

Delaviuda
Confectionery Group

Construisons un monde plus doux

20
20

**Rapport de
développement
durable**

20
21



IND

EX

- 6 À propos de Delaviuda Confectionery Group
- 20 Reconnaissants
- 28 Consolidation de la Bonne gouvernance
- 36 Notre personnel, plus que jamais protagoniste
- 58 Engagement envers la terre
- 82 Efficacité et profitabilité
- 98 Passion pour les amandes

Message du Président Directeur Général

Cher lecteur

Fidèle au rendez-vous annuel consistant à rendre compte à toutes les parties prenantes de Delaviuda Confectionery Group, j'ai le plaisir de présenter le rapport de développement durable pour l'exercice 2020-2021 dans ce qui sera ma dernière lettre en tant que PDG du Groupe.

La succession dans la gouvernance et la gestion a été l'un des principaux défis de durabilité auxquels notre entreprise familiale a été confrontée cette année. C'est pourquoi, avant de donner un bref aperçu de l'année, je voudrais vous faire part de la manière dont a été conçue et planifiée la succession des organes de direction et de gestion de la Société, ce que nous pouvons considérer comme l'un des principaux jalons de l'année.

Cette décision a été approuvée à l'unanimité par les membres de la famille, les actionnaires et nos administrateurs indépendants ; elle a été communiquée, avec un maximum de transparence et en temps utile, à tous les membres de l'organisation avant sa mise en œuvre en janvier 2022. À compter de cette date, je succéderai à mon père, Alfredo López, en tant que président du Groupe et je passerai le témoin de la direction générale (PDG) à Isabel Sánchez, une professionnelle extérieure à la famille qui a plus de 10 ans d'expérience au sein de DCG et dont l'implication est essentielle pour contribuer à la transformation culturelle et commerciale.

Ce changement dans la direction du Groupe s'accompagne également du renforcement de l'organe de direction du groupe familial, auquel se sont joints récemment Enrique Guzmán (actuel PDG d'Almendralia Ibérica SLU) et des membres de la quatrième génération de la famille.

Au niveau des affaires, le Covid a été une fois de plus un protagoniste indésirable au cours de notre exercice, influençant une grande partie des décisions de notre Groupe.

Nos revenus totaux ont baissé de plus de 15 % par rapport aux niveaux d'avant la pandémie, en raison du déclin de la mobilité et de la consommation hors foyer. D'une part, les ventes de notre activité de confiserie ont été affectées par l'inexistence du tourisme étranger - l'un de nos principaux consommateurs - qui choisit le touron comme principal souvenir gastronomique de notre pays. D'autre part, les limitations de mobilité ont également affecté les ventes de notre activité de barres, car ce produit est principalement consommé à l'extérieur du foyer.

Dans un contexte de grande incertitude, la prudence a été très présente dans notre style de gestion et de décision. Avec peu ou pas de perspectives sur le déroulement des fêtes de fin d'année, nous avons planifié une campagne conservatrice et prudente en termes de prévisions de l'offre et de la demande pour nos produits. À notre grande surprise, la consommation de touron et de friandises pendant le Noël 2020 a été si bonne que nous avons eu du mal à répondre à la demande.

Néanmoins, je tiens à souligner que nous avons clôturé une bonne année en termes économiques et financiers. La génération de flux de trésorerie d'exploitation s'est considérablement améliorée en termes relatifs par rapport aux revenus, et le Groupe est passé à une position de trésorerie nette positive, en remboursant toutes les dettes financières. Comme je l'ai dit précédemment, la prudence a également été présente dans notre gestion financière, où les investissements corporels ont été inférieurs aux niveaux prépandémiques.

En termes de durabilité, je suis très fier des résultats obtenus dans le cadre de nos trois défis stratégiques (internationalisation, désaisonnalisation et innovation), ainsi que des progrès réalisés dans le domaine social et environnemental.

Enfin, je tiens à remercier nos consommateurs, nos clients, nos fournisseurs, nos actionnaires et les membres de notre organisation pour leur soutien. Leur confiance et leur collaboration ont été et continuent d'être fondamentales pour notre progression sur la voie de la durabilité ; et je suis convaincu qu'il en sera de même dans les années à venir, alors que j'assume l'engagement de diriger DCG avec la même passion et le même enthousiasme que ceux avec lesquels j'ai pris le relais de mon père pour piloter la direction il y a 30 ans.

Décembre 2021

Manuel López Donaire
PDG
Delaviuda Confectionery Group



À propos de
**DELA VIUDA
CONFECTIONERY**

GROUP



Fondée au début du XXe siècle dans la ville de Sonseca, à Tolède (Espagne), Delaviuda CG est aujourd'hui un Groupe commercial de premier plan dans le secteur des produits de grande consommation, qui commercialise ses produits de confiserie dans plus de 70 pays.

À partir de ses deux sites de production de Sonseca (Espagne) et d'Artenay (France), le Groupe sert ses clients du commerce de détail traditionnel (hypermarchés, supermarchés et magasins de proximité), le travel retail, les autres canaux alternatifs et les entreprises (B2B).

L'activité du Groupe est organisée autour de deux unités d'affaires

Unité commerciale Marques

Le Groupe est le premier fabricant de marques dans le secteur traditionnel du touron et de la confiserie de Noël.

La Confiteria
Delaviuda



el Almendro



El Almendro est le touron espagnol le plus vendu et le plus apprécié dans le monde

Unité commerciale Artenay Foods

Delaviuda CG est l'un des principaux fabricants de barres et de snacks sur le marché européen, qui développe des projets pour les principaux distributeurs européens de la vente au détail traditionnelle, ainsi que d'autres projets de vente au détail et de B2B.



Delaviuda Confectionery Group, SLU

Almendralia Ibérica, SLU

DELAVIUDA ALIMENTACIÓN, SAU
(100%)
Société espagnole consacrée
au commerce du touron,
confiserie et chocolats

ARTENAY INTERNACIONAL, SL
(100%)
Société espagnole
titulaire des actions
d'Artenay Bars

DELAVIUDA USA, INC
(100%)
Société américaine
consacrée à la promotion
des produits Delaviuda
aux États - Unis

ARTENAY BARS, SAS
(100%)
Entreprise française active
dans le secteur B2B des
snacks, chocolats et barres

Structure de l'actionnariat 30 de juin 2021.
Delaviuda Confectionery Group, SLU et Almendralia Ibérica, SLU appartiennent au même groupe d'entreprises

Jalons de l'exercice

**Mise en œuvre
du Plan Ítaca et
consolidation
des projets dans
le domaine des
ressources humaines**

(gestion par compétences,
conciliation travail - famille et
communication interne)

Certification par le
biais d'un expert
indépendant des
**Bites en tant
qu'innovation
technologique**

Leadership dans
la catégorie des
**barres aux fruits
secs avec la marque
El Almendro**

**Consolidation de
notre stratégie
d'internationalisation
aux États -
Unis et engagement
sur de nouveaux
marchés comme
le Mexique**

Développement
de la gamme
« Cosecha Propia »
en édition limitée
d'El Almendro

Conception du
**plan de
succession
pour le PDG**
du Groupe

Acquisition d'une
**exploitation
irriguée de 125
hectares**
pour la production
d'amandes



Stratégie de Delaviuda CG : transformation et croissance

Notre stratégie de croissance continue de reposer sur les trois principaux défis de l'internationalisation, de la désaisonnalisation et de l'innovation de rupture, en se concentrant sur le développement de nouvelles catégories/produits, l'efficacité, la profitabilité et la recherche d'alliances



Internationalisation

Ces dernières années, nous avons renforcé notre présence sur les marchés identifiés comme clés avec l'ouverture de filiales et de bureaux de vente dans certains d'entre eux. Ce modèle nous rapporte déjà des bénéfices aux États - Unis, qui contribuent déjà à 40% du chiffre d'affaires des ventes internationales de marques, avec une augmentation de 7 points par rapport aux ventes de marques de l'année précédente. Cette stratégie nous permet de maintenir notre position de leadership pour la période de Noël et de rechercher de nouvelles opportunités de croissance tout au long de l'année.

Au cours de cette année, nous avons renforcé l'équipe internationale avec l'incorporation d'un nouveau directeur de département, avec une longue carrière professionnelle dans le commerce international. Nous avons également ajouté à l'équipe un directeur régional au Mexique, qui possède une grande expérience dans la consolidation de la stratégie de croissance dans ce pays.

Les résultats de cette stratégie commencent déjà à être perceptibles :

- En Amérique latine, nous avons renforcé notre structure dans certains pays.
- Aux États - Unis, nous poursuivons une croissance à deux chiffres.
- Au Portugal, nous avons atteint le leadership parmi les principaux clients de détail.
- Et en Asie et au Moyen - Orient, nous continuons à nous adapter aux demandes et aux besoins de nos principaux clients.



Désaisonnalisation

Notre stratégie de désaisonnalisation repose sur trois piliers : la vente de nos produits sur les marchés internationaux, le développement de snacks sains en dehors de la période de Noël et le développement de nouvelles catégories de produits.

Dans ce sens, nous travaillons sur différentes propositions d'indulgence aux amandes (El Almendro) et au chocolat (Delaviuda).

Avec la marque El Almendro, notre objectif est de continuer à développer et à renforcer la gamme de barres aux amandes. Une alternative de plaisir sain qui est très bien accueillie par les consommateurs, positionnant la marque comme leader dans la catégorie des barres aux fruits secs et enregistrant une croissance de 86,5% par rapport à l'année précédente.

Dans le cas de Delaviuda, notre engagement est de croître dans la catégorie du chocolat sur les marchés où nous avons déjà une notoriété de la marque grâce au Noël.



**Notre objectif est
d'atteindre un
consommateur
plus jeune**



Innovation de rupture

Nous sommes le fabricant qui offre aux consommateurs la manière la plus innovante de tirer plaisir du touron. À cet égard, il convient de souligner les bâtonnets de touron, qui ont consolidé leur position comme l'une des références clés et ont un grand impact sur les ventes. La marque Delaviuda a également innové dans les formats et a continué à augmenter la gamme des Sticks, qui répondent aux attentes de nos consommateurs avec le **lancement de nouvelles saveurs de dessert.**

En termes de développement, notre grand pari a été les Thins - El Almendro, lancés sur le marché au Noël 2021.

Résultats économiques et perspectives

Résultats de l'exercice

Principaux agrégats financiers (en milliers d'euros)	2019-2020	2020-2021
Chiffre d'affaires	106.118	99.564
Valeur générée	77.872	73.153
EBITDA	-838	3.357
Flux de trésorerie d'exploitation	395	8.676
Investissements	4.937	1.237
Actif net	39.178	38.856
Total des actifs	85.197	85.205
Dette financière nette	3.292	-5.752
Fonds de roulement	33.528	30.447



La prudence et la discipline financière ont continué à guider la gestion et la stratégie du Groupe

Dans ce contexte incertain, Delaviuda Confectionery Group a réalisé un chiffre d'affaires global de 102 millions d'euros au cours de l'exercice clos le 30 juin 2021, contre 99'5 millions d'euros l'année précédente.

Le marché national a représenté 50,50% du chiffre d'affaires, tandis que le marché international en a représenté 49,50%. Le volume de production a atteint un chiffre d'environ 15 millions de kilos, similaire à celui de l'année dernière.

Les ventes de Delaviuda Confectionery Group ont été considérablement touchées par la crise sanitaire mondiale.

Dans le cas des ventes de l'unité commerciale Artenay Foods, les confinements continus (totaux ou partiels) dans des pays tels que l'Espagne, la France et le Royaume - Uni ont entraîné une baisse significative des ventes, ce produit étant principalement consommé à l'extérieur du foyer. Une fois les restrictions sanitaires levées, les ventes ont commencé à reprendre rapidement.

Par ailleurs, les ventes de l'activité de confiserie de marque ont été affectées, car la pandémie a eu un impact sur les différents canaux dans lesquels les marques sont présentes.

Le canal de vente **Travel Retail** a été le plus touché, avec des baisses de plus de 80%, en raison de la faible activité du tourisme international, notamment affecté par les restrictions de mobilité et les exigences sanitaires (quarantaines, tests obligatoires, etc.).

En raison de l'incertitude générée par l'évolution du Covid, le Groupe a maintenu, dès le début de l'année, une approche prudente quant aux prévisions de la demande pour la **période de Noël**. Pendant la campagne, nous avons adapté notre capacité de réponse, en termes d'offre et de fourniture, aux besoins du marché, ce qui a contribué à ce que les ventes dans le canal des confiseries de Noël soient conformes aux attentes.

Le canal **des colis de Noël** a été plus actif que prévu, car il a fonctionné comme un substitut que les entreprises ont choisi lorsqu'il était impossible d'organiser des rassemblements de Noël.

Le Groupe a affiché des améliorations remarquables dans des **agrégats financiers pertinents**, notamment un flux de trésorerie d'exploitation de 8,7 millions d'euros, qui a permis de rembourser intégralement la dette financière nette et de générer un excédent de trésorerie.

Le **flux de trésorerie d'exploitation positif** est le résultat de la combinaison de la capacité de l'entreprise elle-même à générer des liquidités, d'une bonne gestion des stocks (maintien des stocks aux niveaux les plus bas sans compromettre la production) et de la gestion du recouvrement.

En revanche, le Groupe n'a plus de **dette financière nette**, favorisé par l'amélioration des flux de trésorerie et la réalisation des investissements productifs nécessaires.

Tendances et perspectives du secteur

La **snackification** et les **nouveaux formats de commodité** sont une tendance de consommation qui a commencé à émerger ces dernières années. Dans ce domaine, nous nous efforçons d'attirer de nouveaux consommateurs sur le marché traditionnel du touron, du chocolat et du praliné, en nous appuyant sur notre esprit d'innovation. Ainsi, nous continuerons à concevoir des formats révolutionnaires et des propositions de consommation adaptées aux nouvelles préférences des consommateurs, comme les « Bâtonnets de Tourn », « Bites » et « Thins » d'El Almendro, ou les « Sticks » de Delaviuda, qui ont révolutionné la consommation d'un produit traditionnel comme le touron.

Ces dernières années, nous assistons à une tendance à la « chocolatisation » de Noël, ainsi qu'à une augmentation de la consommation d'autres friandises de Noël, comme le Panettone italien. Nos marques sont prêtes à répondre à ces nouvelles demandes, notamment en proposant davantage de recettes avec des pourcentages plus élevés de cacao et en développant de nouvelles gammes telles que la famille Panettone.

Nous ne sommes pas non plus insensibles à la demande croissante de **produits indulgents et sains**, ainsi qu'à l'importance d'un étiquetage propre. Cela se traduit par le développement de produits fabriqués avec des ingrédients naturels, facilement reconnaissables et sains.



« Les consommateurs sont de plus en plus intéressés par la dégustation de produits savoureux et sains. Les ingrédients naturels et savoureux, tels que les amandes et les fruits secs, constituent une bonne alternative de consommation, car ils allient indulgence et commodité. Les résultats obtenus confirment la tendance vers ces préférences de consommation, nous allons donc continuer à travailler dans ce sens en vue de nouveaux développements ».

