



ANIMAUX, PLANÈTE ET HOMMES

COMMENT
ROYAL CANIN
FAVORISE UN
ÉCOSYSTÈME SAIN

ROYAL CANIN
a division of Mars Petcare




CONTENU

1. ÉDITORIAL	01
2. INTRODUCTION	02
- À propos de nous	
- Pourquoi nous travaillons	
- Nos valeurs	
- Notre responsabilité envers les Animaux, la Planète et les Hommes	
- Le modèle économique de la mutualité	

COMMENT ROYAL CANIN FAVORISE UN ÉCOSYSTÈME SAIN

1 ANIMAUX 	04
1.1. AMÉLIORER LA SANTÉ PAR L'INNOVATION	05
1.2. MÉDECINE PRÉVENTIVE ET PARTAGE DE CONNAISSANCES	08
1.3. RECHERCHE ET INNOVATION AU SERVICE DE LA SANTÉ ET DE LA DURABILITÉ	10

PLANÈTE 	12
2.1. UNE APPROCHE HOLISTIQUE DES DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX	14
2.2. RÉDUIRE LA PRESSION SUR LES RESSOURCES NATURELLES	17
2.3. NOTRE STRATÉGIE DE GESTION DES DÉCHETS	18

GROS PLAN 	
ROYAL CANIN & OLVEA FISH OILS	20

3 HOMMES 	
3.1. BIEN-ÊTRE ET INCLUSIVITÉ DES ASSOCIÉS	24
3.2. INVESTIR DANS LE CAPITAL HUMAIN	26
3.3. RENFORCER LES LIENS AVEC NOS COMMUNAUTÉS	28
3.4. FONDATION ROYAL CANIN	29

EDITORIAL



Depuis 1968, les innovations de Royal Canin ont contribué à transformer la santé des chats et des chiens. **Nous avons développé plus de 550 offres nutritionnelles différentes, en nous appuyant sur une science vétérinaire rigoureuse, chacune d'entre elles précisément conçue et adaptée pour répondre aux besoins de santé de chaque animal de compagnie.**

À l'avenir, nous souhaitons nous inspirer de ce même esprit d'innovation scientifique pour être une entreprise qui génère de la valeur non seulement pour les animaux de compagnie, mais aussi pour les personnes et la planète. C'est pourquoi nous avons façonné notre entreprise au profit de notre écosystème : en contribuant à une santé de haute qualité des chats et des chiens par la nutrition, en responsabilisant nos employés (appelés « Associés » chez Royal Canin), et en construisant une relation durable avec nos partenaires, tout en cherchant à assurer un avenir viable pour les prochaines générations. Cet objectif est au cœur de la façon dont nous menons notre activité.

Chez Royal Canin, nous pensons que les chats et les chiens améliorent notre vie, et c'est ce qui inspire notre objectif : **UN MONDE MEILLEUR POUR LES ANIMAUX DE COMPAGNIE.**

Le modèle d'économie de la mutualité (voir page 2) nous permet de mettre notre objectif en pratique et de concevoir des initiatives qui ont un impact positif sur notre écosystème au sens large. En d'autres termes, l'économie de la mutualité nous permet de créer de la valeur pour nos partenaires et d'être une entreprise plus responsable et plus proche de la communauté.

Loïc Moutault,
PDG de Royal Canin



L'ÉCONOMIE DE LA MUTUALITÉ

Créée par Mars, Incorporated, en collaboration avec l'Oxford Saïd Business School, l'économie de la mutualité est née de discussions sur la manière dont les entreprises devraient mesurer et percevoir la performance. Il s'agit d'un nouveau modèle de réflexion économique fondé sur l'hypothèse selon laquelle les entreprises peuvent améliorer leurs performances et la création de valeur en cherchant à découvrir des avantages mutuels pour tous les partenaires de leur écosystème. L'approche prend en considération quatre catégories de capital : le capital humain, social, naturel et les formes de capital financier partagé. Elle cherche à développer des modèles d'entreprise innovants en capacité de générer des résultats sociaux et environnementaux tout en offrant une forte performance financière. Royal Canin estime que les entreprises doivent devenir mutuellement profitables à toutes les parties prenantes en produisant des solutions rentables pour les personnes et la planète. C'est pourquoi, au cours des cinq dernières années, nous nous sommes appuyés sur l'économie de la mutualité pour concevoir des stratégies et des pratiques commerciales responsables, à même de contribuer à résoudre les problèmes des différents partenaires et à créer un écosystème plus sain et plus prospère (voir la double page centrale p. 20-21).

À PROPOS DE NOUS

Royal Canin a été fondé en 1968 dans un petit village du sud de la France par le vétérinaire Jean Cathary, qui a fait de l'amélioration de la santé des chiens et des chats la mission de sa vie. Le Dr Cathary était frustré de voir que les bergers allemands revenaient à son cabinet peu de temps après avoir suivi un traitement contre l'eczéma. Cela l'a incité à trouver une solution nutritionnelle pour aider à la prise en charge des dermatites et autres troubles cutanés, courants chez cette race de chiens. Le Dr Cathary croyait au pouvoir de la nutrition et sa vision était et est encore aujourd'hui profondément ancrée au cœur de notre marque.

Depuis la création de Royal Canin, nous avons développé plus de 550 solutions nutritionnelles différentes afin de contribuer à améliorer de manière tangible la santé de chaque chat et chien. Nous parvenons à ce résultat non seulement grâce à une nutrition précise, mais aussi grâce aux services fournis en collaboration avec des professionnels des animaux de compagnie. La science, l'observation et nos partenariats nous permettent d'acquérir des connaissances que nous partageons à l'échelle de la planète afin de promouvoir la santé et le bien-être des animaux de compagnie. L'entreprise Royal Canin, propriétaire de la marque ROYAL CANIN®, fait partie de Mars, Incorporated et est un expert de la santé par la nutrition pour les chats et les chiens.

550

solutions nutritionnelles différentes pour améliorer de manière tangible la santé de chaque chat et chien



POURQUOI NOUS TRAVAILLONS

Depuis plus de 50 ans, nous poursuivons notre raison d'être en développant des solutions nutritionnelles s'appuyant sur la science et l'observation. Bien que nos produits aient évolué au fil du temps, notre mission reste la même : transformer la santé et le bien-être de chaque chat et de chaque chien en repoussant les limites de la nutrition et en élargissant les connaissances, en partenariat avec les professionnels des animaux de compagnie.

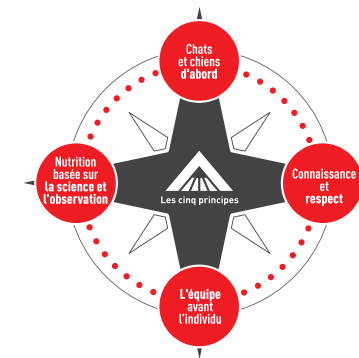
Notre engagement unique et fort, qui consiste à faire passer les chats et les chiens en premier, nourrit notre ambition d'être la référence en matière de santé par la nutrition pour les animaux de compagnie. Cela nous oblige à atteindre un degré d'excellence, de qualité, d'innovation et d'éthique dans notre travail, à la hauteur des attentes de nos partenaires qui partagent notre passion pour la santé et le bien-être des chats et des chiens.

NOTRE MISSION

Transformer la santé et le bien-être de chaque chat et de chaque chien en repoussant les limites de la nutrition et des connaissances, en partenariat avec des professionnels des animaux de compagnie.

NOS VALEURS

Nos valeurs fondamentales sont les croyances essentielles que nous partageons et qui nous rassemblent. Elles font partie intégrante de l'entreprise, lui donnent du corps, de la cohésion et du souffle. Nous continuerons à puiser dans cet héritage pour orienter nos progrès vers un avenir plus durable.



* Mars, durable en une génération.

NOTRE RESPONSABILITÉ ENVERS LES ANIMAUX, LA PLANÈTE ET LES PERSONNES (ANIMAUX, PLANÈTE, HOMMES)

Nous devons aller au-delà des changements par étapes et engager des transformations systémiques qui profitent aux animaux, à la planète et aux personnes si nous voulons croître de manière durable. Nous participons au programme Mars Sustainable in A Generation*, qui vise à identifier et à mettre en place des mesures concernant l'impact sociétal de l'entreprise, en se concentrant sur trois domaines interconnectés :



Le bien-être animal : Pour vivre notre raison d'être - UN MONDE MEILLEUR POUR LES ANIMAUX DE COMPAGNIE - nous encourageons l'élevage et l'adoption responsables d'animaux de compagnie et partageons nos connaissances à l'échelle de la planète pour aider à mieux comprendre et prendre soin des chats et des chiens



Une planète en bonne santé : Nous aidons les possesseurs d'animaux de compagnie à les nourrir de manière plus durable en prenant des mesures pour réduire notre empreinte carbone et en repensant la conception de nos emballages conformément aux principes de l'économie circulaire.



Des personnes épanouies : Nous pensons que nous pouvons et devons jouer un rôle dans la multiplication des opportunités pour les personnes sur le lieu de travail et dans les communautés où nous travaillons.

Les objectifs de Royal Canin sont conformes aux objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

COMMENT ROYAL CANIN FAVORISE UN ÉCOSYSTÈME SAIN 03

NOUS APPORTONS DES BÉNÉFICES SANTÉ TANGIBLES AUX CHATS ET AUX CHIENS

CHEZ ROYAL CANIN, NOUS APPORTONS DES BÉNÉFICES SANTÉ TANGIBLES AUX CHATS ET AUX CHIENS GRÂCE À UNE ALIMENTATION ET À DES SERVICES SUR MESURE, EN PARTENARIAT AVEC DES PROFESSIONNELS ET DES EXPERTS DES ANIMAUX DE COMPAGNIE

NOUS PENSONS QU'UNE NUTRITION PERSONNALISÉE CONTRIBUE À LA SANTÉ ET AU BIEN-ÊTRE DE CHAQUE CHAT ET CHIEN. C'EST POURQUOI NOUS PROPOSONS DES SOLUTIONS ADAPTÉES À LA RACE, À LA TAILLE, À L'ÂGE, AUX SENSIBILITÉS, AU MODE DE VIE ET AUX BESOINS ÉNERGÉTIQUES QUOTIDIENS DES CHATS ET DES CHIENS.



