

# Assemblée Générale 2008

---



# Ordre du Jour de l'Assemblée Générale

---

- **Approbation des comptes sociaux de l'exercice clos  
le 31 décembre 2007.**
- **Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos  
le 31 décembre 2007.**
- **Affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2007 et fixation du dividende à 1,1 € par action.**
- **Approbation des conventions visées au rapport spécial  
des commissaires aux comptes.**



# Ordre du Jour de l'Assemblée Générale

---

- Renouvellement du mandat de Monsieur Bruno BONNELL en qualité d'administrateur.
- Renouvellement du mandat de Monsieur Michel David-Weill en qualité d'administrateur conformément à l'article 15-II des statuts.
- Renouvellement du mandat de Monsieur Bernard HOURS en qualité d'administrateur.
- Renouvellement du mandat de Monsieur Jacques NAHMIAS en qualité d'administrateur.



# Ordre du Jour de l'Assemblée Générale

---

- Renouvellement du mandat de Monsieur Naomasa TSURITANI en qualité d'administrateur.
- Renouvellement du mandat de Monsieur Jacques VINCENT en qualité d'administrateur.
- Maintien du mandat de Monsieur Christian LAUBIE en qualité d'administrateur conformément à l'article 15-II des statuts.
- Approbation des engagements visés à l'article L.225-42-1 du Code de commerce relatifs aux indemnités de rupture dans certains cas de cessation du mandat social de Monsieur Franck RIBOUD.



# Ordre du Jour de l'Assemblée Générale

---

- Approbation des engagements visés à l'article L.225-42-1 du Code de commerce relatifs aux indemnités de rupture dans certains cas de cessation du mandat social de Monsieur Jacques VINCENT.
- Approbation des engagements visés à l'article L.225-42-1 du Code de commerce relatifs aux indemnités de rupture dans certains cas de cessation du mandat social de Monsieur Emmanuel FABER.



# Ordre du Jour de l'Assemblée Générale

---

- Approbation des engagements visés à l'article L.225-42-1 du Code de commerce relatifs aux indemnités de rupture dans certains cas de cessation du mandat social de Monsieur Bernard HOURS.
- Autorisation à conférer au Conseil d'Administration à l'effet d'acheter, de conserver ou de transférer des actions de la Société.
- Pouvoirs pour formalités.



# Assemblée Générale 2008

---



# Assemblée Générale 2008

---

**Pierre-André Térisse**

**Directeur Général Finances**



# Disclaimer

Ce document contient des déclarations de nature prévisionnelle concernant le Groupe DANONE. Bien que le Groupe DANONE estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables, elles comportent de nombreux risques et incertitudes, et en conséquence les résultats réels pourront différer significativement de ceux attendus. Pour une description plus détaillée de ces risques et incertitudes, il convient notamment de se référer au rapport annuel du Groupe DANONE (Document de Référence, à la section « Facteurs de risques », disponible sur [www.danone.com](http://www.danone.com)). Le Groupe DANONE ne s'engage en aucune façon à publier une mise à jour ou une révision de ces prévisions. Ce document ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat des titres Danone.



# Faits significatifs 2007

- Cession de l'activité biscuits - règlement au 30 Nov
- Acquisition de Numico - prise de contrôle début Nov.
- Wahaha mise en équivalence à partir du 1<sup>er</sup> Juillet

*La performance du chiffre d'affaires et de la marge opérationnelle, dans cette présentation, n'inclut pas les activités de la division biscuits ni le second semestre de Wahaha*



# Comment lire notre performance

	Périmètre publié	
	Historique	Comparable
Produits Laitiers Frais	✓	✓
Eaux (hors Wahaha)	✓	✓
Wahaha S1	✓	✓
Wahaha S2 (est)		
Numico Nov-Dec	✓	
Biscuits Jan-Nov		

✓ Intégration globale dans les comptes consolidés



# Chiffres clés 2007

Chiffre d'affaires

12 776 M€

+9,7% comparable  
+5,9% historique

Résultat opérationnel

1 696 M€

+6,2%

Marge opérationnelle

13,27 %

+ 45 pb comparable  
+ 3 pb historique

Résultat net courant

1 185 M€

vs 1 194 M€ FY '06

Résultat net courant par  
action part du Groupe (dilué)

2,47 €

vs 2,44 € FY '06  
+ 1,2%

Cash flow libre incl. biscuits

1 184 M€

vs 1 516 M€ FY '06  
+3,9% à périmètre comparable

# Performance 2007: points clés

- **Croissance du chiffre d'affaires et performance de la marge au delà des objectifs initiaux**
- **...malgré la baisse des ventes de Wahaha, les mauvaises conditions climatiques en Europe, et les hausses significatives du coût des matières premières**
- **La croissance des activités conservées est très solide**
  - croissance record des Produits Laitiers Frais avec une progression solide des volumes
  - croissance soutenue de la division Eaux, malgré des résultats impactés par les mauvaises conditions climatiques en Europe durant l'été 2007
  - Dynamisme de l'activité porté par toutes les géographies
- **Croissance continue de la rentabilité malgré la hausse significative des coûts**
  - Hausse du prix du lait compensée totalement par des augmentations de prix
  - Evolution de la marge opérationnelle en comparable: +45 pb

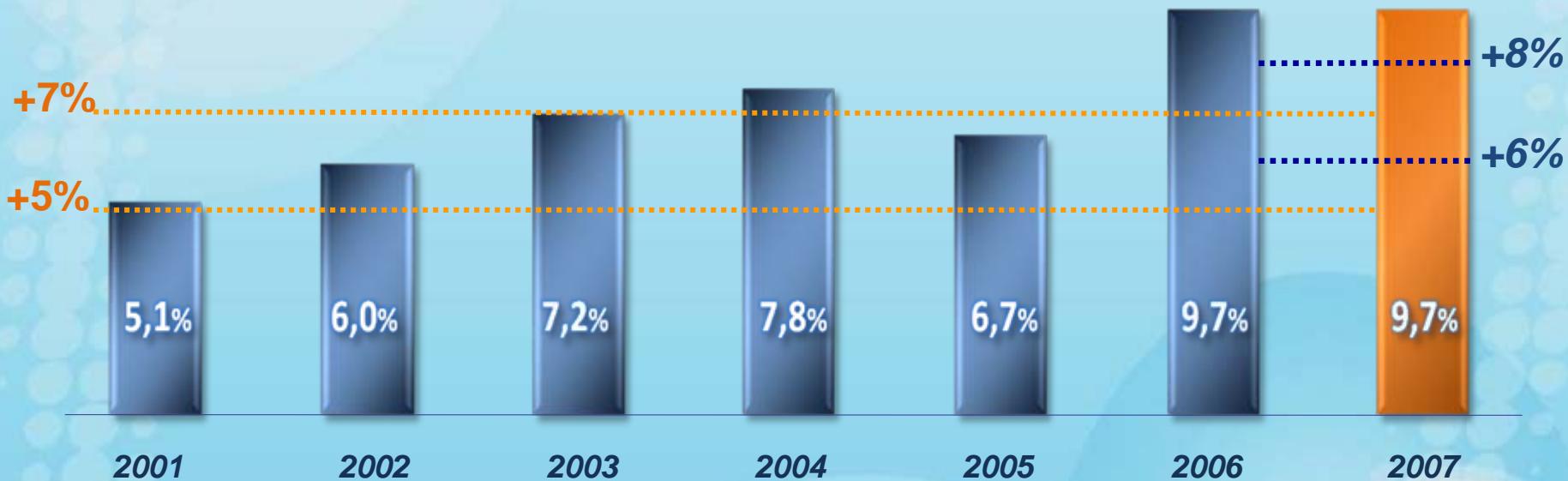


1. **Chiffre d'affaires**
2. **Résultats**
3. **Financement & bilan**
4. **Actionnariat, dividendes & cours de bourse**



# Croissance du chiffre d'affaires parfaitement alignée avec nos objectifs

## *Croissance comparable*



# Produits Laitiers Frais : croissance au delà de 10%



- Croissance et ventes records
- Toutes les géographies ont contribué à la croissance, plus particulièrement l'Europe de l'Est et l'Amérique du Nord.
- Les blockbusters continuent sur un rythme de croissance proche de 20%



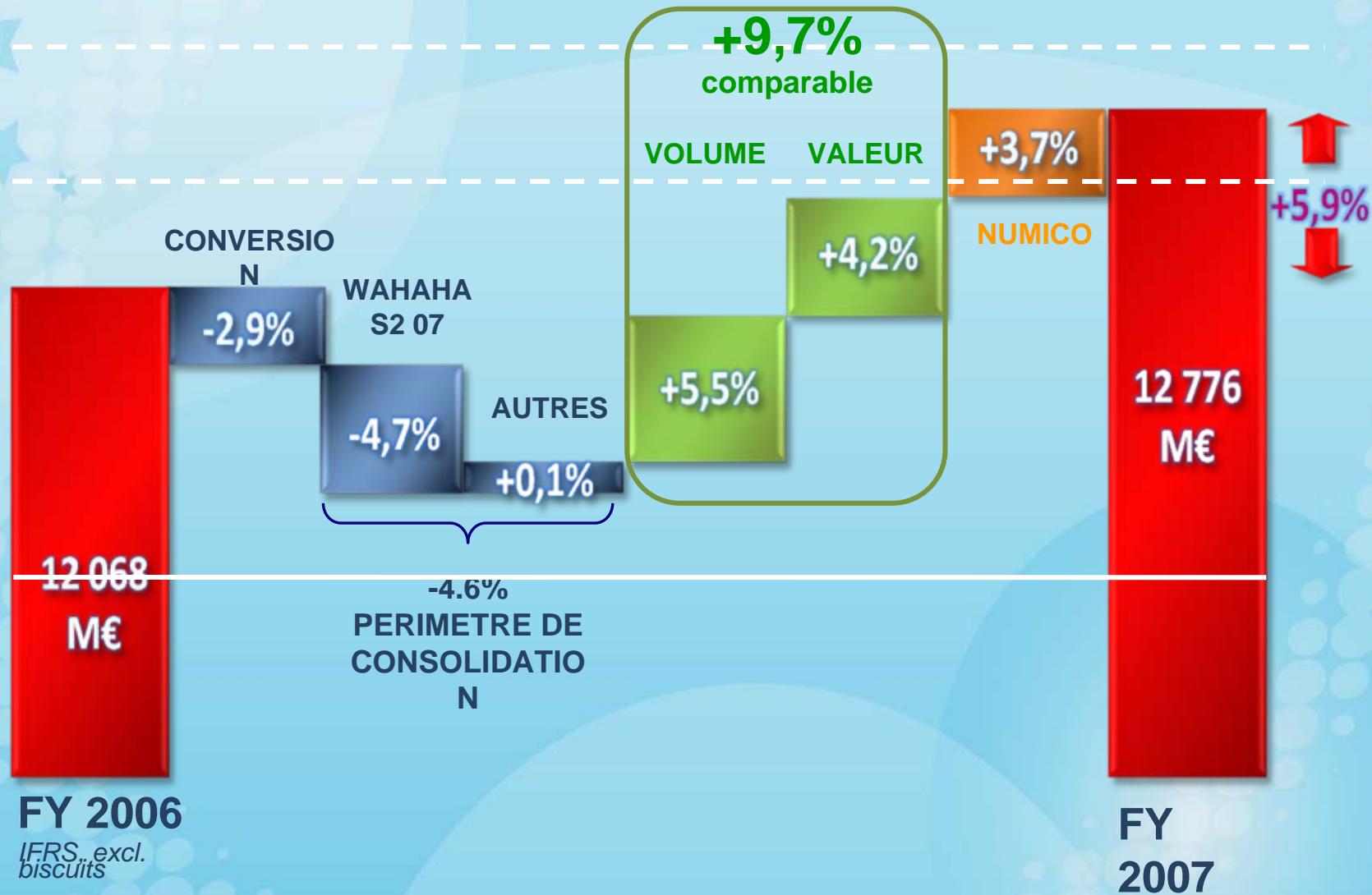
# Eaux : très bons fondamentaux malgré des difficultés ponctuelles



- La croissance annuelle a été impactée par les mauvaises conditions climatiques en Europe de l'Ouest
- Le conflit avec Wahaha a également impacté la performance négativement
- Les autres géographies ont continué de bénéficier du fort positionnement des marques et des nouvelles opportunités de consommation