Francisco Rodríguez Flores,
Directeur général de marques de Delaviuda CG



RECONNAISSANTS



1927

Un jeune couple marié, **Manuel López et María Rojas**, ouvre une petite confiserie dans la ville de Sonseca (Tolède).



Delaviuda

Sonseca

Orgaz

Manzanque

Los Yébenes

Marjaliza

María Rojas



30's

En 1939, María est devenue veuve avec deux enfants et a repris l'entreprise familiale. Des consommateurs sont venus de tout le pays pour goûter aux « *dulces de la viuda* » (friandises de la veuve). Ils ne le savaient peut-être pas, mais ils ont involontairement baptisé notre marque emblématique « Delaviuda » de son nom.

« **Delaviuda a toujours fait partie de ma vie. Je me souviens que, dès mon plus jeune âge, je travaillais à la boulangerie et que j'assistais aux réunions de famille où les grandes décisions étaient prises.** » Manuel López



Les années

60

Première usine industrielle

et

77

Deuxième usine

Alfredo López Rojas, fils de María Rojas, a repris la gestion de l'entreprise familiale et l'a fait grandir. Grâce à ses efforts et à sa ténacité, il a réussi à créer un réseau de distribution et de commercialisation à l'échelle nationale. L'usine située à Sonseca a également été ouverte à la fin des années 70.





90's

Manuel López, troisième génération de la famille, est nommé PDG et entame une deuxième phase d'expansion et de croissance de l'entreprise. L'entreprise intègre les marques « **Monerris Planelles** » et « **El Almendro** ». Delaviuda Alimentación devient la première entreprise du secteur de la confiserie de Noël, en réunissant trois des marques les plus appréciées et reconnues par les consommateurs.



« Je crois au leadership par l'influence et non par l'autorité ».



2000

Au tournant du siècle, le Groupe s'est engagé dans la voie de la diversification et de l'internationalisation.

Au cours de la première décennie des années 2000, le Groupe a acquis 50% d'Artenay Bars, SAS, une société française leader dans la production et la distribution de barres de céréales et de muesli.

Les processus de confiserie de chocolat ont également été développés et renforcés.



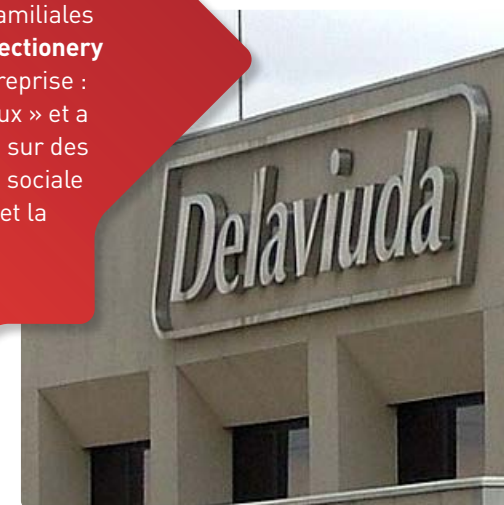
Manuel López Donaire nouveau PDG de la société

1992



2013

En 2013, le Groupe d'entreprises familiales a adopté le nom de **Delaviuda Confectionery Group**, intégrant une devise d'entreprise : « Construisons un monde plus doux » et a commencé à travailler activement sur des aspects tels que la responsabilité sociale des entreprises, la réputation et la communication.



Construisons un monde plus doux

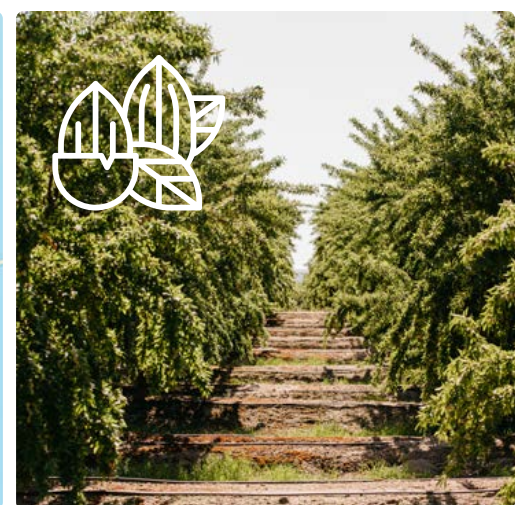


2015

Le Groupe affiche clairement son engagement en faveur de **l'innovation et de l'internationalisation** avec la construction d'un centre de R&D&I à Sonseca et l'ouverture d'une filiale à Miami (USA).

La famille López signe un protocole familial pour garantir la durabilité de la gestion de l'entreprise, un autre des objectifs majeurs du Groupe.

Lancement de nouveaux projets : **Almendralia**.



« L'innovation (à tous les niveaux) est l'un des éléments différenciateurs de notre proposition de valeur ». Manuel López



2016



Progrès dans la diversification avec l'acquisition d'une participation de 100% dans Artenay Bars SAS.

Nouvelle approche stratégique de la croissance : établissement de nouveaux défis stratégiques (désaisonnalisation, internationalisation et innovation, réinvention de Noël) et mise en œuvre d'un processus de transformation culturelle.



2017-2018



Mener le changement et la **transformation de l'entreprise** par la transformation culturelle : les personnes, au cœur du management, sont le levier du changement nécessaire pour relever nos défis stratégiques.



2018-2020



Progrès dans la transformation culturelle :

Plan de conciliation (certification efr) et création de l'Université des talents de DCG...

La marque emblématique **El Almendro** actualise son image de marque et entre dans de nouvelles catégories de produits toute l'année avec les barres El Almendro.

El Almendro et Delaviuda se positionnent, au sein du secteur, comme des marques leaders en matière d'**innovation de rupture** dans leur secteur.

Consolidation de la stratégie d'internationalisation : renforcement de notre présence physique à destination dans les pays clés et adaptation - consolidation du portefeuille de produits.

« J'apprécie et valorise la confiance, le soutien inconditionnel et l'ouverture au changement que ma famille m'a témoignés en menant ce projet ».

DCG
Talent University

Nous grandissons avec vous



2021

Plan de succession :

Manuel López est nommé Président du groupe d'entreprises familiales et passe le relais de la direction à Isabel Sánchez en tant que PDG de Delaviuda Confectionery Group, pour se consacrer exclusivement à la direction du conseil d'administration du groupe d'entreprises familiales.



Consolidation de la



GOUVERNANCE

Continuons à avancer

tous ensemble, avec engagement et ambition, pour faire de la Delaviuda CG du futur une entreprise familiale durable et à impact social. >>>

Manuel López Donaire

Assurer la durabilité du Groupe a toujours été l'une des priorités de l'actionnaire. À cette fin, un protocole familial a été signé il y a cinq ans, jetant les bases qui doivent guider la gestion future de Delaviuda Confectionery Group. Convaincu qu'il s'agit d'une étape nécessaire pour assurer la pérennité de notre Groupe, il était prévu que le PDG du Groupe, Manuel López Donaire, quitte ses fonctions en janvier 2022 afin de concentrer tous ses efforts, ses connaissances et son expérience sur la direction du Conseil d'Administration du groupe d'entreprises. Une tâche à laquelle il faut s'atteler exclusivement et dans une optique de long terme, sans la pression de la gestion quotidienne, en garantissant la pérennité du Groupe d'entreprises dans le temps.

Ce changement s'accompagnera du renouvellement des organes de direction et de gestion, initiant une étape de transition qui permettra à la nouvelle Présidente Directrice Générale du Groupe, Isabel Sánchez, de prendre progressivement les rênes de la gestion de l'entreprise.

Modèle de gouvernement et de gestion

Les différentes entreprises qui composent Delaviuda Confectionery Group ont leurs propres organes de direction. Dans le cas de la société mère, Delaviuda Confectionery Group, S.L.U., Manuel López Donaire est l'administrateur unique de la société.

En outre, pour le groupe d'entreprises qui constitue Delaviuda CG, il existe les comités suivants qui contribuent à sa gouvernance et à sa gestion.

Conseil consultatif d'entreprise



Composé du PDG, de trois membres actionnaires (appartenant à la troisième et quatrième génération) et de deux administrateurs indépendants, qui sont renouvelés tous les cinq ans, ayant une grande expérience du monde des affaires. Ce Conseil se réunit dix fois par an et joue le rôle de mentor, de superviseur et de moteur du Comité de Direction, en le conseillant sur les questions stratégiques liées aux finances, au marché et aux produits, aux concurrents et aux technologies.

Comité de Direction



Ce comité supervise le développement et la mise en œuvre de la stratégie du Groupe, le contrôle des budgets et la coordination des activités menées par les différentes divisions et départements. Ce Comité est composé du PDG et des quatre directions générales et se réunit tous les mois.

Comité des Investissements



Il est composé de représentants de tous les secteurs du Groupe et ils sont chargés de prendre les décisions relatives aux investissements du Groupe. Ils se réunissent sur une base trimestrielle.

Comité de Suivi et d'Innovation



Son objectif est de promouvoir et de superviser l'innovation au sein du Groupe de manière transversale. Il est composé de 12 chefs des différents services et de 6 personnes itinérantes. Il se réunit tous les quinze jours.

Le Comité de crise, mis en place au cours de l'exercice 2019 - 2020 dans le cadre de la crise sanitaire pour mettre en œuvre des mesures de prévention, de contrôle et de suivi, est resté actif au cours de cet exercice. Le Comité, composé d'une équipe interne spécialisée dans les questions juridiques, de ressources humaines, de santé et de sécurité, et de systèmes d'information du Groupe, a continué à se réunir régulièrement pour assurer le suivi de la crise.

Structure organisationnelle

La structure organisationnelle est configurée pour répondre aux défis stratégiques du Groupe. Il est actuellement composé du Président Directeur Général et de quatre directions générales : Direction Générale des Opérations, Direction Générale Entreprise, Communication et RH, Direction Générale Commerce des marques et Direction Générale des unités d'affaires d'Artenay Foods.

Nous entretenons une attitude transparente avec chacune de nos parties prenantes, auxquelles nous fournissons, au moment opportun et de manière objective, les informations dont elles ont besoin.

Nous préconisons de prendre des décisions fondées sur le bon sens et le bon jugement. À cette fin, avant de prendre toute décision, nous concentrons nos efforts sur l'analyse et le contraste de toutes les informations jusqu'à l'évaluation de la dernière conséquence, en prenant toujours des décisions dans les limites d'un seuil de risques assumables.

Transparence



Fiabilité



Comprise comme un ensemble de quatre valeurs fondamentales : intégrité, compétence, engagement et fiabilité.

Prudence



Persévérance



Nous nous engageons à atteindre nos objectifs de manière éthique et avec succès, en surmontant tous les obstacles qui peuvent apparaître en cours de route.

Soutenus par nos valeurs

Culture d'entreprise

Notre mission est de « construire un monde plus doux », en inspirant des relations de confiance avec nos parties prenantes : les personnes qui composent Delaviuda CG, nos clients et consommateurs, nos fournisseurs, nos actionnaires et la société en général.

Chez Delaviuda CG, nous mettons tout en œuvre pour réaliser notre vision, qui se matérialise par trois défis majeurs :

- Maintenir notre position de première marque mondiale de « Turrón de España » (touron de l'Espagne).
- Devenir une entreprise de référence internationale dans la production de produits de confiserie de marque.
- Être une entreprise européenne de référence dans la production de barres pour des marques tierces, en satisfaisant tous les besoins de consommation associés à ce produit.

El Almendro, marque responsable

Après 30 ans sans manquer son événement de Noël, El Almendro a pris la décision de ne pas diffuser son spot de Noël tant attendu. Pour nous, il s'agissait d'un exercice de responsabilité sociale car nous avons considéré que les messages et les images que nous véhiculions (retrovailles, embrassades, rencontres...) ne pouvaient pas être cohérents avec les recommandations promues pour lutter contre la propagation du coronavirus.



Conformité réglementaire

Le système de conformité de Delaviuda Confectionery Group est basé sur le Code de conduite, qui nous guide dans le développement de notre activité et dans les relations professionnelles que nous entretenons au quotidien.

Nous avons deux canaux ouverts pour les questions, les irrégularités ou les plaintes : compliance@delaviuda.com et compliance@artenaybars.com. Leur existence est communiquée dans les cours de formation au code de conduite dispensés à notre personnel.

En outre, une communication directe peut être faite avec le supérieur hiérarchique, le département des ressources humaines ou le responsable de la conformité. Au cours de l'exercice 2020 - 2021, aucun type de plainte n'a été enregistrée par les canaux de communication prévus.



Au cours des années précédentes, le Code de conduite et ses canaux de communication ont été diffusés en interne et en externe. Au cours de l'année, la formation des nouvelles recrues s'est poursuivie.

En ce qui concerne les risques non financiers, en prenant comme référence le Code pénal et les normes ISO 31000, 19600 et 37001, ainsi que la norme UNE 19601, les risques les plus pertinents pour le Groupe sont identifiés comme étant les délits contre la santé publique, la publicité mensongère, le blanchiment d'argent et les risques pour la santé des travailleurs découlant de la crise sanitaire provoquée par le Covid-19. Pour chacun de ces risques, il existe différents contrôles visant à les prévenir et les minimiser.