Nous nous consacrons également à l'amélioration de la santé des chats et des chiens grâce aux connaissances et aux services. Le développement et le partage de nos connaissances à travers le monde sont essentiels à notre activité, car ils permettent à nos partenaires de mieux comprendre les animaux de compagnie et leurs besoins, afin d'améliorer le bien-être des chats et des chiens. Les services que nous proposons à nos partenaires et clients nous aident à approfondir ces connaissances et à les mettre au service de l'ensemble de l'écosystème.



Contribuer au bien-être et à la santé des chats et des chiens est au cœur de la philosophie et de la culture de Royal Canin. Les besoins des animaux de compagnie guident nos actions, orientent notre R&D (Recherche et Développement) et inspirent la philosophie nutritionnelle de tous nos aliments.



Notre action s'inscrit dans le cadre des objectifs de développement durable des Nations Unies.

AMÉLIORER LA SANTÉ PAR L'INNOVATION

Royal Canin est une entreprise qui soutient la santé des animaux de compagnie par la nutrition. Nous travaillons en étroite collaboration avec les professionnels des animaux de compagnie, tels que les éleveurs et les vétérinaires, non seulement pour concevoir une nutrition spécifique pour les chats et les chiens, mais aussi pour développer une gamme de services et d'outils pour mieux les comprendre et prendre soin d'eux.

Notre approche unique place toujours les besoins nutritionnels des chats et des chiens au cœur de notre processus d'innovation. Leur âge, leur mode de vie, leur taille, leur race, leurs sensibilités et leur niveau d'activité sont observés et scientifiquement étudiés afin de concevoir des aliments adaptés aux besoins spécifiques de chaque animal. Nous cherchons constamment à améliorer et à développer des produits et des services en utilisant les dernières technologies de pointe et les connaissances qui les transforment en solutions innovantes viables pouvant contribuer à améliorer la santé des chats et des chiens.

« La santé optimale est différente pour chaque animal. Nous sommes convaincus que l'alimentation doit tenir compte de ces nuances. »

Notre innovation va au-delà des formules, pour inclure la taille, la forme et la texture de nos croquettes, l'emballage dans lequel elles sont livrées et les services qui les accompagnent.

PAS DE COMPROMIS SUR LA QUALITÉ

La santé et le bien-être des animaux de compagnie sont la priorité absolue de Royal Canin. Nous avons la responsabilité de veiller à ce que nos produits répondent non seulement aux lois et réglementations en vigueur, mais aussi à nos propres exigences internes strictes en matière de qualité et de sécurité alimentaire.

Nous réalisons des audits qualité auprès de tous les fournisseurs et effectuons des milliers de contrôles qualité chaque mois. Plus de 500 000 échantillons de nos matières premières et de nos produits finis sont évalués chaque année selon nos normes en terme de qualité et de sécurité alimentaire. Les matières premières ne sont utilisées que si elles répondent à 100 % à nos spécifications strictes.

Tous nos produits sont fabriqués conformément aux normes ISO (ISO 9001, 22000, 12001, 14001), normes de bonnes pratiques de fabrication (BPF) et guide des bonnes pratiques d'hygiène (« GBPH ») et à plus de 20 autres normes de qualité internes. Notre conformité à ces normes est évaluée plusieurs fois par an, soit en interne, soit par des auditeurs tiers.



Notre système de management environnemental est certifié ISO 14001 par Lloyd's Register Quality Assurance (LRQA), pour toutes les phases de R&D et de conception des produits. Nos activités mondiales d'approvisionnement et de fabrication en Europe sont également certifiées. La plupart de nos usines ont obtenu la certification ISO 14001, et nous nous sommes engagés à certifier nos activités mondiales, de la conception du produit à sa distribution, d'ici 2025.

Des croquettes adaptées à la morphologie et au comportement alimentaire

Grâce aux différents types d'aliments que nous développons - régime sec, humide, liquide semi-humide, lait en poudre par exemple - nous sommes en mesure d'optimiser encore davantage notre impact positif sur la santé des animaux de compagnie.

Pour nos aliments secs, nous adaptons la taille et la forme de nos croquettes aux caractéristiques anatomiques des chats et des chiens et à leur comportement alimentaire, afin de garantir qu'ils sont capables de saisir, mastiquer et digérer correctement leur nourriture.

Par exemple, nos croquettes pour Labrador sont trouées au milieu, ce qui augmente leur volume sans les rendre trop difficiles à saisir. Cela permet de réduire la vitesse d'ingestion, en particulier pour cette race, connue pour dévorer sa nourriture.



Des technologies pour aider à révéler des schémas invisibles

Notre offre holistique comprend des outils permettant d'identifier les besoins des animaux de compagnie et de fournir des solutions nutritionnelles soigneusement conçues et testées. Nous utilisons des algorithmes et des méthodes mathématiques complexes pour repousser les limites dans notre objectif d'atteindre **une santé individualisée par la nutrition**. Des technologies qui aident à révéler des schémas invisibles qui pourraient être des indicateurs précoces de changements dans le bien-être d'un animal de compagnie.



Avec Renal Detect par exemple, les vétérinaires peuvent évaluer le risque qu'un chat puisse développer une maladie rénale chronique au cours des 12 prochains mois avant l'apparition des signes cliniques, ce qui leur permet d'adapter l'alimentation et l'environnement du chat ainsi que de réaliser son suivi précocement et plus rapidement.

ROYAL CANIN® INDIVIDUALIS™ Une nutrition sur mesure pour chaque chat et chien

La santé optimale est différente pour chaque animal. Nous sommes convaincus que l'alimentation doit tenir compte de ces nuances.

Avec le lancement de ROYAL CANIN® Individualis™ en 2019, nous offrons un nouveau degré de précision nutritionnelle qui nous permet de répondre aux besoins spécifiques des chats et des chiens en matière de santé.



Ce nouveau service est un engagement scientifique et technologique fort qui offre aux vétérinaires une solution nutritionnelle adaptée à chaque animal. L'objectif est de proposer à chaque chat et chien un aliment individualisé personnalisé en tenant compte de son âge, de son poids, de ses facteurs de risque et de ses éventuelles pathologies.

ROYAL CANIN® Individualis™ est basé sur l'expertise des vétérinaires combinée aux connaissances nutritionnelles de Royal Canin, ce qui permet la co-création d'aliments sur mesure. Les données vétérinaires sont introduites dans notre algorithme, qui peut alors déterminer l'aliment le plus adapté à l'animal.

Fournir une alimentation sur mesure

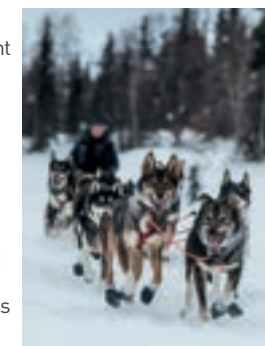
Nous étudions tous les domaines où l'innovation peut améliorer de manière tangible la santé et le bien-être des chats et des chiens. Ainsi, nous concevons également des formules pour les vétérinaires afin de contribuer à la gestion de problèmes de santé spécifiques ou pour les professionnels afin d'aider leur champion à être au mieux de sa forme. Le développement d'aliments pour les chats et les chiens ayant des besoins très particuliers ou pour des utilisations très spécifiques nous permet de repousser les limites de nos connaissances et d'exploiter ensuite cette même science et ce même savoir-faire technique nutritionnel pour tous nos produits.



- PILL ASSIST™ est une croquette à la "texture malléable". Sa forme permet aux possesseurs d'y cacher une pilule pour une meilleure administration et une déglutition plus facile.

- La gamme ROYAL CANIN® ICU™ comprend un embout spécialement conçu pour faciliter l'alimentation par sonde, permettant de remplir les seringues directement à partir de la bouteille.

- MARATHON 5000 est un aliment complet spécialement conçu pour les chiens de sport et de travail ayant des périodes d'activité soutenue extrêmement longues. Il contient une teneur très élevée d'acides gras (35 %) pour fournir une très grande quantité d'énergie pouvant être utilisée progressivement lors d'un exercice d'ultra endurance afin d'optimiser les performances.



MÉDECINE PRÉVENTIVE ET PARTAGE DES CONNAISSANCES

Il est crucial pour nous de développer et de partager nos connaissances au niveau mondial. Grâce à la science, à l'observation et aux partenariats, nous acquérons des connaissances que nous partageons avec les possesseurs d'animaux, les vétérinaires, les éleveurs et les autres acteurs clés du secteur afin de promouvoir le bien-être des animaux de compagnie.

COLLABORER AVEC DES VÉTÉRINAIRES AIDE À RÉDUIRE L'OBÉSITÉ

L'obésité est le problème de santé numéro 1 chez les animaux de compagnie au niveau mondial. Plus de 40% des chats et des chiens dans le monde sont en surpoids ou obèses. Royal Canin a l'ambition de réduire l'obésité des animaux de compagnie en sensibilisant le public à ce problème et en promouvant des habitudes saines par le biais de campagnes de communication. Nous collaborons avec les vétérinaires en renforçant leur rôle de partenaire clé et en leur fournissant des outils pour soutenir leur action sur le plan de la gestion du poids.

