendre**, de vivre le quotidien de nos processus et la liberté de rêver à nos objectifs ambitieux, a un impact sur le tissu social, environnemental et économique où nous vivons, développons nos processus et distribuons nos produits. Travailler de manière **transparente, constructive et en toute sécurité** pour nos plus de 250 employés, pour l'ensemble du Groupe et pour les sociétés contrôlées par Elah Dufour S.p.A., ainsi que pour nos millions de consommateurs, représente la valeur fondatrice qui nous permet d'affirmer pleinement notre rôle d'acteurs engagés dans la construction continue d'un Groupe respecté, fiable et à la dynamique constructive. Et construire un meilleur avenir pour ceux qui nous entourent.

Nous avons une vision claire de nos valeurs et de nos objectifs. Notre entreprise, fondée dès le premier jour sur de solides fondements familiaux, a toujours essayé de concilier tradition et innovation, en maintenant la haute qualité de nos produits et en restant fidèle à nos convictions, en se distinguant sur le marché par notre approche discrète et axée sur le travail. Cette approche nous a permis de devenir une référence incontournable sur le marché de la confiserie, du chocolat Novi aux bonbons Dufour en passant par les caramels Elah et les mélanges en poudre pour gâteaux. Dans un contexte en constante évolution, souvent tragique, difficile à gouverner et certainement imprévisible, et dans un paysage alimentaire en pleine mutation, où les goûts et la curiosité des consommateurs évoluent sans cesse, comme celui que nous observons chaque jour en interagissant avec eux, il devient essentiel de mettre en œuvre des stratégies concrètes, étape par étape : et à partir d'aujourd'hui, nous les partagerons avec vous tous, lecteurs de ces pages et, au fil des ans, les prochaines éditions et les ajouts.

La résilience et la détermination à protéger nos consommateurs et à soutenir notre chaîne d'approvisionnement. Nous évoluons dans un contexte économique et géopolitique difficile qui a renforcé le niveau d'incertitude économique mondiale. Citons, par exemple, la flambée des prix des

matières premières, la hausse du coût de l'énergie, l'inflation persistante, ainsi que les conflits armés, parfois très proches de nous même très proches de chez nous.

Les effets du changement climatique sont également de plus en plus évidents, provoquant une élévation des températures et une multiplication des phénomènes météorologiques extrêmes, qui affectent déjà et remettent sérieusement en question le secteur agroalimentaire et, par conséquent, les principales matières premières que nous utilisons pour fabriquer nos produits.

Par exemple, la filière italienne de production de noisettes, qui a toujours été notre prérogative exclusive en matière de sélection, a subi des gelées printanières qui ont eu un impact significatif sur la récolte et la capacité de production. Face à cette véritable tempête, notre Groupe a fait preuve d'une résilience remarquable, sachant qu'il peut compter sur sa structure robuste, sur des relations solides avec son personnel et ses fournisseurs, en mettant en place des stratégies proactives pour limiter tout impact négatif sur le dernier maillon de la chaîne de valeur : le consommateur.

Forts de décisions courageuses et d'un optimisme lucide, conscients de ce que nous avons construit au cours de nos 42 années d'activité, depuis 1982, nous avons fait le choix d'absorber intégralement les surcoûts énergétiques, quantifiés à 4,6 millions d'euros, et une partie importante des augmentations des coûts des matières premières et des emballages, pour un total d'un peu moins de 3 millions d'euros. Ces mesures ont eu un impact direct sur notre avant-dernier résultat d'exploitation, qui est passé en 2022 d'un bénéfice de 9,8 millions d'euros à 3,2 millions d'euros.

42
ANNÉES
D'ACTIVITÉ

Malgré ces défis financiers, relevés avec fierté et pleine conscience, nous avons fait face à l'adversité avec fierté et en toute connaissance de cause, ce qui a renforcé la confiance et la loyauté de nos consommateurs et s'est traduit par une croissance des volumes de vente supérieure à la tendance du secteur. Ce résultat témoigne non seulement de notre capacité à surmonter avec succès des situations difficiles, mais aussi de notre engagement permanent en faveur de pratiques commerciales durables et responsables. Au cours d'années caractérisées par des événements sans précédent et l'impossibilité de les prévoir, Elah Dufour a démontré qu'il était possible de faire face aux risques tout en maintenant des valeurs d'entreprise fortes et en plaçant les besoins des consommateurs et la durabilité de nos activités au centre de nos préoccupations.

Respect des personnes et du territoire, dans un souci de qualité et de tradition

Depuis de nombreuses années, notre Groupe s'est résolument engagé à honorer les responsabilités que nous impose notre position de premier plan dans le secteur. Notre réponse à ces défis est guidée par des stratégies solidement ancrées dans nos valeurs fondatrices : la passion pour ce que nous faisons, le respect et la valorisation des personnes et du territoire, l'engagement en faveur de la qualité et de la tradition, et une orientation constante vers la durabilité des processus, de l'environnement, des matériaux et des ingrédients utilisés dans nos produits.

Notre philosophie d'entreprise s'inspire du riche héritage de nos marques vieilles de plus d'un siècle et s'exprime par la création de produits simples et authentiques. Nous utilisons des matières premières sélectionnées pour leur noblesse et leur qualité (comme la qualité de notre cacao *Arriba Nacional Ecuador*), qui nous permettent d'exprimer notre respect du territoire et de transmettre la passion et l'engagement qui caractérisent nos marques depuis plus d'un siècle et le travail de notre Groupe depuis 1982.

Notre vocation à la tradition, à la valorisation des produits et des recettes qui ont fait l'histoire des marques Elah, Dufour et Novi, passe par l'innovation et la réinterprétation, guidée par une validation quotidienne, physique et numérique, auprès de nos consommateurs.