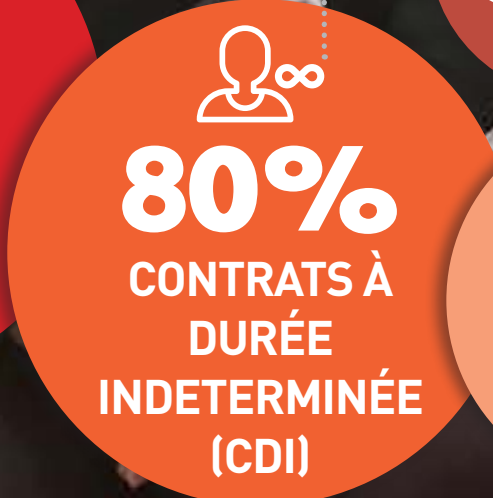
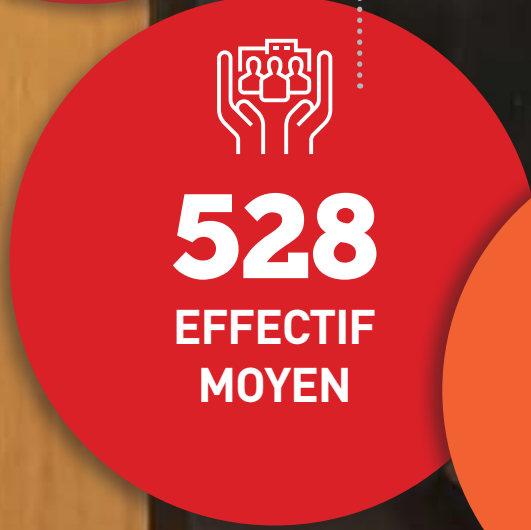
Notre
personnel, plus
que jamais

PROTAGONISTE





Une année de défis au cours de laquelle les performances en matière de gestion des ressources humaines ont été remarquables

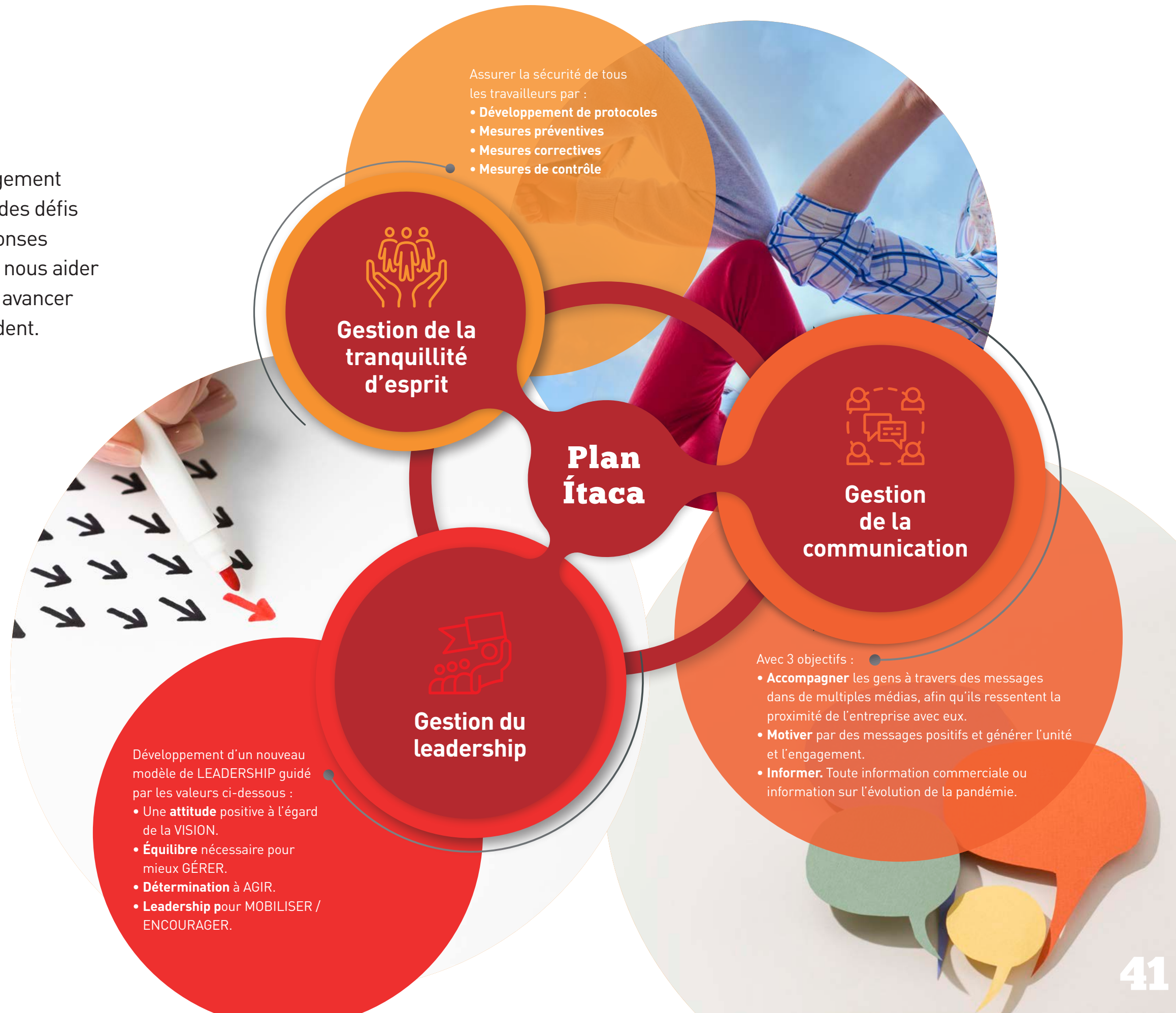


Plan Ítaca

L'incertitude, les craintes et le découragement suscités par la pandémie ont constitué des défis majeurs qu'il fallait relever par des réponses appropriées, cohérentes et fiables pour nous aider à apporter le réconfort nécessaire pour avancer ensemble dans ce scénario sans précédent.

La vision positive des défis nous a rappelé l'histoire d'Ulysse et son retour à Ithaque. Le projet conçu et mis en œuvre par la Direction Générale Entreprise, Communication et Ressources humaines s'est concentré sur trois aspects : **Générer la tranquillité d'esprit** par l'établissement de protocoles et de mesures strictes en matière de sécurité au travail, de prévention et de contrôle ; la **gestion de la communication**, un domaine particulièrement stratégique, pour faire en sorte que tous nos collaborateurs se sentent proches de la direction, reçoivent les informations nécessaires pour résoudre leurs doutes et leurs préoccupations et pour garantir que les mesures de sécurité et leurs modifications parviennent à l'ensemble du personnel en temps voulu ; et enfin, la **gestion du leadership** comme moteur d'une attitude positive, de l'équilibre et de la détermination à AGIR.

Ce projet nous a permis de gérer les impacts de la pandémie, de gagner en résilience, de garantir l'approvisionnement des clients, ainsi que d'assurer la sécurité des employés et la continuité opérationnelle.





Gestion de la tranquillité d'esprit

La gestion de la tranquillité d'esprit a été l'un des principaux domaines de travail pour relever les défis causés par la pandémie. La protection des employés et la promotion d'un environnement sûr et sain ont été l'une de nos priorités. C'est pourquoi des protocoles et des mesures plus stricts ont été mis en place pour minimiser le risque de contagion pour les employés et faire en sorte qu'ils se sentent à l'aise sur leur lieu de travail.

Principales mesures concernant le Covid - 19

Toutes les mesures prises pour contrer les conséquences du Covid-19 ont été convenues au sein des Comités de crise en Espagne et en France, suivant les recommandations des Ministères de la santé. Les actions suivantes sont à souligner :

- Maintien du télétravail dans les postes de travail qui le permettent.
- Contrôle du flux de personnes et réorganisation des équipes d'entrée et de sortie, afin de garantir, d'une part, un contact minimal entre les personnes et, d'autre part, une faible occupation des lieux d'usage commun, conformément aux directives sanitaires dictées par l'Administration publique.
- Développement de protocoles et mise à jour. Six protocoles ont été approuvés par le Comité de crise, qui fournissent des lignes directrices sur les aspects de santé et de sécurité pour les différents lieux de travail ainsi que pour les fournisseurs.
- Fourniture d'EPI : masques, gants, écrans de protection, entre autres.
- Réalisation de tests sérologiques.
- Mise en œuvre des mesures de sécurité, de contrôle et d'hygiène.
- Recrutement de deux personnes dédiées à la prévention.
- Adaptation de la formation à la modalité en ligne.



Une organisation solide

La santé et la sécurité **sont intégrées dans la gestion globale de l'organisation.**

L'entreprise dispose d'un **système d'identification et de gestion des risques**, par le biais d'évaluations des risques et d'actions visant à les éliminer.

Des plans **d'urgence et de secours** sont en place.

Les managers expérimentés jouent un rôle essentiel pour garantir un environnement de travail sûr et sain. Leur contribution à une performance efficace en matière de santé et de sécurité est au nombre de leurs objectifs annuels.

En même temps, la **participation des employés est indispensable pour établir et maintenir la santé et la sécurité au travail.**

Leadership et participation



Faire tout ce qui est en notre pouvoir pour protéger nos collaborateurs

Votre sécurité passe avant tout

Chez Delaviuda Confectionery Group, nous travaillons avec la conviction que les accidents et les maladies sur le lieu de travail peuvent et doivent être évités, conformément à notre politique de santé et de

sécurité au travail. Dans cette optique, notre priorité dans l'entreprise est de créer des conditions sûres et saines pour nos professionnels.

Voici les piliers de notre gestion de la santé et de la sécurité.



Communication, éducation et formation

Culture de sécurité préventive par la communication aux employés et aux contractants.

Formation, encadrement et préparation des employés pour s'assurer qu'ils sont sensibilisés pour éviter les situations dangereuses et réagir rapidement aux événements inattendus.

Ainsi que d'influencer la **formation des entrepreneurs, des fournisseurs et de la communauté** en général.

- Développer et mettre en œuvre un système complet de santé et de sécurité au travail à l'échelle du Groupe.

- Promouvoir une culture de la prévention et assurer la conformité : que toutes les décisions soient prises dans le respect de la réglementation et des piliers et principes fondamentaux de la santé et de la sécurité au travail.

- Obtenir et maintenir des certifications en matière de santé et de sécurité.

- Établir des relations de collaboration avec les différentes administrations publiques compétentes dans ce domaine.

Principes fondamentaux d'action



La communauté, la chaîne de valeur, les contractants et autres parties prenantes

Le **modèle d'entreprise du Groupe est fondé sur la création d'une valeur partagée** pour l'entreprise et pour la société.

Grâce au projet « Construire un monde plus sain », nous promouvons une culture de la prévention parmi les employés et dans les communautés où nous opérons.

Ainsi, au cours de cet exercice, de nombreuses actions ont été réalisées en vue d'atteindre nos objectifs :

Augmenter la formation en matière de PRP (prévention des risques professionnels). Le programme de formation a été mis à jour avec une formation en présentiel et en ligne, qui tient compte des risques généraux et spécifiques sur le lieu de travail. La formation des délégués et des travailleurs a été mise à jour, avec des exposés de formation théorique et pratique sur la manipulation des applicateurs électriques et une formation aux premiers secours, entre autres actions.

Augmenter la sécurité et la prévention dans nos installations, grâce aux méthodes de contrôle et d'identification suivantes : BITNOVA (système de contrôle d'accès), E - COORDINA (gestionnaire de documents des activités commerciales) et INTRAL (plateforme de connaissance des obligations légales en matière d'environnement).

Sensibiliser nos professionnels à l'importance de la prévention et de la sécurité, tant sur le lieu de travail que sur les mesures préventives à prendre pour éviter les expositions inconsidérées.

- « Gagner en santé », une campagne qui a couvert douze thèmes tout au long de l'année.
- Campagne visant à intégrer la perspective de genre dans l'évaluation des risques afin que des situations telles que l'allaitement, les femmes enceintes, le post-partum, etc. soient prises en compte.

Mettre à jour la documentation préventive de l'entreprise par le biais de programmes d'action internes et externes :

- Élaborer le programme annuel du service de prévention.
- Élaborer le document de planification de la prévention proposé et le résultat des évaluations réalisées.
- Réaliser des études sur les accidents et les atteintes à la santé déclarés par l'entreprise.

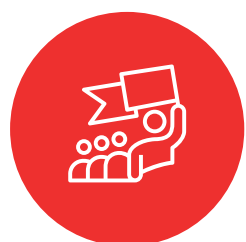


Nous avons réalisé des investissements pour minimiser les risques d'accidents dans nos installations :

- Création d'une barrière physique qui empêche la propagation d'un éventuel incendie de la zone de prélèvement (Picking) vers l'entrepôt automatisé.
- Rénovation technologique de l'installation de détection d'incendie, notamment par le changement des équipements de détection de fumée, des boutons-poussoirs et des boucles de communication dans les zones de production. Les nouveaux équipements installés ont une plus grande sensibilité dans la détection de la fumée et des gaz de combustion pour une détection précoce en cas d'incendie.
- Déviation du trafic de camions accédant aux installations par l'arrière et la route latérale plutôt que par la façade principale, ce qui contribue à réduire le risque d'accidents dus à un écrasement.
- Installation de racks à palettes et de grilles conformément à la protection contre les chutes.
- Modification consistant à placer une bâche d'étanchéité sur le réservoir d'accumulation d'eau pour le réseau de lutte contre l'incendie.

Les taux de fréquence d'accidents ont diminué par rapport à l'année précédente dans les deux pays. Quant au taux de gravité, il a diminué de 13% en Espagne.

	Espagne		France	
Indicateurs de taux d'accidents DCG	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021
Taux de fréquence	33,00	17,77	19,34	13,97
Taux de gravité	0,36	0,32	0,00	0,23



Gestion du leadership

Au cours de l'exercice 2020-2021, nous avons élaboré un nouveau modèle de leadership qui, sur la base de nos valeurs, définit les aptitudes et les compétences d'un leader de DCG (gestion émotionnelle, innovation, prise de décisions, courage et communication). Parallèlement à ce manuel de leadership, nous avons conçu un programme d'accompagnement pour faciliter son application et son évaluation correctes par les directeurs et les cadres intermédiaires.



Équilibre
nécessaire pour
mieux **GÉRER**



Une attitude
positive
à l'égard de
la **VISION**



Détermination à
AGIR



Leadership pour
**MOBILISER /
ENCOURAGER**

DCG

Talent University

Nous grandissons avec vous

A travers notre **DCG Talent University**, nous proposons un catalogue de formation large et varié qui répond aux besoins identifiés. Nous sommes particulièrement fiers du « Proyecto Claustro », un projet qui cherche à partager et à déployer au maximum les connaissances internes des personnes qui composent DCG grâce à des sessions de formation à caractère technique, de compétences et de contenus/actions d'intérêt transversal. Les sessions sont données bénévolement par des membres de l'équipe de DCG, qui mettent leur expertise et leurs

connaissances à la disposition du reste de leurs collègues, au profit du développement des personnes et de la compétitivité du Groupe. À une époque où le télétravail et la distance sociale commençaient à faire sentir leurs effets, cette initiative nous a permis de renforcer et de renouer des liens avec des collègues d'autres domaines avec lesquels nous n'avions apparemment aucune raison d'interagir au quotidien, en encourageant le dialogue, en favorisant les rencontres et en générant un réseau de connaissances, de collaboration et de coopération.

Attitude, équilibre, détermination et capacité de mobilisation, les clés de notre modèle de leadership

Assurer l'épanouissement de nos collaborateurs

Connaître les talents de l'entreprise (haute performance et haut potentiel) et établir des itinéraires de croissance est particulièrement pertinent pour atteindre nos objectifs stratégiques. À cet égard, nous restons déterminés à fournir les moyens nécessaires au développement professionnel de nos employés par le biais d'une formation appropriée en fonction des besoins stratégiques de l'entreprise et de chaque individu.

Jalons de l'année

- Développement de la **matrice des talents** sur la base des informations obtenues dans la carte des talents élaborée en 2018. Cet outil de gestion nous permet d'identifier les personnes clés en fonction de leurs performances et de leur potentiel, ainsi que de définir les plans d'action et de carrière correspondants en fonction des résultats obtenus.
- **Programme de coaching en matière de leadership.** Formation au nouveau modèle de leadership et soutien au processus d'évaluation des performances.
- Conception et mise en œuvre du **plan de formation interne par le biais de l'Université des talents de DCG.**

« **Le Proyecto Claustro a été très satisfaisant pour moi en tant qu'étudiant et formateur. Ce fut une magnifique occasion d'élargir, d'échanger et de valoriser les connaissances qui existent au sein du Groupe. Ce projet nous a également aidés à cultiver l'empathie, à nous sentir plus proches et à mieux nous connaître à un moment où nous étions physiquement éloignés les uns des autres.** »

David Chamorro, responsable de Packaging.