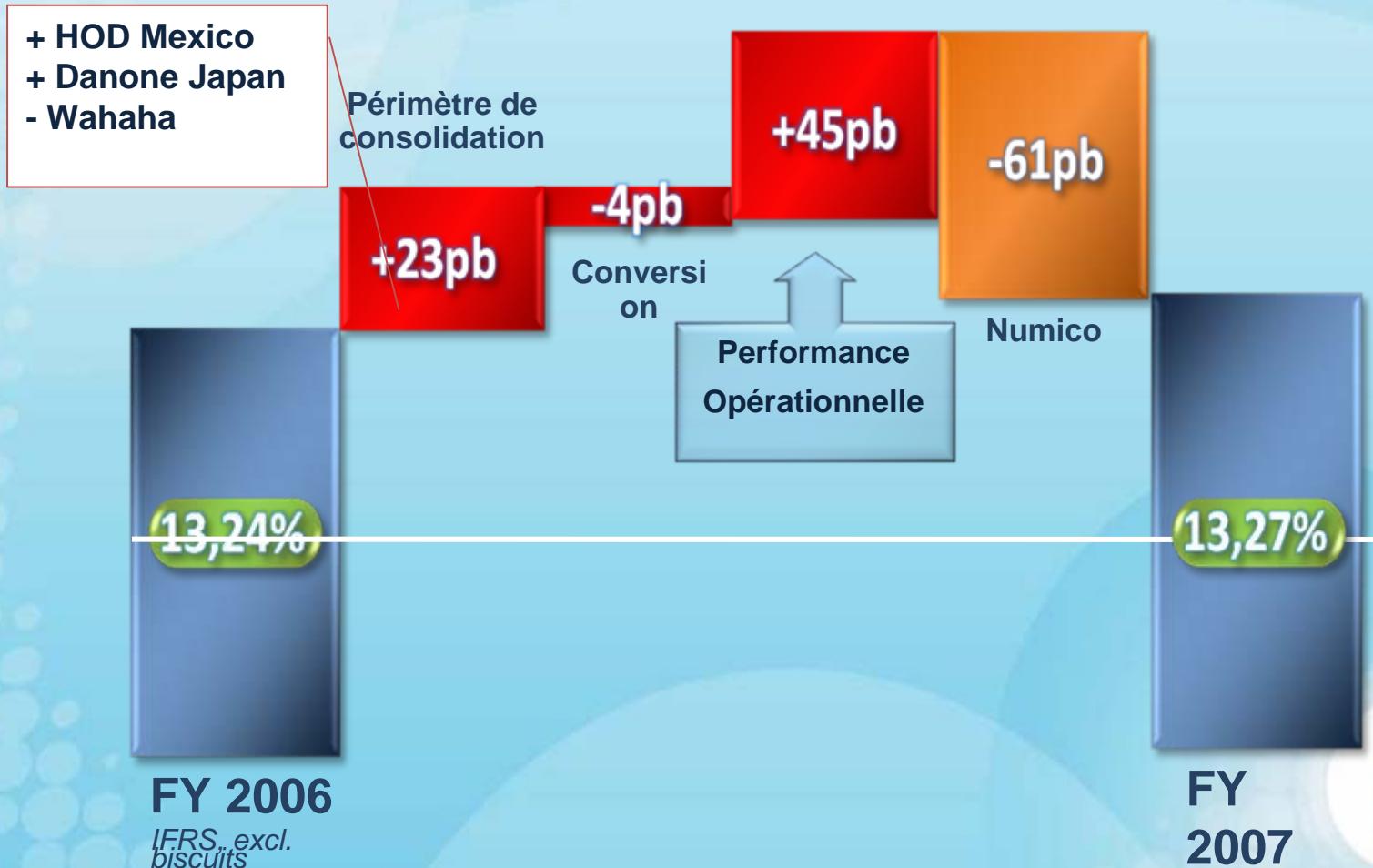
# Analyse du chiffre d'affaires publié 2007



1. **Chiffre d'affaires**
2. **Résultats**
3. **Financement & bilan**
4. **Actionnariat, dividendes & cours de bourse**



# Une solide progression en comparable de la marge annuelle malgré les tensions sur les coûts: +45 pb



# Le résultat opérationnel a progressé dans chacune des divisions ainsi que dans toutes les zones géographiques

## Par pôle d'activité



Produits  
Laitiers Frais



Eaux

## Par zone géographique



Europe



Asie



Reste du Monde

2006 2007

## Le résultat net est fortement impacté par les opérations Biscuits et Numico

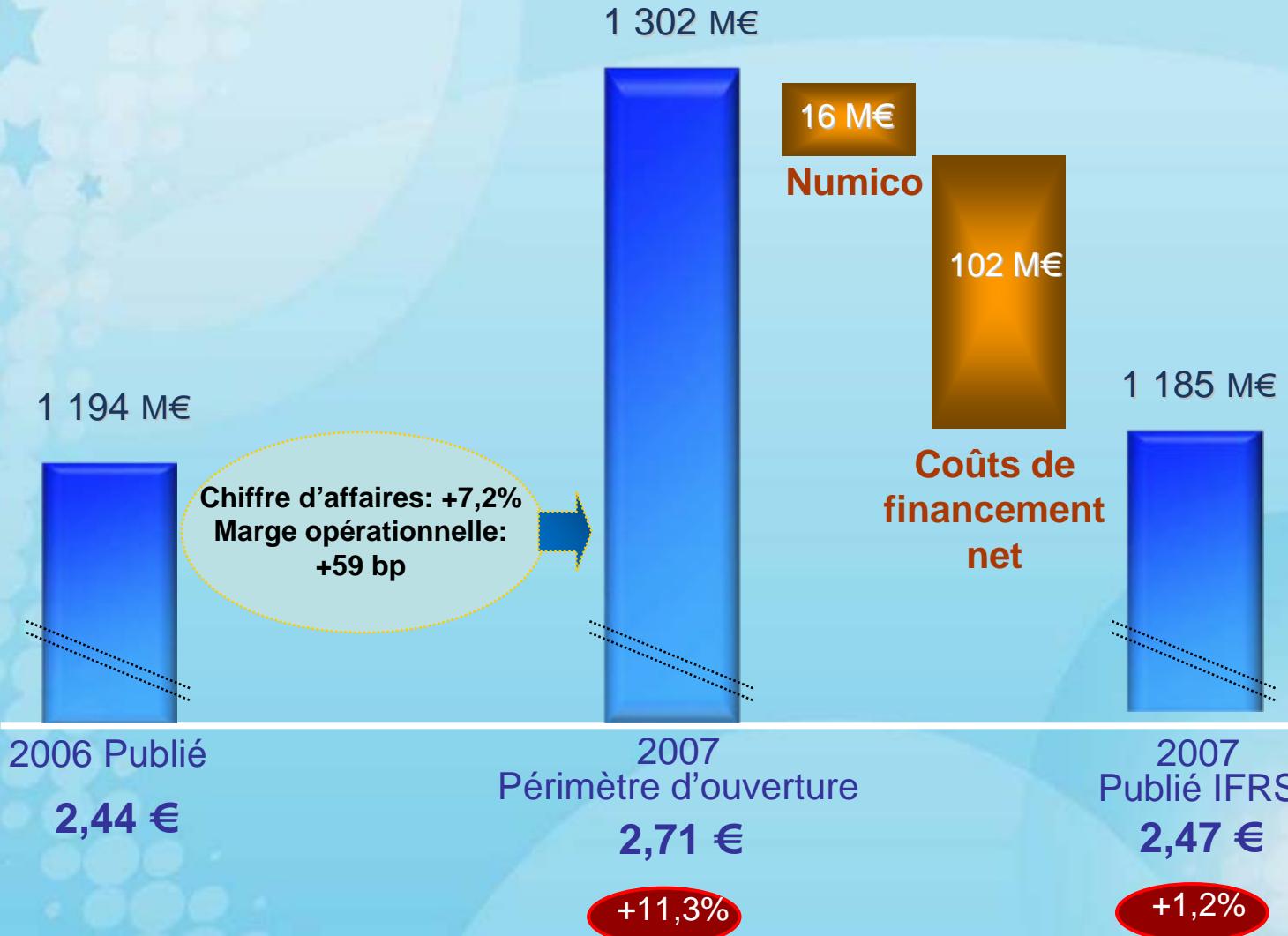
M€

2006

2007

Résultat net part du Groupe	1 353	4 180
Résultat net des activités arrêtées, cédées ou en cours de cession	159	2 995
Résultat net courant	1 194	1 185
Nombre d'actions dilué en million de titres	489,4	479,9
Bénéfice net par action courant dilué	€ 2,44	€ 2,47

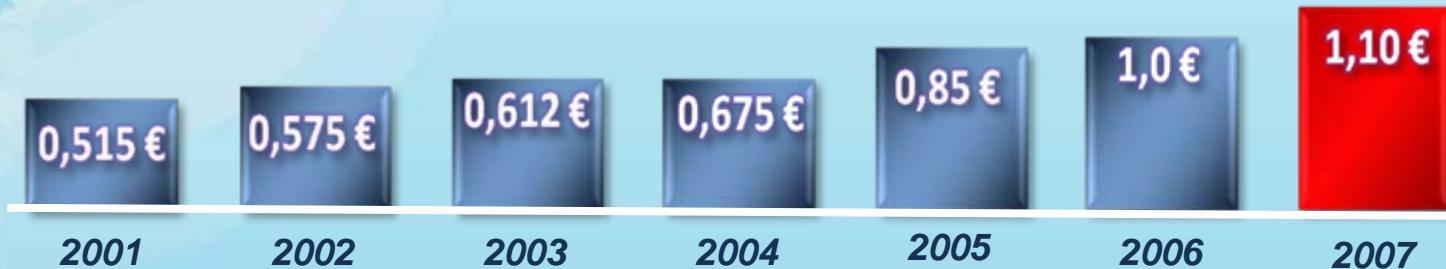
# Evolution Bénéfice net par action



# Un dividende en croissance de +10% est proposé à l'Assemblée Générale

## Dividende par action\*

+10,0%



## Montant total en M€



\*En prenant en compte la division du nominal par deux le 1er juin 2007

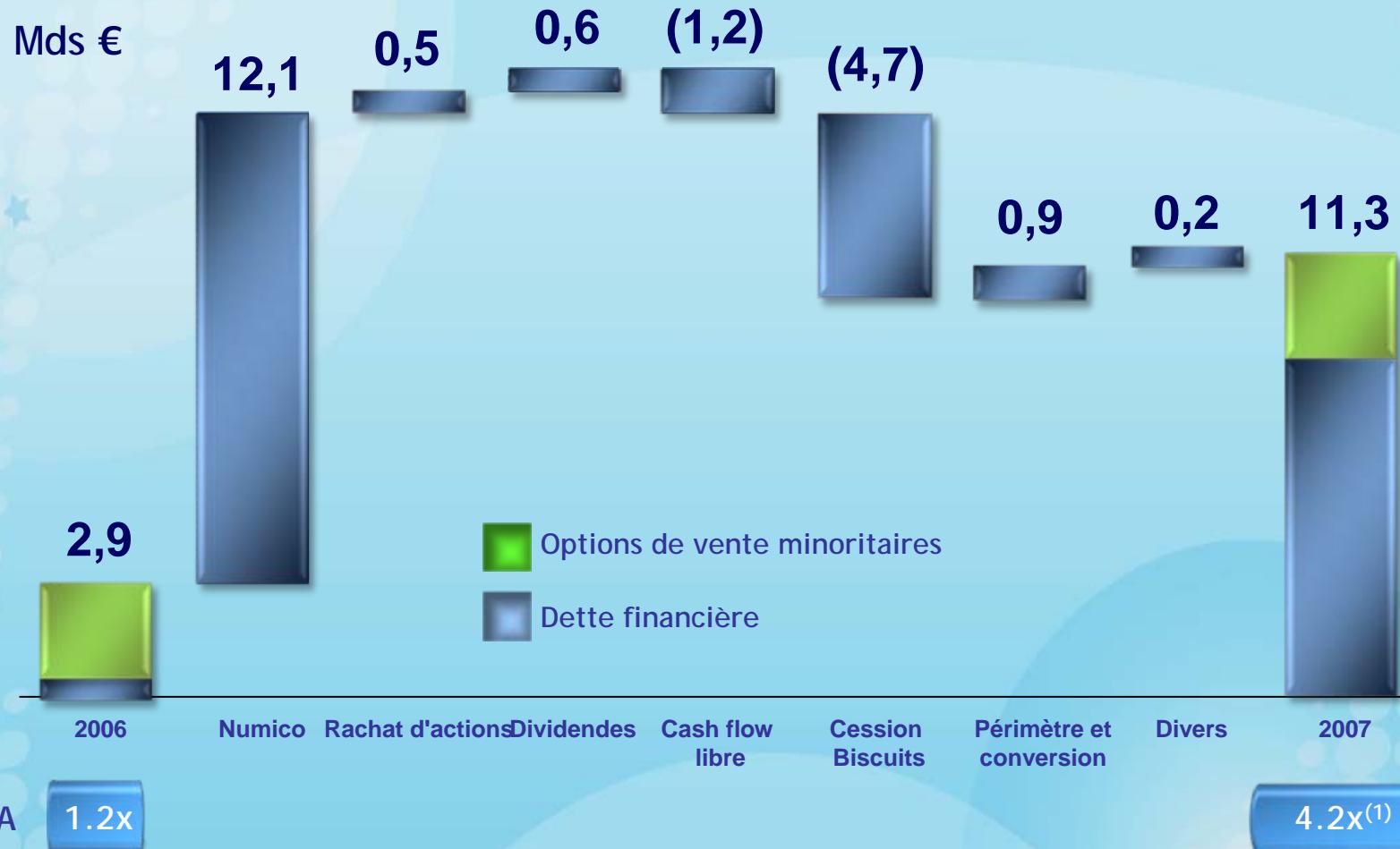


1. **Chiffre d'affaires**
2. **Résultats**
3. **Financement & bilan**
4. **Actionnariat, dividendes & cours de bourse**

# Solide progression du cash flow à périmètre comparable

M€	2006	2007
<b>Marge brute d'autofinancement</b>	<b>1 418</b>	<b>1 525</b>
Investissements industriels	(589)	(666)
Cessions d'actifs	29	94
Variation du besoin en fonds de roulement	241	189
<b>Cash Flow Libre (à périmètre comparable)</b>	<b>1 099</b>	<b>1 142</b>
<i>Wahaha</i>	126	(57)
<i>Eléments financiers exceptionnels</i>	100	(103)
<i>Numico</i>	0	3
<i>Biscuits</i>	191	199
<b>Cash Flow Libre</b>	<b>1 516</b>	<b>1 184</b>

# Financement du Groupe



<sup>(1)</sup> Pro-forma année pleine après cession des biscuits et intégration Numico

<sup>(2)</sup> Incluant d'autres investissements, augmentation de capital et d'autres impacts sur le cash flow

# L'évolution du bilan reflète les opérations Biscuits et Numico

M€	2006	2007
CAPITAUX PROPRES TOTAUX	6 069	9 100
DETTE NETTE	2 902	11 261
Options de vente des minoritaires	2 504	2 700
Dette financière	398	8 561