+500 **PRODUCTEURS** **LOCAUX** **SOUTENUS**

Notre lien avec le territoire est mis en évidence par le choix d'ingrédients non seulement de production italienne, mais aussi, dans la mesure du possible, de production locale, comme les noisettes « *Tonde Gentili* » typiques du Piémont, qui permettent de soutenir plus de 500 producteurs locaux grâce à une importante collaboration avec Coldiretti Piemonte, récemment renouvelée jusqu'en 2029. Cet approvisionnement à zéro kilomètre, qui a débuté en 2010, nous garantit la meilleure qualité de matières premières et soutient, avec un catalyseur dont nous sommes fiers, l'économie agroalimentaire locale. Notre politique de développement durable repose également sur la certification FSSC 22000, obtenue pour la première fois en 2018 et que nous maintenons avec le plus grand engagement année après année, ce qui garantit un système de gestion de la sécurité alimentaire très efficace. La rigueur dans le choix des matières premières s'accompagne d'un contrôle minutieux de l'ensemble du cycle de production et de distribution, garantissant au consommateur des produits sains et de grande qualité, maintenus à un prix équitable sur le marché.

Nous participons aussi activement au développement social et culturel de notre territoire, en soutenant des organismes et des associations locales, en organisant des activités caritatives et en investissant fortement dans le sport afin de promouvoir et de stimuler le bien-être par l'activité physique, en particulier chez les jeunes. Un exemple significatif de notre engagement est le soutien à l'Université des Sciences Gastronomiques de Pollenzo, où nous participons à des programmes de formation et développons des projets communs d'analyse et d'innovation, dans le but d'enrichir le patrimoine culturel et professionnel du monde gastronomique, à travers les jeunes qui, une fois sortis de l'université, en traceront l'avenir. Cela signifie aussi savoir regarder vers l'avenir et de façonner l'avenir des générations futures.

Mon père, Cav. Flavio Repetto, le fondateur de notre Groupe, a toujours souligné que « La vraie richesse de l'usine, c'est son personnel » [« *La vera ricchezza della fabbrica è l'uomo* »] : cette philosophie reste au cœur de nos valeurs et se traduit par notre engagement constant en faveur du bien-être de nos employés, en reconnaissant leur rôle fondamental au sein de notre organisation. Notre priorité est de répondre à leurs besoins, tant professionnels que personnels, par le développement des compétences et l'intégration dans la dynamique d'innovation continue qui caractérise Elah Dufour aujourd'hui et qui la rendra compétitive et durable demain encore.

Respect de l'environnement

Notre engagement s'étend également au respect de l'environnement, à travers des actions visant à préserver notre territoire, l'approvisionnement durable tout au long de la chaîne de valeur et l'efficacité énergétique des structures. En 2018 déjà, alors que le pays n'avait pas encore atteint ce niveau de sensibilité sur le plan environnemental, une centrale électrique à énergie verte a été construite dans notre usine de Novi Ligure. En 2023, la centrale a pu fournir à l'entreprise 70 % des besoins en électricité et 100 % de l'eau chaude nécessaire à nos processus, nous permettant de réduire nos émissions de 3 184 tonnes de CO₂ par an, soit une économie de 632 tonnes d'équivalent pétrole ou de 7 350 547 kWh. En 2024, nous deviendrons encore plus efficaces et indépendants sur le plan énergétique, grâce à l'installation de panneaux solaires sur la surface de l'usine.

Le choix des matériaux d'emballage, au centre des débats ces dernières années en raison de leur impact significatif sur l'environnement, a fait l'objet d'une analyse minutieuse, dans le but d'adopter des solutions plus durables et plus respectueuses de l'environnement. Les opérations de simplification de l'emballage de nos produits, telles que la suppression des fenêtres en plastique des sachets de praline de Novi ou le passage aux boîtes en carton, ont permis de réduire l'utilisation des matériaux d'emballage et d'augmenter sensiblement la recyclabilité.

Fin 2023, 87 % des emballages produits par notre Groupe sont recyclables et notre objectif est de couvrir l'ensemble de la production. Par ailleurs, nous concentrons nos efforts sur la réduction des déchets, en participant activement à des projets innovants susceptibles d'améliorer leur réutilisation, en les réintroduisant dans la chaîne alimentaire et en créant des partenariats avec des fournisseurs qualifiés pour tester la production d'articles de papeterie ou de matériaux d'emballage avec nos déchets de production.

87 %
DES
EMBALLAGES
SONT
RECYCLABLES

Notre vision de l'entreprise va donc au-delà de la simple production, car nous croyons fermement au rôle actif qu'une entreprise comme la nôtre doit jouer dans la société environnante. La capacité à générer des impacts positifs, tant économiques que sociaux et environnementaux, est au cœur même de notre façon d'entreprendre. Il ne s'agit pas seulement d'une responsabilité à assumer, mais d'un véritable impératif éthique qui définit l'essence de notre activité entrepreneuriale.

Une vision à long terme.

Notre premier rapport sur le développement durable n'est pas seulement un exercice de transparence, mais une déclaration de notre profonde conviction : la qualité, l'innovation, le respect des traditions, la protection de l'environnement, la valorisation des personnes et du territoire sont les piliers sur lesquels repose le développement de notre entreprise. Par ce rapport, Elah Dufour S.p.A. veut commencer à tracer une ligne, sans évidemment exclure ses propres moments de douceur, ces moments de plaisir que procurent nos produits, valorisant ainsi également le concept d'« éducation alimentaire ».

Une entreprise de confiserie a le devoir de penser aux générations futures et de rendre le monde qui nous entoure meilleur, mais aussi de maintenir le plaisir de nos produits, en leur permettant d'être appréciés encore plus consciemment une fois que nous avons compris et embrassé tout ce qui y est lié. Cette attention et cet état d'esprit nous permettent de relever le défi quotidien de maintenir cette position de premier plan, de représenter les plus de 10 millions de familles italiennes qui possèdent un produit Elah, Dufour et Novi dans leur foyer et de nous permettre de croître, tout en se projetant dans l'avenir.