Upskilling Reskilling

Catalogue de formation de DCG

Formation technique

- Hygiène et sécurité alimentaires
- Défense alimentaire (Food Defense)
- Emballage (Packaging)
- Techniques d'impression
- SAP
- Gestion du non - paiement
- Code éthique
- Autres formations

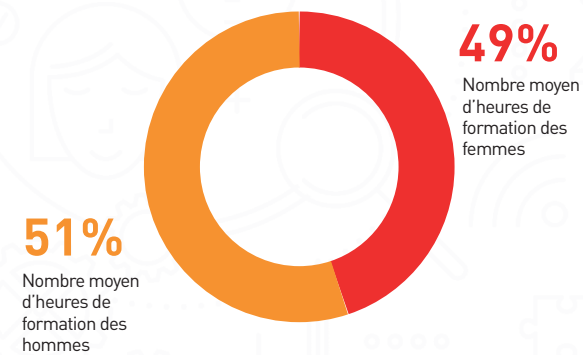
Formation professionnelle

- Empower Yourself
- Négociation
- Leadership pour affronter les difficultés
- Gestion du temps
- Autres formations

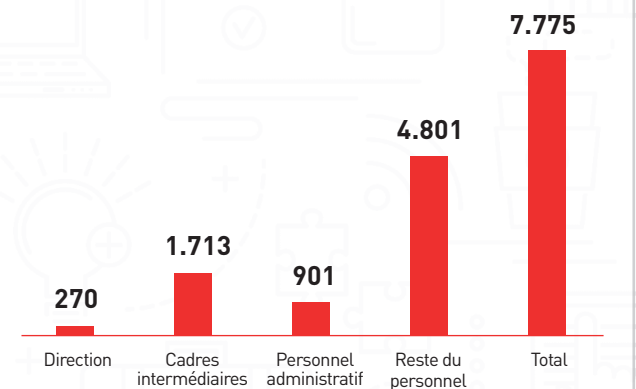
Formation en matière de PRP et d'environnement

- Environnement
- PRP initial

Moyenne d'heures de formation par sexe



Heures de formation par catégorie professionnelle



Évaluation des performances

L'évaluation des performances est un outil de feedback d'information nécessaire qui revêt une importance particulière dans le développement professionnel de nos employés, car elle vise à aligner les attentes, à améliorer les aptitudes et à renforcer les compétences. Pour une mise en œuvre optimale, le secteur des ressources humaines a soutenu les directeurs, les gestionnaires et les chefs de service dans ce rôle.

Cette année, en plus de réaliser ce processus avec l'ensemble du personnel et de le numériser, nous avons mis en place un modèle d'évaluation des personnes dans l'usine, tant pour le personnel CDI que saisonnier.

100%

des employés ont reçu
une évaluation de leurs
performances

Bien que le nombre de cours, le nombre d'heures et l'investissement aient été plus faibles, le nombre de participants a augmenté de 5% par rapport à l'année précédente.

Type de formation	Total heures de formation
PRP	3.363
Technique	3.452
Compétences	38
Autres (langues, etc)	923
Total	7.775



Gestion de la communication

La communication a été un outil fondamental pour atteindre la proximité nécessaire en période d'incertitude, et pour transmettre les informations nécessaires à tous nos collaborateurs au bon moment et de la bonne manière, gagnant ainsi la bataille pour la tranquillité d'esprit et la confiance.

Pour relever les défis décrits, les canaux de communication habituels ont été utilisés : courriels, Newsletter mensuel, télévision dans les zones communes, intranet, affiches, tableaux d'affichage et WhatsApp d'entreprise (questions urgentes).

l'année suivante et qui simplifiera les procédures telles que les demandes de vacances, les demandes de congé et les congés sans solde, entre autres.

Les initiatives suivantes ont été particulièrement pertinentes :

En outre, les travaux ont commencé sur le développement d'une App qui sera disponible



Publications mensuelles où sont publiés les affaires de l'entreprise, la transformation culturelle et commerciale, la RSE, des articles et des nouvelles d'intérêt.

Comme il n'a pas été possible d'organiser le déjeuner de Noël, **le PDG a adressé ses félicitations à chaque employé par le biais d'une vidéo pleine d'émotion, soulignant le travail réalisé au cours de l'année.**

Publication interne trimestrielle qui recueille les témoignages et les expériences de personnes qui apprécient l'expérience que DCG offre à ses employés.

« La communication est la clé de la proximité, de la gestion de la tranquillité d'esprit, de la garantie de la sécurité et du maintien d'un climat de motivation »

Isabel Sánchez Ruiz,
Directrice Générale Entreprise, Communication et Ressources humaines.

Afin de faciliter la déconnexion numérique et de garantir des habitudes saines, notamment à des moments où la quasi-totalité du personnel de bureau était en télétravail, une infographie promouvant les bonnes pratiques a été diffusée.



TELETRAVAIL

1 ORGANISATION

Le télétravail exige une bonne organisation, un sens des responsabilités et de la discipline. Au début de chaque journée, planifiez comment et à quoi vous allez consacrer votre temps de travail dans la journée.

2 « COFFEE BREAK »

Même si vous êtes à la maison, vous n'êtes pas seul ! Prenez le temps de vous détendre et de rencontrer d'autres collègues. Vous pouvez même organiser un café virtuel pour renforcer les relations avec les collègues, la créativité et les bonnes idées circulent mieux quand on est détendu !

3 ETABLISSEMENT DE COMMUNICATIONS

Essayez de maintenir les communications (courriels et appels) dans les limites des heures normales de travail : entre 09h00 et 18h30.

En dehors des heures de travail, vous pouvez programmer l'envoi de l'e-mail le jour ouvrable suivant.

Respectez la déconnexion numérique du destinataire : s'il ne s'agit pas d'une question urgente, une réponse ne sera attendue que le lendemain.

4 UTILISATION APPROPRIÉE DES APPAREILS

Faire un usage raisonnable des dispositifs et outils technologiques pour prévenir les risques de fatigue informatique.

5 LA TENUE DE RÉUNIONS

Respectez les horaires d'arrivée et de départ flexibles pour les réunions (10h00 - 17h00). Faites-le toujours pendant les heures de travail et tenez compte de la pause de midi.

Rappelez-vous la culture des réunions efficaces (ordre du jour, préavis, durée maximale).

6 PÉRIODES DE RÉPOS ET CONGÉS

Activez la boîte de réponse automatique. Si possible, désignez une personne de contact pour les questions urgentes.

Enquête sur notre culture et notre climat de travail

Au cours de l'année, deux questionnaires ont été réalisés en Espagne sur le bien-être au travail, portant notamment sur la confiance et l'engagement envers la société, le style de leadership, le climat de travail, la conciliation entre vie professionnelle et vie privée, la motivation et le développement.

L'enquête a été réalisée en ligne. Afin d'activer la participation du personnel de l'usine, un code QR a été inclus sur les affiches, ce qui leur a permis de répondre à l'enquête depuis leur téléphone portable.

Les conclusions suivantes ont été tirées :

Positif 	• Augmentation significative de la participation, favorisée principalement par la mobilisation du collectif de l'usine. • Bonne ambiance de travail et bonnes relations avec les collègues. • La flexibilité. • Le leadership. • L'engagement. • Les améliorations et les efforts en matière de communication sont perceptibles.	• Développement des compétences intégrées dans le nouveau modèle de leadership, fondamental pour relever les défis de l'entreprise dans les environnements BANI. • Rôle accru de la communication interne et de la transparence : la combinaison du travail à distance et en présentiel accroît l'importance de cet outil de communication avec les employés. • Digitalisation et agilité des processus. • Déconnexion numérique.	En cours 
Plan d'action	• Renforcer la confiance et l'espoir en l'avenir. • Améliorer la communication et la transparence. • Adaptation du modèle de leadership aux nouveaux besoins de DCG.		



190
PARTICIPANTS



53%
Collectif
d'usine

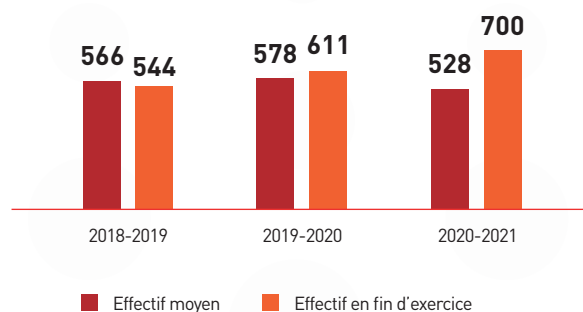


Voici qui nous sommes

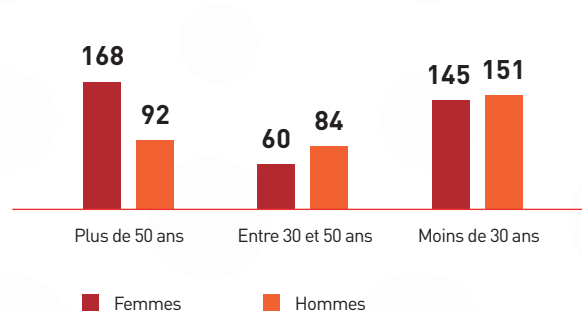
Au cours de l'exercice 2020-2021, l'effectif moyen de Delaviuda CG a atteint le chiffre de 528 salariés. A la fin de l'exercice, le 30 juin 2021, le nombre de salariés a atteint le chiffre de 700.

En raison des périodes de campagne de notre usine en Espagne, ces données ont augmenté de manière significative, atteignant un chiffre de plus de 900 employés à certaines périodes.

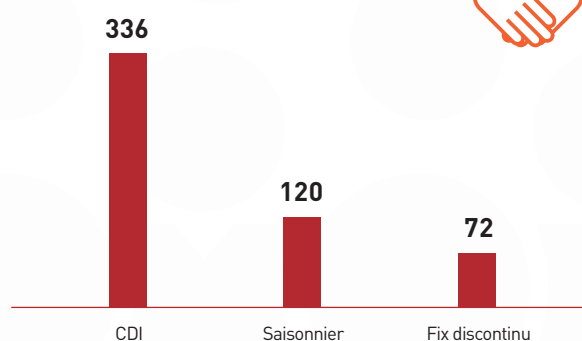
Évolution de l'effectif de Delaviuda Confectionery Group



Effectifs moyens par sexe et tranche d'âge



Effectifs moyens par type de contrat



Effectifs moyens par sexe

Sexe	2019-2020			2020-2021		
	Espagne	France	Total	Espagne	France	Total
Femmes	270	31	301	231	31	262
Hommes	209	68	277	198	68	266
Total	479	99	578	429	99	528

Effectifs moyens par tranche d'âge

Par tranche d'âge	2019-2020			2020-2021		
	Espagne	France	Total	Espagne	France	Total
Plus de 50 ans	163	29	192	157	34	191
Entre 30 et 50 ans	250	61	311	220	55	275
Moins de 30 ans	66	9	75	52	9	61
Total	479	99	578	429	99	528

Effectifs moyens par type de contrat

Par type de contrat	2019-2020			2020-2021		
	Espagne	France	Total	Espagne	France	Total
CDI	241	98	339	238	98	336
Fixe discontinu	70	0	70	72	0	72
Saisonnier	168	1	169	119	1	120
Total	479	99	578	429	99	528

Effectifs moyens par catégorie professionnelle

Par catégorie professionnelle	2019-2020			2020-2021		
	Espagne	France	Total	Espagne	France	Total
Direction	11	0	11	11	6	17
Cadres intermédiaires	46	6	52	49	26	75
Personnel administratif	47	34	81	40	5	45
Reste du Personnel	375	59	434	329	62	391
Total	479	99	578	429	99	528



23

PROMOTIONS INTERNES

Au cours de l'exercice 2020 - 2021, 23 processus de promotion interne ont été réalisés pour pourvoir des postes vacants. En outre, 8 nouveaux employés avec des contrats à durée indéterminée (CDI) et 75 employés saisonniers ont été embauchés.

En même temps, nous nous engageons à assurer l'immersion professionnelle des personnes qui ont terminé leurs études. À cet égard, 26 bourses d'études ont été gérées et 57 % de ces personnes ont été embauchées.



Égalité et diversité

Chez Delaviuda Confectionery Group, nous nous engageons à promouvoir l'égalité, comme le stipulent notre code de conduite, nos politiques et nos processus de gestion des ressources humaines.

De plus, nous disposons de Plans d'égalité pour les centres de travail de Delaviuda Alimentación, SAU et Artenay Bars, SAS, qui ont été préalablement négociés avec les représentants des travailleurs. Ces plans constituent un outil fondamental pour la promotion de l'égalité de traitement et des chances et la conciliation de la vie professionnelle, personnelle et familiale.

L'Institut de la femme de Castilla-La Mancha nous a décerné le « *Distintivo de Excelencia en Igualdad Conciliación y Responsabilidad Social* » (« Distinction d'excellence en matière d'égalité, conciliation travail-famille et de responsabilité sociale »), qui reconnaît le travail que nous faisons auprès des entreprises de la région. Cette distinction est décernée par cette institution tous les deux ans.

Artenay Bars, pour sa part, a obtenu une note de 98 sur 100 en matière d'égalité dans l'indice professionnel qui doit être déclaré et présenté chaque année au ministère français du travail.

Enfin, nous avons intégré des personnes handicapées dans notre personnel. Cette année, nous avons embauché 11 personnes ayant des compétences diverses, soit 2 % de l'effectif, respectant ainsi les exigences de la Loi Générale sur le Handicap.

Un engagement ferme en faveur de la Conciliation

6

Mesures Flexibilité
dans le temps et
l'espace

3

Mesures Soutien
familial

7

Mesures
Développement
professionnel
et personnel

3

Mesures Égalité
des chances

12

Mesures qualité
de l'emploi



Chez Delaviuda Confectionery Group, il existe de nombreuses mesures qui facilitent et favorisent la conciliation travail-famille. Notre Groupe dispose de la certification EFR, qui nous reconnaît comme une entreprise soucieuse de rechercher une conciliation entre la vie professionnelle et la vie personnelle de ses employés.

Cette année, nous avons renforcé le Comité efr, qui est désormais composé de quatre membres : deux du secteur « Ressources Humaines » et deux du secteur « Communication et RSE ».

Tout au long de l'année, de nouveaux besoins en matière de conciliation ont été identifiés, qui se concrétiseront par de nouvelles mesures au cours de l'année à venir. Ces besoins ont été recueillis par le biais de la dernière enquête sur l'utilisation et la satisfaction, ainsi que par les questionnaires sur le bien-être au travail.

ENGAGEMENT

envers la terre





Notre engagement envers la terre dans son double aspect condense le style de relation que nous établissons avec nos communautés, leurs habitants et l'environnement naturel, en générant une valeur économico-sociale et en préservant l'environnement.