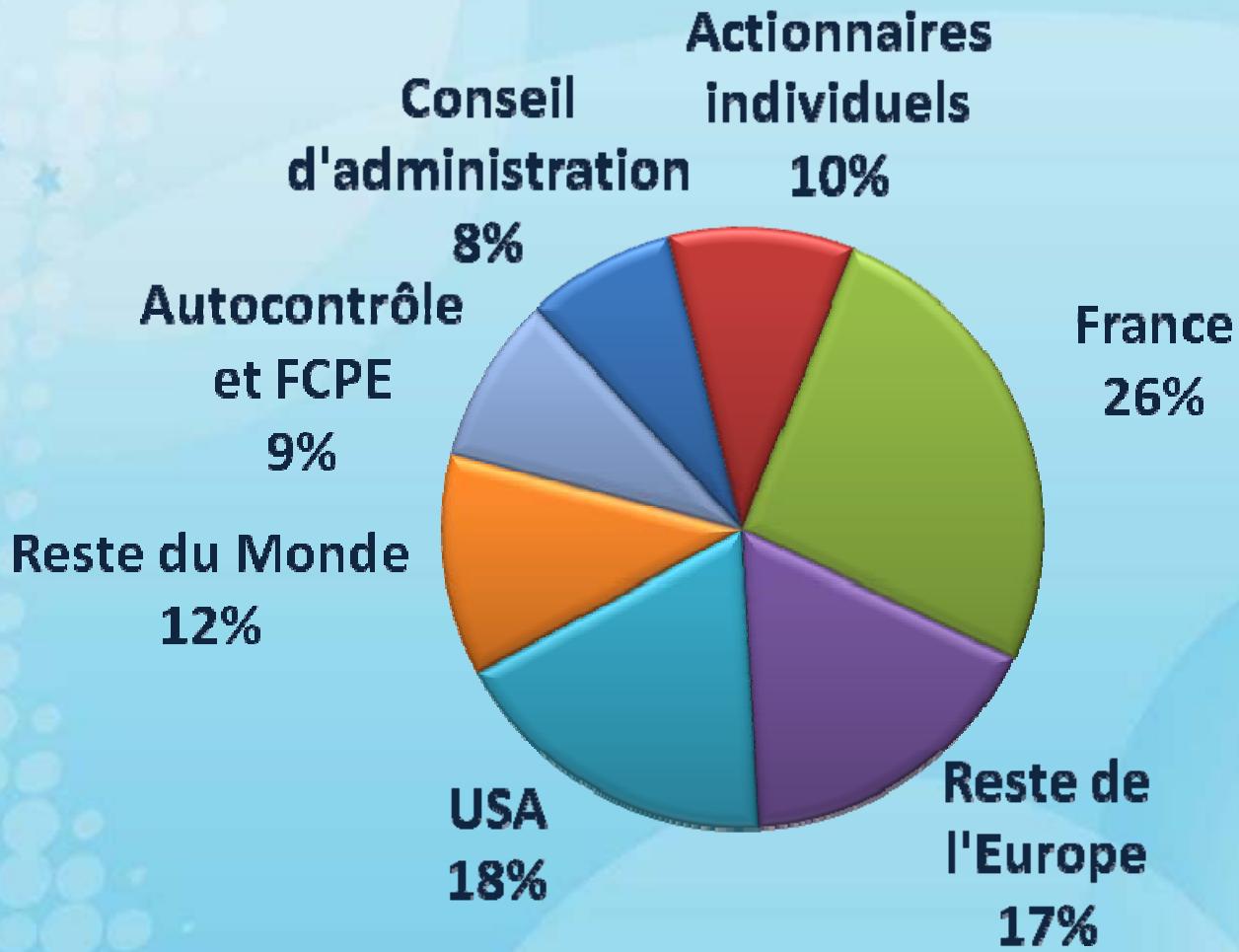


DANONE

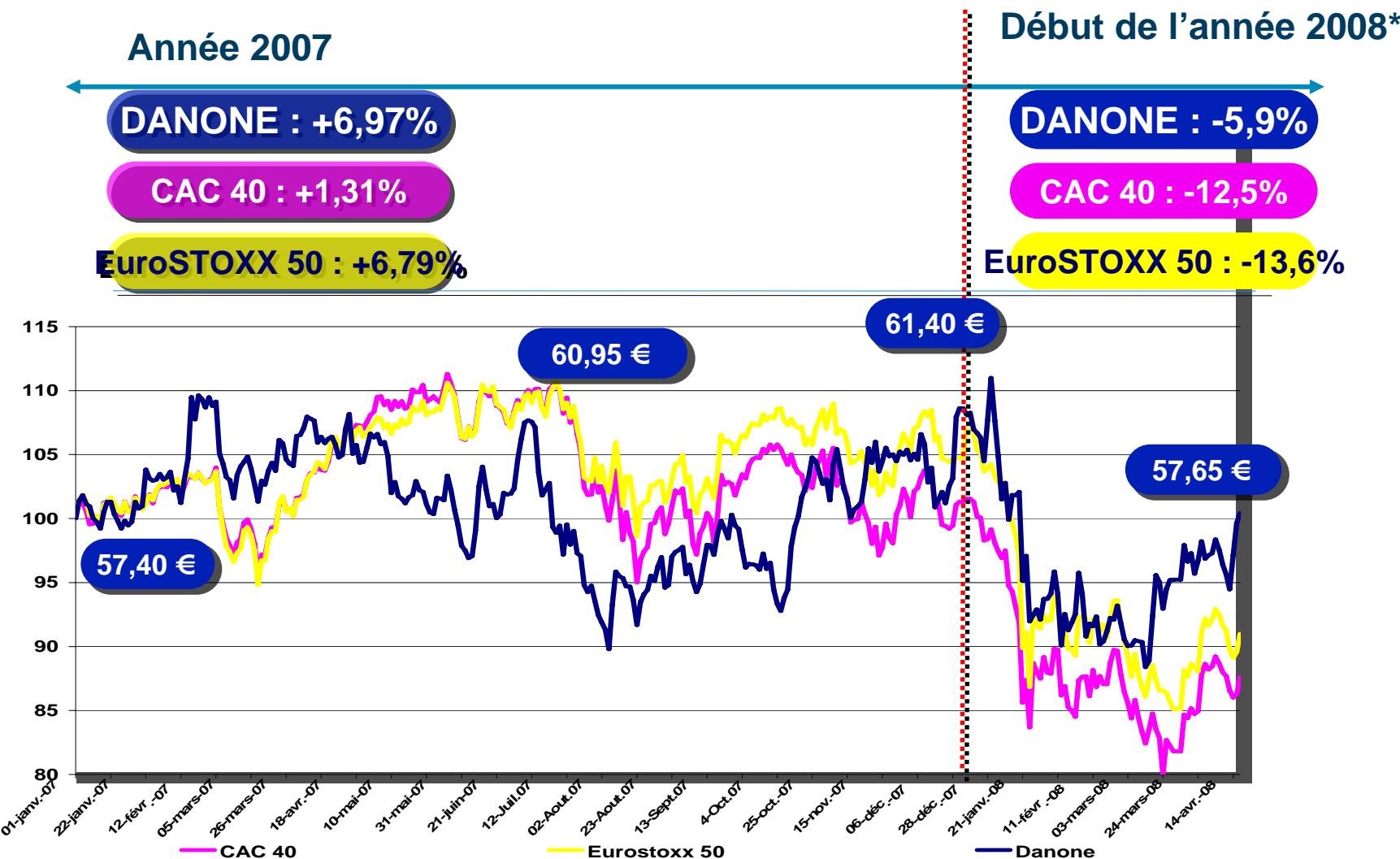
1. **Chiffre d'affaires**
2. **Résultats**
3. **Financement & bilan**
4. **Actionnariat, dividendes & cours de bourse**



# Un actionnariat équilibré (au 31/12/2007)



# Evolution du cours de bourse



\* Clôture du 16 avril

# Chiffre d'affaires T1 2008

---



DANONE

## Q1 2008 points majeurs

---

- Solide début d'année pour le Nouveau Danone
- La progression du chiffre d'affaires de +11,4% dépasse les objectifs annuels
- Toutes les zones ont contribué à la croissance
- Intégration Numico et performance confirmées
- Objectifs 2008 réaffirmés



DANONE

# Tous les pôles d'activité contribuent à une forte croissance au 1<sup>er</sup> trimestre 2008

*Evolution sur base comparable*

**Produits Laitiers Frais**

+10,5%

**Eaux**

+7,0%

**Baby Nutrition**

+18,8%

**Medical Nutrition**

+14,6%

**TOTAL GROUPE**

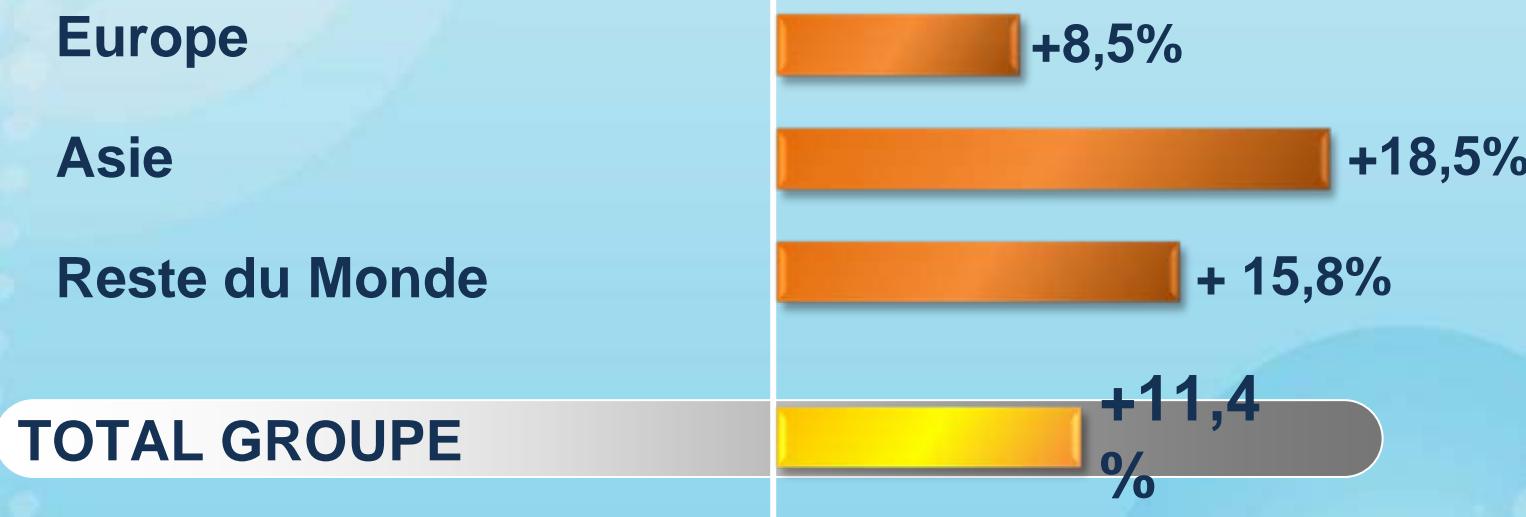
+11,4%  
%



DANONE

# Croissance du chiffre d'affaires au 1<sup>er</sup> trimestre 2008 par zone géographique

*Evolution sur base comparable*



# Analyse du chiffre d'affaires Q1 2008



# Objectifs 2008 confirmés

## Objectif 2008

Croissance du chiffre d'affaires\*

+8% à +10%

Croissance du résultat opérationnel\*

Supérieure à celle du chiffre d'affaires

Marge opérationnelle\*

>+30bp

Croissance du BNPA courant

>+15%

\* Sur une base comparable



# Assemblée Générale 2008

---



# Assemblée Générale 2008

---

**Franck Riboud**

**Président Directeur Général**



Apporter  
la santé par l'alimentation  
au plus grand nombre

---



# 1997-2006 : 10 ans de création de valeur

Un retour total actionnaire de +17%,  
supérieur à celui de nos concurrents<sup>(1)</sup> (+9% en moyenne)

- Croissance moyenne annuelle des ventes<sup>(2)</sup>  6.2%
- Progression moyenne du résultat opérationnel  +42 bp
- Progression moyenne du cash flow libre  +12%
- Progression moyenne du Retour sur capital investi  +115bp