Nous croyons en notre parcours et nous pensons qu'en travaillant dans ce sens, notre Groupe ne peut que continuer à se développer. C'est la raison principale pour laquelle, au cours de l'année 2025, l'augmentation de la surface de production sera achevée, dans le cadre d'un plan d'investissement de 32 millions d'euros, visant à renforcer notre capacité de production, dans le respect des milieux et de l'environnement dans lesquels nous évoluons. C'est la raison pour laquelle, en 2024, nous avons entrepris, de concert avec nos collaborateurs, tout un processus et une étude visant à assurer la traçabilité de notre chaîne d'approvisionnement dans les principales matières premières que sont le cacao et les noisettes, dont nous rendrons compte dans le prochain rapport sur le développement durable.

Grâce à ce document, qui se réfère à ce qui a été développé, vérifié et certifié au cours de l'exercice 2023, nous souhaitons vous présenter une vision claire de nos performances et de nos ambitions futures. Un point de départ, et non un point d'arrivée, pour de nouveaux défis et de nouvelles opportunités, conscient que le chemin exige un engagement constant. Elah Dufour s'est engagé dans cette voie et est prêt à la poursuivre avec le même esprit de dévouement qui nous caractérise depuis le début, pour notre propre respect et pour celui de vous tous qui nous lisez, à qui nous adressons nos plus sincères remerciements pour votre soutien continu et pour nous accompagner chaque jour dans ce merveilleux et doux voyage que nous poursuivons ensemble.

Guido Repetto

Président Elah Dufour S.p.A.

POUR UN AVENIR DOUX ET RESPONSABLE

QUI NOUS SOMMES, NOTRE MISSION ET NOS PRODUITS

Aujourd'hui, le groupe Elah Dufour Novi représente l'une des réalités entrepreneuriales les plus singulières de l'industrie agroalimentaire italienne, en particulier dans le secteur de la confiserie.

L'identité de notre groupe est définie par l'équilibre entre l'innovation continue et le respect de la tradition, une approche qui nous permet de répondre efficacement aux nouveaux besoins des consommateurs, tout en maintenant des normes élevées de qualité et de responsabilité éthique et environnementale.

NOTRE MISSION ?

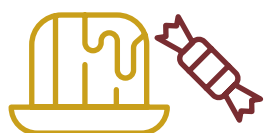
Produire des produits de haute qualité, grâce à la sélection des matières premières à l'origine, dans le respect de la tradition italienne de la confiserie ; des produits sains pour le consommateur, avec des contrôles précis mis en place et des certifications effectuées ; et distribués à un prix équitable.

TERRITOIRE, QUALITÉ, TRADITION ET PASSION

Nous croyons en des produits simples, fabriqués avec une poignée de matières premières sélectionnées et authentiques, des produits de la tradition pâtissière italienne, sains et de la plus haute qualité.

Nous fabriquons nos produits en grande partie dans notre usine historique de Novi Ligure, inaugurée en 1936 et qui, avec l'arrivée de la famille Repetto, est passée de 6 000 à 65 000 mètres carrés, un symbole d'excellence et de tradition qui distingue notre travail dans le secteur de

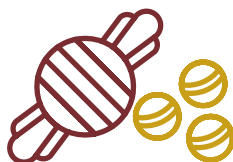
la confiserie depuis des générations. La gamme de produits reflète le large éventail de la tradition de la confiserie que les trois marques d'Elah Dufour Novi perpétuent avec fierté et innovation.



ELAH

**CO-LEADER SUR LES MARCHÉS
DES PRÉPARATIONS POUR
CRÈMES, FLANS, DESSERTS
ET TARTES**

**LEADER DANS LE SECTEUR DES
BONBONS AU CARAMEL**



DUFOUR

**4^E ACTEUR ITALIEN SUR LE
MARCHÉ DES BONBONS
1^{RE} MARQUE FAMILIALE SUR UN
MARCHÉ MULTINATIONAL**



NOVI

**LEADER SUR LES MARCHÉS
DES TABLETTES, GIANDUIOTTI
ET CREMINI**

NOTRE HISTOIRE

De grandes marques bien établie.

Le Groupe Elah Dufour Novi a été fondé en 1982 par un entrepreneur local, Ing. Flavio Repetto, qui a d'abord racheté les marques Elah et Dufour en les sauvant de la faillite, puis a repris l'entreprise de chocolat Novi en 1985, fusionnant les trois marques. L'acquisition comprenait l'usine de production de Novi Ligure, qui a décuplé au fil des ans, passant de 6 000 mètres carrés à 65 000 mètres carrés aujourd'hui.

Le Groupe a réuni quatre marques historiques de l'industrie italienne de la confiserie : Elah, Dufour, Novi, et Baratti & Milano - l'un des noms italiens les plus prestigieux dans le monde du chocolat et de la confiserie - acquis en 1999.

GAMME DE PRODUITS



FONDÉE EN

1909



Préparations pour desserts, y compris crèmes, flans, desserts et tartes



Bonbons au caramel



Bonbons compressées



CONFISEUR DEPUIS

1926



Pâtes de Fruits et Bonbons Gommés



Friandises classiques, dures et fourrés, avec des versions sans sucre également en tablettes de 1g