+61.000
kg de produits
donnés

6.600
BARRES DONNÉES
pour des événements
sportifs

12.671
MWh
de Consommation
d'énergie

4.670,4
Tonnes D'ÉMISSIONS
DE CO2 CAPTURÉES
par nos plantations
d'amandiers

**CONSUMMATION
D'EAU RÉDUITE DE
20%**
par rapport à l'année
précédente

663 Tonnes
de DÉCHETS
RECYCLÉS

Proximité et engagement

De nombreuses actions confirment le niveau d'engagement et de proximité de ce Groupe familial, qui est particulièrement soucieux et lié à l'environnement où l'entreprise est née et a grandi. Cela se traduit notamment par l'impact économique et social généré par son activité, à travers la création d'emplois directs et indirects, le respect des obligations fiscales, le lien avec le tissu d'entreprises et la communauté locale par le biais de diverses initiatives telles que le don de ses propres produits, la participation à des forums ou la promotion d'initiatives sportives, entre autres.

Valeur générée (en milliers d'euros)	2019-2020	2020-2021
Salaires et rémunérations	13.417	12.536
Cotisations de sécurité sociale	4.463	4.064
Achats	59.247	54.420
Impôt sur les sociétés	0	64
Autres taxes et prélèvements	630	490
Dons	115	92

75%
de nos fournisseurs
SONT LOCAUX

Engagés pour une société meilleure

L'une des marques d'identité du Groupe est sa collaboration avec différentes organisations sociales par le biais de dons de nos produits. Parmi les organisations avec lesquelles le Groupe collabore régulièrement, citons la Banque alimentaire de Madrid, Caritas, la Croix-Rouge, les soupes populaires... Cette année, nous avons accordé une attention particulière aux personnes en situation de vulnérabilité en raison de la crise sanitaire.

À Artenay, nous avons soutenu les organisations suivantes avec le don de barres : Hôpital d'Orléans, Fédération française de sauvetage et de secourisme du Loiret, Centre de vaccination d'Orléans et l'association RDV Solidaires 45.

**DONATION
DE PRODUITS
61.044
kg**

	Delaviuda	Artenay	Total
Donation de produits (kg)	47.772	13.272	61.044

#empresasconcorazón

Dans le but d'aider les personnes les plus touchées économiquement par la pandémie dans la région, nous participons au Programme *Empresas con Corazón* (entreprises qui ont du cœur) par des dons de produits.

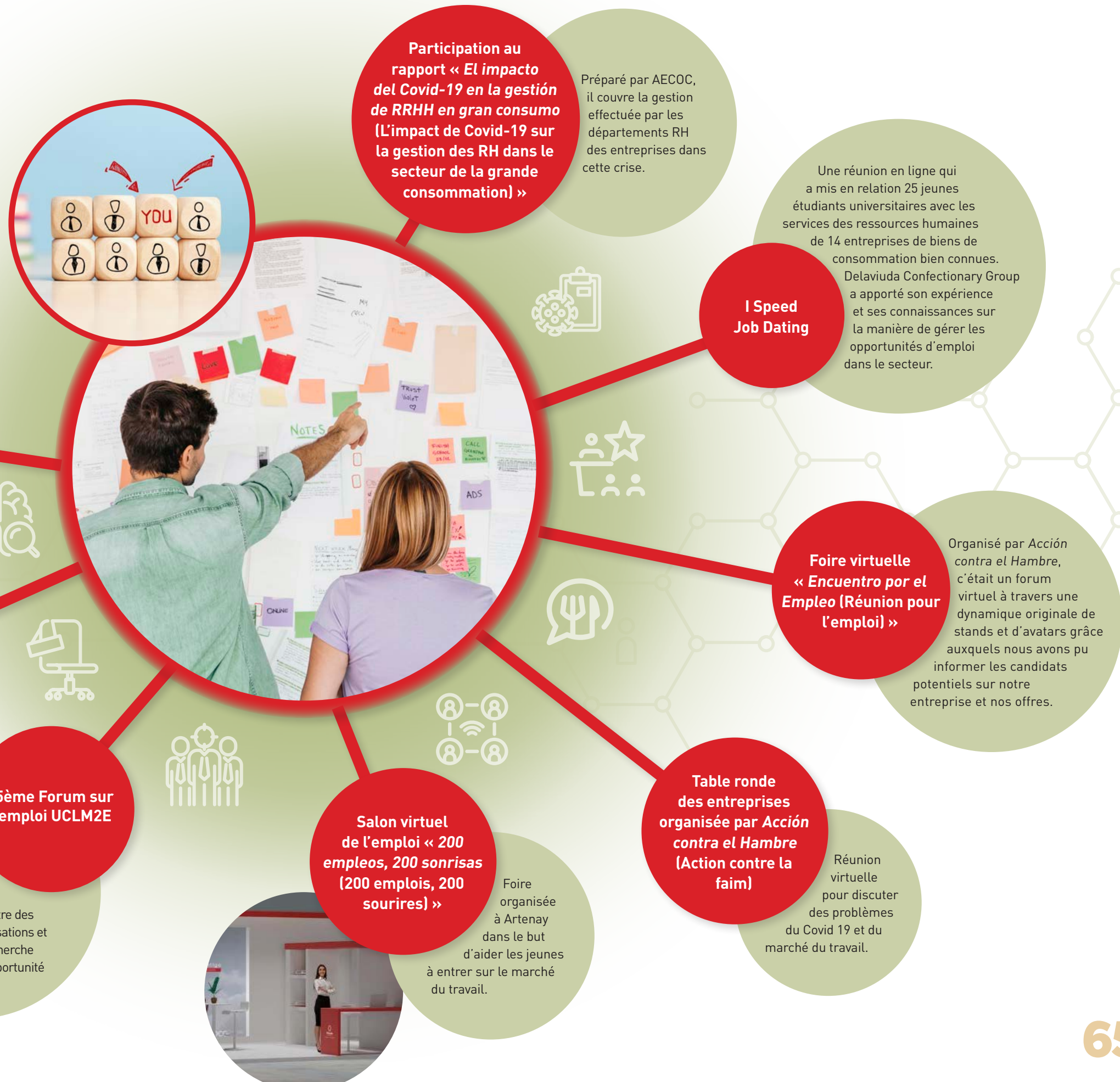
Delaviuda a été reconnue par Cáritas Diocesana de Toledo comme l'une des #empresasconcorazón les plus engagées dans la lutte contre l'urgence coronavirus.

Bouchons pour une nouvelle vie

Initiative développée dans les installations de Sonseca, qui consiste à collecter des bouchons en plastique afin de faciliter l'accès aux soins médicaux ou orthopédiques pour les enfants atteints de maladies graves.

Avec la création d'emplois

Depuis des années, nous participons activement à des initiatives visant à promouvoir l'emploi et l'employabilité. Les plus importantes d'entre elles sont décrites ci-dessous :



Promouvoir un mode de vie sain

Depuis notre siège en France, nous soutenons différents événements sportifs en faisant don de 6.600 barres. Dans le cas de l'Espagne, les initiatives auxquelles l'entreprise collabore habituellement ont été annulées à cause du Covid - 19.

- Club Omnisports de Marcilly en Villette
- Club Orléans ASFAS triathlon
- Rando pedestre Vrigny
- Amicale Sapeur Pompiers St Benoit Sur Loire
- Virades de l'Espoir à Ormes
- Jeunes Sapeurs - Pompiers de Pithiviers
- Les Lions club d'Orléans
- Infosport organisation
- Camp Basket Trainou
- Asso Trisomie 21 Loiret
- Cyclos Randonneurs de Pithiviers Le Vieil
- Club de triathlon d'Orléans
- Comité Barrière St Marc
- USM Saran Tennis
- L'Amicale Des Anciens Jaune et Vert
- Aschères le Marché
- Mairie de Chateauneuf sur Loire

Partager les connaissances

Nous continuons à participer à différents forums, foires, réunions et associations, où sont partagées les expériences, les tendances et les connaissances, contribuant ainsi au renforcement du secteur et à une plus grande proximité avec les clients.

Participation à des forums

I Forum virtuel sur l'égalité sur le lieu de travail. Organisé par l'*Instituto de la Mujer* (Institut des femmes) de Castilla - La Mancha et la *Fundación Matrix*, nous avons participé en tant qu'entreprise reconnue par la Distinction d'excellence en matière d'égalité, de conciliation et de responsabilité sociale des entreprises.

IGUALDAD LABORAL
Únete a la Igualdad laboral
www.igualdadlaboralclm.com

Promueve
m
Instituto de la Mujer
Castilla-La Mancha

Organiza
Matrix
Fundación Matrix
Instituto de la Mujer
Castilla-La Mancha

Réunion virtuelle
« Novedades Compliance: nueva ISO 37301 y Canales de alerta y denuncia (Nouveaux développements en matière de conformité : nouvelle norme ISO 37301 et canaux d'alerte et de plaintes) », visant à analyser l'état de maturité des canaux d'alerte gérés par les entreprises dans le cadre de leurs systèmes de gestion de la conformité.

Notre PDG a participé en tant que membre du jury aux **Prix Emprendedores XXI (Entrepreneurs XXI)** de Castilla - La Mancha.

Castilla-La Mancha
PREMIOS EMPRENDEDOR XXI

IVe Congrès ibéro - américain du CEAPI (*Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica -Conseil entrepreneurial Alliance pour l'Ibéro-Amérique -*) **pour les dirigeants d'entreprises et les familles d'entreprises.** En vue de débattre du rôle social des entreprises en tant que participant à un nouvel État-providence.

Congreso CEAPI



Associations

- **Cre100do.** Initiative promue par la *Fundación Innovación Bankinter* (Fondation Bankinter pour l'innovation), le ministère de l'Économie, de l'Industrie et de la Compétitivité, l'ICEX et le *Círculo de Empresarios*, qui vise à contribuer au développement du middle market (marché intermédiaire) espagnol par le biais d'entreprises d'excellence.
- **CEAPI.** (*Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica*). Un conseil des entreprises composé de 140 présidents des plus grandes entreprises ibéro-américaines qui s'engage à renforcer le réseau de relations et l'espace commercial ibéro-américain.
- **AECOC (Association de fabricants et de distributeurs).** Association qui rassemble tous les agents de la chaîne de valeur, allant des producteurs aux opérateurs logistiques et aux distributeurs, afin de fournir de la valeur au consommateur.
- **ASCOM (Association espagnole de conformité).** Association professionnelle en réponse au besoin de créer un espace commun pour les professionnels de la Compliance dans notre pays.
- **Produlce (Association espagnole de la confiserie).** Association dont la mission est de représenter les intérêts des fabricants de friandises et de confiseries.
- **Asociación Netmentora Madrid.** Association d'entreprises à but non lucratif, qui vise à contribuer au développement social et à la croissance économique en soutenant la création d'entreprises et d'emplois par les entrepreneurs.
- **Forum Inserta de Castilla-La Mancha.** Un espace pour conseiller, concevoir et proposer des mesures d'insertion professionnelle des personnes handicapées.
- **Calidalia.** Société qui regroupe les principales entreprises du secteur alimentaire et des biens de consommation en Espagne et fonctionne comme une centrale d'achat.
- **Association des entreprises familiales de Castilla-La Mancha,** fondée dans le but de faciliter la continuité des plus importantes entreprises familiales de la région par l'amélioration de l'environnement juridique et fiscal, et la promotion de la formation, entre autres.
- **Fédération des Entrepreneurs de Toledo (FEDETO).** Organisation qui fournit des conseils et du soutien au tissu d'entreprises de la région.
- **Alliance7.** Fédération française des produits alimentaires qui offre un service de soutien dans les domaines des affaires sociales, de la qualité et de la sécurité alimentaire, du développement durable et de l'environnement.

Foires

En raison de l'impact du Covid-19, toutes les foires commerciales auxquelles Delaviuda CG participait ont été annulées. Cependant, nous recherchons des alternatives pour renforcer la relation avec nos clients :

- **The Virtual Event by El Almendro & Delaviuda.** Pour la première fois, nous avons organisé une expérience virtuelle, à travers laquelle notre catalogue international a été présenté au moyen d'un rayon complet en ligne. L'espace comprenait des clips vidéo attrayants pour présenter nos marques et un site personnalisé pour organiser des réunions en direct et établir de nouvelles relations d'intérêt.
- **Summit of the Americas.** Salon virtuel dédié à la vente au travel retail avec un stand online.



It's time to know the new launches for
El Almendro & Delaviuda.

Welcome to...

The
VIRTUALEvent

BY El Almendro Delaviuda

1st-5th February, 2021

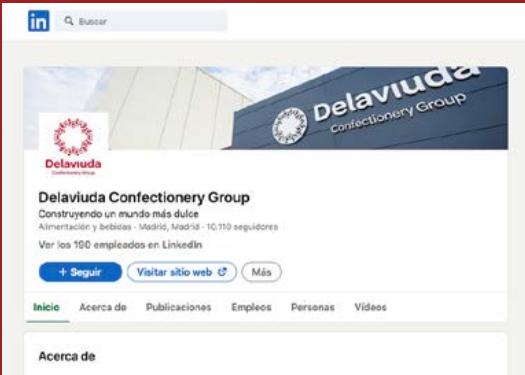
PRODULCÉ
SABOREA LA VIDA



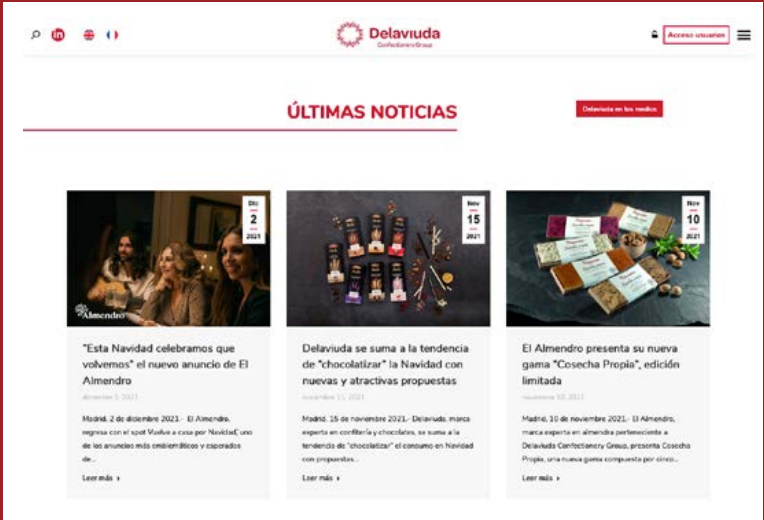
Canaux de communication avec nos parties prenantes

La transparence avec nos parties prenantes est une priorité stratégique. Dans cette optique, nous accordons une attention particulière à la communication interne avec nos collaborateurs, à la publication annuelle du rapport de développement durable et aux réseaux sociaux d'entreprise, par le biais desquels nous sommes en relation avec nos parties prenantes externes.

