



Informe de actividad

2025



➤ Índice

Visión y Estrategia del Grupo

- 03** Editorial
- 05** Modelo de creación de valor
- 06** La «Enhanced Nutrition»: una nueva visión de la nutrición animal
- 07** Plan estratégico BECOME: 3 años de transformación

Perfil y Actividades del Grupo

- 09** Cifras clave y presencia internacional
- 10** Mirada a nuestra historia
- 11** Colaboradores comprometidos
- 12** Actividades por áreas de negocio

Gobernanza y Ética

- 14** Consejo de administración
- 15** Comité Ejecutivo
- 15** Código de conducta, un pilar de nuestra gobernanza

Desempeño Sostenible y Responsabilidad Social Corporativa

- 17** Política de RSC al servicio de una nutrición animal sostenible
- 18** Balance de carbono 2024 y trayectoria de reducción
- 19** Sostenibilidad en el corazón de nuestras soluciones

SOBRE ESTE INFORME :

Este informe ofrece una visión global del desempeño del Grupo CCPA. Sitúa en perspectiva nuestra estrategia, nuestras actividades, nuestros resultados y nuestros compromisos para ilustrar la forma en que creamos valor de manera sostenible para el conjunto de nuestros grupos de interés. Esta edición, que marca el sexagésimo aniversario del Grupo, refleja una trayectoria construida a largo plazo, en la que el desarrollo económico, la innovación y la sostenibilidad se refuerzan mutuamente para acompañar la evolución de las cadenas de valor animales.

Este documento está dirigido a todas aquellas personas que desean comprender nuestras orientaciones, nuestros logros y nuestras perspectivas, al servicio de una nutrición animal cada vez más eficiente y sostenible.

Editorial

➤ 2025, un año de creación de valor y de compromiso colectivo

Con motivo del ejercicio 2025, el Presidente Mickaël Marcerou y el Director General François Pellet repasan un año de crecimiento y transformación. Entre el desempeño económico, el compromiso de los equipos y la evolución del Grupo, comparten su análisis de las dinámicas en curso y su visión para las próximas etapas.

Si tuviera que elegir una palabra para resumir 2025, ¿cuál sería y por qué?

Mickaël Marcerou – Elegiría la palabra « Valor ». En primer lugar, el valor económico: en 2025, el Grupo ha continuado su trayectoria de crecimiento con una cifra de negocio de 220 M€ – 224 M€ a tipo de cambio constante – manteniendo al mismo tiempo un alto nivel de rentabilidad, con un Ebitda del 11,3 %. Pero este desempeño solo tiene sentido porque va acompañado de otras formas de creación de valor. El valor científico: nuestros equipos han intensificado sus trabajos de investigación, han multiplicado las publicaciones y están preparando la presentación de varias patentes. También está el valor técnico, creado cada día junto a nuestros clientes gracias al intercambio de nuestras competencias y al despliegue de soluciones concretas, como Farm-E-Val Lechero. Por último, está el valor medioambiental de nuestras soluciones: acompañamos a nuestros clientes en la descarbonización de las explotaciones ganaderas, con análisis de ciclo de vida hasta la salida de la explotación. Es esta creación de valor global la que da sentido a nuestra acción.



MICKAËL MARCEROU
Presidente del Grupo CCPA
y agricultor en Ariège (09)

François Pellet – Para mí, la palabra clave de 2025 es « Compromiso ». El compromiso diario de los equipos para desplegar nuestra misión: « Comprometer nuestro saber hacer con pasión por la competitividad y la sostenibilidad de los sectores ganaderos ». El compromiso también en los grandes proyectos de transformación del Grupo: continuidad del plan estratégico BECOME, renovación de nuestro ERP, inversiones industriales en Portugal, en Francia y en España. En este contexto de proyectos estructurantes que movilizan fuertemente a los equipos, nuestros indicadores internos, en particular el índice de compromiso Wittyfit, se mantienen estables y en un nivel elevado, por encima de los valores de referencia del sector. Es una señal clara de la solidez de nuestra dinámica colectiva. Esta dinámica implica también una vigilancia continua sobre la carga y la organización del trabajo. Quiero agradecer muy sinceramente a todos los equipos del Grupo su compromiso, que ha conducido a este buen desempeño en 2025.

FRANÇOIS PELLET
Director General del
Grupo CCPA



El plan estratégico BECOME llegó a su término a finales de 2025. ¿Qué ha cambiado desde su lanzamiento y qué no ha cambiado?