CHOCOLAT DEPUIS

1903



Tablettes chocolatées



Pâte à tartiner aux noisettes



Pralines



Barres de chocolat, y compris les options d'en-cas



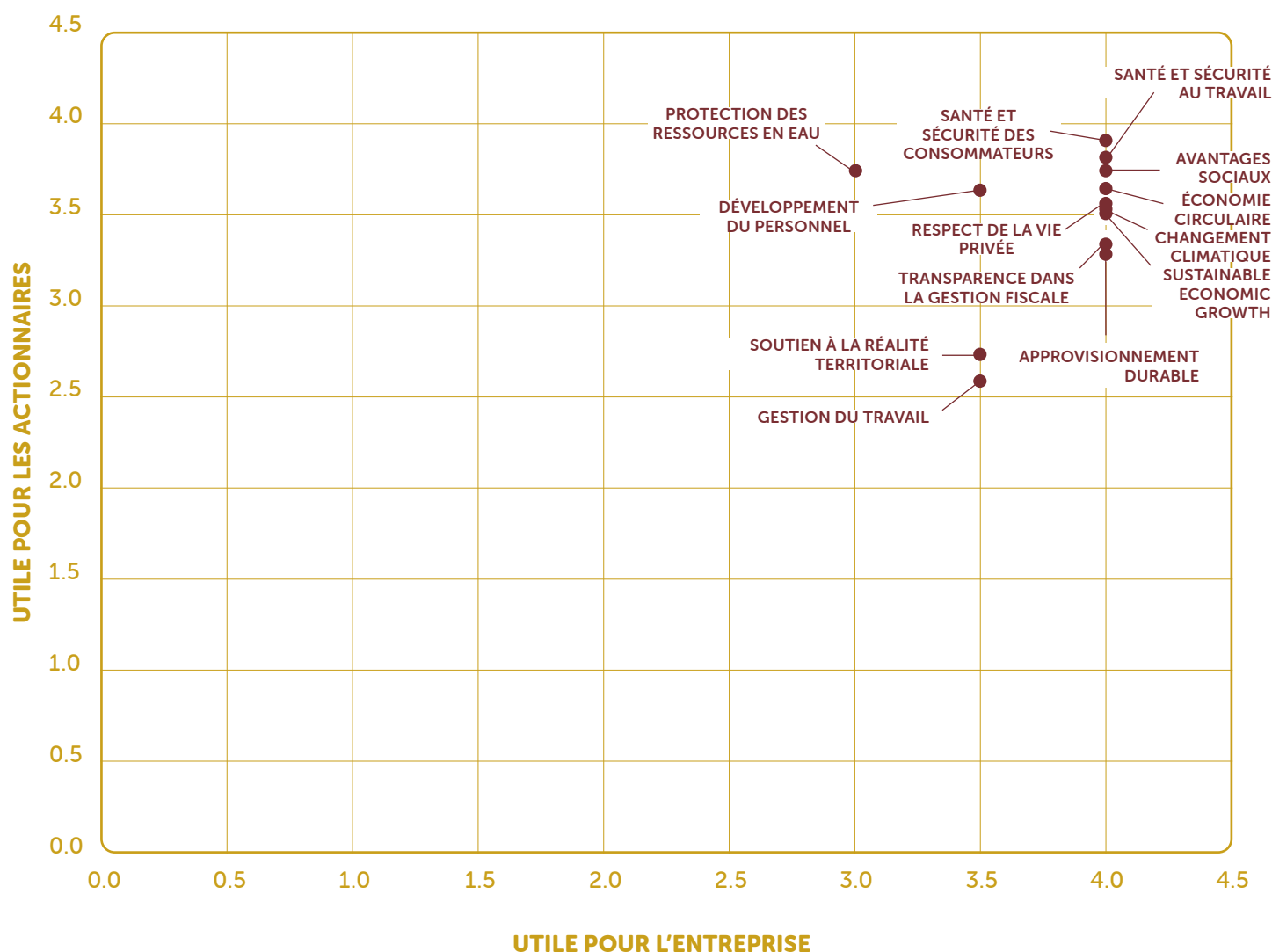
Produits pour occasions spéciales (œufs de Pâques, mini-œufs, nougats)



Mélanges pour chocolat chaud

NOS THÈMES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Grâce à une analyse et une évaluation minutieuses, impliquant à la fois les membres internes de l'entreprise et les parties prenantes externes, le Groupe a identifié les sujets les plus urgents et les plus pertinents en matière de développement durable. Ces aspects prioritaires ont été pleinement intégrés dans notre stratégie d'entreprise, garantissant ainsi l'alignement sur les besoins et les attentes des parties prenantes.



La matérialité de l'impact a également été suivie d'une évaluation de la matérialité financière, dans le but qu'une double analyse de matérialité soit réalisée afin d'identifier et de comprendre au mieux notre impact sur l'environnement et sur les personnes au sein de l'entreprise.

Consciente de l'importance d'une implication collectif impliquant les entreprises, le secteur public, la société civile et les institutions, Elah Dufour a immédiatement associé les thématiques matérielles sélectionnées aux

Objectifs de développement durable (ODD) de l'Agenda 2030. Adoptés par les Nations unies en 2015, les 17 ODD et leurs 169 sous-objectifs représentent un pilier fondamental pour la collaboration internationale et la **réalisation du développement durable à l'horizon 2030**. Dans ce contexte, notre Groupe s'engage activement à sélectionner et à poursuivre les objectifs les plus pertinents, en fonction de sa capacité à avoir un impact significatif sur les thématiques stratégiques, contribuant ainsi aux efforts mondiaux.



MATIÈRES PREMIÈRES DE QUALITÉ

Nous pensons que la décision de sélectionner les matières premières de la plus haute qualité est un élément essentiel pour la création de produits réussis, qui sont à leur tour appréciés dans le monde entier. Conformément à la philosophie de l'entreprise en matière d'approvisionnement durable, la priorité a été donnée à la mise en place d'une chaîne d'approvisionnement solide, qui contribue à protéger l'environnement, en commençant par les matières premières les plus utilisées.

Les principales matières premières utilisées sont :

- cacao, noisettes, beurre de cacao, lait en poudre, graisses végétales et autres matières premières que nous avons classées comme arômes et essences, additifs et aides à la production ;
- sucre, glucose et d'autres édulcorants, utilisés dans toutes les préparations.

Les principales actions sont liées à l'approvisionnement en matières premières :



L'ACHAT DE 90 % DU CACAO PROVIENT DE L'ÉQUATEUR

et plus particulièrement d'une entreprise partenaire depuis plus de 15 ans, qui établit des accords annuels avec les producteurs locaux.



ACHAT DE 40 % DES NOISETTES

dans le cadre d'accords de chaîne d'approvisionnement dans toute la région du Piémont, l'objectif étant d'atteindre une couverture de plus de 50 % dans les années à venir.



