



DANONE ANNONCE UNE ÉVOLUTION MAJEURE
DE SON MODÈLE DE PRODUCTION EN FRANCE POUR OFFRIR
PLUS DE CHOIX AUX CONSOMMATEURS :

**DES 2018, LES MARQUES EMBLÉMATIQUES DE
DANONE PROPOSERONT DES GAMMES BIO**

**EN 2025, 100 % DES PRODUITS CULTIVÉS EN
FRANCE SERONT ISSUS D'UNE AGRICULTURE
RÉGÉNÉRATRICE**

POUR ACCOMPAGNER CE MOUVEMENT, DANONE EN FRANCE INVESTIT, DÈS SEPTEMBRE 2018, UNE JOURNÉE DE SON CHIFFRE D'AFFAIRES, SOIT ENVIRON 5 MILLIONS D'EUROS. LORS DE CETTE JOURNÉE, LES CONSOMMATEURS POURRONT VOTER À TRAVERS LEURS ACHATS, DIRECTEMENT EN MAGASIN : 100% DES VENTES DE DANONE SERONT UTILISÉES POUR PROMOUVOIR L'AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE, À TRAVERS LA PRÉSERVATION DES SOLS, ET LA CONVERSION AU BIO. CET INVESTISSEMENT SE FERA AU PROFIT DES PROJETS DE NOS PARTENAIRES AGRICOLES, EN CO-CONSTRUCTION AVEC DES ONG ET EXPERTS TECHNIQUES.

Près de ¾ des Français prennent en compte l'impact de leur alimentation sur leur santé future*. C'est le cœur de la révolution de l'alimentation. Une révolution où les consommateurs se soucient davantage des aliments qu'ils consomment, de leur composition, de la façon dont ils sont produits, des effets qu'ils ont sur la santé et sur l'écosystème.

Les entreprises ont un rôle clé à jouer dans cette révolution pour reconnecter les consommateurs à leur alimentation : c'est de leur responsabilité. Pour soutenir cette révolution, Danone annonce une refonte ambitieuse de son modèle de production en France. L'ambition 2025 : 100 % des produits cultivés en France seront issus d'une agriculture régénératrice.

Dès 2018, Danone en France s'engage à mettre les consommateurs en capacité de faire des choix en lui donnant accès à une information transparente, en lui proposant des alternatives issues de l'agriculture biologique. Concrètement, 6 marques emblématiques – Blédina, Danone, Danonino, evian®, Volvic, Alpro - lancent des gammes bio. Ces gammes viennent étoffer les marques bio existantes de Danone – Les 2 Vaches et Provamel - qui ont déjà démontré leur pertinence et performance sur leurs catégories.

À la veille du Salon de l'Agriculture, ces actes constituent des solutions concrètes pour amorcer collectivement la transition vers une alimentation plus saine et plus durable : pour nos consommateurs et ceux de demain, pour nos filières agricoles et pour la planète.

Emmanuel Faber, PDG de Danone encourage ce plan ambitieux pour Danone en France :

« Nous appartenons à une génération, de tous âges, qui cherche à reprendre son destin alimentaire en main. Cela place les marques comme les nôtres devant le choix de résister à cette ambition ou au contraire de la servir. Chez Danone, nous croyons que chaque fois que nous mangeons ou buvons, nous devrions avoir le droit de voter pour le monde et la société dans laquelle nous voulons vivre. Pour cela, il faut nous reconnecter, nous, françaises et français, avec notre alimentation et notre agriculture, pour mieux la comprendre, mieux la choisir. C'est une vraie révolution, et les engagements que prennent aujourd'hui nos marques en France, nous en rendent pleinement acteurs ».

* Étude Odoxa pour Danone, septembre 2017

DANONE DONNE AUX CONSOMMATEURS LES MOYENS DE MIEUX CHOISIR

Le système alimentaire actuel a progressivement déconnecté les consommateurs de leur alimentation : difficulté de comprendre les ingrédients qui composent les produits ou d'identifier leur provenance. Parce que pour choisir et voter, il est clé d'être mieux informé, Danone s'engage.

Dès aujourd'hui, Danone déploie le système Nutri-Score sur l'ensemble de ses produits laitiers, d'abord sur le site DanOn et progressivement sur tous ses emballages. **Avant fin 2019, 100 % des produits laitiers de Danone feront figurer le Nutri-Score sur leurs emballages.**

Pour faciliter le choix des consommateurs, Danone s'engage à ce que **l'information nutritionnelle de 100% des recettes et ingrédients de Danone en France soit présente sur le site danone.fr**. Danone expliquera la présence et le rôle de chaque ingrédient, de façon claire et compréhensible par tous.

Danone poursuit également l'amélioration de ses recettes pour toujours plus de simplicité et de naturalité. Parmi les exemples concrets : le retrait de l'aspartame dans tous les produits laitiers frais ou encore le remplacement des arômes naturels par des épices et des herbes dans l'alimentation infantile.

DANONE ACCELERE ET CONSOLIDE SES POSITIONS DANS LE BIO

Pour proposer toujours plus de choix aux consommateurs et développer la diversité des modèles agricoles, Danone en France s'engage dans le développement des alternatives issues de l'agriculture biologique. Plusieurs nouvelles offres viendront étoffer le portefeuille actuel d'offres bio, aux côtés des 2 Vaches dans l'ultra-frais et de Provamel dans l'alimentation végétale.