<sup>(1)</sup> Nestlé, Unilever, Cadbury, General Mills, Pepsico, Coke, Kellogg

<sup>(2)</sup> En données comparables



# 1997-2006 : 10 ans de création de valeur

Cessions

+9.9 Mds €

Dividendes

(3.6) Mds €

Rachat d'actions

(5.8) Mds €

Acquisitions

(8.8) Mds €

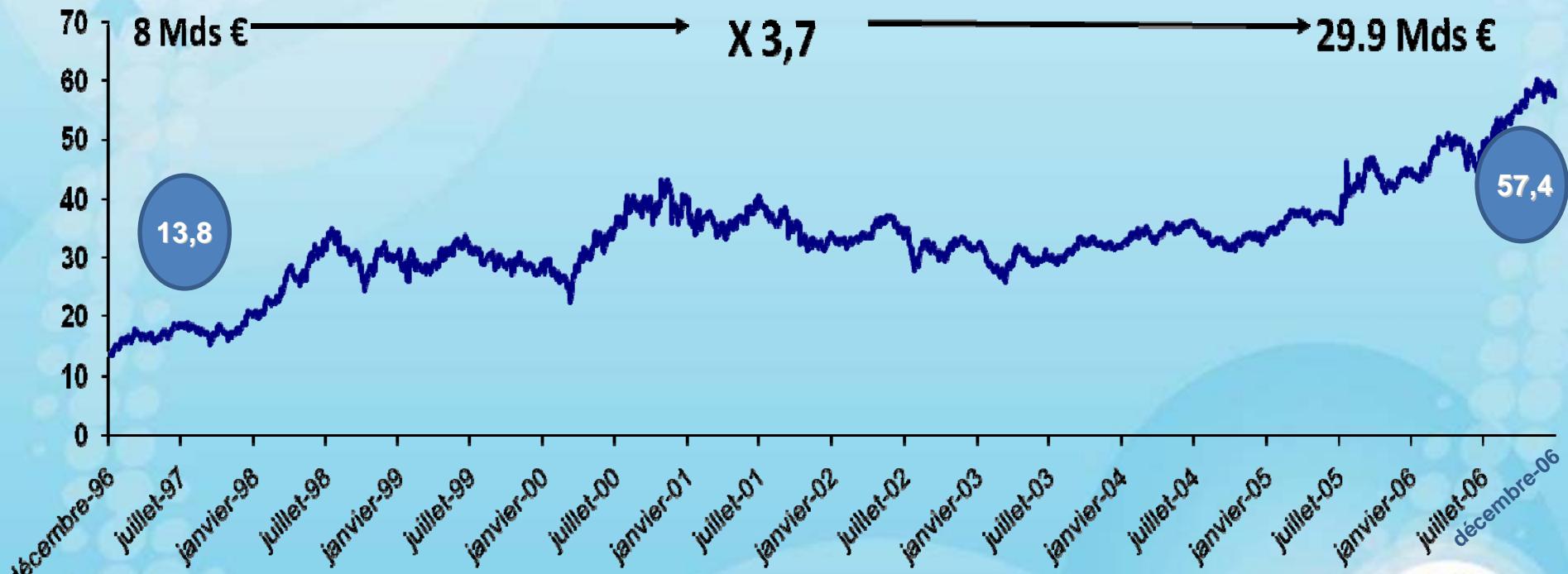
Pas de dette financière nette



DANONE

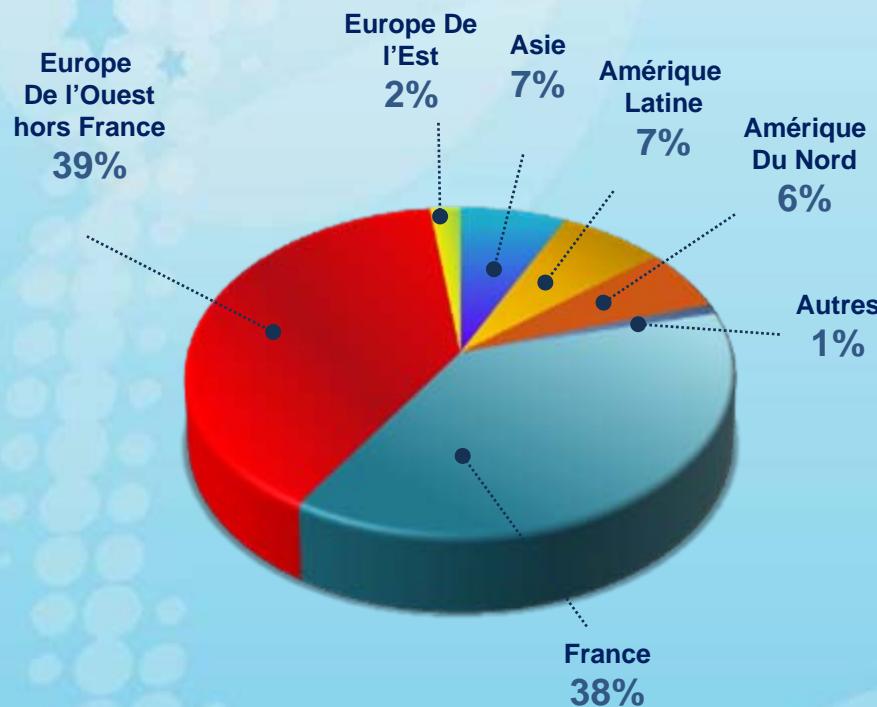
# 1997-2006 : 10 ans de création de valeur

*Une valeur d'entreprise multipliée par 4*

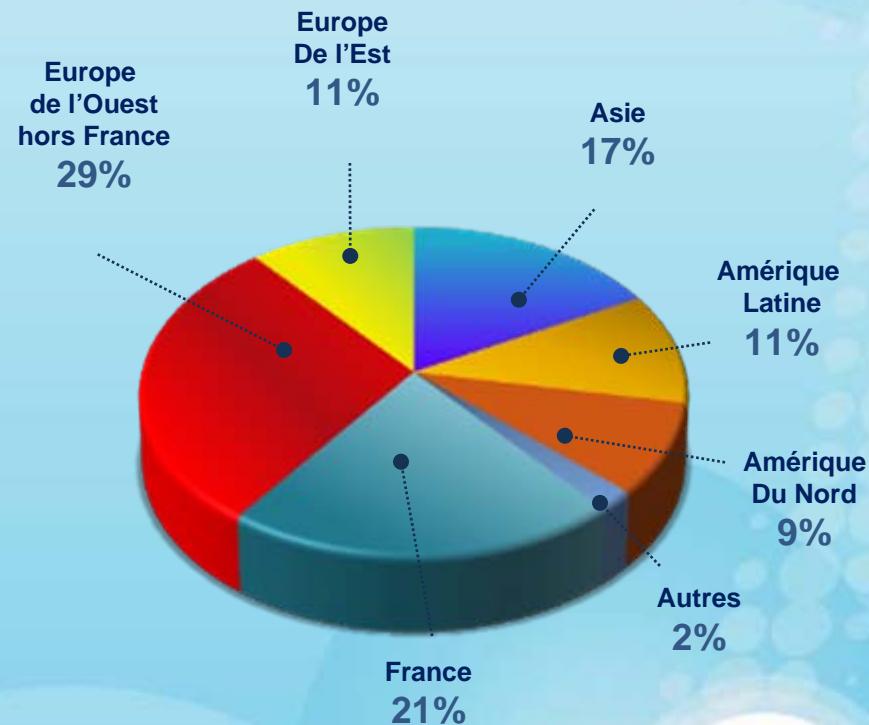


# 10 ans de rééquilibrage géographique

1996



2006



77%

Europe Occidentale

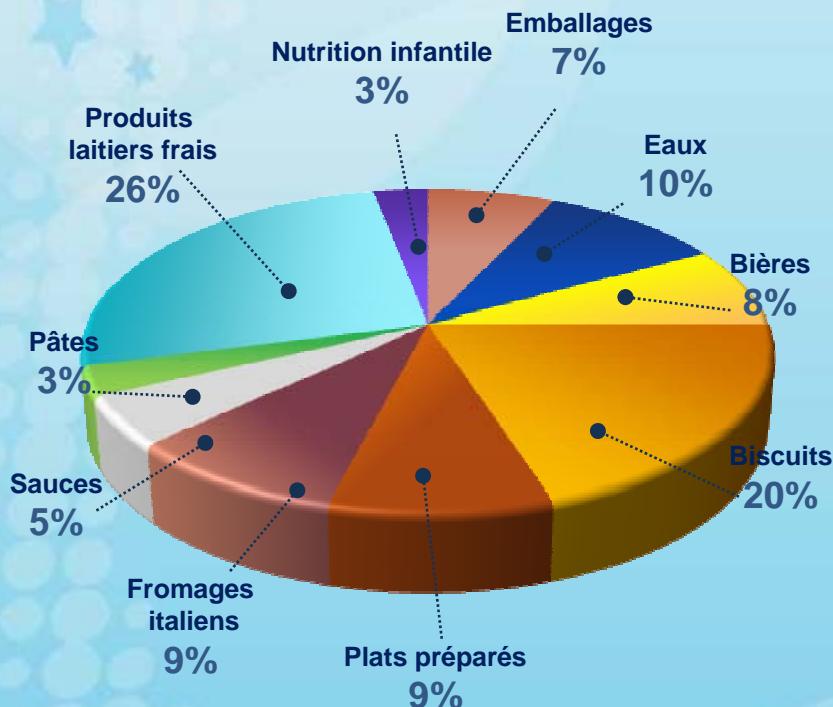
50%



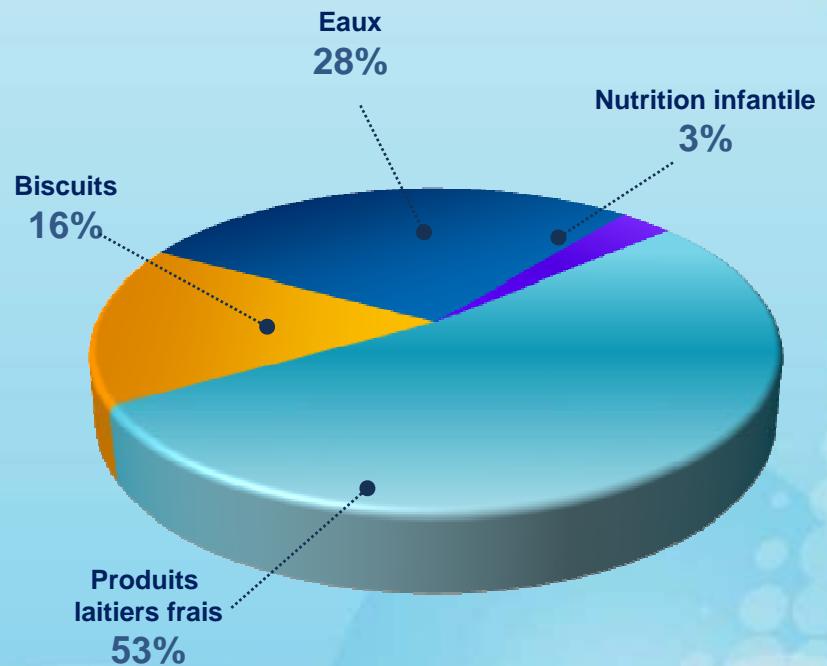
DANONE

# 10 ans de focalisation sur la santé

1996



2006



39%

Alimentation Santé

84%



# 10 ans de focalisation sur la santé

Des méga-marques synonymes d'alimentation santé



~1 900 M€



~1 100 M€



~500 M€



~500 M€

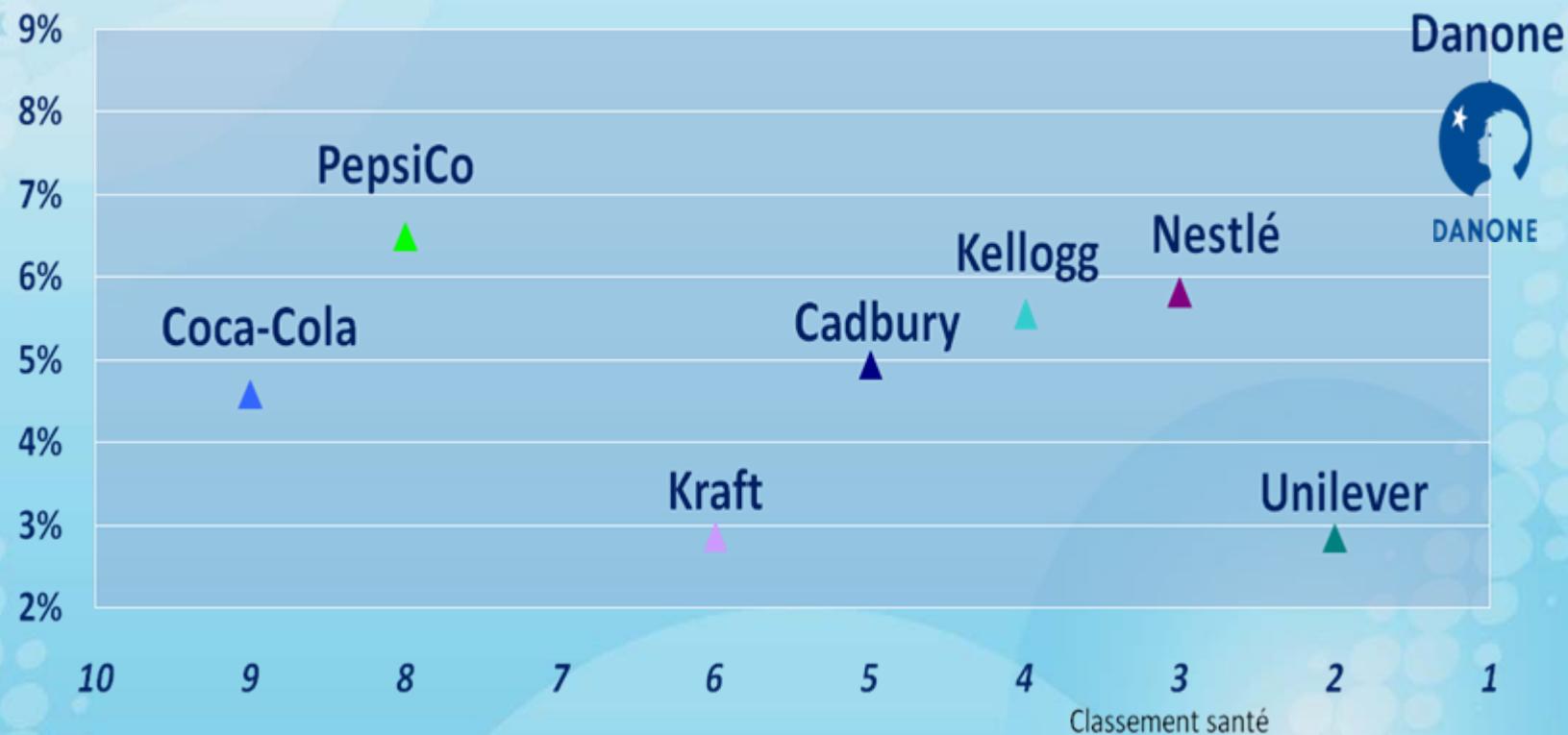
Ventes 2007



# 10 ans de focalisation sur la santé

## *Une avance reconnue*

Croissance organique moyenne annuelle 03-07



Etude comparative des 10 plus grandes entreprises alimentaires présentée par JP Morgan et Insight en avril 2008

N°7 Heinz – Données de croissance non disponibles

# Depuis 2007

---

**Une nouvelle étape  
De nouvelles ambitions**



# Numico, l'alliance naturelle

- ✓ Un positionnement 100% santé
- ✓ Une croissance rentable
- ✓ Une présence géographique équilibrée et des positions de leader local
- ✓ Un très fort potentiel :
  - deux métiers au cœur des enjeux de société de demain