UNE POLITIQUE RIGOUREUSE SANS OGM ET SANS HUILE DE PALME

une initiative concrète en faveur de la protection de la biodiversité.



ORIGINE ITALIENNE OU EUROPÉENNE DU SUCRE

garantie grâce à des accords avec les fournisseurs.



LANCEMENT D'UN PROJET DE GESTION DES DONNÉES DE LACHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT AGRICOLE

via la blockchain et des étiquettes intelligentes personnalisées, améliorant à la fois la transparence et la traçabilité, garantissant des informations détaillées et fiables sur l'origine et la qualité des produits achetés.

La stratégie de développement durable pour l'approvisionnement en matières premières est axée sur plusieurs initiatives clés.



PROMOTION DE PRATIQUES AGRICOLES DURABLES

qui préservent la biodiversité, préviennent la déforestation et protègent les habitats naturels, notamment en soutenant et en protégeant les travailleurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement, en améliorant à la fois leur niveau de vie et leurs conditions de travail.



SYSTÈMES DE DILIGENCE RAISONNABLE ET DE SUIVI DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

pour garantir une résilience à long terme, nous permettant de contrôler et d'améliorer continuellement nos opérations.



CONVERSION AGRICOLE LIBRE

afin d'empêcher la conversion de terres protégées à des fins agricoles, en promouvant une agriculture qui ne menace pas les zones plus sensibles.



ÉVALUATION DES RISQUES DE DÉFORESTATION

afin d'atténuer les risques de déforestation et de perte de biodiversité, en veillant à ce que les activités du groupe n'endommagent pas les écosystèmes naturels.



AMÉLIORER LA QUALITÉ DES SOLS

grâce à des pratiques agricoles durables, en garantissant la durabilité de toutes les matières premières utilisées dans nos produits.



PRÉVENIR LES CRISES ENVIRONNEMENTALES ET SOCIALES

par la promotion de normes élevées, y compris l'adoption de pratiques qui minimisent l'impact sur l'environnement et améliorent le bien-être des communautés locales.



Noisettes Zero Km

+15 000

QUINTAUX DE
NOISETTES CHAQUE
ANNÉE

Strictement et exclusivement italienne, et en grande partie d'origine piémontaise, ce dont nous avons toujours été extrêmement fiers.

Nous avons toujours accordé une attention particulière à la mise en valeur du territoire, historiquement lié et adapté à une production agricole de qualité : Les noisettes du Piémont, de la variété *Tonda Gentile*, sont universellement reconnues comme étant parmi les meilleures au monde en termes de qualité : une qualité que notre Groupe a historiquement sélectionnée pour tous les produits de la marque Novi.

Ce choix historique et réfléchi rend pertinent le *projet de chaîne d'approvisionnement « zéro kilomètre »* que notre Groupe entreprend avec Coldiretti depuis 2010. En effet, nous nous engageons à acheter chaque année plus de 15 000 quintaux de noisettes à plus de 500 producteurs locaux affiliés, valorisant ainsi la production régionale.

Pour renforcer l'activité développée avec Coldiretti, nous avons décidé en 2016 de créer la « *Novi Quality Award* », qui récompense les meilleurs producteurs de noisettes *Tonda Gentile Trilobata*, une excellence des collines piémontaises et un produit envié dans le monde entier.



Notre cacao

Nous sélectionnons une seule variété de cacao, aromatique et très prisée : Arriba Nacional, qui nous vient d'Équateur où nous travaillons avec un fournisseur hautement qualifié lié à Novi depuis plus de 15 ans.

Cette collaboration garantit à Novi un contrôle direct sur l'ensemble du processus (*bean-to-bar*), depuis les producteurs jusqu'aux phases de production des tablettes de chocolat. En 2024, nous avons entamé un processus visant à améliorer la traçabilité de notre chaîne d'approvisionnement, afin de garantir une transparence et une sécurité maximales pour notre chocolat, dont la chaîne d'approvisionnement est l'une des plus importantes pour nous en termes sociaux et environnementaux. Afin de se conformer à la nouvelle réglementation européenne sur la déforestation et la traçabilité, en vigueur à partir du 1^{er} janvier 2025, nous explorons l'utilisation de la blockchain et d'étiquettes intelligentes personnalisées pour gérer les données de la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire. Cela nous permettra de renforcer la collaboration avec nos fournisseurs et de garantir le respect des normes nouvellement décrites. Nous rendrons compte de l'avancement de ce projet dans le prochain rapport sur le développement durable 2024.

POUR UNE CROISSANCE DOUCE VERS L'AVENIR

Nous regardons l'avenir avec les yeux de ceux qui ne sont pas pressés d'arriver, de ceux qui agissent avant de privilégier les espoirs aux réalisations. Nous préconisons une croissance « bonne » et durable qui minimise les risques et amplifie les bénéfices pour le monde dans lequel nous vivons. Nous avons créé un comité interne sur le développement durable, au sein duquel toutes les unités commerciales de l'entreprise sont impliquées dans une stratégie unitaire qui garantit le respect de normes environnementales, sociales et de gouvernance élevées.

Nous nous engageons à développer nos activités dans le respect de nos valeurs d'intégrité et de transparence et à nous approvisionner de manière responsable, conformément à nos politiques en matière de sécurité alimentaire et de qualité.

Nous travaillons ensemble, en interne et avec nos parties prenantes, pour une croissance douce vers l'avenir.



FAITS MARQUANTS 2023

► **94,3 %**

PART DE LA VALEUR ÉCONOMIQUE
DISTRIBUÉE AUX PARTIES
PRENANTES

► **24,7 %**

PART DE NOVI SUR LE
MARCHÉ ITALIEN DES BARRES
CHOCOLATÉES (LEADERSHIP)

► **141 6 € mln**

DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2023,
SOIT UNE AUGMENTATION DE 15,7 %
PAR RAPPORT À 2022

► **5**

PILIERS STRATÉGIQUES SUR
LESQUELS CONSTRUIRE
L'APPROCHE DE
L'APPROVISIONNEMENT
RESPONSABLE

LA VALEUR ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉE ET DISTRIBUÉE

En 2023, Elah Dufour S.p.A. a enregistré un chiffre d'affaires de 141,6 millions d'euros, avec une croissance de +15,7 % par rapport à 2022.