PARTENARIATS AVEC LES ÉLEVEURS

Depuis quelques années, la multiplication des élevages illégaux est devenue une menace sérieuse pour les animaux de compagnie et pour la profession d'éleveur. Elle a un impact sur la santé des animaux de compagnie qui ne sont pas élevés dans de

bonnes conditions de santé et d'hygiène, ne sont pas correctement socialisés, et vendus à n'importe quel acheteur sans tenir compte de la compatibilité entre l'animal et son futur possesseur.

Dans le but d'aider les éleveurs à exercer leur activité de manière durable et saine, Royal Canin a développé PROactive, une initiative fortement axée sur la sensibilisation à la reproduction responsable, à l'acquisition et à l'adoption responsables d'animaux de compagnie. Des conférences, des cours en ligne et des conseils pratiques sont disponibles pour renforcer les connaissances et l'expertise des éleveurs avec le soutien de nos Associés Royal Canin sur le terrain.

Le programme Royal Start, une plateforme numérique dédiée à l'élevage, a été lancé sur 60 % de nos marchés dans le monde en 2021, dans le cadre de PROactive. Aujourd'hui, 10 000 éleveurs sont des utilisateurs officiels du programme et ont enregistré près de 400 000 animaux.

PLUS DE

40%

DES CHATS ET DES CHIENS dans le monde sont en surpoids ou obèses.



SEULEMENT

40%

DES CHATS sont vus par un vétérinaire, contre 60 % des chiens.⁽¹⁾

ENCOURAGER LA MÉDICALISATION POUR LES CHATS

cette

L'initiative Take Your Cat to the Vet* (TYCTTV) a été lancée en 2018 en réaction aux résultats d'une enquête de Nielsen et de nos propres recherches internes, qui ont démontré que seuls 40 % des chats sont vus par un vétérinaire, contre 60 % des chiens.

Pourtant, la médecine préventive par le biais de visites annuelles ou biennuelles chez le vétérinaire est essentielle à la santé et au bien-être général du chat. L'initiative TYCTTV de Royal Canin a été créée pour sensibiliser les possesseurs de chats à l'importance d'emmener leurs chats chez le vétérinaire, et pour aider les cliniques vétérinaires à s'occuper des chats tout en rendant les visites plus agréables.

Aujourd'hui, Royal Canin a étendu l'initiative à plus de 20 pays et s'est associé à ICatCare, s'engageant à poursuivre le projet et à sensibiliser à ce sujet pendant au moins cinq ans.



⁽¹⁾ Référence : Étude menée auprès de 4 437 soignants primaires de chats à l'échelle mondiale sur la relation des possesseurs de chats avec leurs vétérinaires (agence SKY, 2018)



Royal Canin US a été le premier marché à lancer cette initiative. Nous avons créé un plan marketing à 360° pour éduquer les possesseurs, encourager les Associés à diffuser cette information tout en s'assurant que les vétérinaires restent au centre des solutions. En partenariat avec le Banfield Pet Hospital et les partenaires spécialisés, tels que PetSmart et Chewy, Royal Canin US a offert 200 000 visites vétérinaires gratuites, a fait don de 50 000 \$ à des organismes de bienfaisance qui aident les chats de refuge à recevoir des soins vétérinaires, et a également diffusé une web-série éducative en 8 parties mettant en vedette Kitten Lady, une célèbre sauveteuse de chats, qui interviewait des experts en la matière.

TAKE YOUR CAT TO THE VET* ET LES STRATÉGIES PROACTIVES



200,000

Visites vétérinaires OFFERTES aux États-Unis.



50,000\$

DE DONS à des organisations caritatives américaines pour aider les chats de refuge à recevoir des soins vétérinaires.



ROYAL START

60%

LE PROGRAMME ROYAL START, une plateforme numérique d'élevage, a été lancé dans 60 % de nos marchés dans le monde en 2021 dans le cadre de PROactive.



AUJOURD'HUI

10,000

ÉLEVEURS sont des utilisateurs officiels du Royal Start program et ont enregistré près de 400 000 animaux de compagnie.



8

WEB-SÉRIE ÉDUCATIVE avec Kitten Lady, la célèbre sauveteuse de chats.

*Amenez votre chat chez le vétérinaire.

LA RECHERCHE ET L'INNOVATION AU SERVICE DE LA SANTÉ ET DE LA DURABILITÉ

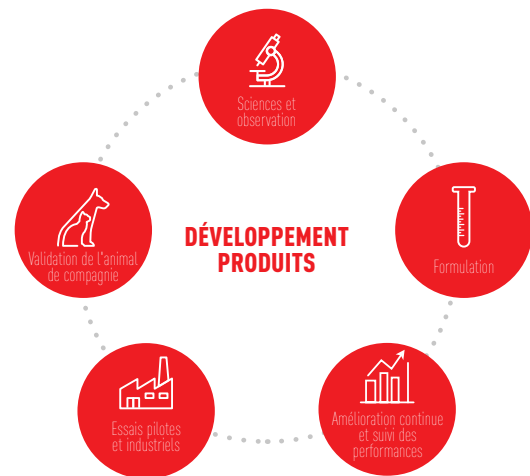
RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT DE POINTE

Pour améliorer le bien-être quotidien des chiens et des chats par la nutrition, **Royal Canin s'appuie sur une démarche scientifique qui place les besoins de l'animal au cœur du processus de formulation**, et cela dès le début de chaque innovation. L'observation est au cœur de la formulation de nos aliments. Nous possédons deux Pets center* qui nous permettent d'améliorer nos connaissances sur les chats et les chiens. Les animaux qui y sont hébergés sont observés en permanence et étudiés sous l'angle de la santé et du bien-être.

Nous analysons l'appétence, la digestibilité et le comportement alimentaire, mais nous n'effectuons jamais de tests intrusifs. Nos Pets center* sont conçus pour stimuler, divertir et faire faire de l'exercice à nos animaux résidents, qui bénéficient tous de soins vétérinaires complets sur place et sont adoptés dans des foyers aimants après leur séjour dans notre établissement (voir page 25).

345  ASSOCIÉS CONCENTRÉS SUR LA RECHERCHE ET LE DÉVELOPPEMENT CHEZ ROYAL CANIN.

 **DANS PRÈS DE 30** PAYS sur 5 continents.



Notre équipe de recherche et développement (R&D) ne cesse de s'informer et de contribuer aux publications scientifiques et aux dernières découvertes dans le domaine de la nutrition et de l'observation des animaux de compagnie, ce qui nous aide à rester innovants dans différents domaines qui partagent notre objectif d'améliorer la santé des animaux de compagnie.

Nous utilisons des méthodologies telles que le design thinking, le lean start-up et le growth hacking. Nous nous sommes lancés dans un parcours d'innovation disruptive sans précédent par le biais de l'intelligence artificielle, une révolution dans le domaine de la santé animale. Les algorithmes et les méthodes mathématiques complexes nous permettent de repousser les limites de notre objectif d'apporter des bénéfices tangibles à la santé de chaque chat et de chaque chien.

La R&D joue également un rôle de premier plan dans le développement de formules à faible teneur en carbone et d'emballages plus circulaires.

PARTAGER LES CONNAISSANCES PAR DES PUBLICATIONS

Royal Canin est né de la science et de l'observation, ce qui signifie que la connaissance est, et a toujours été au cœur de notre activité. Nous utilisons ces connaissances non seulement pour produire une alimentation de haute qualité pour les chats et les chiens, mais aussi pour développer et partager des connaissances par le biais de publications. Celles-ci nous aident, ainsi que les possesseurs et les professionnels des animaux de compagnie, à mieux comprendre et soigner les chats et les chiens.

EN 2020, NOUS AVONS PUBLIÉ DES DIZAINES DE MAGAZINES, DE GUIDES ET D'ENCYCLOPÉDIES POUR NOS COLLABORATEURS. VOICI CINQ PUBLICATIONS DONT NOUS SOMMES PARTICULIÈREMENT FIERS :



► **Veterinary Focus Magazine:** un magazine pour partager les connaissances avec les professionnels vétérinaires <https://vetfocus.royalcanin.com/>

► **Guide pratique de l'élevage canin,** un guide de conseils pratiques pour les éleveurs canins sur l'élevage.

► Tout ce que vous devez savoir **sur le rôle que jouent les nutriments pour la bonne santé des chats et des chiens**, une analyse de chaque nutriment nécessaire à la santé des chats et des chiens, par le Pr. Dominique Grandjean, directeur de l'Unité de Médecine de l'Élevage et du Sport (UMES) à l'École nationale vétérinaire d'Alfort (France).

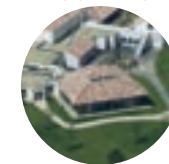


► **Guides du chaton et du chiot :** guides destinés à accompagner les possesseurs d'animaux de compagnie dans les premières étapes de leur parcours de possesseur responsable.



► **Encyclopédies :** Royal Canin® a publié la toute première Encyclopédie du chat en 1998. Une version actualisée a été publiée en 2017, coécrite par 18 scientifiques, vétérinaires et experts du chat du monde entier.

NOS DEUX CENTRES POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE



CHENIL/
CHATTERIE
D'AIMARGUES

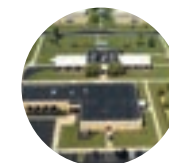
7ha 



PRÈS DE
150
chats

PLUS DE
200
chiens 

 **40**
Associés



CHENIL/
CHATTERIE DE
LEWISBURG

51ha 

65  Associés

200  chiens

PRÈS DE
200
chats 

* complexe pour chats et chiens.

NOTRE OBJECTIF EST DE CONTRIBUER À ATTÉNUER L'IMPACT SUR NOTRE PLANÈTE

LA POPULATION HUMAINE DEVRAIT PASSER À 9,9 MILLIARDS D'HABITANTS D'ICI À 2050, SELON LA FICHE DE DONNÉES SUR LA POPULATION MONDIALE DE 2020. EN CONSÉQUENCE, LA DEMANDE DE NOURRITURE AUGMENTERA ÉGALEMENT.