NUMICO



# Un positionnement 100% santé

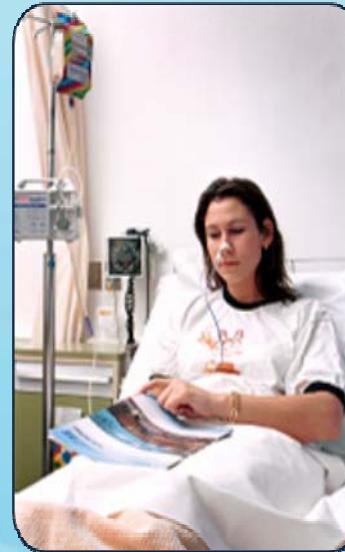
*Deux divisions*

## Nutrition infantile



72% des ventes

## Nutrition médicale



28% des ventes



DANONE

# Une croissance rentable

Ventes 2006 : 2 623 M€

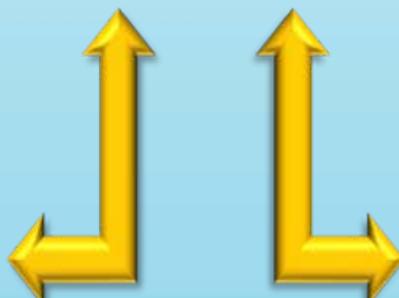
Marge : 18.4 %

Collaborateur 12 888  
s :



Nutrition infantile

Taux de croissance moyen  
2004-2007  
**+11%**



Nutrition médicale

Taux de croissance moyen  
2004-2007  
**+12%**

# Une présence géographique équilibrée : alimentation infantile



Source: Euromonitor, données internes Numico

# Une présence géographique équilibrée : nutrition médicale



# Des métiers au cœur des enjeux de société

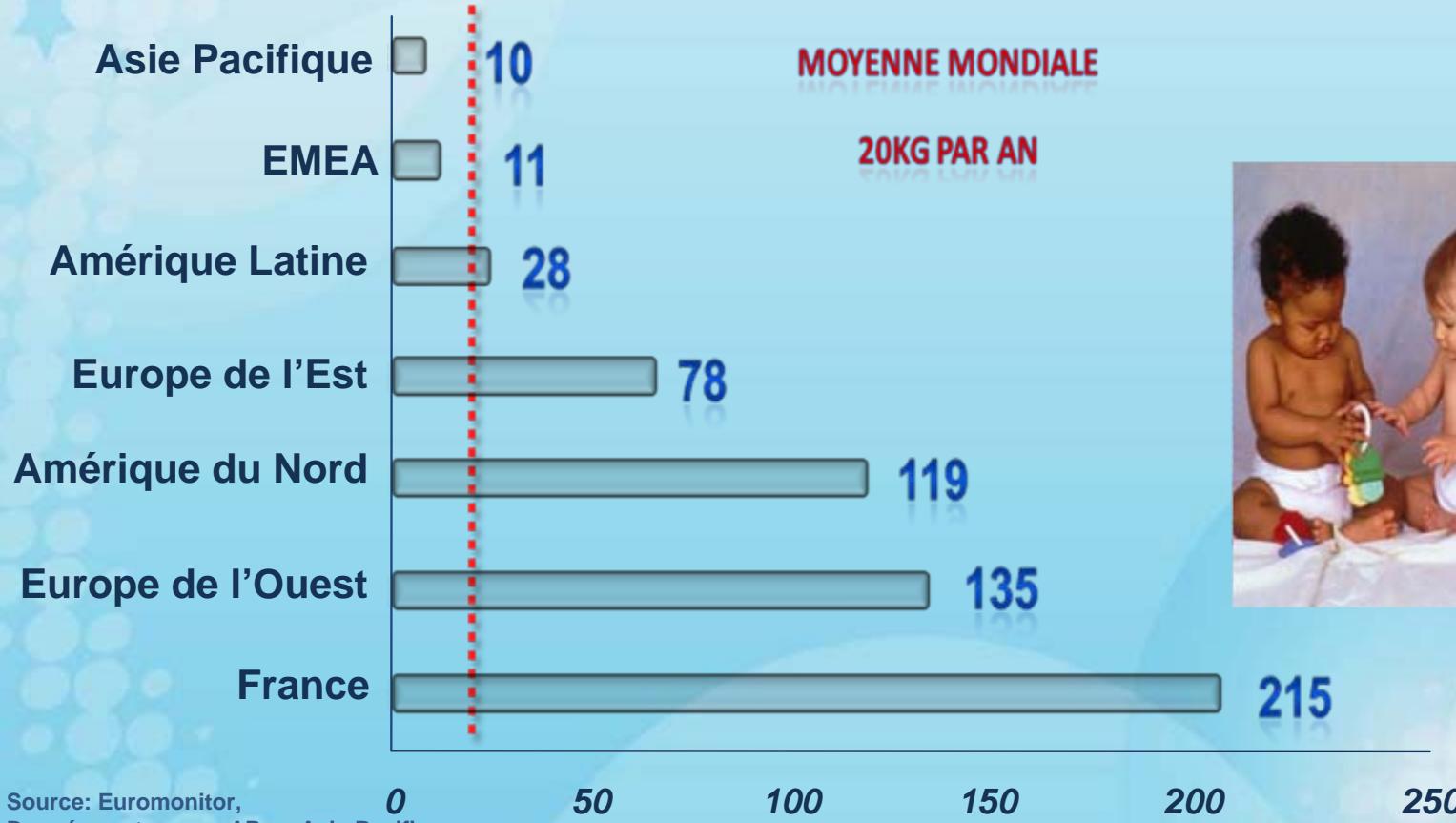
---

- Allongement de la durée de vie et nécessité de prolonger l'autonomie individuelle
- Reconnaissance croissante du rôle de l'alimentation dans la prévention et l'accompagnement des maladies
- Transformation des modes de vie
- L'enjeu crucial de la sécurité alimentaire
- Prise en compte des besoins nutritionnels très spécifiques (bébé, seniors, malades)



# Un potentiel de développement unique : la nutrition infantile

## Consommation d'alimentation infantile par an et par habitant



Source: Euromonitor,  
Données externes – APac: Asia Pacific

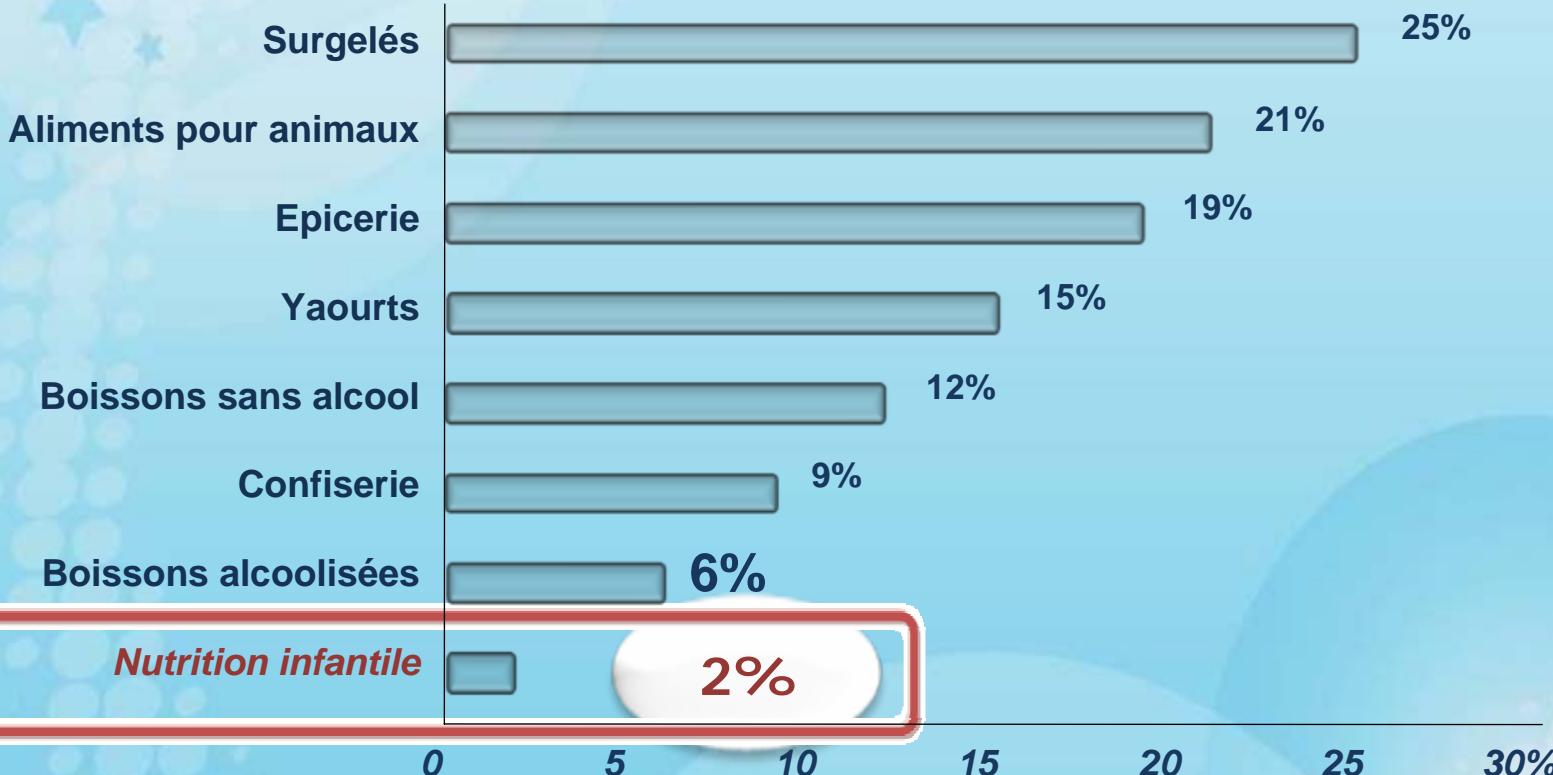


# Un potentiel de développement unique : la nutrition médicale

- Marché Mondial : 4 Mds d'euros (+7% par an)
- 11% de la population mondiale > 60 ans (20% en 2050)
- La confiance des professions de santé