+15,7 %

**CHIFFRE
D'AFFAIRES PAR
RAPPORT A' 2022**

Cette augmentation est due à une forte croissance du volume des ventes, malgré le déclin du marché des produits de grande consommation en Italie. L'Italie a toujours été le marché le plus important, avec 95,5 % des ventes en 2023. Une gestion financière prudente a permis des investissements stratégiques dans les usines, les nouveaux produits et les marchés étrangers, garantissant une expansion solide et durable.

La valeur économique directe générée et distribuée évalue notre capacité à créer de la richesse et à la distribuer aux parties prenantes. Il comprend les recettes, les frais de fonctionnement, les salaires, les paiements aux bailleurs de fonds, les impôts et les investissements dans la communauté. En 2023, nous avons distribué 94,3 % de la valeur économique générée aux parties prenantes.

VALEUR ÉCONOMIQUE DIRECTE GÉNÉRÉE ET DISTRIBUÉE | 201-1

	2023 (€)
Valeur économique directe générée : revenus	141 633 401 €
Valeur économique distribuée : coûts d'exploitation	122 820 676 €
Valeur économique distribuée : salaires	10 736 812 €
Valeur économique non distribuée : « valeur économique directe générée » moins « valeur économique distribuée »	8 075 913 €

APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

L'approvisionnement responsable d'un point de vue environnemental et social, ainsi que l'assurance de la qualité, représentent pour nous un principe fondamental dans le choix des ingrédients que nous incluons dans les recettes de nos produits.

L'ENTREPRISE A DÉFINI 5 PILIERS FONDAMENTAUX SUR LESQUELS ELLE DÉVELOPPE SES RELATIONS D'APPROVISIONNEMENT.

01

CONSOLIDATION DES RELATIONS DE PARTENARIAT

par le biais de collaborations pluriannuelles ;

02

FIDÉLITÉ DES FOURNISSEURS LES PLUS IMPORTANTS

pour augmenter leur pouvoir d'achat ;

03

QUALITÉ GARANTIE DES MATIÈRES PREMIÈRES

par la rédaction d'un cahier des charges résumant l'ensemble des normes techniques de référence ;

04

ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE TECHNOLOGIQUE

de l'entreprise ;

05

VÉRIFICATION DE LA FIABILITÉ ÉCONOMIQUE

des fournisseurs.

En ce qui concerne la sphère sociale, facteur fondamental pour la chaîne d'approvisionnement dans laquelle elle opère, Elah Dufour S.p.A. promeut une culture de sensibilisation parmi les employés et les partenaires commerciaux afin de garantir le respect des droits de l'homme.

L'entreprise adopte un processus de reporting transparent afin de communiquer clairement les progrès et les défis en matière de droits de l'homme, un élément fondamental de sa culture d'entreprise et de sa mission.

SUIVI DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT EN CACAO

Notre chaîne d'approvisionnement est confrontée à des défis en matière de droits de l'homme et de réglementation. Nous travaillons avec les fournisseurs locaux pour réduire les risques, en développant des projets durables et responsables.

ÉLABORATION D'UN CODE DE CONDUITE

Signé par chaque fournisseur, ce document définira les attentes en matière de respect des droits de l'homme et des normes environnementales et sera étayé par un solide plan de diligence raisonnable.

IMPLICATION CONTINUE DANS LE PROCESSUS D'ÉVALUATION COLLABORATIVE DES RISQUES

L'objectif est une amélioration continue garantissant la conformité et l'excellence de la gestion de la chaîne d'approvisionnement.

POUR UN IMPACT RÉDUIT ET DOUX SUR LA PLANÈTE

Nous travaillons d'arrache-pied pour promouvoir les valeurs de durabilité dans toute notre gamme de produits, en simplifiant le nombre d'ingrédients, en raccourcissant autant que possible le parcours des matières premières, en ne sélectionnant que des produits d'origine naturelle et issus de chaînes d'approvisionnement contrôlées.

Conscients de l'impact de notre secteur, nous agissons par le biais d'initiatives concrètes et pratiques pour protéger la biodiversité,

améliorer la qualité des sols, promouvoir des pratiques agricoles responsables et innover dans le suivi de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Une idée de l'économie circulaire qui nous place à l'avant-garde en matière d'optimisation des emballages et de maximisation de la réutilisation des déchets de traitement.

Un travail quotidien, pour un impact réduit sur la planète.



FAITS MARQUANTS 2023

► **40 %**

**PART DE NOISETTES
DU PIÉMONT**

(1 500 TONNES ACHETÉES CHAQUE ANNÉE À
PLUS DE 500 PRODUCTEURS DU PIÉMONT)

► **82 %**

**PART DES MATÉRIAUX
RENOUVELABLES UTILISÉS
DANS LES EMBALLAGES**

► **3,8 tonnes**

**DE PLASTIQUE ÉCONOMISÉES
GRÂCE AUX INITIATIVES
D'ÉCOCONCEPTION**

► **23 tonnes**

**DÉCHETS DE PRODUCTION ÉVITÉS
ET TRANSFÉRÉS AU SECTEUR DE
L'ALIMENTATION ANIMALE EN 2023**

UTILISATION DE L'ÉNERGIE ET CHANGEMENT CLIMATIQUE

Les besoins en énergie internes de l'entreprise sont principalement liés à l'utilisation du gaz naturel (méthane) et de l'électricité, qui sont utilisés à des fins technologiques et civiles. L'utilisation de carburants (diesel) n'est pas particulièrement importante. L'électricité utilisée provient d'un processus de cogénération qui utilise la chaleur dégagée par la production d'eau chaude. Les données de 2023 ont été analysées et déduites des factures d'achat, exprimées en GJ.