LES EFFETS COMBINÉS DE L'AUGMENTATION DE LA POPULATION HUMAINE ET DE L'ÉLEVATION DU NIVEAU DE VIE DANS LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT AURONT UN IMPACT PARTICULIÈREMENT FORT SUR LA DEMANDE DE PROTÉINES D'ORIGINE ANIMALE OU DE REMPLACEMENT.



NEUTRALITÉ CARBONE

Les émissions de gaz à effet de serre (GES) de l'humanité ont affecté la composition de notre atmosphère et provoqué des changements climatiques. Les climatologues ont mesuré que 2016 était l'année la plus chaude jamais enregistrée, et 18 des 19 années les plus chaudes ont eu lieu depuis 2001 (NASA, 2019). Qui plus est, les climatologues, par le biais du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), ont publié un rapport révélateur montrant les risques nettement plus importants auxquels nous sommes confrontés si nous ne limitons pas le changement climatique à 1,5°C. Le consensus scientifique sur la nécessité d'une action urgente est clair.

Pour améliorer notre empreinte environnementale et apporter une contribution positive significative à la planète, nous prenons des engagements audacieux.

En octobre 2021, Royal Canin® a annoncé son engagement à devenir certifié neutre en carbone d'ici 2025, sa première gamme de produits devant être certifiée neutre en carbone d'ici 2022.

Royal Canin® prévoit d'utiliser la norme PAS 2060 pour la neutralité carbone, une norme rigoureuse et internationalement reconnue, et la marque rendra compte de manière transparente et régulière de son parcours.

« Nous sommes convaincus que cet engagement audacieux en faveur de la neutralité carbone inspirera et mobilisera des idées, des actions et des résultats nouveaux et percutants dans toute la chaîne de valeur mondiale de Royal Canin®, ce qui nous aidera à améliorer considérablement notre empreinte environnementale et à apporter une différence positive significative aux animaux de compagnie, aux personnes et à la planète. »

Loïc Moutault,
PDG de Royal Canin



Notre action s'inscrit dans le cadre des objectifs de développement durable des Nations Unies.

LES ACTIONS QUE ROYAL CANIN® ENTREPRENDRA POUR ATTEINDRE LA NEUTRALITÉ CARBONE D'ICI 2025 SONT LES SUIVANTES :

1. **Passer à l'électricité renouvelable**, en atteignant une électricité 100 % renouvelable dans nos usines et nos bureaux, tout en réduisant la consommation d'énergie globale.
2. **S'approvisionner en ingrédients durables**, en tirant parti de notre approche fondée sur les nutriments et en réduisant les émissions de carbone par la reformulation des produits, en optant notamment pour des protéines d'origine durable et à faible empreinte carbone.
3. **Réduire les déchets et dynamiser la circularité**, en augmentant de manière significative la recyclabilité, la compostabilité et l'utilisation d'emballages réutilisables, conformément aux objectifs ambitieux de Mars en matière de durabilité des emballages.
4. **Devenir une entreprise intelligente sur le plan climatique**, des pratiques de gestion à l'engagement des Associés, des fournisseurs et des partenaires commerciaux.

Pour toute émission résiduelle que Royal Canin® ne peut pas complètement supprimer ou réduire, la marque investira dans des crédits carbone certifiés de haute qualité, basés sur l'élimination. L'utilisation de crédits basés sur l'élimination est conforme au document SBTi Net Zéro Foundations.

Et Royal Canin® n'est pas seul. Nous nous engageons à prendre des mesures pour réduire notre empreinte en collaboration avec nos partenaires commerciaux, nos fournisseurs et l'ensemble des parties prenantes de notre chaîne de valeur dans le monde entier.

UNE APPROCHE HOLISTIQUE DES DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX

Chez Royal Canin®, nous intégrons les principes de durabilité dans l'ensemble de notre processus commercial, de la conception du produit à sa distribution finale. Cela nous permet de poursuivre nos objectifs de durabilité tout au long du cycle de vie de nos produits.

Chaque année, nous intensifions nos efforts pour cartographier nos principales chaînes d'approvisionnement, en étroite collaboration avec nos fournisseurs. Notre objectif est de mieux comprendre notre approvisionnement, depuis l'emplacement de l'exploitation agricole où les matières premières sont produites jusqu'au site des fournisseurs. Grâce à ces informations, nous pouvons calculer l'empreinte spécifique des matières premières que nous utilisons dans chaque usine. Cela nous permet également d'évaluer les risques d'impacts environnementaux tels que la déforestation ou la raréfaction de l'eau dans les zones à fortes contraintes. Prendre du recul pour examiner notre empreinte globale nous permet d'établir des priorités et de concentrer nos efforts dans les domaines où nous pouvons avoir le plus grand impact.

DES PRODUITS CONÇUS POUR ATTÉNUER LE CHANGEMENT CLIMATIQUE
Le principe scientifique fondateur de notre philosophie nutritionnelle est de nourrir les animaux de compagnie avec une combinaison précise de nutriments, en incorporant dans nos formules des ingrédients spécifiquement sélectionnés en fonction de leur profil nutritionnel.

Chaque produit est associé à un profil nutritionnel spécifique, qui sera le même partout dans le monde. Cependant, les matières premières utilisées pour répondre à ce profil nutritif peuvent varier suivant les régions et les usines, en fonction des matières premières disponibles localement.

Nous connaissons l'empreinte carbone - et l'impact sur l'utilisation des terres et de l'eau - de chacune de nos 550 solutions nutritionnelles. Notre approche axée sur les nutriments nous permet d'optimiser notre sélection d'ingrédients et, dans certains cas, d'aller au-delà des ingrédients "conventionnels", afin de produire des repas offrant des avantages équivalents ou supérieurs pour la santé des chiens et des chats, tout en réduisant l'impact environnemental tout au long de la chaîne d'approvisionnement (voir page 17 : l'exemple des plumes comme source alternative de protéines).

UTILISATION DE SOUS-PRODUITS

Nous avons également la possibilité de sécuriser les nutriments, de contribuer à la protection de l'environnement et de réduire les déchets alimentaires en utilisant des sous-produits de haute qualité, qui sont définis dans le système d'alimentation humaine comme des ingrédients qui ne sont généralement pas consommés par les humains. **Ces sous-produits sont sûrs et de haute qualité et ont souvent un impact bien moindre sur le changement climatique.**

Nous utilisons des sous-produits d'origine animale et végétale. Ces sous-produits sont une excellente source de protéines, de graisses, de minéraux et de vitamines, qui jouent un rôle vital en fournissant des acides aminés essentiels pour reconstruire et renouveler les organes et les muscles, et pour soutenir le système immunitaire et fournir de l'énergie.

AMÉLIORER L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES MATIÈRES PREMIÈRES

La majeure partie de notre impact environnemental est concentrée dans quelques-unes des matières premières que nous utilisons. En fait, les deux tiers des émissions de gaz à effet de serre (GES) de notre chaîne d'approvisionnement en matières premières peuvent être attribuées à sept matières premières : bœuf, maïs, volaille, riz, fruits de mer, soja, blé. L'impact environnemental de ces matières premières est en partie déterminé par leur origine.

Nous cherchons à atténuer notre impact sur l'environnement en nous approvisionnant, dans la mesure du possible, en matières premières à proximité de nos usines, ce qui permet de réduire l'empreinte environnementale liée au transport et à la logistique.

Nous cherchons à établir des relations solides et mutuelles à long terme avec nos fournisseurs afin de garantir que les matières premières que nous utilisons sont produites



selon les meilleures pratiques. Ces relations solides ont contribué à la mise en place réussie et collaborative d'un approvisionnement durable pour un certain nombre de nos matières premières clés, notamment le soja, le poisson et le papier. À mesure que nous progresserons dans le domaine de l'approvisionnement durable, nous travaillerons avec les fournisseurs pour développer des projets d'agriculture régénérative, afin d'améliorer la résilience des exploitations agricoles tout en réduisant les émissions de GES des matières premières produites.

RÉDUIRE LES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX SUR TOUS NOS SITES

Notre engagement en faveur de la durabilité et de la réduction de notre empreinte climatique commence chez nous. D'ici 2025, nous souhaitons réduire les émissions directes de nos usines et de nos bureaux de 42 % par rapport à une base de référence de 2015 (139 kt). Ces objectifs nécessitent des changements importants dans les lieux où nous travaillons : nos usines et nos bureaux.



EFFICACITÉ FINANCIÈRE : investir dans des équipements et des processus plus efficaces.

EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE : réduire la consommation d'énergie et d'eau et les déchets en modifiant les pratiques et les comportements



NOUVELLES TECHNOLOGIES : développer et déployer des innovations qui changent notre façon de faire les choses.

RENDRE NOS USINES PLUS VERTES

Nos usines sont la principale source de nos émissions directes de GES, principalement en raison de leur consommation d'énergie. L'énergie utilisée dans notre processus de fabrication est principalement sous forme d'électricité pour les machines ou de gaz naturel pour les chaudières et les séchoirs.

Nous achetons actuellement suffisamment d'électricité renouvelable pour couvrir près de 75 % de toutes les opérations du réseau d'usines Royal Canin® dans le monde.

Nous cherchons également à réduire notre consommation d'énergie de manière plus globale.

AUJOURD'HUI, NOUS SOMMES HEUREUX D'ANNONCER QUE :

100% 

DU POISSON que nous utilisons est certifié MarinTrust, Aquaculture Stewardship Council ou Marine Stewardship Council.



100%

DU SOJA BRÉSILIEN que nous utilisons (qui représente 22 % de notre approvisionnement en soja) est certifié RTRS ou Proterra.