## Poids des marques distributeurs

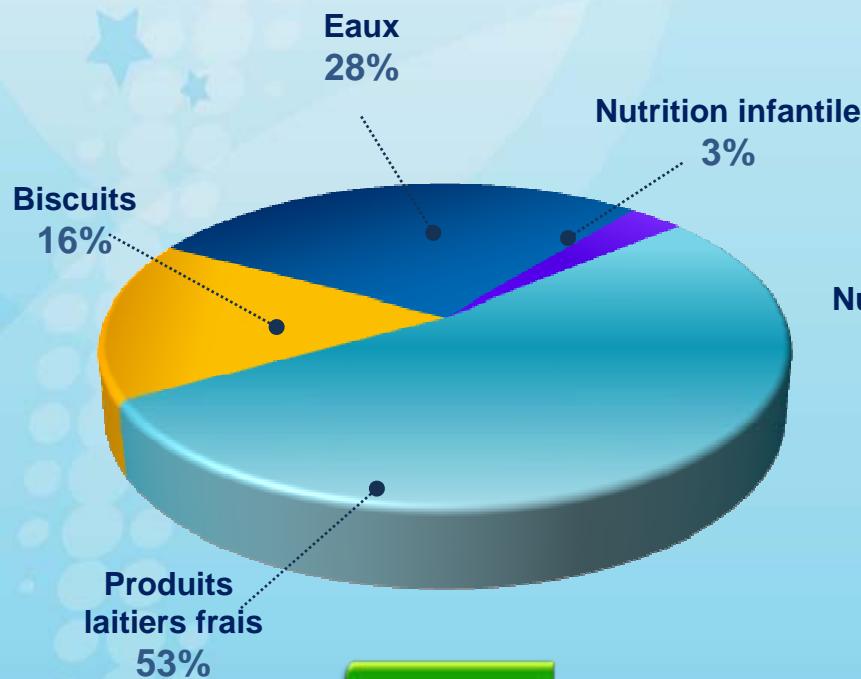


Source: Nielsen

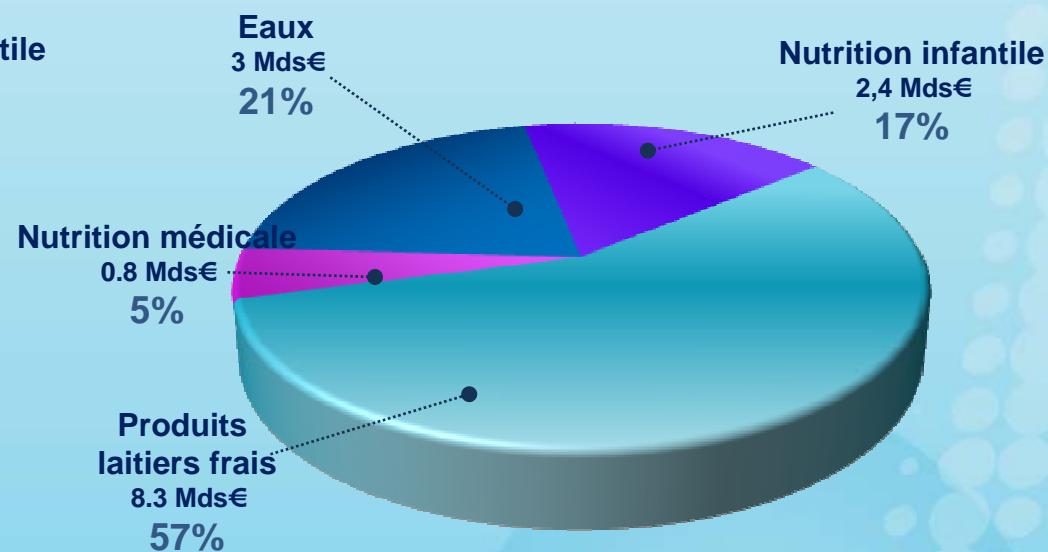


# Le nouveau Danone : 100% alimentation santé

2006



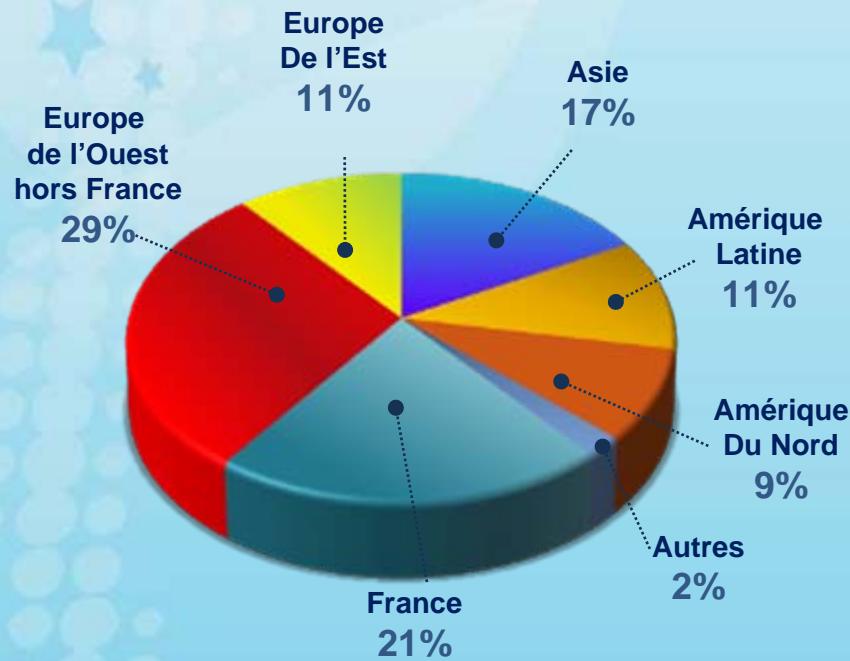
2007 Pro-Forma



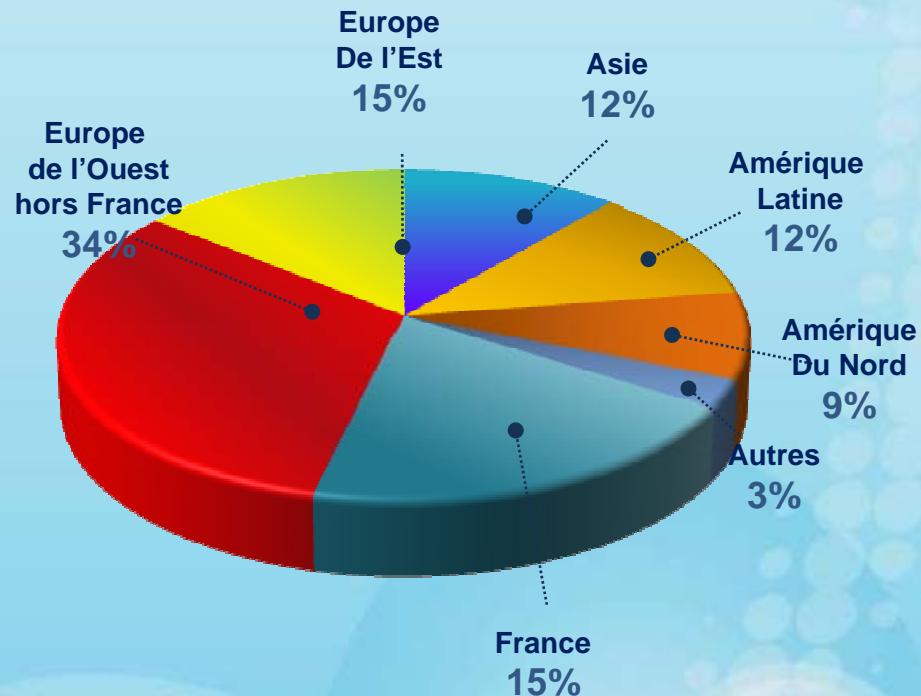
- Ventes : 14,5 Mds d'€
- Marge : 14.6%

# Le nouveau Danone : un équilibre géographique conforté

2006



Aujourd'hui\*



50%

Europe Occidentale

49%



\*Sur la base des chiffres du 1<sup>er</sup> trimestre 2008

# Notre nouvelle aventure

---



- **Budget R&D :**

- 220 Millions d'euros en 2008  
(1,4% du Chiffre d'affaires)  
contre 140 Millions en 2007

- 1250 chercheurs et scientifiques
- 346 brevets dont 42 dépôts en 2007
- 50 études cliniques prévues en 2008



- Rechercher et rendre disponibles les bienfaits de la nature
- Préserver nos ressources et notre matière première
- Mesurer et réduire notre empreinte écologique



# Plus de consommateurs

De nouvelles classes d'âges

De nouvelles géographies



Colombie



Thaïlande



Des produits plus accessibles

Des expériences rupturistes



# Plus de sens pour les 76 000 collaborateurs

*Enquête d'opinion interne 2007*

- **82%** de taux d'engagement
- **95%** d'adhésion aux valeurs
- Un retard à combler pour les non-cadres en matière d'information et de formation



# Plus de sens pour les 76 000 collaborateurs

- Plus impliqués  
*Actions gratuites*



- Plus épanouis  
*Programme santé des salariés*



- Plus écoutés  
*Enquête d'opinion indépendante annuelle*



- Plus responsabilisés  
*Règles de rémunération variables*



- Plus formés  
*Formations diplômantes*



# Plus de croissance

avant 2006

+5% à +7%

2007

+6% à +8%

2008 +

+8% à +10%

\* En données comparables



# Assemblée Générale 2008

---

Bernard Hours

Directeur Général Délégué



The background of the slide is a close-up, slightly blurred photograph of a baby's face. The baby has light-colored hair and is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is out of focus, showing some green and blue colors, possibly from a toy or a blanket.

**Nutrition Infantile  
et Nutrition Médicale**

# La santé est historiquement dans les gènes de Danone

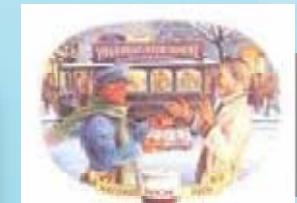
- **1783 :**

- Identification des bénéfices santé d'Evian



- **1919 : Barcelone**

- Les premiers yaourts Danone vendus en pharmacie

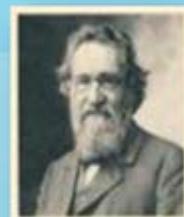


- **1929 : Paris**

- Collaboration avec l'Institut Pasteur

- **2008 :**

- 100 ans du Prix Nobel de médecine d'E. Metchnikov



# Danone peut réinventer le rôle de l'alimentation dans la santé

Curatif



Médicament

Préventif



Aliment



DANONE

# La santé par l'alimentation aux moments clés de la vie

S'ouvrir à la vie

Rester dans la vie



# **Nutrition infantile & Nutrition médicale : les marchés du futur**



1 Md de naissances dans les 7 prochaines années

1,9 Md de seniors en 2050

2005 11% 2050 20%

A blue bar chart with a yellow arrow pointing from left to right. The left side is labeled '2005' above a bar and '11%' below it. The right side is labeled '2050' above a bar and '20%' below it. The arrow is positioned below the bars, pointing from the 11% bar towards the 20% bar.



DANO  
BABY N



DANONE  
MEDICAL NUTRITION



JTRITION



DANONE

# Danone, leader Européen

€ Mds Vs 06

Marché Mondial 4,0

Marché Européen 1,3 +7%



40%

+2 points



24%



17%



13%



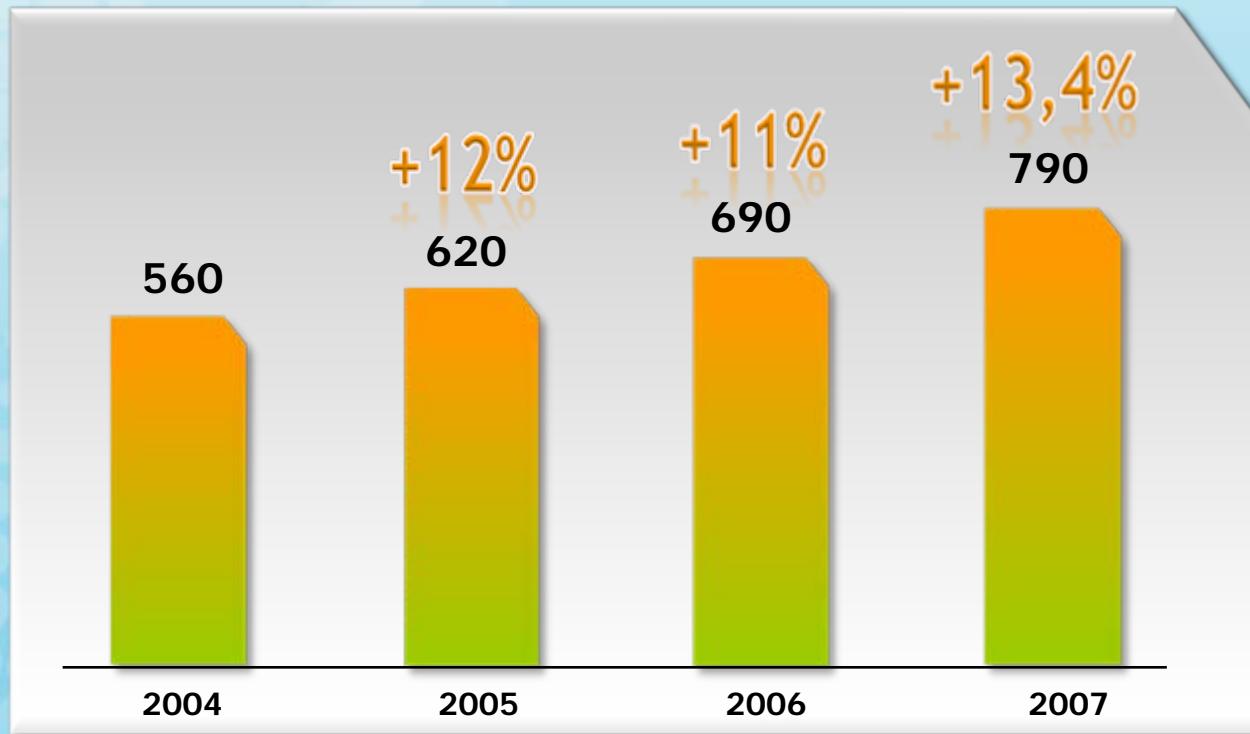
Autres

6%



# Forte croissance, forte rentabilité

## Evolution des ventes (M€)



2006

Marge  
>25%

# Un “business model” différent

Hôpitaux



Centres de soins  
spécialisés



Pharmacies



Soins à domicile



20%  
50%

10%  
50%

50%  
50%

20%  
50%

% VENTES  
50% ALEMÉD

# 2 marchés distincts

## Carences



**Nourrir**  
ceux qui ont des déficiences en  
nutriments essentiels.

## Pathologies



**Soulager**  
les symptômes  
de maladies spécifiques

# Fortimel, Neocate : deux produits qui changent la vie





# La nutrition des seniors : un enjeu peu reconnu

Sous-alimentation



Obésité



Sarcopénia



Problème  
de santé publique



Action

Problème  
de santé publique



Action

Normal ?



Passivité



# Fortimel : l'indépendance pour plus longtemps



## Problème :

Une nutrition mal adaptée fragilise les personnes âgées entraînant perte d'autonomie et soins coûteux.

## Solution :

L'apport de protéines réduit spectaculairement les hospitalisations et la dépendance.