► **133 874 GJ**

GAZ NATUREL

DONT ÉLECTRICITÉ

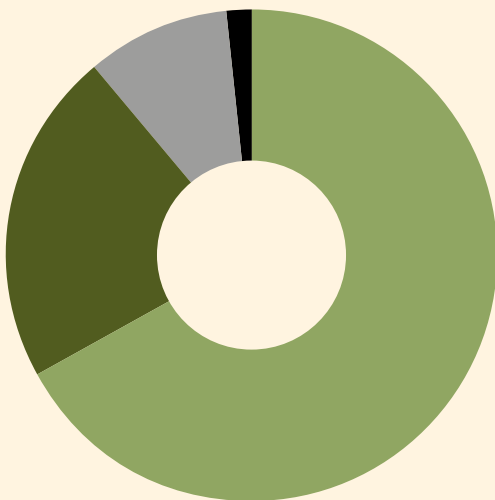
AUTOPRODUITE : 33 078 GJ

► **14 105 GJ**

ÉLECTRICITÉ DU RÉSEAU

► **2 270 GJ**

DIESEL



Gaz naturel _____ **67,1 %**

Électricité autoproduite _____ **22,0 %**

Électricité du réseau _____ **9,4 %**

Diesel _____ **1,5 %**

GESTION DES DÉCHETS ET ÉCONOMIE CIRCULAIRE

En 2023, environ 1 032 tonnes de déchets ont été produites, provenant des processus de production et d'activités secondaires telles que les produits chimiques de laboratoire pour l'analyse ou le soutien à la production (par exemple, l'emballage, la maintenance, le nettoyage, etc.).

Sur ce total, environ 1 029 tonnes sont considérées comme des déchets non dangereux, tandis qu'environ 3 tonnes sont des déchets dangereux. Environ 1 031 tonnes de déchets ont été valorisées, tandis que moins d'une tonne (produits chimiques de laboratoire, résines, solvants, etc.) a été stockée. Une autre

fraction importante des déchets générés par l'entreprise est constituée de sous-produits qui, au lieu d'être éliminés comme des déchets, sont envoyés aux producteurs d'aliments pour animaux. En 2023, environ **23 tonnes de sous-produits ont été envoyées au secteur de l'alimentation animale.**

1 031

TONNES DE
DÉCHETS
ONT ÉTÉ
VALORISÉES



ÉCO-CONCEPTION DES EMBALLAGES

Depuis plusieurs années, l'entreprise s'est engagée dans une démarche visant à réduire l'impact environnemental des emballages.

L'objectif est de réduire le volume global d'emballages utilisés, de simplifier le recyclage en fin de vie et de promouvoir l'utilisation de matériaux recyclés, sans compromettre la sécurité alimentaire et la durée de conservation des produits. L'approche adoptée vise à :

DÉVELOPPER DES CONCEPTS INNOVANTS

qui permettent de réduire le volume et le poids des emballages, d'améliorer l'efficacité logistique et de réduire l'empreinte écologique.

PRIVILÉGIER LES EMBALLAGES MONO-MATÉRIAUX

facilement recyclables, ce qui simplifie le processus de recyclage.

METTRE EN OEUVRE LES MODIFICATIONS

qui ont permis une réduction significative de l'utilisation du plastique.

EN 2023, LES EMBALLAGES ACHETÉS, POUR UN

TOTAL DE
3 557
TONNES

ÉTAIENT À
82 %
RENOUVELABLES

ET À
26 %
RECYCLÉS



En 2023, les emballages achetés, pour un total de 3 557 tonnes, étaient à 82 % renouvelables et à 26 % recyclés.

Poursuivant l'objectif de réduire le poids des différents types d'emballages, nous avons réussi à :



REPENSER L'EMBALLAGE DES BARRES NOVIBLOC DE 150 G

dont le carton de base a été supprimé, ce qui représente une économie de 9,8 g par pièce et un total de 70,9 tonnes de carton ;



RÉDUIRE LES POCHETTES EN PAPIER DES BARRES CHOCOLATÉES,

dont le carton est passé d'un poids de 90g/m² à 80g/m² ;



RÉDUIRE LE POIDS DE LA BOÎTE EN CARTON DES BARRES « NERO-NERO »,

dont le poids est passé de 220g/m² à 195g/m² ;



RÉDUIRE LE POIDS DE LA BOÎTE D'EMBALLAGE EN CARTON

qui contient les emballages individuels des crèmes de table, de 230 g à 225 g ;



ÉLIMINER L'UTILISATION DU PVC

dans la laque thermoscellée de l'emballage en aluminium des barres chocolatées pour un volume total de 89 tonnes par an ;



RÉDUIRE L'ÉPAISSEUR DU FILM UTILISÉ POUR LA PALETTISATION

ce qui a permis de réduire la quantité de matériau de 29,4 % ;



ÉLIMINER LA FENÊTRE EN PLASTIQUE DES SACS DE PRALINES ET D'ŒUFS

ce qui a permis de réduire de 31 % l'utilisation du plastique dans ces produits, ce qui a permis de diminuer la quantité totale de plastique de 3,8 tonnes par an.

POUR UN BIEN-ÊTRE DOUX ET PARTAGÉ

Nous pensons qu'investir dans la formation et le développement de chaque employé est un facteur clé du développement de l'entreprise, en promouvant leur potentiel dans le cadre d'un système de protection sociale qui continue à rechercher le meilleur équilibre entre la vie privée et le travail.

Un engagement envers les personnes qui dépasse les frontières de l'entreprise, grâce à l'intensification des collaborations visant à défendre activement les droits humains

des femmes et des enfants dans les chaînes d'approvisionnement dans lesquelles nous opérons. Développer les relations avec les communautés locales, financer des projets d'inclusion - du sport à l'école, de l'économie aux soins de santé - et garantir aux consommateurs la meilleure qualité et la plus grande sécurité des produits.

Ensemble, pour un bien-être doux et partagé.