86%



DE LA PÂTE À PAPIER utilisée dans nos emballages secondaires provient de sources recyclées ; les 14 % restants sont de la pâte à papier certifiée Virgin Forest Stewardship Council (FSC), provenant de forêts gérées durablement

Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre, nous avons pour objectif que 100 % de l'énergie que nous utilisons provienne de sources renouvelables : biomasse (y compris le biogaz), géothermie, énergie solaire, eau et vent, qu'elle vienne du marché ou qu'elle soit autoproduite.

L'utilisation de l'eau est une autre question importante que nous traitons dans le cadre de nos activités. Parmi nos 16 usines, deux (Cambrai, France, et Johannesburg, Afrique du Sud) sont situées dans des « zones de stress hydrique » selon l'Acqueduct World Resource Institute <https://www.wri.org/aqueduct>. Cela signifie que la consommation d'eau sur ces deux sites dépasse sa disponibilité. Pour les sites en situation de stress hydrique, notre objectif est d'éviter d'augmenter la consommation d'eau par rapport à une base de référence de 2019. Dans toutes nos usines, nous prenons des mesures pour réduire la consommation d'eau, pour recycler l'eau dans nos processus ou pour traiter les eaux usées.

NOS BUREAUX SONT RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Nombre de nos bureaux s'approvisionnent déjà localement en électricité à partir de sources renouvelables ou produisent leur propre électricité, notamment le siège mondial



d'Aimargues (France).

En outre, tous nos bureaux ont des champions du développement durable qui dirigent un programme de collaboration local appelé GoGreen, qui vise à réduire l'impact de nos bureaux et de nos Associés sur l'environnement. GoGreen s'appuie sur un tableau de bord comprenant 100 éléments, qui vont de la communication et de la formation à la gestion des déchets, en passant par l'intensité énergétique, la qualité de l'air dans les bureaux et certains paramètres de performance sociale.

Dix pour cent de la participation aux bénéfices des Associés du siège d'Aimargues sont basés sur la performance du programme GoGreen. Un guide de bonnes pratiques a été publié et distribué à tous les Associés.

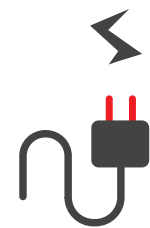
LES INITIATIVES DE NOTRE SIÈGE SOCIAL À AIMARGUES SONT, PAR EXEMPLE :

Des ruches et des hôtels à insectes ont été installés sur le terrain du siège social, ce qui présente des avantages en termes de biodiversité et de conservation des espèces endémiques.



Une application de covoiturage a été développée pour les Associés.

Des panneaux solaires ont été installés sur le toit du siège social



Des bornes de recharge électrique ont été mises à disposition sur le parking du campus, pour les voitures et vélos électriques et hybrides. Les Associés sont encouragés à utiliser des moyens de transport à faible émission de carbone.

DE L'HUILE
DE POISSON
CERTIFIÉE

100%
MarinTrust



RÉDUIRE LA PRESSION SUR LES RESSOURCES NATURELLES



DE L'HUILE DE POISSON AUX ALGUES

Les acides gras oméga 3 (EPA/DHA) jouent un rôle important dans la nutrition des animaux de compagnie, notamment dans la formation des membranes cellulaires animales, dans le développement du système neurologique (cerveau, yeux et nerfs), dans la fonction immunitaire et dans le processus inflammatoire qui se produit en réponse à une lésion tissulaire ou à une infection.

Royal Canin® a pour habitude d'incorporer ces nutriments dans ses repas en ajoutant de l'huile de poisson certifiée 100 % MarinTrust provenant de petits poissons pélagiques. De plus, Royal Canin® a identifié des variétés spécifiques d'algues pouvant servir de source alternative d'EPA/DHA. L'utilisation de cet ingrédient alternatif peut contribuer à réduire la pression sur les écosystèmes marins. Lorsque cet ingrédient innovant a été identifié, nous avons effectué des tests rigoureux sur le produit pour nous assurer qu'il répond à nos normes de santé, de qualité et de sécurité alimentaire et nous avons obtenu l'autorisation des autorités internationales de sécurité alimentaire avant de l'utiliser dans nos formules. Nous devrions bientôt être en mesure de commencer à utiliser l'huile d'algues comme source d'EPA/DHA dans nos produits.

LES PLUMES : UNE SOURCE ALTERNATIVE DE PROTÉINES

ROYAL CANIN® Anallergenic (ROYAL CANIN® Ultamino en Amérique du Nord) est un aliment innovant dont l'efficacité a été prouvée pour le soutien nutritionnel à long terme des chats et des chiens souffrant de réactions alimentaires défavorables (RCA). Les protéines de notre gamme ROYAL CANIN® Anallergenic (ROYAL CANIN® Ultamino en Amérique du Nord) proviennent de plumes de volaille spécialement traitées, ce qui permet à cet aliment diététique d'atteindre les taux de tolérance les plus élevés du marché. En effet, les protéines de plumes hautement hydrolysées ne peuvent pas être reconnues par le système immunitaire de l'animal et sont donc incapables d'induire une réaction d'hypersensibilité. La plume est - à ce jour - le seul ingrédient hydrolysé à un tel niveau. En choisissant une source de protéines alternative et très fortement hydrolysée (non utilisée dans la chaîne alimentaire humaine) comme source de protéines Anallergenic™, nous créons une chaîne d'approvisionnement durable qui peut contribuer à la coexistence future des industries de l'alimentation humaine et animale.



NOTRE STRATÉGIE DE GESTION DES DÉCHETS

EMBALLAGES CONÇUS SUR LES PRINCIPES DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Le défi de dépasser l'emballage flexible multicouche à usage unique

L'emballage joue un rôle important dans la livraison de nos produits à nos consommateurs. Il protège les produits finis jusqu'au point de consommation finale, contribuant ainsi à préserver la qualité et les bienfaits de nos aliments pour la santé. L'emballage fournit également d'importantes informations réglementaires et nutritionnelles, distingue nos marques dans les rayons et fournit aux consommateurs les recommandations en matière de rationnement.

ENGAGEMENT MONDIAL DE LA FONDATION ELLEN MACARTHUR POUR UNE NOUVELLE ÉCONOMIE DES PLASTIQUES

Mars, Incorporated a signé le « New Plastics Economy Global Commitment » de la Fondation Ellen MacArthur, qui encourage un comportement responsable et appelle à un engagement collectif pour collecter et recycler tous les emballages. Nous nous sommes engagés à réduire de 25 % notre utilisation de plastique vierge, à intégrer 30 % de contenu recyclé en moyenne dans nos emballages plastiques ⁽¹⁾ et à ce que 100 % de nos emballages plastiques soient réutilisables, recyclables ou compostables d'ici 2025. Nous sommes déterminés à faire en sorte que ces engagements ne compromettent pas nos normes élevées de qualité et de sécurité alimentaire, ni le profil nutritionnel et la fraîcheur de nos produits tout au long de leur cycle de vie.

AUJOURD'HUI, L'EMBALLAGE DE DÉTAIL DE ROYAL CANIN SE DÉCLINE SOUS PLUSIEURS FORMES :



Sacs en papier et en plastique (pour les aliments secs).



Boîtes et sachets fraîcheur en aluminium ou en acier (pour les aliments humides).

S'ALLIER AVEC NOS FOURNISSEURS POUR UNE CONCEPTION RECYCLABLE

Nous avons considérablement réduit l'épaisseur de nos sacs en plastique, ce qui a permis de réduire les émissions de GES de plus de dix mille tonnes sans compromettre la sécurité alimentaire. Nous avons économisé 920 tonnes de plastique, 500 tonnes de papier et réduit de 10 % l'épaisseur de nos sacs de 2 et 4 kg entre 2007 et 2016. Nous irons bientôt plus loin et lancerons, en collaboration avec nos fournisseurs, nos premiers sacs en plastique mono-matériau, entièrement recyclables via les systèmes de recyclage actuels où les infrastructures existent et sont optimisées pour des systèmes de recyclage plus avancés. Royal Canin® lancera officiellement ces sacs avec la gamme actualisée Start of life (aliments complets pour chatons et chiots) début 2022.

Avec nos partenaires, nous investissons dans la recherche et le développement afin de garantir que nos emballages de nouvelle génération soient entièrement recyclables, tout en continuant à répondre à des normes rigoureuses de qualité et de sécurité alimentaires.

MODERNISER L'INFRASTRUCTURE DE RECYCLAGE GRÂCE À DES PARTENARIATS

D'ici 2025, nous avons l'intention de réduire de 25 % l'utilisation de plastique vierge et d'intégrer jusqu'à 30 % de contenu recyclé moyen dans nos emballages plastiques. ⁽¹⁾ Pour augmenter l'offre de résine post-consommation (PCR) de qualité alimentaire, l'industrie du recyclage doit travailler à la mise en place d'installations de recyclage plus avancées, capables de produire des plastiques recyclés d'une qualité utile aux producteurs alimentaires. Ce changement systémique dans l'infrastructure de recyclage ne peut être réalisé que si tous les acteurs travaillent ensemble pour créer une demande à grande échelle de contenu recyclé de qualité alimentaire. À cette fin, nous nous engageons activement au sein d'initiatives de collaboration telles que CEFLEX (Circular Economy for Flexible Packaging) en Europe et Plastic Pollution Coalition pour travailler à l'objectif d'une économie circulaire pour les emballages souples en Europe d'ici 2025.

(1) Objectif dépendant de l'avancement du recyclage des produits chimiques au rythme, à l'échelle et de l'alignement des réglementations en matière de sécurité alimentaire.

POINTS DE COLLECTE ALTERNATIFS

Aux États-Unis, au Canada et en Australie, nous encourageons la collecte et le recyclage de certains sacs via des points de collecte. Dans ces pays, notre type de sacs ne peut pas être recyclé dans les infrastructures existantes, et nous avons donc initié un partenariat avec TerraCycle® pour mettre en place des points de collecte à différents endroits de leurs communautés, y compris dans les cliniques vétérinaires, les magasins spécialisés d'animaux de compagnie et d'autres points de vente, et encourager les consommateurs à retourner leurs emballages après utilisation.