# Un impact mesurable

High protein can reduce hospital readmissions by 28%<sup>1</sup>



High protein can increase independence by 44%<sup>2</sup>



# Les allergies, enjeu croissant pour les bébés



Avant



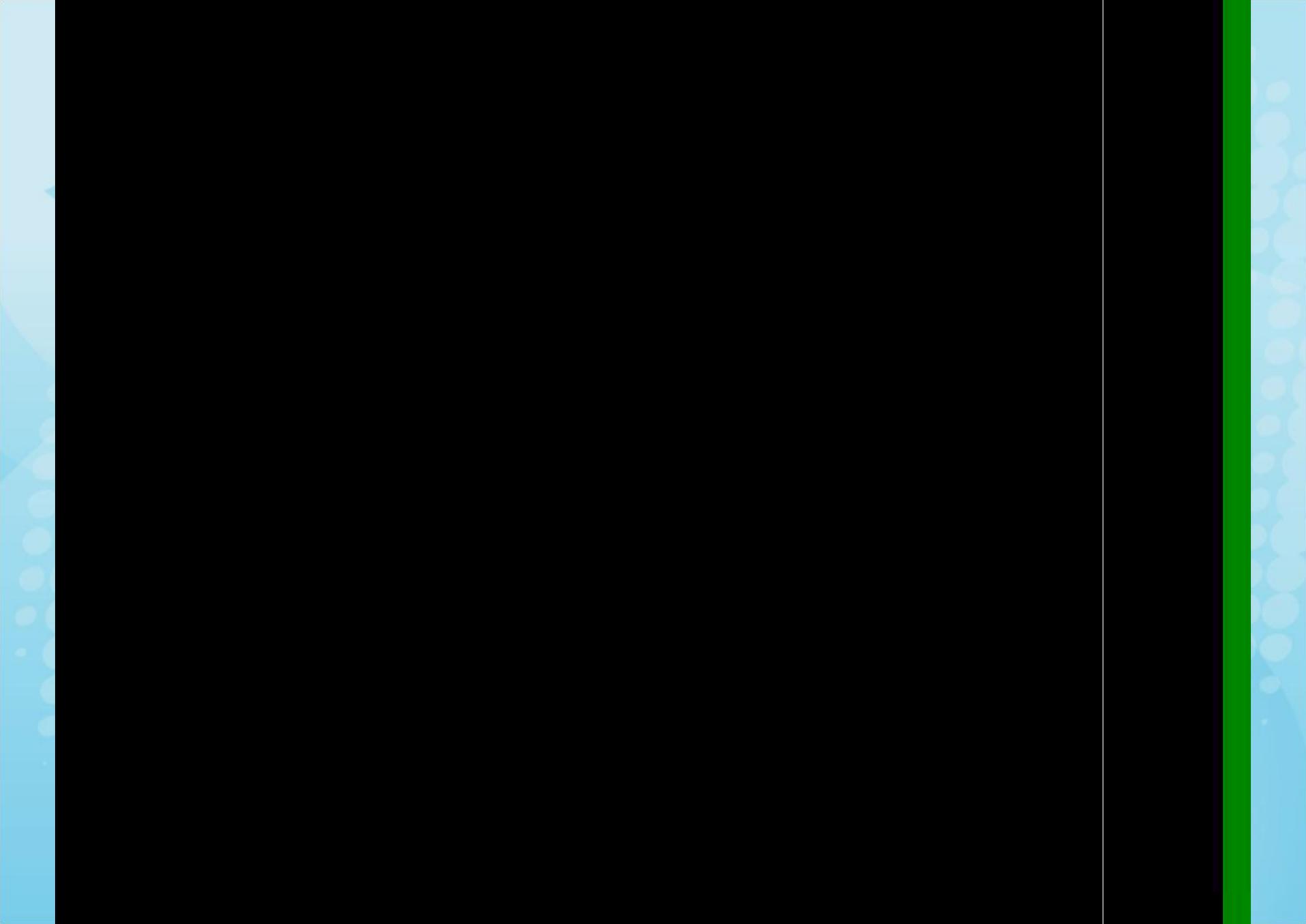
5 jours après Neocate



- **Allergie au lait de vaches :**

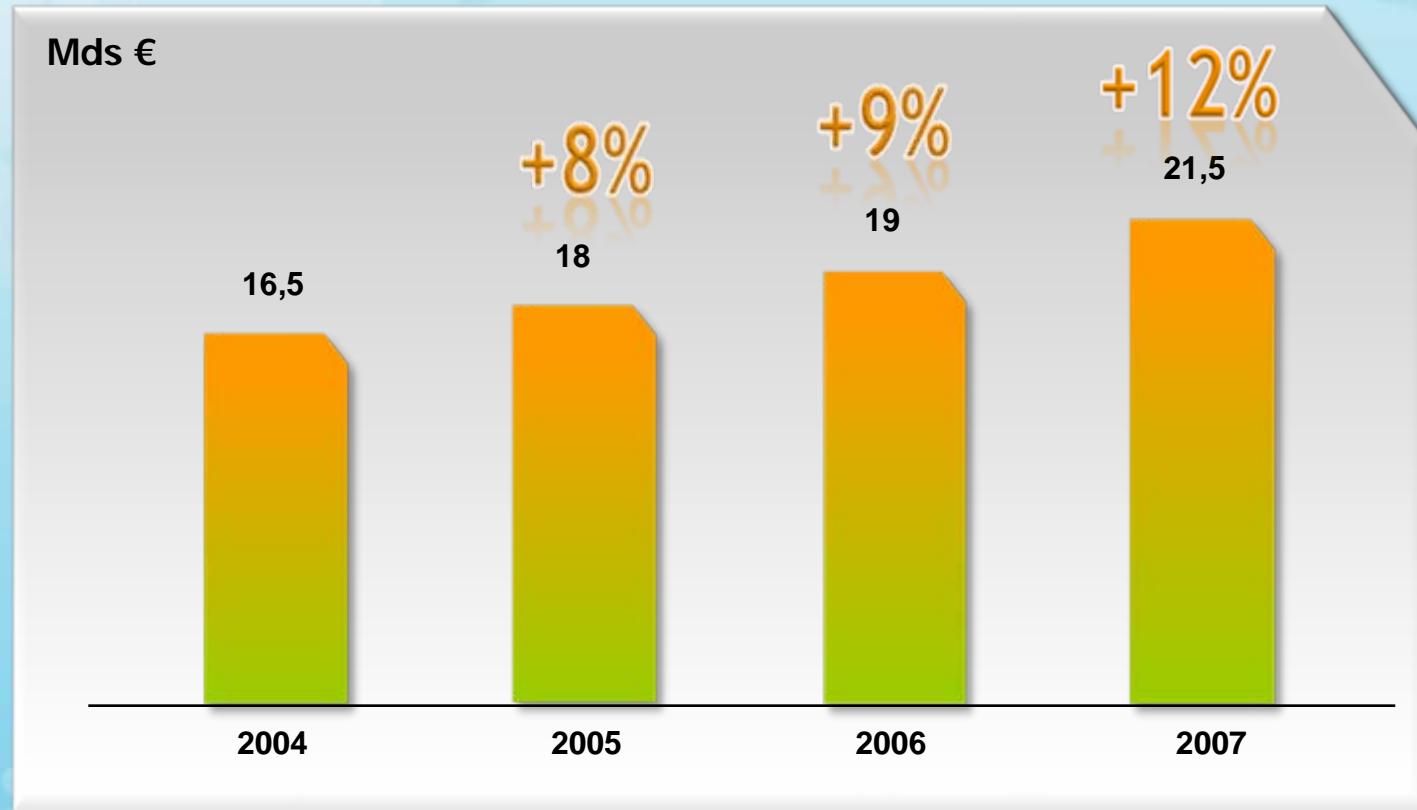
- Elle touche 7% des bébés même si moins de 3 % sont diagnostiqués.
- Symptômes dermatologiques, gastro-intestinaux et respiratoires.





# Un marché en forte croissance

## Marché Monde – Nutrition infantile

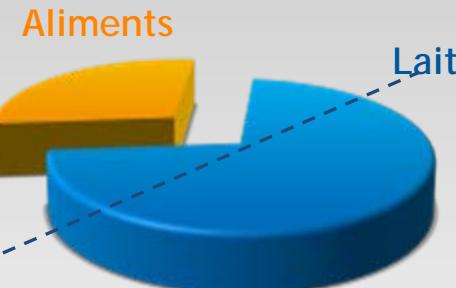


Source : Euromonitor

# La nutrition infantile spécialisée: un potentiel fort après 12 mois

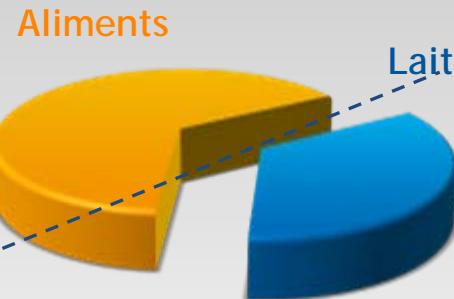
Part de marché de la Nutrition Infantile spécialisée

0-12 mois



54%

12-36 mois



16%

# Forte croissance, forte rentabilité

Marge 2006 > 18%

Croissance moyenne des ventes : +11%\*

\*Taux de croissance moyen 2004-2007



# Aptamil : renforce l'immunité des bébés



Aptamil follow on milk – to naturally strengthen your baby's immune system

Discover the Immuno+ system that strengthens, protects and balances your baby's natural defences. Immuno+ supports the natural immune system to help keep babies healthy, helping to reduce the risk of common infections and supporting immune protection at the earliest stages of life.

## What is IMMUNOFORTIS?

Immunofortis, especially for young children, strengthens the immune system. That's why we've developed Immunofortis, a combination of specific proteins to support the baby's natural immune system. Immunofortis contains immunologically important proteins found in breast milk and mother's milk, including alpha-lactalbumin.



## IMMUNOFORTIS: Scientifically tested by experts

Immunofortis has been shown to naturally strengthen the immune system. Aptamil Immuno+ contains alpha-lactalbumin.



Alpha-lactalbumin is a natural protein found in breast milk, supporting the immune system.

©2010 Danone Medical Nutrition. All rights reserved.

**Problème :**  
Entre 0 et 12 mois, l'immunité des bébés est particulièrement sensible.

**Solution :**  
Aptamil, & Immunofortis renforce l'immunité des bébés



# Nutrition infantile et nutrition médicale : une recherche scientifique qui ouvre de nouveaux horizons

Immunité  
Infections



Allergies



5 jours



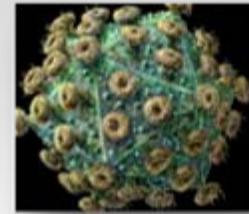
Croissance  
des bébés  
et  
des enfants



Alzheimer  
 (?)



VIH  
 (?)



Diabète et  
empreinte  
métabolique



# Apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre



DANONE



Mesurer  
et traiter  
les infections  
immunes et  
les allergies



Traiter  
la malnutrition



Effets de la  
déshydratation  
sur la  
performance



Améliorer le transit  
et la distension  
abdominale





**Prendre soin de votre  
santé par  
l'alimentation...**



**... tous les jours,  
avec plaisir.**

# Assemblée Générale 2008

---

**Emmanuel Faber**

**Directeur Général Délégué**



# Le double projet économique et social

---

**Création de valeur  
économique**



**Création de  
valeur sociale**

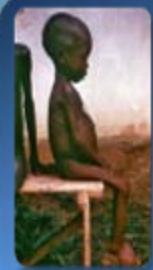
Apporter  
la santé par l'alimentation  
au plus grand nombre

---



# L'alimentation, enjeu majeur de société

## Insécurité



**Sous-nutrition**  
(énergie, protéines)

**Déficiencies**  
Nutriments  
(Zn, Fe, Vit A/E...)

**Surnutrition**  
Maladies chroniques

## Abondance

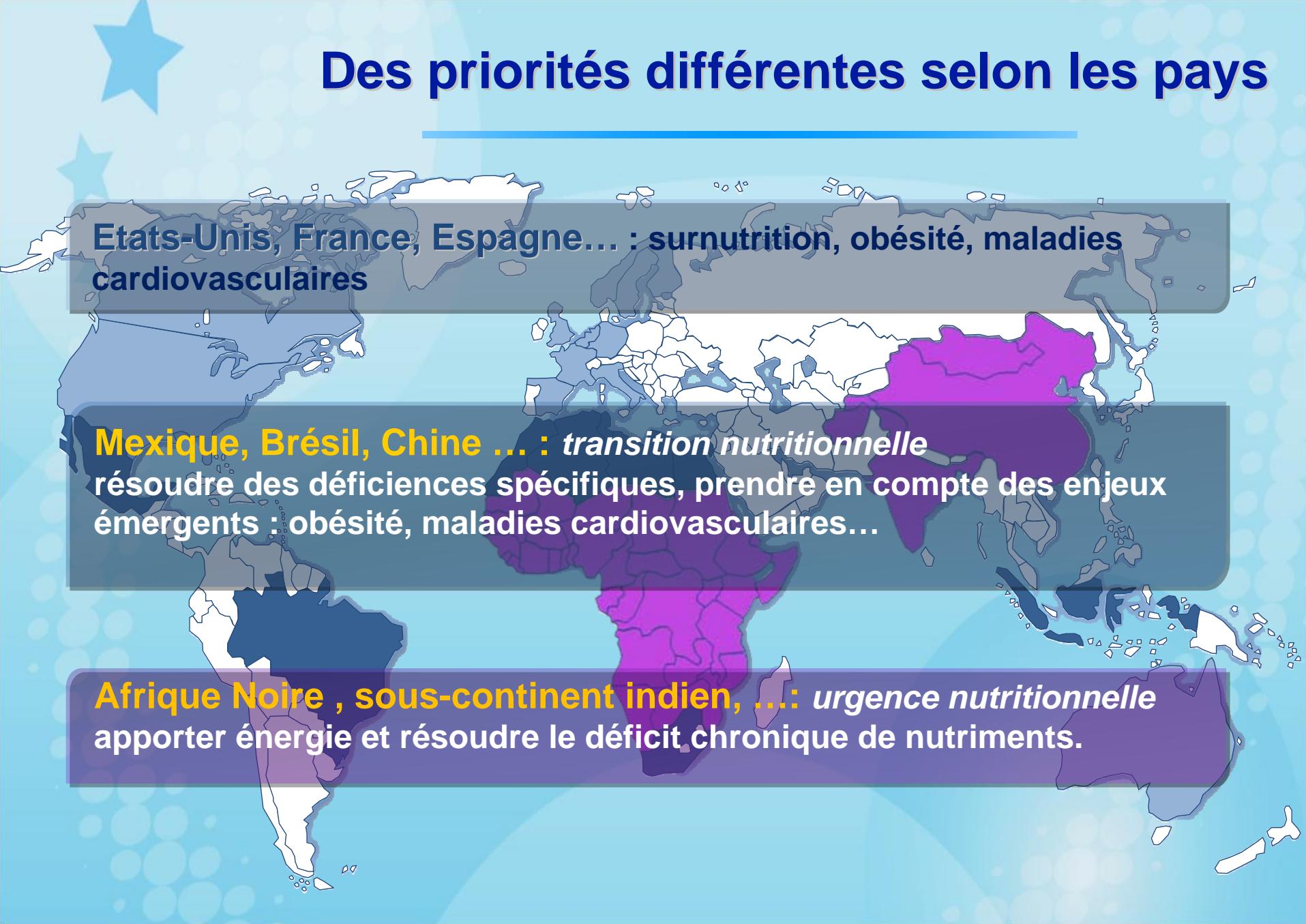


## Enjeux spécifiques

30% de la population mondiale  
60 % de la mortalité infantile  
dans les pays en développement