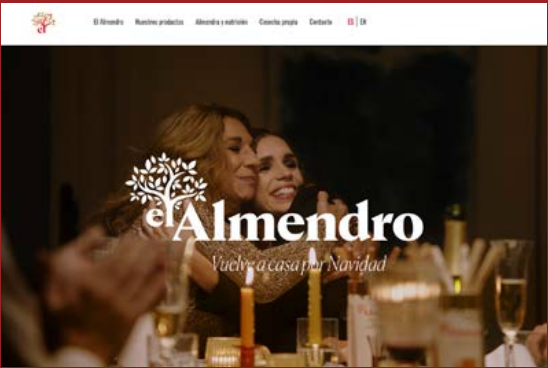
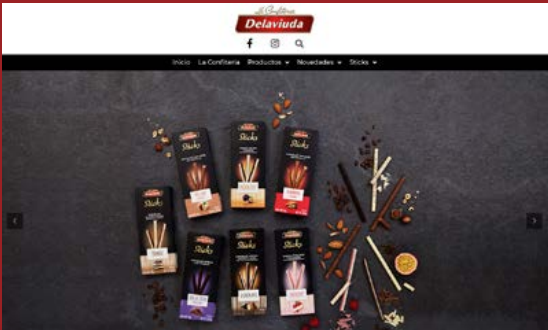
Web d'entreprise



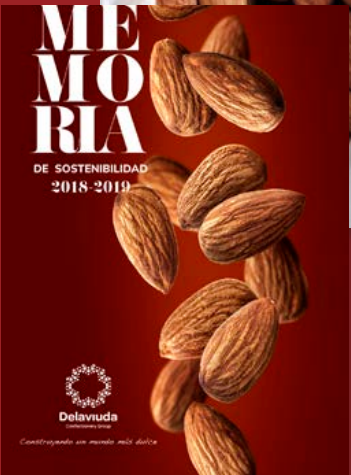
Réseaux sociaux



Nouvelles



web's



Rapport de développement durable

Parties prenantes	Canaux de communication
Actionnaires	Réunions du Conseil d'Administration Comptes annuels consolidés Rapport de développement durable Web d'entreprise Newsletter mensuelle
Employés	Courriels Tableau d'affichage Affiches TV aires de repos Web d'entreprise Newsletter mensuelle Boîte à suggestions Rapport de développement durable Réseaux sociaux Intranet Canal de whatsapp
Clients	Web d'entreprise Événements Salons Rapport de développement durable Réseaux sociaux
Consommateur final	Web d'entreprise Réseaux sociaux Courriels
Société	Web Campagnes Accords de collaboration Événements et forums Sponsoring Interviews et rapports Conférences de presse Réseaux sociaux
Fournisseurs	Web d'entreprise Courriels Rapport de développement durable Réseaux sociaux

Engagés dans l'Agenda 2030

Notre engagement envers l'Agenda 2030 est principalement visible dans les actions qui contribuent aux objectifs liés à notre activité (objectifs 2 et 3) et celles qui favorisent l'intégration professionnelle, l'égalité des chances et l'emploi de qualité.

Objectifs de Développement durable



Objectif 1 : Mettre fin partout à la pauvreté sous toutes ses formes.

- Don de denrées alimentaires.
- Étiquetage du commerce équitable (Label Fairtrade).
- Certifié UTZ, RSPO.



Objectif 2 : Éliminer la faim, parvenir à la sécurité alimentaire et à une meilleure nutrition, et promouvoir une agriculture durable

- Don de denrées alimentaires.
- Collaboration avec Too Good To Go.
- Certificats alimentaires BRC.
- RSPO.
- Étiquetage du commerce équitable (Label Fairtrade).
- Certifié UTZ.
- Politique de sécurité alimentaire.



Objectif 3 : Assurer une vie saine et promouvoir le bien-être de tous à tous les âges

- Mesures COVID mises en œuvre.
- Collaboration avec des événements sportifs. Promotion d'habitudes de vie saines.



Objectif 4 : Assurer une éducation inclusive, équitable et de qualité et promouvoir les possibilités d'éducation et de formation tout au long de la vie pour tous

- DCG Talent University
- Plan de formation et développement des personnes de DCG
- Collaboration avec des entités telles que le YMCA (employabilité des jeunes).
- Collaboration avec *Acción contra el hambre* (Action contre la Faim).



Objectif 5 : Réaliser l'égalité des sexes et l'autonomisation de toutes les femmes et filles

- Plan d'égalité des chances.
- Distinction d'excellence délivrée par l'*Instituto de la Mujer* de CLM.



Objectif 8 : Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous

- Participation à des forums sur les entreprises, l'emploi et l'esprit d'entreprise.
- Adhésion au pacte d'employabilité de l'AECOC.



Objectif 9 : Bâtir des infrastructures résistantes, promouvoir une industrialisation inclusive et durable et encourager l'innovation

- Stratégie d'innovation.
- Notre propre centre de R&D.
- Projets d'innovation de produits.



Objectif 12 : Garantir des modes de consommation et de production durables

- Almendralia.
- Certificats d'approvisionnement durable.
- Actions contre le gaspillage alimentaire.



Objectif 15 : Protéger, restaurer et promouvoir l'utilisation durable des écosystèmes terrestres, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, stopper et inverser la dégradation des sols et mettre fin à la perte de biodiversité

- Des bouchons pour une nouvelle vie.
- Puits de carbone.
- Nos propres exploitations d'amandiers.

Mesures prises par l'entreprise

Engagement en faveur de l'environnement

La préservation de la nature est l'un de nos engagements. À cette fin, nous cherchons à renforcer les impacts positifs et à minimiser les impacts négatifs, en respectant l'environnement au-delà du respect de la législation environnementale applicable.

La gestion environnementale du Groupe est axée sur le développement de diverses initiatives qui contribuent à la réduction et à la consommation efficace des ressources, ainsi qu'à la minimisation de la production de déchets.

**L'un des objectifs
du Groupe est de
réduire l'impact
environnemental de
ses activités**

Performance environnementale	Unités	2019-2020	2020-2021
Consommation d'électricité ¹	Kwh	12.355.230	11.388.660
Consommation de gaz propane ²	l	57.423	74.637
Consommation de gasoil C ³	l	586.054	540.353
Consommation de diesel ³	l	31.964	26.223
Consommation de gaz naturel ⁴	Kwh		3.040.844
Émissions (portée 1 et 2) ¹	T équivalent en CO2	5.281,64	3.889,88
Consommation d'eau ¹	m3	21.340	18.004
Résidus dangereux ¹	Tonnes	4,7	4,9
Résidus non dangereux ¹	Tonnes	1.646	1.447

1. les données agrégées de Delaviuda Alimentación, S.A.U. et Artenay Bars, SAS sont rapportées.

2. Pour les données de 2019 - 2020, les données de Delaviuda Alimentación, S.A.U. sont rapportées et pour l'année 2020-2021, les données de Delaviuda Alimentación, S.A.U. et Artenay Bars, SAS sont rapportées.

3. les données de Delaviuda Alimentación, S.A.U. sont rapportées.

4. Les données d'Artenay Bars, SAS sont rapportées.

Afin de sensibiliser à la protection de l'environnement, nous avons inclus dans notre catalogue de formation un module d'**Environnement avec des contenus sur la gestion environnementale et la gestion des déchets**

Consommation durable des ressources

Chez Delaviuda Confectionery Group, nous mesurons et surveillons les principaux indicateurs environnementaux et nous mettons en œuvre des initiatives visant à réduire la consommation ou à la rendre plus efficace. Au cours de l'année concernée, certaines consommations ont été réduites en raison de la diminution de la production.

Énergie

Au sein du Groupe, nous mesurons la consommation des différentes sources d'énergie.

Consommation d'énergie	Unités	2019-2020	2020-2021
Consommation d'électricité ¹	Kwh	12.355.230	11.388.660
Intensité énergétique	Kwh/kg produit	1,51	1,77
Consommation de gaz naturel ²	Kwh	3.040.844	1.281.833
Consommation de gaz propane ⁴	l	57.423	74.637
Consommation de gasoil ⁴	l	586.054	540.353
Consommation de diesel ⁴	l	31.963	26.223,15

1. les données agrégées de Delaviuda Alimentación, S.A.U. et Artenay Bars, SAS sont rapportées.

2. Les données d'Artenay Bars, SAS sont rapportées.

3. Pour les données de 2019 - 2020, les données de Delaviuda Alimentación, S.A.U. sont rapportées et pour l'année 2020 - 2021, les données de Delaviuda Alimentación, S.A.U. et Artenay Bars, SAS sont rapportées.

4. les données pour Delaviuda Alimentación, S.A.U. sont rapportées.

Nous cherchons à améliorer en permanence la gestion de nos ressources

Efficacité énergétique

Au cours de l'année, nous avons mis en œuvre des initiatives qui contribuent à améliorer l'efficacité énergétique, telles que celles décrites ci-dessous :

Renouvellement de l'éclairage de la zone de production avec la technologie LED

Installation de couvertures isolantes sur le site d'Artenay, qui permet d'économiser environ 240 MWh par an et de réduire les émissions de gaz à effet de serre de 52 tonnes. Au total, 170 couvertures ont été installées, ce qui équivaut à 44 m2 de surface isolée et à une réduction de la température moyenne de surface de 73°C.

Remplacement du diesel par du propane dans deux brûleurs (combustible moins polluant).

Émissions

Chaque année, nous cherchons à réduire et à optimiser la consommation et les ressources que nous utilisons en mettant en œuvre des améliorations dans nos installations, ce qui se traduit par une diminution des émissions.

Au cours de l'année, nos émissions de GES (gaz à effet de serre) ont atteint 3.888,46 tonnes équivalent en CO2.

Émissions	Unités d'émission	2019-2020	2020-2021
Catégorie d'émissions 1	tonnes de CO2	2.615,50	2.058,47
Catégorie d'émissions 2	tonnes de CO2	2.666,14	1.829,99
Émissions totales	tonnes de CO2	5.281,64	3.888,46

Facteurs d'émission. Électricité (commercialisateur Mix 2020 ENGIE, SLU), Diesel C, gaz naturel et gaz propane (MITECO 2020), dans le cas de l'Espagne. Pour la France, les facteurs d'émission pour le gaz et l'électricité de l'ADEME (Agence française de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) ont été pris en compte.

4.670,4
TONNES DE CO2/AN
DANS LES PUIT
S DE CARBONE

Initiatives de réduction des émissions

Nos exploitations d'amandiers sont considérées comme des puits de carbone, ce qui signifie que nous pouvons absorber une partie de nos émissions. Nous avons estimé que l'année dernière, nous avons compensé 87 % des émissions des catégories 1 et 2 dérivées de notre activité.

D'autre part, notre fournisseur CHEP en Espagne nous a décerné le certificat de durabilité pour notre contribution à la protection de l'environnement et la promotion d'un modèle logistique durable, générant ensemble les impacts positifs suivants :


Davantage d'économies de bois d'environ 36.446 dm3,
représentant
+ de 35 arbres


+ Une plus grande réduction des émissions d'environ 43.576 kg
+ de 39.795 km
par camion


+ de 3.435 kg de réduction des déchets
+ de 2 639 personnes
(déchets quotidiens)

En outre, nos fournisseurs de services de transport disposent de véhicules double decker -à deux étages- (deux camions remplacent trois camions standard), ce qui signifie :

64%
de capacité de charge
en plus par voyage

39%
de besoins en
camions en moins

40%
de pollution
en moins

Gestion des résidus

La réduction des résidus et la promotion de leur recyclage pour éviter qu'ils ne finissent dans des décharges continuent d'être des axes sur lesquels nous travaillons en permanence. Chez Delaviuda Confectionery Group, nous identifions, séparons et contrôlons les différents types de déchets (dangereux et non dangereux) générés par l'activité, et nous disposons de plusieurs gestionnaires de déchets autorisés qui les collectent et les traitent.

Résidus non dangereux (Tonnes)



Résidus dangereux (Tonnes)



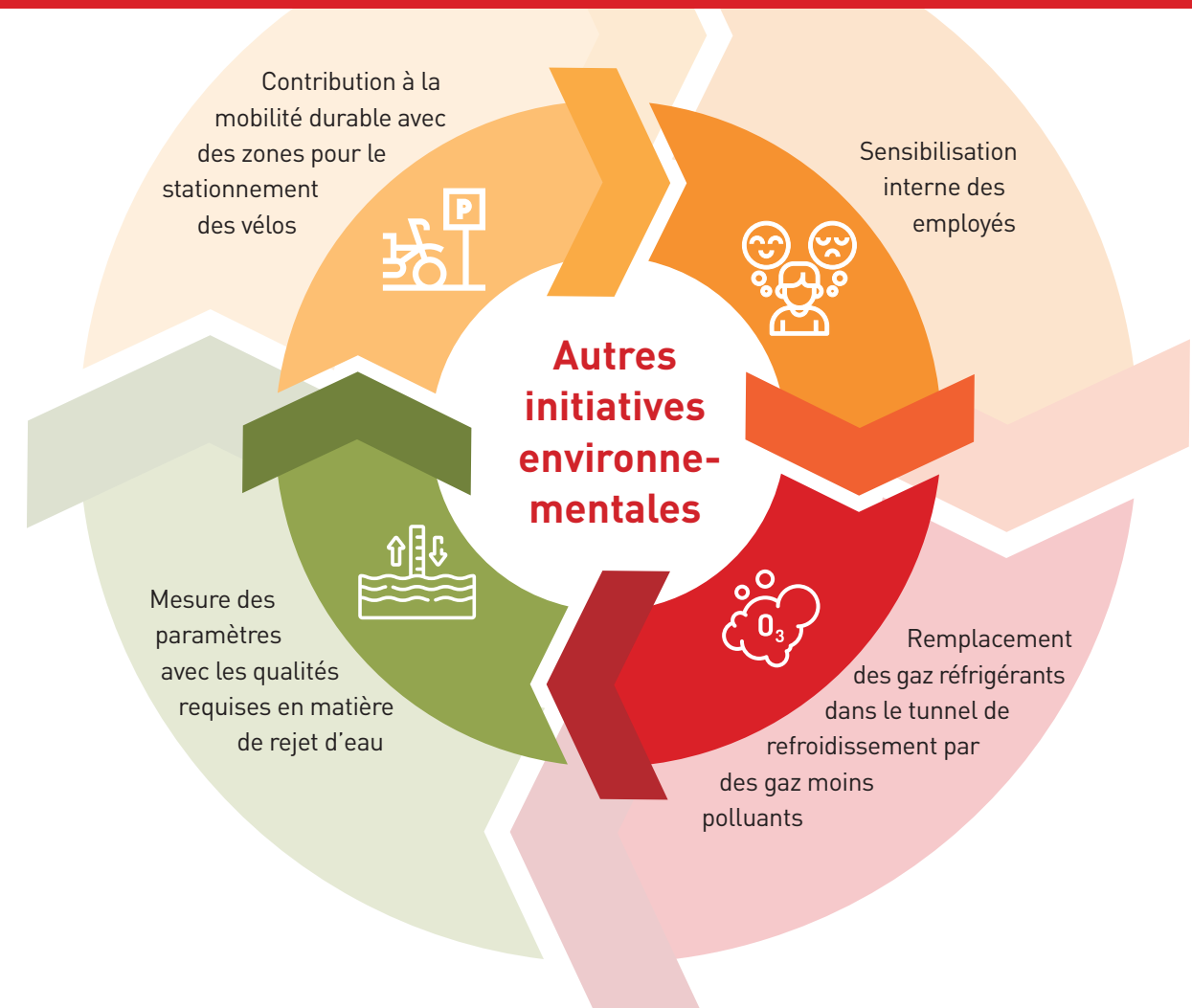
Grâce à la collaboration entre El Almendro et l'application Too Good to Go, qui collecte les excédents des entreprises alimentaires pour éviter le gaspillage, nous avons distribué 400 packs de produits El Almendro.