ÉVITER LES EMBALLAGES À USAGE UNIQUE

Nous innovons et testons également de nouveaux modèles pour livrer nos produits directement aux consommateurs, ce qui nous permet d'éviter les emballages plastiques à usage unique. À titre d'exemple, en avril 2021, nous avons ouvert notre premier Atelier Félin à Paris, un concept store de Test and learn* qui proposait 20 à 30 options d'aliments secs des Felin Health Nutrition, Care et Breed de Royal Canin, directement au consommateur. Nous avons supprimé les emballages classiques et proposé une boîte en métal réutilisable et recyclable pour l'achat de ces aliments.

NOS USINES NE PRODUISENT PAS DE DÉCHETS ENTERRÉS

Depuis 2015, toutes nos usines sont zéro déchet enterrés. Le carton et le métal sont intégralement recyclés, les déchets alimentaires sont compostés, incinérés ou passés par un processus de méthanisation qui produit de l'énergie.

* test et apprentissage. ** Gammes Santé, Soins et Race.



TRAVAILLER AVEC LES CONSOMMATEURS POUR PROMOUVOIR LE RECYCLAGE ET ENCOURAGER DE NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION

Pour faciliter le rôle des consommateurs dans la collecte, le tri et le recyclage des emballages Royal Canin®, nous numérisons les instructions de recyclage chaque fois que cela est possible et en fonction de la réglementation de chaque pays. Ces informations seront progressivement mises en place à partir du premier trimestre 2022 par le biais d'un QR code imprimé sur nos emballages. De cette façon, nous pouvons fournir des informations claires, précises et pertinentes aux consommateurs, adaptées à leur localisation et à leur langue.



ROYAL CANIN X OLVEA FISH OILS

Le projet d'amélioration de la pêche en Mauritanie illustre la façon dont nous collaborons avec nos partenaires pour atteindre notre objectif : UN MONDE MEILLEUR POUR LES ANIMAUX DE COMPAGNIE.



• SCIENCE ET OBSERVATION

Chez Royal Canin, la nutrition est basée sur la science et l'observation en partenariat avec les professionnels des animaux de compagnie et les communautés scientifiques.



EPA
DHA

• NUTRIMENTS PLUTÔT QU'INGRÉDIENTS

Notre approche basée sur les nutriments nous permet de tenir compte du caractère unique des animaux de compagnie et d'aller au-delà des ingrédients conventionnels pour réduire notre impact environnemental tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Les chats et les chiens ont besoin d'EPA-DHA à des fins nutritives.

• SOURCES D'EPA-DHA

L'EPA et la DHA sont récoltés dans les huiles de poisson.



• PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ

En 2012, afin de sécuriser les sources d'huiles de poisson tout en atténuant les risques pour les stocks de poissons, OLVEA Fish Oils a décidé d'étendre son approvisionnement au nord de la Mauritanie. L'industrie locale de la pêche y était alors émergente mais avait besoin d'un cadre pour se développer de manière durable.

• APPROVISIONNEMENT DURABLE

Chez Royal Canin®, nous nous engageons à nous approvisionner en ingrédients marins plus durables et à soutenir les projets d'amélioration des pêcheries tels que rapportés par FisheryProgress.org. Nous nous associons à OLVEA Fish Oils, l'un des principaux fournisseurs français d'huiles de poisson oméga 3, pour soutenir les efforts du FIP Mauritanie. OLVEA Fish Oils s'approvisionne principalement en poissons provenant des eaux côtières péruviennes et africaines.



• 2017 : CRÉATION DU MAURITANIAN SMALL PELAGIC FISHERY IMPROVEMENT PROJECT (FIP)



Objectif
Créer les conditions d'une gouvernance transparente et durable des pêcheries mauritaniennes.

Certification MarinTrust

Cette norme crédible et établie permet aux producteurs de matières premières dans l'industrie de la farine et de l'huile de poisson de démontrer des pratiques commerciales responsables.



Un effort conjoint Entre le secteur privé* et le gouvernement.**

* OLVEA Mauritanie, ROYAL CANIN, RIM Fish Meal, Mah El Turk, FH Procurement SARL, Atyfen
** Gouvernement et administrations mauritaniennes, Ministère de la Pêche et des Economies Maritimes (MPEM), Office National d'Inspection Sanitaire de la Pêche et de l'Aquaculture (ONISPAJ) Institut Mauritanien de Recherches Océanographiques et des Pêches (IMROP).



• PRODUCTION

Lorsque l'huile de poisson aura été certifiée par MarinTrust (ce qui est prévu pour le premier trimestre 2022), nous utiliserons de l'huile de poisson mauritanienne. Elle sera livrée à nos 4 usines européennes Royal Canin® (2 en France, 1 en Pologne, 1 en Autriche). 90% des aliments ROYAL CANIN® contiennent de l'EPA-DHA.



Économique

L'industrie locale se développe de manière pérenne et passe, à long terme, à des pratiques de pêche plus durables. Les acteurs locaux peuvent avoir accès aux marchés internationaux.



Social

Une politique relative aux droits de l'homme et à la responsabilité sociale de Fishery Progress a été élaborée afin de contribuer à réduire les risques liés aux droits de l'homme et du travail et de fournir un cadre commun pour rendre compte des performances sociales dans le secteur de la pêche. Cette politique est conforme aux réglementations nationales et aux normes internationales fixées par l'Organisation internationale du travail (OIT).



Environnemental

Le programme vise à éviter l'utilisation non durable du poisson. Il soutient le développement d'un cadre et de structures pour la gestion des stocks de poissons pélagiques transfrontaliers dans la région. Il met également en œuvre un système de suivi, de contrôle et de surveillance de la population de poissons.



• IMPACTS POSITIFS DU FIP



• LIVRAISON

Livraison à nos canaux de distribution : éleveurs, cliniques vétérinaires, magasins spécialisés.



• PRIORITÉ AUX CHATS ET AUX CHIENS

En nous approvisionnant de manière plus durable, nous sommes mieux à même de remplir notre mission qui consiste à transformer la santé et le bien-être de chaque chat et de chaque chien en repoussant les limites de la nutrition et des connaissances avec nos partenaires.

AVEC CETTE AVENTURE COMMUNE, NOUS CONTRIBUONS À ASSURER UN AVENIR VIABLE POUR NOS PARTIES PRENANTES ET POUR LA GÉNÉRATION À VENIR.



fisheryprogress.org/fip-profile/mauritania-small-pelagics-purse-seine

www.olvea-fish-oils.com

L'HUMAIN EST AU CŒUR DE NOTRE VISION D'UN AVENIR DURABLE

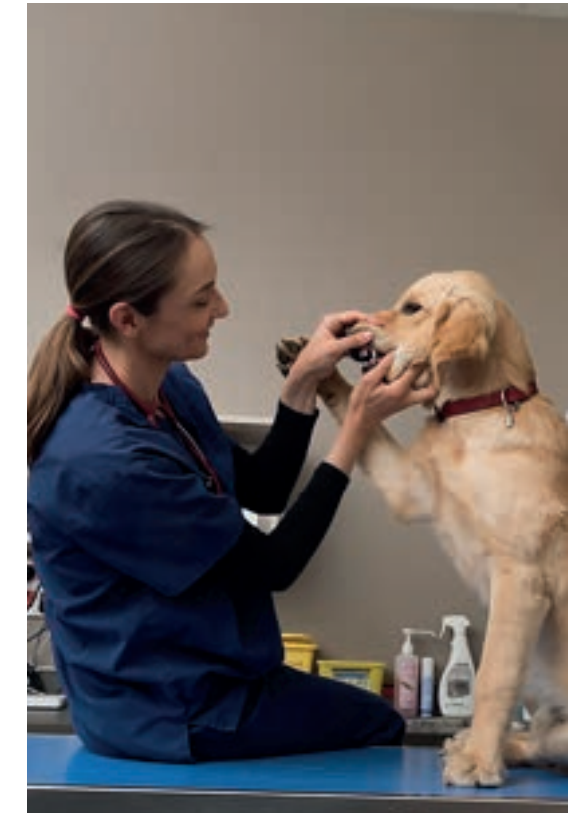
C'EST UN FAIT : AU SEIN DE NOTRE ORGANISATION, NOUS NOUS EFFORÇONS D'OFFRIR À NOS ASSOCIÉS LE MEILLEUR ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL POSSIBLE ET D'ENCOURAGER LES ÉQUIPES À « PENSER DURABLE » ET À DEVENIR DES DÉFENSEURS DE CETTE CAUSE AU NIVEAU MONDIAL.



Notre action s'inscrit dans le cadre des objectifs de développement durable des Nations Unies.

Nous appliquons également cette philosophie dans nos relations avec les personnes extérieures à notre organisation. Animés par notre passion pour la santé et le bien-être des animaux de compagnie, nous avons développé des relations durables et enrichissantes avec des professionnels de l'animal de compagnie, tels que des éleveurs et des vétérinaires, afin de produire une alimentation de haute qualité pour les chats et les chiens et de soutenir leurs

activités quotidiennes par le biais d'outils et de services pertinents. En outre, nous cherchons à aborder l'équité sociale externe en renforçant les liens avec toutes les communautés au sein desquelles nous opérons. Ainsi, en mettant en œuvre l'économie de la mutualité, nous développons le capital social et humain de notre écosystème et tirons parti de nos relations mutuelles à long terme, ce qui représente le moyen le plus efficace de concrétiser notre vision.