Dès 2018, ce sont 6 marques emblématiques de Danone en France qui proposeront des gammes bio :

- « Les Récoltes Bio » et Blédilait Croissance Bio de Blédina,
- Volvic Juicy Kids, la première boisson bio pour enfants 50 % moins sucrée que la moyenne du marché, Volvic Infusion Bio, evian Fruits & Plantes et evian Infused x Kusmi,
- « Le Bio de Danone » et Danonino dans l'ultra-frais ainsi qu'une nouvelle référence pour Alpro dans le domaine des boissons végétales.

Et parce que de plus en plus de jeunes parents achètent déjà des produits issus de l'agriculture biologique pour leurs enfants, **Danone s'engage à ce que 100 % de ses marques pour enfants proposent une offre bio à horizon 2020.**

BLÉDINA, LEADER DE L'ALIMENTATION INFANTILE BIO EN 2020

Aujourd'hui, Blédina lance « Les Récoltes Bio de Blédina », une nouvelle gamme bio pour les bébés. Distribuée en GMS et via Amazon, cette gamme bio, 100% cuisinée en France, regroupera à terme 44 références. Dans les petits pots de la gamme « Les Récoltes bio », 100% des pommes, carottes, pommes de terre et viandes seront françaises dès 2018. Dans Blédilait Croissance bio, le lait est d'origine France.

L'objectif de la marque est qu'en 2020, 80% des ingrédients de cette gamme soient issus des cultures françaises. (Pourcentage calculé sur le volume total des ingrédients agricoles.)

En partenariat avec la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique, Blédina se donne pour ambition d'accompagner une centaine de producteurs français vers la production d'ingrédients bio pour bébés.



EVIAN ET VOLVIC ENGAGÉES DANS LA CONVERSION AU BIO DE LEURS EAUX AROMATISÉES ET FRUITÉES

Volvic lancera Juicy Kids en 2018, première boisson bio pour enfants, qui est 50 % moins sucrée que la moyenne du marché des boissons aromatisées sucrées pour enfant. La marque s'apprête également à lancer 3 références de Volvic Infusion Bio.

Depuis janvier 2018, evian® a converti l'ensemble de sa gamme evian® Fruits & Plantes et evian® Infused x Kusmi au bio.



LE BIO DE DANONE : LA NOUVELLE GAMME DE YAOURTS BIO DE LA MARQUE DANONE

Fort de son expérience de 10 ans dans l'agriculture biologique avec la marque Les 2 Vaches, Danone lancera, avec sa marque iconique Danone, une nouvelle gamme de yaourts fabriqués avec du lait bio français dans sa laiterie de Bailleul située dans les Hauts de France : le Bio de Danone.



UNE NOUVELLE RÉFÉRENCE BIO CHEZ ALPRO

Déjà incarné par la marque Provamel qui offre une alimentation végétale et biologique variée (boissons, ultra-frais, bases culinaires) dans les réseaux spécialisés bio, l'engagement d'Alpro pour une agriculture durable et biologique se poursuit : la marque Alpro se lance sur le bio avec une première référence de boisson à base de soja bio.



ALLER ENCORE PLUS LOIN DANS LA TRANSITION AGRICOLE : DANONE MILITE POUR L'EMERGENCE D'UN NOUVEAU MODÈLE D'AGRICULTURE PLUS DURABLE

Danone en France milite pour un nouveau modèle agricole durable : l'agriculture régénératrice.

Convaincu que ce modèle, à travers la préservation des sols, peut aider à relever plusieurs défis importants comme le changement climatique, la pénurie d'eau ou la préservation de la biodiversité, Danone soutient ce modèle et s'engage à le promouvoir en co-construction avec l'ensemble de ses partenaires agricoles.

L'objectif pour Danone et ses marques : qu'en 2025, 100 % des produits cultivés en France soient issus d'une agriculture régénératrice.

Dans cette perspective, Danone s'attachera à construire son cahier des charges en partenariat avec des ONG et experts référents en la matière.

UN EXEMPLE D'AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE

Blédina a signé un partenariat avec le label Bee Friendly, dans le but de promouvoir les systèmes de production respectueux des pollinisateurs selon 27 critères précis et mesurables.

7 agriculteurs de Blédina, représentant 18 % des volumes de fruits et légumes frais, ont déjà démarré le partenariat.

DANONE DONNE AUX CONSOMMATEURS LES MOYENS D'AGIR

Pour accompagner cette transition majeure et en relever le défi, Danone en France organisera en septembre une journée de mobilisation en magasins pour donner les moyens aux consommateurs d'agir pour le monde dans lequel il veut vivre. Ce jour-là, les consommateurs pourront voter à travers ses achats : 100 % des ventes de Danone seront utilisées pour favoriser la restauration des sols, la fertilité, l'agriculture régénératrice, le bio.

Danone s'engage avec cette opération à consacrer une journée du chiffre d'affaires de Danone en France – soit environ 5 millions d'euros – au financement de projets en faveur de l'agriculture régénératrice. Ces projets seront co-construits en partenariats avec des ONG, des experts et les acteurs du monde agricole mobilisés en faveur de la révolution de l'alimentation.



RETROUVEZ TOUS LES ENGAGEMENTS DE DANONE FRANCE SUR CORPORATE. DANONE.FR

CONTACTS PRESSE :

ELAN EDELMAN pour Danone France
Mail : danonefrance@elanedelman.com
Ligne presse : 06 11 48 50 45