Nous luttons contre le gaspillage alimentaire

Chez Delaviuda Confectionery Group, nous développons plusieurs actions pour minimiser les déchets alimentaires générés par notre activité.

- Retraitement des restes de production ou des produits non conformes.
- Récupération de produits alimentaires pour leur donner une seconde vie (vente de coproduits).
- Donation de produits aux banques alimentaires et autres organisations sociales.
- Activation de promotions et de ventes spéciales dans notre boutique physique.
- Collaboration à des projets visant à prolonger la durée de vie du produit et à mieux le conserver.



768.263 kg
DE RESIDUS
RECYCLES



Efficacité et **PROFITABILITE**



Chez Delaviuda Confectionery Group, nous avons continué à progresser dans la consolidation de notre modèle opérationnel axé sur l'efficacité et la numérisation. Toujours dans le but d'améliorer le service offert à nos clients.

Les principales actions menées ont visé la réduction des complexités pour minimiser les inefficacités, la mesure et le contrôle des processus, le plan de sécurité des systèmes d'information et l'application d'outils d'analyse des données (intelligence artificielle). On notera en particulier l'analyse de la chaîne logistique et la mise en œuvre de nouveaux systèmes de planification de pointe.

NIVEAU DE SERVICE
98,6%
(kg servis sur Kg commandés)

Nous ne saurions oublier que nous commençons l'année et la campagne de Noël dans un contexte très incertain, caractérisé par une augmentation progressive des contagions et des restrictions successives de la mobilité. En raison de sa nature saisonnière, c'est à cette période de l'année que notre usine de Sonseca (Espagne) voit le nombre de ses effectifs augmenter de manière significative, atteignant des pics d'environ 900 employés. Grâce à l'adaptation rapide du Groupe à la situation survenue en mars 2020 et aux grands efforts déployés, notamment au cours des mois les plus critiques de la pandémie, nous avons pu garantir la continuité des activités tout en maintenant le niveau de service et l'engagement envers nos clients. À cet égard, le travail effectué dans la planification et le suivi des commandes à court terme pour adapter les stocks à ces circonstances changeantes a été très pertinent.

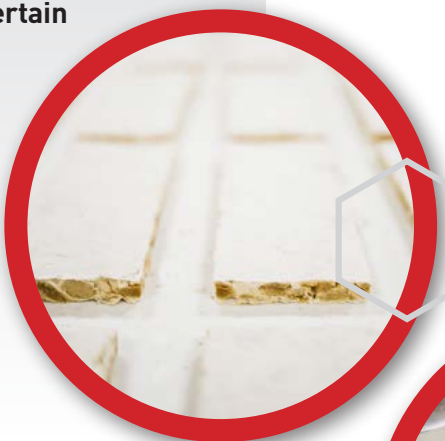
En conséquence, nous avons réussi à améliorer le niveau de service par rapport à l'objectif fixé (98,6% contre 97%) ainsi qu'une réduction de 10% de la valeur du stock favorisée par le réajustement des quantités et des dates de production.

En outre, nous avons continué à investir dans l'efficacité. Nos investissements ont été principalement orientés vers l'optimisation et l'automatisation des processus industriels, l'amélioration des installations ou l'acquisition de nouveaux équipements dans nos deux usines. Ces améliorations ont permis d'accroître l'efficacité et la compétitivité du Groupe.

Quelques projets remarquables

Espagne

- **Acquisition de deux nouveaux cuiseurs pour la production de masses de touron** afin d'augmenter la capacité de production de masses de touron au caramel et de tourons de boulangerie.
- **Extension de la capacité de production d'eau glycolée à 0°C** qui est utilisée pour refroidir les entrepôts de matières premières et les lignes de production.
- **Acquisition d'un nouveau jeu de pistons** pour les lignes Awema, ce qui permet une plus grande flexibilité entre les produits fabriqués sur les deux lignes.
- **Progrès dans la saisie de la consommation de matières premières et des notifications à SAP** sur les principales lignes de production.
- **Achat, installation et intégration d'un nouveau réservoir pour les masses de truffes de cacao** dans le système général de gestion des masses de chocolat.
- **Améliorations apportées au système de tempérage du chocolat de couverture noir.**
- **Adaptation du thermoscage à un certain type de chocolats.**



France

- Achat et installation d'une **nouvelle pompe plus puissante pour augmenter la capacité de production de sirop.**
- **Changement de la structure de laminage sur la ligne Togum.** Renouvellement de l'ancienne structure construite en acier peint pour une nouvelle en acier inoxydable avec une conception plus propre et plus adaptée.
- **Installation de la réfrigération sur les bandes transporteuses d'emballage sur la ligne de barres Sollich.** Refroidissement des bâtonnets sur les bandes d'alimentation en amont de l'enveloppeuse flowpack pour obtenir une meilleure manipulation et moins d'accumulation de résidus de sirop sur les bandes transporteuses.



Notre modèle de numérisation

Notre modèle de transformation numérique vise à faire en sorte que nos services et nos collaborateurs soient prêts à relever les défis de la transformation numérique.

Notre Groupe s'adapte constamment aux nouvelles évolutions technologiques du marché, en apportant un soutien continu à nos collaborateurs. Leur participation à ce nouveau paradigme technologique est active, efficace et précieuse, et ils sont les principaux protagonistes du changement. Dans ce modèle, la sécurité devient un élément clé dans tous les aspects de l'entreprise et de son fonctionnement, ainsi que dans l'application de services à nos domaines d'activité basés sur le Cloud Computing, l'IoT (Internet of Things), le Machine Learning et l'Intelligence Artificielle.

Axes du modèle de transformation numérique de DCG

Relations avec les clients



Changement culturel



Modèle d'entreprise

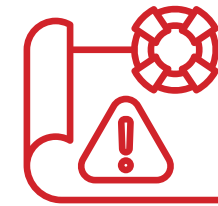


Produits et services



Principales actions menées

- **Mise à jour de l'infrastructure réseau du site d'Artenay (France)**, en augmentant la sécurité et la redondance et en activant la haute disponibilité (HA).
- **Mise en œuvre des protocoles WiFi 6** sur les sites.
- **Extension de la cybersécurité** dans les canaux de communication à distance vers les sites (télétravail, etc.) grâce à l'analyse en ligne.
- **Automatisation des processus** par le biais de flux de travail basés sur les solutions Microsoft 365.
- **Nouveau modèle de travail grâce aux lieux de travail virtuels** appliqués à l'IoT.
- **Nouvelle architecture de backup** des données cloud ajoutant une plus grande résilience contre les attaques de type ransomware (backups aux caractéristiques immuables).
- **Formation technologique** dans les cadres de référence des meilleures pratiques de gestion tels que ITIL, Scrum, LEAN, etc. pour les profils techniques et les autres profils de l'entreprise.
- **Amélioration continue des services de la suite Microsoft 365** : présentation continue de nouveaux services à la communauté des utilisateurs.
- **Mise en œuvre de la technologie de communication SDWAN** entre nos sites, qui augmente le niveau de haute disponibilité et réduit la possibilité de défaillances de communication.
- **Amélioration du service audio/microphone** dans les salles de réunion de DCG.
- **Développement d'un outil de tarification** dans l'environnement Microsoft avec PowerApps et PowerBI qui va grandement aider le département marketing en matière d'analyse des prix.
- **Production de rapports analytiques** pour la prise de décisions dans un environnement favorable avec l'outil PowerBI.



Le plan directeur de sécurité a été créé au sein du Comité de sécurité

En parallèle, le département des systèmes a continué à jouer un rôle de premier plan dans la capacité de réponse au covid. Les actions suivantes ont été réalisées :

- Déploiement et distribution de postes de travail à mobilité maximale.
- Conception et création d'une nouvelle infrastructure réseau d'accès à distance.
- Création d'une plateforme d'accès au cloud pour les utilisateurs distants.
- Conception et mise en œuvre de postes de travail virtuels (Workplace Anywhere).
- Sécurisation des connexions externes à l'organisation.
- Mise en œuvre d'un nouveau modèle/concept de travail collaboratif.
- Mise en œuvre de la suite Microsoft 365 cloud : Outlook, TEAMS, Sharepoint, etc.
- Convergence vers une architecture de données du modèle de données unique et partagé.
- Nouveau service d'assistance aux utilisateurs avec couverture à distance.
- Réalisation des ateliers/formations sur les nouveaux services proposés.

mobilité    

    **accès à distance**

workplace anywhere  

Gestion de la sécurité

Tout au long de l'année, les secteurs Systèmes, Conformité et Ressources Humaines, avec la collaboration de plusieurs experts externes, ont progressé dans la conception du Plan directeur de sécurité de Delaviuda CG.

Ce plan établit notre système de gestion de la sécurité de l'information (SGSI) fondé sur le cadre ISO/IEC 27001, qui englobe un ensemble de politiques et de procédures qui normalisent la gestion de la sécurité de l'information de notre organisation en traitant de manière exhaustive les vecteurs de confidentialité, d'intégrité et de disponibilité.

Le SGSI est mis au point et attend l'approbation du Comité Exécutif pour être publié.

La sensibilisation et la formation sont essentielles pour prévenir et minimiser le risque d'éventuels incidents de sécurité. À cette fin, nous développons les trois campagnes suivantes :

- Campagne de sensibilisation aux risques de cybersécurité = campagne ARRETEZ + REFLECHISSEZ + PROCEDEZ qui est régulièrement diffusée aux employés.
- Campagnes de phishing. Envoi d'emails frauduleux aux employés pour évaluer notre réponse à ce type de cyber-attaque, le plus répandu aujourd'hui.
- Campagnes sur les outils et les applications pour une utilisation correcte et sûre, en éliminant les risques inutiles.

Des produits sûrs de la plus haute qualité

Notre politique de qualité et de sécurité alimentaire reflète l’engagement du Groupe envers nos parties prenantes, en plaçant les clients et les consommateurs au centre. Cet engagement nous oblige à répondre constamment à leurs besoins, à offrir des produits sûrs et de haute qualité et à innover pour nous adapter aux goûts et aux préférences des consommateurs.

Notre système de gestion de la qualité et de la sécurité alimentaire est constamment configuré et adapté pour répondre aux normes les plus exigeantes du secteur, aux exigences légales et aux besoins des clients.

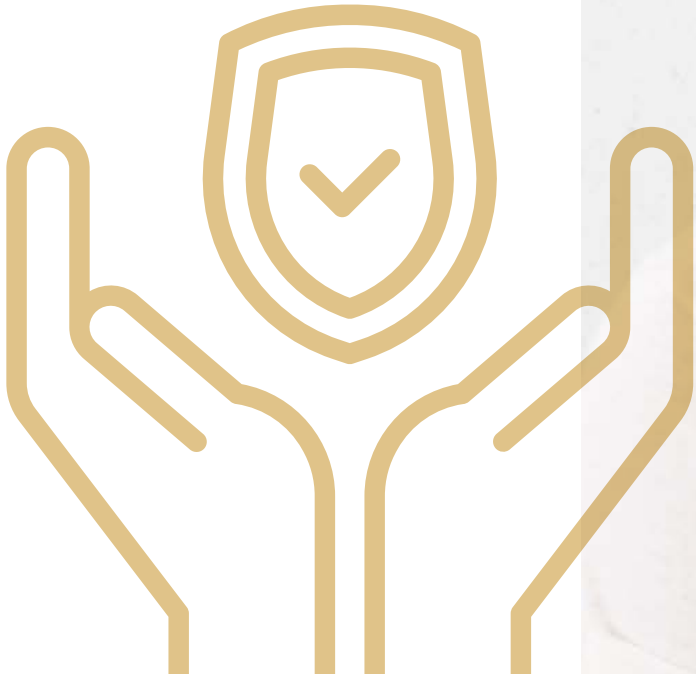


Certifications Sécurité alimentaire	Sonseca	Artenay
IFS Food	x	x
BRC Food	x	x

Certifications de durabilité	Sonseca	Artenay
RSP0 (1)	x	x
Rainforest Alliance (2)	x	x
BIO	x	x
Commerce équitable (3)	x	
ELS (4)	x	

(1) Huile de palme
(2) Rainforest Alliance est le résultat de la fusion d’UTZ et de Rainforest Alliance.
(3) Certains produits de cacao de marque privée
(4) Le chevron barré ELS est un signe internationalement reconnu pour identifier les aliments sans gluten. Ces produits sont spécialement développés pour que la population cœliaque puisse les consommer en toute garantie.

Dans la lignée des années précédentes, les objectifs de sécurité alimentaire et de qualité pour l’année ont été orientés vers le maintien du niveau des plaintes et des niveaux de certification, ainsi que vers la réduction du nombre de plaintes dues à des matières étrangères.



Quelques points forts



Numérisation de 90 % des enregistrements de traçabilité relatifs à la qualité et à la sécurité des aliments : cette initiative nous a permis d'accélérer et d'accroître l'efficacité de la collecte des données et, par conséquent, de réduire considérablement les délais de réponse.



Mise en œuvre de mesures visant à minimiser le risque de contamination croisée au début de la fabrication de produits contenant de l'arachide (l'un des allergènes les plus puissants) dans le touron : des mesures telles que la planification de la production, la désignation d'une zone de stockage exclusive pour cette matière première, et la mise à jour de l'étiquetage pour avertir les consommateurs de l'existence possible de traces d'arachide dans des produits similaires.

Plaintes reçues par million de kilos fabriqués

	2019-2020	2020-2021
Espagne		
Produit de la campagne	4,06	3,60
Barras	10,06	15,69*
France		
Barras	17,02	16,41

Taux de plaintes = (plaintes acceptées/1.000.000 kg fabriqués) *100 ; *Y compris un certain nombre de plaintes d'un client pour des défauts du chocolat non imputables à Delaviuda Alimentación.

Gestion des plaintes et des incidences

Au sein de Delaviuda Confectionery Group, nous disposons d'une procédure qui définit la manière dont les réclamations potentielles des clients et des consommateurs sont traitées. La plupart des plaintes sont reçues par le biais du service à la clientèle et des réseaux sociaux. Une fois que les raisons des plaintes ont été analysées, le département de la qualité est chargé de répondre au client. Les plaintes sont résolues dans les 24 - 48 heures.

Au sein du Groupe, nous distinguons les plaintes liées aux produits saisonniers (production saisonnière) et aux barres (production toute l'année).