FAITS MARQUANTS 2023

► **195**

EMPLOYÉS

► **91 %**DE TRAVAILLEURS
EMBAUCHÉS SUR UNE
BASE PERMANENTE► **+15 %**DU PERSONNEL
EN 2023► **1 128 991 €**DE DONS ET DE PARRAINAGES
OFFERTS EN 2023► **1 250**HEURES DE FORMATION
OFFERTES AU PERSONNEL
EN 2023

EMPLOI ET BIEN-ÊTRE DE NOS COLLABORATEURS

Notre implication repose sur l'établissement de relations de confiance avec les employés et la communauté locale.

195
EMPLOYÉS

Nous valorisons les personnes grâce à un environnement et une culture de travail collaboratifs et transparents, encourageant le dialogue et la participation active. Nous pensons que des relations solides et responsables sont la clé de la création d'une valeur réelle et durable.

Au 31 décembre 2023, l'entreprise comptait 195 employés, dont 178 ont été embauchés sur une base permanente et 17 sur la base d'un contrat à durée déterminée. Les femmes représentent 28 % de la main-d'œuvre, contre 72 % pour les hommes.

Nous nous engageons à créer et à maintenir des lieux de travail accessibles et inclusifs, en éliminant toute forme de discrimination ou d'exclusion fondée sur le sexe, l'âge, le handicap, la race, la religion, l'affiliation politique et/

ou syndicale, la langue ou l'état de santé des différents interlocuteurs. En 2023, aucun incident de discrimination n'a été signalé dans le cadre de notre procédure formelle.

Plus de 1 250 heures de formation ont été dispensées au personnel de l'entreprise à tous les niveaux au cours de l'année 2023. Outre la formation obligatoire en matière de santé et de sécurité au travail, des cours spécifiques ont été organisés en 2023 pour tous les départements de l'entreprise, portant sur les aspects techniques de la maintenance, l'hygiène et la sécurité alimentaire, la qualité, l'étiquetage et le développement durable. Elah Dufour S.p.A. a déjà planifié une série d'activités de formation pour 2024, qui impliqueront l'ensemble du personnel pour des sujets d'expertise spécifique.



RELATIONS AVEC LES COMMUNAUTÉS LOCALES

Fidèle à ses origines, l'entreprise a toujours considéré comme fondamental le lien avec le territoire sur lequel elle opère, reconnaissant l'importance d'enraciner profondément son activité dans la communauté locale et de contribuer activement au développement par des dons philanthropiques.

En 2023, les dons d'Elah Dufour S.p.A. s'élèvent à

€ 1 128 990,86

répartis comme suit :



€ 794 820,98

POUR DES PARRAINAGES DANS LES DOMAINES
DU SPORT ET DE LA CULTURE



€ 126 113,58

POUR LES COTISATIONS DES MEMBRES POUR
LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE ET DE LA
FORMATION



€ 208 056,30

POUR D'AUTRES DÉPENSES EXTRAORDINAIRES

SATISFACTION DES CLIENTS ET DES CONSOMMATEURS

La capacité à satisfaire les demandes de nos clients et, par conséquent, des consommateurs, est l'une des prérogatives fondamentales de notre mode de fonctionnement.

L'objectif est de fabriquer des produits italiens à partir de matières premières de qualité, mais à un prix moyen accessible sur le marché.

L'entreprise dispose de son propre laboratoire de recherche et développement et d'analyses chimiques et microbiologiques qui, grâce à l'expertise des personnes qui y travaillent et à l'approche organisationnelle adoptée, est en mesure de répondre rapidement aux besoins du marché. De plus, elle a mis en place depuis plusieurs années la **certification FSSC 22000**, une norme spécifique pour la protection de la sécurité alimentaire reconnue au niveau international.

Grâce à ces initiatives, et à l'engagement sur le front de la communication, l'entreprise peut compter **sur plus de 230 000 consommateurs** (ce chiffre passera à plus de 300 000 au cours de l'année 2024).



Novi, chocolat officiel du Giro d'Italia

Le Giro d'Italia est un héritage unique qui unit le pays et valorise le territoire, apportant avec lui passion, sacrifice, respect, histoire, tradition, innovation et responsabilité sociale : des valeurs que nous partageons pleinement et qui nous ont amenés, depuis 2020, à être le Chocolat Officiel de la *Corsa Rosa*.



Grâce à la marque Novi, nous sommes présents sur les 21 étapes avec des activités de communication et de divertissement, du départ à l'arrivée et avec la *Carovana del Giro*, où notre pick-up personnalisé et la mascotte *Nocciolino* animent le parcours en attendant les cyclistes. Les espaces d'accueil, où sont positionnés les produits, reçoivent plus de 200 clients, prospects et collaborateurs par édition.

La passion du vélo est dans notre ADN. En 1952, nous avons commencé notre premier parrainage dans le domaine du sport, avec une

rencontre cycliste à Lanciano, en présence de Gino Bartali. Novi Ligure, notre maison, est liée aux grands champions Costante Girardengo et Fausto Coppi, auxquels nous rendons hommage aujourd'hui encore par des images placées à l'intérieur et à l'extérieur de notre usine de Novi Ligure.

Jusqu'en 2026, nous serons également les partenaires exclusifs du Tour de France, qui partira pour la première fois d'Italie en 2024, avec une édition spéciale de Crema Novi et des activités dédiées aux consommateurs français.



**CONSULTEZ NOTRE RAPPORT COMPLET SUR LE
DÉVELOPPEMENT DURABLE EN CLIQUANT ICI**



Elah Dufour Spa

Quartier général : Strada Serravalle, 73 - 15067 Novi Ligure (AL)

Siège social : Via Piandilucco, 7/A int. 3 - 16155 Genoa (GE)

Le résumé du rapport sur le développement durable a été élaboré en collaboration
avec ProGest Srl. | HYPERLINK "<http://www.pro-gest.it/>"www.pro-gest.it

Rédaction et conception graphique

common.

elah-dufour.it