60 % de la mortalité mondiale  
46 % des coûts médicaux

# Des priorités différentes selon les pays

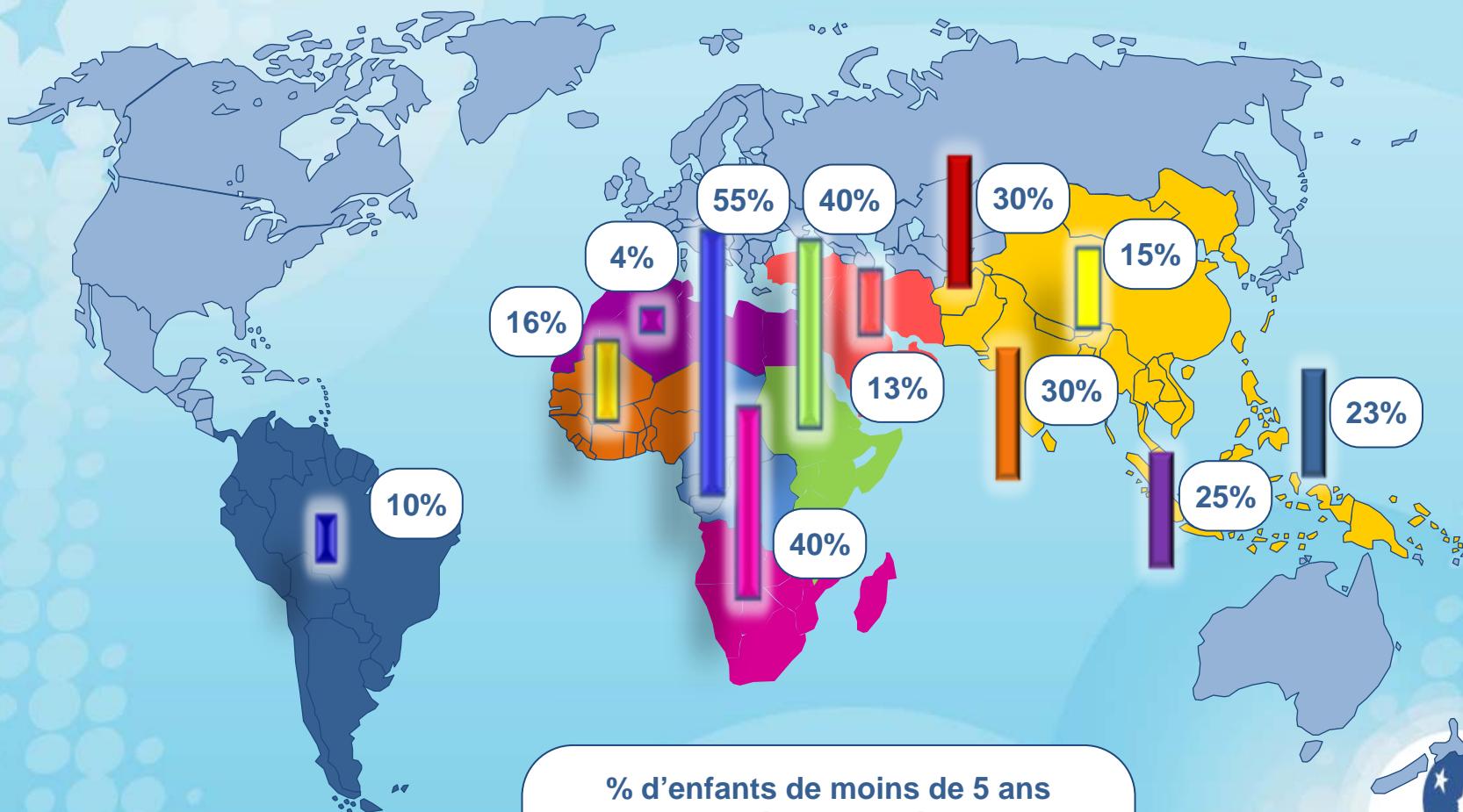


Etats-Unis, France, Espagne... : **surnutrition, obésité, maladies cardiovasculaires**

Mexique, Brésil, Chine... : **transition nutritionnelle**  
résoudre des déficiences spécifiques, prendre en compte des enjeux émergents : obésité, maladies cardiovasculaires...

Afrique Noire, sous-continent indien, ... : **urgence nutritionnelle**  
apporter énergie et résoudre le déficit chronique de nutriments.

# 146 millions d'enfants en dessous de leur poids théorique



% d'enfants de moins de 5 ans  
en déficit pondéral



# Des déficiences multiples



**IODÉ** : 700 millions → goitre



**FER** : 2 milliards → anémie, maladies infectieuses



**VITAMINE A** : 250 millions → cécité, maladies infectieuses



**ZINC** : 1/3 de la population mondiale en risque  
→ retard de croissance, faiblesse du système immunitaire

**Un tiers de la population mondiale  
en déficience forte**



DANONE

# Le cas particulier des bébés



- 20 à 25% des bébés en insuffisance pondérale
  - Surmortalité
  - Retard définitif de développement



## Les enjeux

- L'allaitement maternel,
  - essentiel les premiers mois
- L'alimentation des mamans
  - maman allaitantes, futures mamans
- L'adaptation de l'alimentation aux besoins spécifiques du bébé
  - Un bébé, n'est pas un adulte miniature



# Quelques réponses adaptées



# Grameen Danone un an après



- La production a démarré en février 2007, les ventes décollent depuis septembre :
  - Mars 2008 : 12 000 pots par jour, 300 Ladies, 300 magasins
- Le modèle est sous pression de l'inflation (prix du lait +60%)
- L'étude d'efficacité démarre (GAIN)
- Deuxième usine en construction à partir de fin 2008
- Premier investissement du fonds danone.communities



# L'enjeu environnemental

- Eau



En 30 ans la ressource  
disponible en eau douce  
par habitant  
a été divisée par  
**2**

- CO<sub>2</sub>



Les émissions augmentent  
plus vite  
que la population  
mondiale

- Biodiversité



Entre 50 et 300 espèces  
végétales et animales  
disparaissent  
chaque jour

# L'empreinte écologique



Habiter / se déplacer



Se nourrir



Eliminer nos déchets

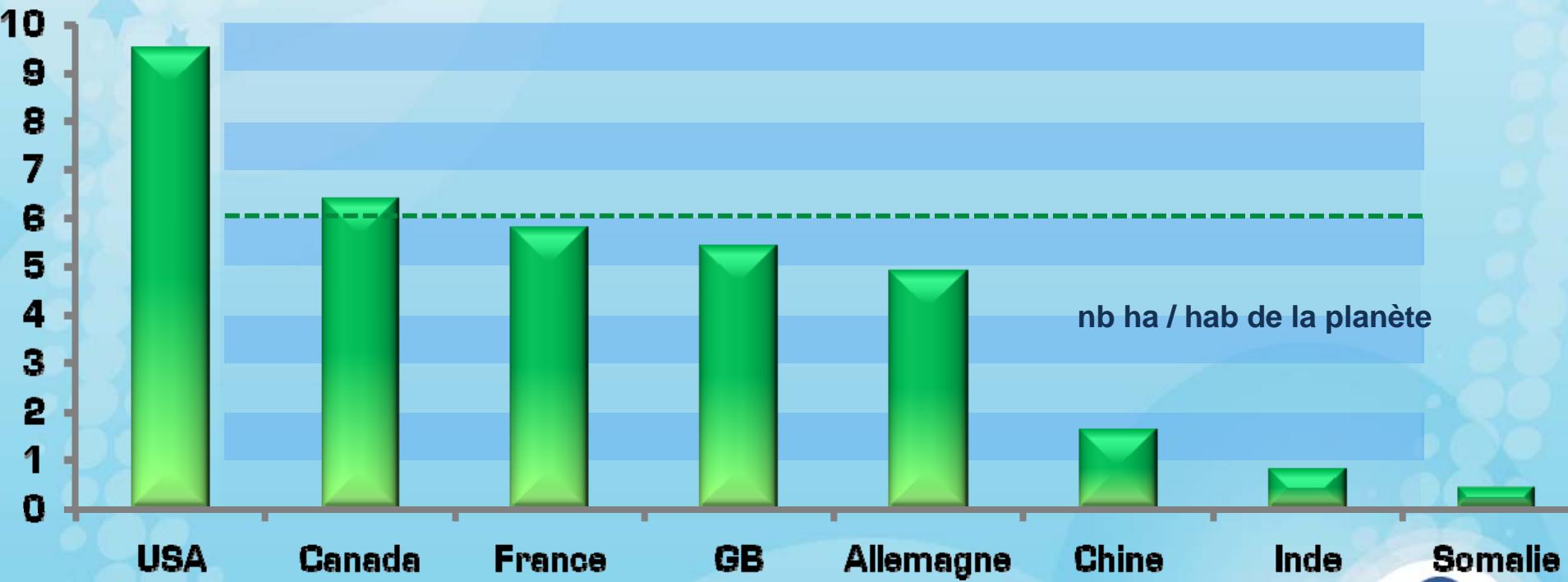
- Combien d'hectares sont nécessaires à notre subsistance en fonction de notre mode de vie ?



DANONE

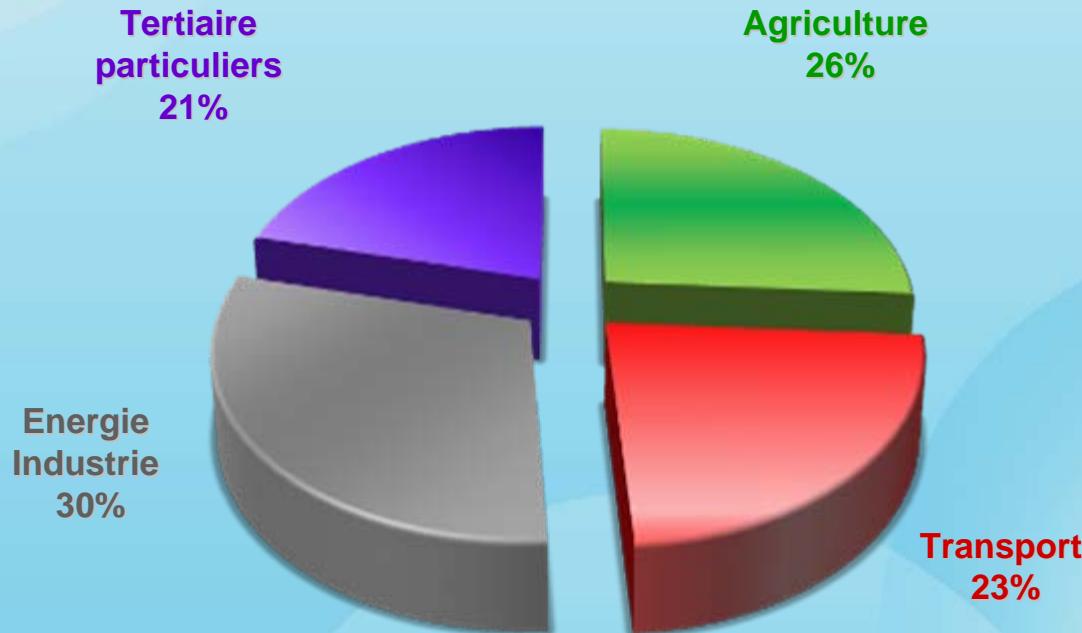
# L'empreinte écologique

- Combien d'hectares sont nécessaires à notre subsistance en fonction de notre mode de vie ?



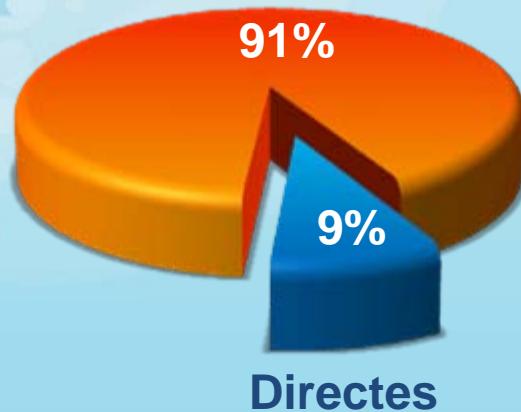
# CO<sub>2</sub> et réchauffement climatique

- Objectif de Kyoto : Emissions 1992 = Emissions 2012
- Réalité 2008 : +15% (+2,5% par an ces dernières années)



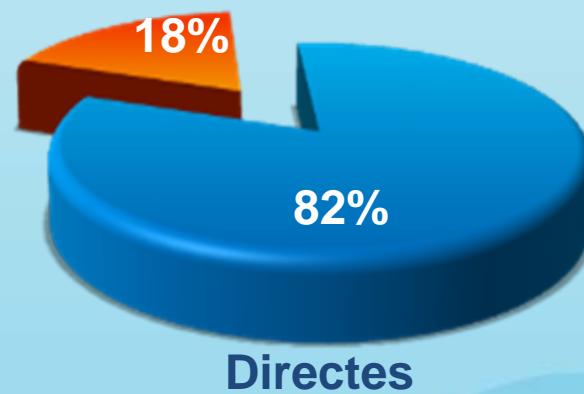
# Des impacts environnementaux essentiellement indirects

Indirectes



Industrie alimentaire

Indirectes



Cimenterie



DANONE

CO<sub>2</sub>

# L'exemple des produits laitiers frais

- L'exemple des émissions de CO<sub>2</sub> liées à la fabrication de yaourt



47%



21  
%



9%



27%



DANONE

# Engager les agriculteurs



- 8000 éleveurs respectent la totalité du référentiel Danone pour une agriculture durable (limitation pesticide, traitement des déchets, bien-être des animaux...)



# Imaginer des solutions innovantes en amont

## Modifier l'alimentation des vaches en introduisant des graines de lin



Réduire  
les émissions de méthane



Augmenter  
la part d'Oméga 3 dans le produit  
et procurer un bénéfice santé  
au consommateur



Favoriser la biodiversité



# Limiter l'empreinte écologique Moins de consommation dans les usines

## Objectifs 2010 de réduction



Eau : -30% vs. 2000



Energie : -20% vs. 2000

Atteints dès 2008



DANONE

# Limiter l'empreinte écologique Moins d'emballage

- Moins de matière première : réduction de 30 % du poids d'une bouteille plastique en 5 ans



- Plus de matière première recyclée : du PET Recyclé dans les bouteilles d'eau minérale pour une réduction de 17% de l'empreinte CO<sub>2</sub>



DANONE

# Les enjeux de l'eau

- 97% d'eau salée
- 2% d'eau douce stockée (zones humides)
- 1% d'eau potable disponible
- 1,4 milliard d'habitants n'a pas accès à l'eau potable
- Un américain utilise 600 litres par jour
- Un Français 150 litres
- Un Africain 10 litres



# Danone et l'eau



- **17 milliards** de litres d'eau naturelle mis en bouteille



- **154 milliards** de litres d'eau utilisés pour nos produits



# Protéger les ressources en eau Engager nos communautés locales



**Lestari en  
Indonésie**



**Evian**



# Protéger les ressources en eau Engager nos consommateurs

Indonésie



Mexique



Mali



Ethiopie



## Volvic Unicef

Thailande



Népal



Argentine

## Evian Ecole de l'eau



# Engager nos salariés La démarche Danone Way

- 40 filiales participantes (84% du CA Eau et PLF)
- 57% des filiales ont une évaluation globale supérieure ou égale à 3 (sur 5)

## *Points forts partagés*

- Dialogue social
- Principe de conduite des affaires
- Qualité

## *Situations contrastées*

- Implication des fournisseurs
- Intégration à la communauté
- Diversité

# Nouvelles règles de rémunération variable

- 900 cadres dirigeants concernés dès 2008



# Assemblée Générale 2008

---