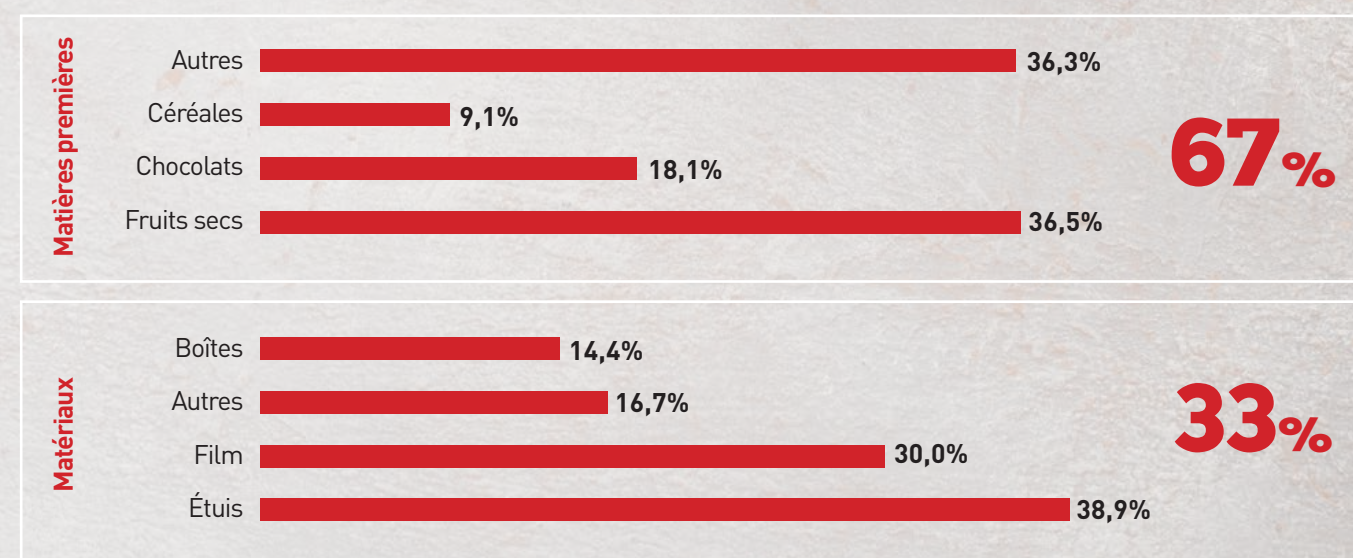
Les fruits secs représentent 36,5 % du total des achats de matières premières.

Les étuis (39%) et les films (30%) sont les principaux matériaux utilisés.

Gestion des fournisseurs de matières premières et de matériaux

	2019-2020			2020-2021		
	Delaviuda	Artenay	Total	Delaviuda	Artenay	Total
Matières premières	11.107.274	4.983.223	16.090.496	11.122.135	5.497.037	16.619.172

Ventilation des matières premières et des matériaux



231

Fournisseurs agréés



177

matières premières

54

conteneurs et emballage

100%

des fournisseurs évalués

2

audits de fournisseurs

Notre engagement envers la qualité et la sécurité de nos produits nous rend très exigeants envers nos fournisseurs de matières premières et de matériaux, auxquels nous demandons une série d'exigences conformément à notre système d'approbation et d'évaluation des fournisseurs, en donnant la priorité aux variables de qualité, de livraison et de prix.

Nous continuons à nous engager en faveur d'un approvisionnement durable

43% de la pâte de cacao et 30% du beurre de cacao sont certifiés UTZ et Fairtrade



100% de l'huile de palme et des graisses végétales achetées sont RSPO



En outre, d'autres ingrédients de cacao du commerce équitable (poudre de cacao, biscuit de cacao ou pâte de café) sont achetés, bien que leur pourcentage ne soit pas encore significatif.

Passion pour les AMANDES



Amandes de notre propre récolte

Notre grande expérience et notre savoir-faire en matière d'amandes sont la clé du succès d'**Almendralia**. Un projet que nous avons lancé il y a cinq ans dans le but de garantir la durabilité de l'approvisionnement de notre principale matière première (les amandes) et d'obtenir une traçabilité, une qualité et une fraîcheur maximales de nos produits.

Projet
durable

360°

Nous incorporons la meilleure qualité de matière première pour les nouveaux produits, tout en réduisant notre empreinte carbone (approvisionnement à zéro km), en créant des emplois et en soutenant l'environnement rural



Innover dans de nouvelles façons de prendre du plaisir

Le département Développement est chargé de promouvoir et de consolider l'innovation du Groupe, élément clé de la stratégie de croissance de Delaviuda Confectionery Group.

La section est composée d'une équipe multifonctionnelle de douze personnes, avec une formation spécialisée et une grande expérience dans l'industrie alimentaire. De cette manière, nous sommes en mesure de fournir un service rapide et de qualité pour répondre aux besoins de nos clients, tant internes qu'externes.

Les priorités de la section de Développement sont orientées vers :

- **Travailler sur un portefeuille de produits fort, innovant et différencié**, par le biais d'une innovation de rupture et d'une réinvention du portefeuille de produits.
- **Obtenir une plus grande visibilité sur le point de vente grâce à une conception plus premium et résolument tendance de nos présentoirs** afin d'améliorer encore l'expérience d'achat de nos consommateurs.
- **Améliorer la communication active avec le consommateur.**

Phases du processus d'innovation de Delaviuda CG

01

Brief du projet



02

Développement de prototypes et d'analyses de rentabilité



03

Industrialisation



04

Lancement

Afin de suivre les projets en cours, il existe un Comité de suivi et d'innovation composé de responsables de différents départements et de personnes itinérantes, qui apportent une vision globale du projet.

**Nous avons été
les pionniers en
réinventant la façon
de consommer le
turon**

elAlmendo



Thins



Bites

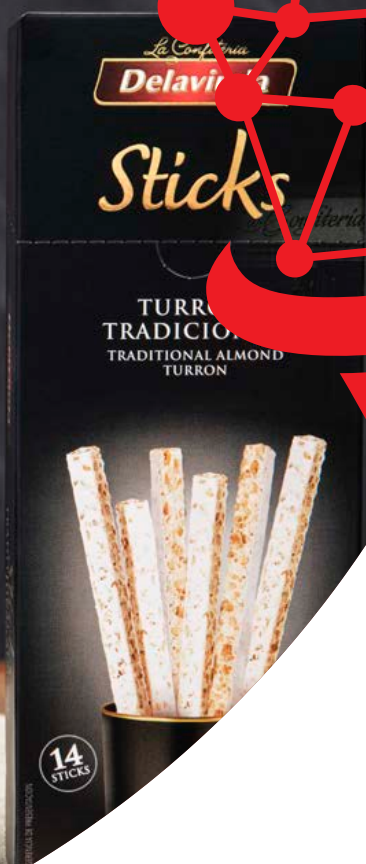
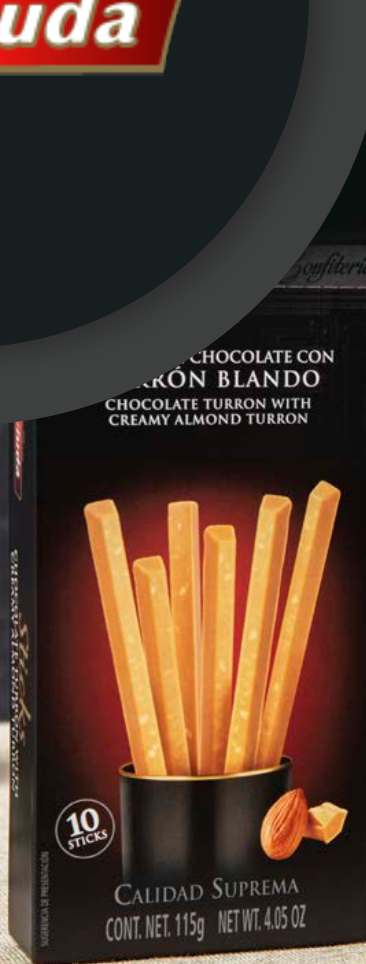


**Bâtonnets
de touron**



Nos efforts ont débouché sur des innovations de rupture qui ont surpris le secteur et les consommateurs

La Confiteria
Delaviuda



Lancement de produits

Nos lancements de produits cette année répondent à la demande croissante de snacks et de produits d'indulgence.

Nous avons également travaillé à la recherche et à l'utilisation de nouveaux ingrédients aux propriétés bénéfiques pour la santé, en réponse aux demandes de nos clients.



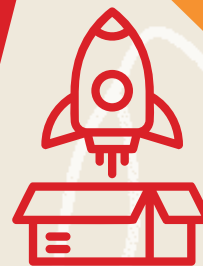
PORTIONS DE TOURON
AU CHOCOLAT NOIR À
70%

el Almendro
Wafelosa a casa

2

NOUVELLES VARIÉTÉS
DE STICKS :
LES STICKS CHEESECAKE ET
LES STICKS TIRAMISU

La Confitería
Delaviuda



Marques tierces



BARRES SPORTIVES
BARRES DE FRUITS SECS
ET DE GRAINES
BARRES CÉRÉALIÈRES ET
BARRES FRUITÉES

Avec notre **marque Delaviuda**, nous avons élargi la gamme de produits chocolatés Delaviuda avec le lancement de deux nouvelles variétés de Sticks : les Sticks Cheesecake et les Sticks Tiramisu.

El Almendro, pour sa part, a présenté une proposition plus pratique pour sa gamme de tourons, en mettant en avant les portions de touron au chocolat noir à 70%.

Dans le **domaine des marques tierces**, de nouvelles références ont été lancées dans les catégories suivantes :

- **Les barres sportives**, selon différents critères (saveurs, heures et conditions de consommation, entre autres).
- **Les barres de fruits secs et de graines**, qui combinent différentes textures et saveurs et sont également une source de fibres.
- **Barres céréalières et barres fruitées**, développant une large gamme de produits associant céréales, fruits, chocolats, etc.



Nouveaux développements

Notre engagement pour Noël 2021 est de continuer à surprendre les consommateurs avec de nouveaux concepts qui répondent aux tendances de consommation et aux besoins des différents profils de consommateurs.

Avec notre **marque Delaviuda**, nous nous engageons à répondre à la tendance croissante à la « chocolatisation », à la commodité et à la « snackification » de Noël.

Ainsi, nous avons développé deux nouvelles propositions de bâtonnets qui consolident et élargissent notre gamme : les Sticks *Tres Choclates* (trois fines couches de chocolat intense, au lait et blanc) et les Sticks *Fruta de la Pasión*, qui associent le chocolat intense au chocolat blanc et au fruit de la passion.

Dans le segment des chocolats et des pralinés, nous avons travaillé au relancement de la gamme « Creations », avec une conception plus attrayante, moderne et élégante.

- **Chocolats « Creations Assoterd Selection »**, avec quatre recettes : chocolat blanc aux amandes, chocolat au lait aux noisettes, chocolat au lait au caramel et chocolat intense à 70% de cacao.
- **Les chocolats « Creations Dark Selection »** pour les amateurs de chocolat intense : chocolat 70% au café, chocolat 70% à l'orange, chocolat 70% aux amandes et chocolat intense à 70% de cacao.
- **Les chocolats « Creations Noisette »** pour ceux qui aiment savourer ce fruit sec entier sous la forme d'un bonbon de chocolat au lait.

Dans son engagement envers l'**innovation, la commodité et le snacking**, Delaviuda a développé une nouvelle gamme de **tourons traditionnels en portions** : *Turrón Blando*, *Turrón Yema Tostada* et *Tortas Mini Imperiales* (turon mou, touron au jaune d'œuf grillé et mini tartelettes impériales), et entre dans le segment des Sticks aux amandes avec les Sticks de Tourn traditionnels et les Sticks Tourn mou et Tourn aux amandes.

Dans le secteur des spécialités, la marque Delaviuda renforcera également sa **gamme de Panettones**, élaborés avec du levain naturel et 100 % de beurre : Panettone Trois Chocolats, Panettone Brownie, Panettone Classique et Panettone Chocolat. Elle présentera également les nouveaux brownies au chocolat et aux amandes, des génoises sans gluten à déguster lors des fêtes de Noël.

STICKS

Tres chocolates et
Sticks de Fruta de la
Pasión



Nouvelle gamme
de tourons
traditionnels en
PORTIONS



La Confiteria
Delaviuda



CHOCOLATS

Creations Assoterd
Selection, Creations
Dark Selection,
Creations Noisette

PANETTONES,

Elaborés avec du levain
naturel et 100 % de
beurre





THINS, de fines
tranches de touron
aux amandes de forme
carrée



el Almendro



**COMBINAISON
DE DEUX
SAVEURS,**
Touron mou et
Chocolat noir



Bâtonnet de Touron
traditionnel au
**CHOCOLAT À
70%**

Avec notre **marque El Almendro**, nous continuerons à surprendre avec des innovations de rupture adaptées aux goûts et aux préférences des consommateurs.

La grande innovation de rupture pour Noël 2021 est les **Thins**, de fines tranches de touron aux amandes de forme carrée, emballées individuellement et pesant 10 grammes, qui permettent d'apprécier toute la saveur du touron traditionnel dans de petits formats. La gamme se compose de Thins de *Turrón Duro* (touron dur) au chocolat à 70%, de Thins de *Turrón de Caramelo* (touron caramel) avec du chocolat au lait et de Thins de *Turrón Duro* (touron dur) avec du fruit de la passion.

En outre, nous compléterons la gamme de **bâtonnets de Touron** avec le nouveau bâtonnet de Touron traditionnel au chocolat à 70%.

Dans le segment plus traditionnel, notre proposition sera la combinaison de deux saveurs : **Touron mou et Chocolat noir**.



**Touron aux amandes de notre propre récolte :
nous garantissons la sélection, la traçabilité et
l'excellence des amandes**

El Almendro Récolte propre

Nous sommes très fiers de présenter cette gamme de produits, élaborés avec nos meilleures amandes récoltées dans nos exploitations de la vallée de la rivière Tiétar (Sierra de Gredos).

La nouvelle gamme, en édition limitée, est composée de cinq recettes : Touron dur, Touron mou, Touron au jaune d'œuf grillé, Touron mou Fusion au chocolat et aux amandes, Touron aux framboises et au chocolat.

Barres et snacks

Enfin, dans le segment des **snacks et barres**, nous avons développé deux nouvelles références de barres aux amandes : Barres aux amandes et aux fruits et barres aux amandes avec un pourcentage élevé de protéines, qui répondent à la demande croissante de produits sains, sans gluten, moins axés sur les céréales... Ces deux nouvelles variétés, également sans gluten, avec un fort pourcentage de fruits secs et sans huile de palme, complètent la gamme de barres de la marque, qui capitalise et répond à la demande croissante de produits sains, positionnant la marque comme le premier fabricant de barres aux fruits secs.





Delaviuda
Confectionery Group

Construisons un monde plus doux

www.delaviudacg.com