BIEN-ÊTRE ET INCLUSIVITÉ DES ASSOCIÉS

PRÉSENTATION DE NOS ASSOCIÉS

Pour atteindre notre objectif, Royal Canin s'appuie sur plus de 8 000 Associés - dont 500 vétérinaires, scientifiques et nutritionnistes qualifiés - représentant de très nombreuses nationalités, langues et cultures. Nos Associés défendent nos cinq principes : Qualité, Responsabilité, Mutualité, Efficacité et Liberté. Notre mission de transformation de la santé et du bien-être des chats et des chiens dépend de leur engagement et de leur dévouement.

Le terme « Associé » définit la relation entre notre entreprise et nos employés, qui s'appuie sur la confiance mutuelle, la dignité et le respect. En tant qu'employé, vous travaillez pour quelqu'un. En tant qu'Associé, vous travaillez avec quelqu'un.

8,000
ASSOCIÉS



48 nationalités

Notre Global Leadership Team, composée de 13 membres, est équilibrée en termes de parité et inclut 7 nationalités. Parmi nos 8000 Associés, nous comptons 48 nationalités. C'est pourquoi nous nous efforçons de faire de nos bureaux et de nos usines le meilleur environnement de travail possible pour tous nos Associés. Nous faisons partie de Mars, Incorporated, une société familiale qui, pour la 7e année consécutive, a figuré sur la liste des « Meilleurs lieux de travail au monde dans le domaine de la fabrication et de la production » [5e rang en 2020] établie par le Great Place to Work Institute.

INCLUSION ET DIVERSITÉ : MOTEURS DE LA DURABILITÉ

Le fait de savoir que nos Associés se sentent appréciés, quels que soient leur identité ou leurs antécédents, est une source de fierté pour Royal Canin. Nous comprenons que l'inclusion et la diversité sont des facteurs importants dans la création d'une entreprise durable.

Nous accueillons les perspectives et les libertés de pensée parce que nous croyons que

nos différences nous rendent encore meilleurs, ensemble. Instiller un esprit de diversité et d'inclusion commence au sommet ; c'est pourquoi nous formons nos managers à la création d'un environnement accueillant et ouvert, qui valorise chaque collaborateur et lui permet de progresser professionnellement. Chaque site prend ses propres mesures pour créer un environnement culturellement inclusif, en encourageant une collaboration et une communication ouvertes.

PROGRAMME CARE

Dans le cadre de notre programme CARE (Communiquer, Animer, Revoir, Expérimenter), nous encourageons nos Associés à former des Groupes de Ressources d'Associés et leur fournissons un budget pour créer leurs propres initiatives afin de promouvoir l'inclusion et la diversité au sein de l'organisation. Nous encourageons les initiatives visant à améliorer la représentation des personnes handicapées, des femmes, issues des communautés noires, asiatiques et latines, des LGBTQIA+, ainsi que des générations plus jeunes et plus âgées.



VOICI QUELQUES-UNES DES INITIATIVES QUE NOUS AVONS MISES EN OEUVRE EN 2020 À NOTRE SIÈGE SOCIAL D'AIMARGUES (FRANCE) POUR RENFORCER LA SANTÉ ET LE BIEN-ÊTRE :

- En juillet 2020, nous avons signé un nouvel accord pour introduire des modalités de travail flexibles / à distance pour nos Associés, une réponse cruciale à la pandémie de COVID-19 qui sera maintenue même après la crise.

- En septembre 2020, nous avons ouvert une infirmerie pour nous soutenir dans notre gestion de la pandémie de COVID-19 et renforcer nos activités dans le domaine de la santé au travail.

- Nous proposons divers services de santé, notamment l'ostéopathie, la vaccination contre la grippe saisonnière, une plateforme d'écoute et de conseil en santé mentale (PROS-consulte), ainsi que des consultations médicales à distance grâce à notre partenariat avec le groupe d'assurances AXA.

- Nous avons créé un nouvel espace de travail pour favoriser la collaboration et améliorer le bien-être. En septembre, nous avons introduit le patio Agora, un espace convivial et collaboratif pour nos Associés.

NOS SITES SONT DES LIEUX DE TRAVAIL RESPONSABLES

La santé est notre seul guide. Cela inclut la santé physique et mentale de nos Associés. Notre programme Mars Be Well vise à créer une culture d'entreprise durable, saine et dynamique.

En 2020, Mars, Incorporated s'est classé :

4^{ème} des Europe's best Workplaces™ (Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Norvège, Portugal, Suède, Pays-Bas, Royaume-Uni).

6^{ème} des World's Best Workplaces™. En 2019, Mars, Incorporated s'est classé : 3^{ème} dans le classement des meilleurs lieux de travail dans le secteur de la fabrication et de la production.

Au sein de nos usines, nous avons introduit ce que nous appelons le programme Mars Responsible Workplace. Il nous permet de comprendre et de prendre des mesures pour accroître le respect des droits de l'homme et améliorer la vie professionnelle des Associés sur nos lieux de travail dans le monde entier. Des évaluations de Responsible Workplace sont menées pour célébrer les succès et identifier les domaines à améliorer.

NOS BUREAUX SONT ADAPTÉS AUX ANIMAUX DE COMPAGNIE

Une recherche publiée dans l'International Journal of Workplace Health Management⁽¹⁾ a montré que les personnes qui emmènent leur chien au bureau sont moins stressées et plus satisfaites de leur travail que leurs collègues. Nos Associés sont encouragés à emmener leur chien au travail, et nous améliorons constamment nos installations et nos politiques afin de créer un environnement positif pour les Associés et leurs animaux de compagnie. Nous avons également mis en place un programme de parrainage d'animaux de compagnie qui permet aux Associés de prendre soin d'un chien de l'un de nos deux Pets center*. Ce programme a un impact positif sur nos Associés, et c'est aussi un excellent moyen d'aider nos animaux à se socialiser avant d'être adoptés lorsque leur carrière chez Royal Canin touche à sa fin. Notre bureau chinois est adapté aux chats : les Associés peuvent emmener leur chat au travail.



(1) Référence : Wilkin, Christa L., Paul Fairlie and Souha R. Ezzedeen. "Who Let the dogs in? A Look at pet-friendly workplaces". International Journal of Workplace Health Management 9.1 (2016):96-109.

* complexe pour chats et chiens.

NOUS ÉVALUONS RÉGULIÈREMENT NOS PERFORMANCES PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS QUE NOUS NOUS SOMMES FIXÉS.



100%

DE NOS ÉQUIPES DE DIRECTION doivent être équilibrées en termes de parité, le ratio entre les femmes et les hommes au sein du Leadership étant de 50/50.

NOUS GARANTISSONS

que nos équipes de direction soient à l'image des nationalités et des ethnies des marchés sur lesquels elles opèrent.



100



CHIENS sont autorisés à venir et à rester dans les bureaux de nos sites en France.

INVESTIR DANS LE CAPITAL HUMAIN

L'avenir durable que nous envisageons pour les animaux de compagnie, la planète et les populations ne peut se concrétiser que si nous investissons dans les connaissances et les compétences qui seront nécessaires demain, tant au sein de nos organisations que dans notre écosystème au sens large. Nos investissements dans le capital humain sont conformes à l'objectif de développement durable n° 4 (éducation de qualité) et comprennent à la fois le développement personnel de nos Associés et les services externes de formation et d'éducation que nous fournissons à nos parties prenantes externes, autour desquelles nous avons construit notre modèle commercial.

UN PLAN DE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL POUR NOS ASSOCIÉS

Nous accordons une grande importance à nos Associés et à la contribution exceptionnelle qu'ils apportent à notre entreprise, et c'est pourquoi nous pensons qu'il est juste d'investir dans leur avenir. En donnant aux Associés la possibilité d'évoluer dans leurs fonctions et d'accéder à notre offre de formation numérique, à nos excellents collègues fonctionnels et à nos programmes de leadership primés, nous leur donnons les moyens de prendre en mains le développement de leur carrière.

C'est la raison pour laquelle les Associés de l'ensemble de notre organisation ont établi un Plan de Développement Personnel annuel, en convenant avec leurs managers des objectifs de développement fonctionnel et personnel. **Dans le cadre de leur Plan de Développement Personnel, les Associés ont accès à une vaste gamme de programmes de formation par le biais de la Mars University, y compris des cours de haut niveau offerts par des partenaires externes comme l'Université de Harvard.**

NORMES ÉTHIQUES POUR LA CONDUITE DES AFFAIRES

Nous interdisons la corruption sous toutes ses formes, y compris le fait de donner, d'accepter ou d'autoriser des pots-de-vin. Nous attendons de tous nos partenaires commerciaux, tels que nos distributeurs, nos courtiers en douane et autres fournisseurs, qu'ils respectent les

mêmes normes que nous lorsqu'ils agissent en notre nom. Ces attentes sont détaillées dans notre code de conduite des fournisseurs.

Notre Guide d'éthique et de conformité des Associés décrit clairement notre tolérance zéro pour la corruption sous toutes ses formes, y compris la corruption commerciale. La formation de nos Associés les aide à identifier les risques liés à la corruption afin que nous puissions les atténuer efficacement. Notre code de conduite des fournisseurs exige également que tous nos fournisseurs directs et indirects se conforment aux exigences légales applicables, y compris la loi américaine sur les pratiques de corruption à l'étranger et la loi britannique sur la corruption.

DÉVELOPPER LE CAPITAL HUMAIN DANS NOTRE ÉCOSYSTÈME

Le développement du capital humain dans notre écosystème est l'un des moyens qui nous permet de renforcer les liens avec les communautés au sein desquelles nous travaillons, afin de promouvoir un écosystème plus collaboratif, plus respectueux de l'environnement et plus prospère.

Nous collaborons étroitement avec un vaste réseau de prescripteurs et de distributeurs (éleveurs, vétérinaires, magasins spécialisés) afin d'améliorer constamment notre connaissance collective des besoins réels des chiens et des chats et de trouver ensemble les bonnes solutions nutritionnelles. Pour partager ces connaissances, nous organisons chaque année des centaines de conférences à l'intention des professionnels de l'animal de compagnie, sur des thèmes aussi variés que les soins aux animaux, la sensibilisation à l'obésité, les avantages d'une alimentation équilibrée ou les effets d'un mode de vie sédentaire sur les animaux et la nutrition animale.

SOUTENIR NOS PROFESSIONNELS ANIMALIERS POUR MENER DES ACTIVITÉS DURABLES

Chaque année, nous organisons un événement mondial à Montpellier (France) pour permettre aux vétérinaires du monde entier de comparer leurs expériences, tant scientifiques que managériales, et de partager leurs succès.

COLLOQUES VÉTÉRINAIRES

- En 2019, la 5e édition du Vet Symposium a rassemblé 535 vétérinaires venus de 85 pays. Les participants ont été invités à découvrir notre campus unique basé à Aimargues (France).

- En 2020, les restrictions de voyage liées à la pandémie COVID-19 nous ont obligés à organiser un symposium e-Vet, au lieu de notre traditionnelle conférence en présentiel. Cela nous a permis d'étendre encore plus notre portée : la traduction simultanée en 4 langues a permis la participation de plus de 10 000 personnes de 122 pays.

UN PROGRAMME DÉDIÉ POUR LES ÉTUDIANTS ET LES JEUNES DIPLÔMÉS

Des études indépendantes ont montré que les vétérinaires peuvent être confrontés à des niveaux de stress importants et qu'un grand pourcentage d'entre eux ont envisagé de quitter la profession. Chez Royal Canin, nous nous sentons responsables envers les vétérinaires et nous voulons nous assurer que nos partenaires s'épanouissent. Au cours des dernières années, nous avons piloté un projet en Indonésie pour soutenir les nouveaux vétérinaires récemment diplômés. En 2021, nous allons poursuivre sur cette voie en lançant un programme pilote à l'échelle mondiale visant à soutenir les compétences de résilience des vétérinaires nouvellement diplômés, en partenariat avec le Lincoln Institute. L'objectif de ce programme est de **favoriser la viabilité de la profession vétérinaire en renforçant la résilience et, à terme, améliorer la rétention des vétérinaires dans la pratique clinique.**

Au cours des quatre prochaines années, l'objectif est de lancer un cours MBA post-universitaire englobant trois domaines différents :

- Résilience vétérinaire, communication et compétences non techniques
- Compétences en matière de commerce et de nutrition
- Santé mentale (en collaboration avec des psychologues vétérinaires spécialisés dans la santé mentale)

Depuis le début de l'année 2021, 129 vétérinaires de 23 pays ont participé au programme pilote.



PROACTIVE

Les éleveurs sont les partenaires historiques de Royal Canin. Afin d'aider les professionnels des animaux de compagnie à gérer leurs activités de manière saine et durable, nous avons lancé l'initiative PROactive, qui permet aux éleveurs d'acquérir des compétences et des connaissances précieuses grâce à divers outils tels que des conférences exclusives, des cours numériques et des conseils pratiques. (Découvrez-en plus sur PROactive page 8).



PLUS DE

160



Associés de communication scientifique dans le monde entier.

DONT

95%

sont vétérinaires, offrant actuellement des conférences à nos intervenants extérieurs

RENFORCER LES LIENS AVEC NOS COMMUNAUTÉS

Chez Royal Canin, la mutualité est l'un de nos principes fondateurs. Nous voulons que nos Associés soient les principaux défenseurs de nos engagements en matière de durabilité. Nous voulons également que nos Associés du monde entier aient la possibilité de développer leurs compétences et leurs capacités tout en établissant des partenariats solides dans le monde entier.

En outre, nous cherchons à aborder l'équité sociale externe en renforçant les liens avec toutes les communautés où nous opérons, car nous avons l'intention de promouvoir un écosystème plus collaboratif, plus respectueux de l'environnement et plus prospère. **Nous pensons que le fait d'opérer dans l'intérêt des personnes et de la planète crée de nouvelles opportunités pour les entreprises, la société et l'environnement.**

RELATIONS AVEC NOS FOURNISSEURS

Nous accordons énormément d'attention à l'impact social positif de notre chaîne d'approvisionnement.

Nous accordons une attention considérable à la garantie de relations sociales positives. Nos relations de longue date avec nos partenaires et nos fournisseurs sont essentielles pour nous aider à atteindre nos objectifs de durabilité.

PROGRAMME MARS VOLUNTEER

Le Mars Volunteer Program (MVP) est une initiative mondiale qui permet aux Associés de participer à des événements bénévoles au profit des

communautés dans lesquelles nous opérons et d'où proviennent nos produits. Les Associés peuvent consacrer certaines de leurs heures de travail au bénévolat. Le MVP accroît l'engagement des Associés, offre des possibilités de développement professionnel, stimule le moral de l'équipe et contribue à renforcer les liens avec les partenaires de notre communauté.

En 2020, les bénévoles ont aidé les refuges pour animaux et les animaux dont ils ont la charge à traverser la pandémie COVID-19, en organisant des campagnes de dons virtuels, en offrant des consultations vétérinaires à distance et en mettant leurs compétences et leurs talents à la disposition des refuges ayant besoin de ressources, d'expertise technique ou d'un soutien général.

PROGRAMME MARS AMBASSADOR

Le Programme Mars Ambassador (MAP), pilier de la stratégie d'engagement communautaire de Royal Canin, illustre parfaitement la manière dont nous donnons vie à notre objectif. Grâce au Programme Ambassadeur Mars, les Associés ont l'opportunité de réellement changer les choses, de manière durable, dans les communautés qui servent notre entreprise.

Depuis la création du programme, nous avons calculé que plus de 45 000 heures de bénévolat, évaluées à environ 3,8M \$ ont été données par les Associés MAP. En 2019, 83 Associés issus de tous les segments ont été sélectionnés pour participer au MAP. Sept Associés Royal Canin de cinq pays ont participé à l'aventure.

En raison de la pandémie de COVID, nous n'avons pas pu planifier le MAP en 2020 ; nous avons

45,000

Heures de bénévolat environ.

\$3.8M

Ont été donnés par les Associés MAP.

83

Associés Mars ont été sélectionnés pour participer au MAP.



organisé un MAP virtuel pour partager l'expertise avec nos parties prenantes.

CERTAINS DE NOS DERNIERS PARTICIPANTS :

- **Mandy Emery (Rep. des ventes internes/ Coordinatrice des services techniques - Canada), American Prairie Reserve.** Un groupe d'ambassadeurs a passé une semaine dans la région rurale du Montana, aux États-Unis, pour travailler avec l'American Prairie Reserve (APR) sur un projet de restauration de l'habitat des chiens de prairie. Les ambassadeurs ont aidé à contrôler la propagation des puces pour faciliter la réintroduction d'autres animaux sauvages,



comme le putois d'Amérique, et ont participé aux travaux généraux de gestion des terres et de la faune.

- **Dean Richardson (Conseiller en nutrition animale - Australie), Pet Friendly Hurricane Relief**

En 2017, l'ouragan Maria a dévasté Porto Rico, affectant 100 % des foyers ainsi que la population animale. Lors de cette mission, un groupe d'ambassadeurs a directement collaboré aux efforts de reconstruction du Santuario Canita (situé à Guayama, Porto Rico) pendant une semaine.

- **Slavena Buyuklieva (Spécialiste en communication scientifique - Bulgarie),**

Mission Rabies Community Engagement :

Depuis 2013, Mission Rabies est à l'avant-garde de l'élimination de la rage dans les zones sensibles du globe. Avec près de 1,5 million de chiens vaccinés et plus de 3 millions d'enfants éduqués depuis la création de l'organisation caritative, Mission Rabies joue un rôle important dans la réalisation de l'objectif de l'Organisation mondiale de la santé d'éliminer la rage transmise par les morsures de chiens d'ici 2030. Les ambassadeurs ont rejoint l'équipe de vaccination sur le terrain et ont pu constater les efforts logistiques nécessaires à une opération d'élimination de la maladie, et en apprendre davantage sur la recherche opérationnelle menée sur place.

FONDATION ROYAL CANIN

Avec nos partenaires, nous nous engageons à promouvoir les nombreux bienfaits que les animaux de compagnie peuvent apporter, à leurs possesseurs, mais aussi à la société.

C'est pour cette raison que nous avons décidé de lancer la Fondation Royal Canin (officiellement enregistrée le 8 décembre 2020). La Fondation Royal Canin a été créée pour souligner le rôle positif des chats et des chiens dans nos vies en investissant dans des projets grâce auxquels les animaux de compagnie peuvent contribuer à améliorer la santé et le bien-être de l'homme.

LA FONDATION ROYAL CANIN AGIT DANS TROIS DOMAINES :

- Santé et bien-être des chiens de travail
- Les animaux au service de la santé publique
- Les animaux au service de la santé mentale

Actuellement, tous les projets ont été nommés et sélectionnés par nos Associés.

Il s'agit d'un mode de fonctionnement unique qui place les Associés au centre de la gouvernance de la Fondation. Avec la Fondation Royal Canin, nous voulons créer une valeur à long terme pour la société et la santé humaines.

Les projets pouvant bénéficier d'un soutien couvrent des domaines cruciaux tels que la détection des maladies, les chiens d'assistance ou les animaux de compagnie thérapeutiques.

Les domaines d'intervention de la fondation Royal Canin visent à accroître les connaissances en matière de relation homme/animal et, plus généralement, d'interaction homme/animal dans les situations de travail. Les connaissances et les recherches acquises dans le cadre des projets sélectionnés seront partagées à l'échelle mondiale afin que les animaux domestiques puissent en bénéficier.

EN 2021

\$1 million

A été dédié à 10 projets choisis par les Associés.



ROYAL CANIN foundation

ROYAL CANIN
a division of Mars Petcare