François Pellet – Si respondo desde la perspectiva del negocio, algunas expectativas se mantienen muy estables. La necesidad de innovación, de servicio y de experiencia no ha disminuido, al contrario. BECOME nos ha permitido responder a ello, en particular gracias a medios reforzados, especialmente en investigación y en capacidades de laboratorio. Lo que ha evolucionado, en cambio, es la intensidad de las expectativas de nuestros clientes: una creciente personalización de las ofertas de productos y servicios, una voluntad de orientar las decisiones nutricionales apoyándose en los datos disponibles en las explotaciones ganaderas y la necesidad de reducir las emisiones de carbono y metano sin deteriorar la competitividad. Estoy convencido de que BECOME ha reforzado la pertinencia de las ofertas de CCPA y nuestra capacidad para acompañar de forma sostenible a las cadenas de valor.

Mickaël Marcerou – Desde la perspectiva de la empresa, nuestros fundamentos siguen siendo los mismos desde el lanzamiento del plan BECOME: nuestro accionariado cooperativo, que nos ancla en el corazón de las cadenas de valor francesas al tiempo que acompaña nuestro desarrollo internacional; nuestros valores CARE*; una cultura científica y técnica reconocida, así como una clara orientación hacia la colaboración.

Lo que ha cambiado es la dimensión del Grupo. El crecimiento se ha acelerado y ha venido acompañado de la incorporación de compañeros en nuevos territorios; nuevas competencias han enriquecido nuestras actividades. BECOME ha favorecido estas evoluciones al tiempo que ha consolidado nuestros fundamentos. Los indicadores muestran que esta transformación es una realidad, aunque el Grupo CCPA todavía debe madurar y progresar en determinadas dimensiones.

Con motivo de los 60 años del Grupo, este equilibrio entre estabilidad y transformación se ha puesto de relieve.

¿Qué otros mensajes le gustaría que se retuvieran de este aniversario?

Mickaël Marcerou – La nueva identidad visual del Grupo traduce precisamente este equilibrio. El nuevo logotipo expresa a la vez la constancia – en sus colores – y la transformación – en su diseño. Con una única marca corporativa, CCPA, reforzamos nuestra visibilidad internacional y el sentimiento de pertenencia a una cultura común dentro del Grupo. Por último, nuestra nueva firma, « *El ingrediente de tu rendimiento* », expresa claramente nuestra ambición: ser el socio de nuestros clientes y tener un impacto real y medible en su rendimiento.

François Pellet – Con motivo del evento de los 60 años del Grupo, también presentamos una visión renovada y ambiciosa de la nutrición: la "Enhanced Nutrition". Este enfoque combina una comprensión profunda de lo vivo, un conocimiento avanzado de los ingredientes nutricionales y funcionales, así como las nuevas tecnologías para construir, junto a nuestros clientes, soluciones nutricionales cada vez más personalizadas, predictivas y adaptadas a las realidades del terreno. Una nutrición que contribuye a mejorar el rendimiento de las explotaciones ganaderas al tiempo que refuerza su resiliencia y su sostenibilidad.

¿Cuál es la promesa del Grupo para los próximos años?

Mickaël Marcerou – Mantenernos fieles a nuestro ADN y a nuestra misión: compartir conocimientos especializados con nuestros clientes, construir juntos a largo plazo y crear valor de forma sostenible para toda la cadena, en cada uno de los mercados en los que operamos.

François Pellet – Actualmente estamos construyendo el próximo plan estratégico del Grupo que va a poner en práctica la visión impulsada por el Consejo de Administración. El reto es mantener un equilibrio sólido entre crecimiento, inversión y rentabilidad, al tiempo que reforzamos nuestra capacidad de innovación y nuestra resiliencia en un entorno en transformación. Pero más allá de los objetivos económicos, queremos seguir situando a las personas en el centro de nuestro proyecto: empleados, clientes, proveedores y socios. Creemos en esta comunidad humana que actúa de forma coordinada y encuentra su orgullo en el progreso generado colectivamente.

“Cuidar de quienes alimentan al mundo”

Esta es la razón de ser del Grupo CCPA, y más aún, nuestra promesa.

En 1966, **creado por y para los ganaderos**, CCPA nació de una necesidad esencial: acompañar a sus socios en su propia misión, la de alimentar a la población a través de la producción de leche, huevos y carne.

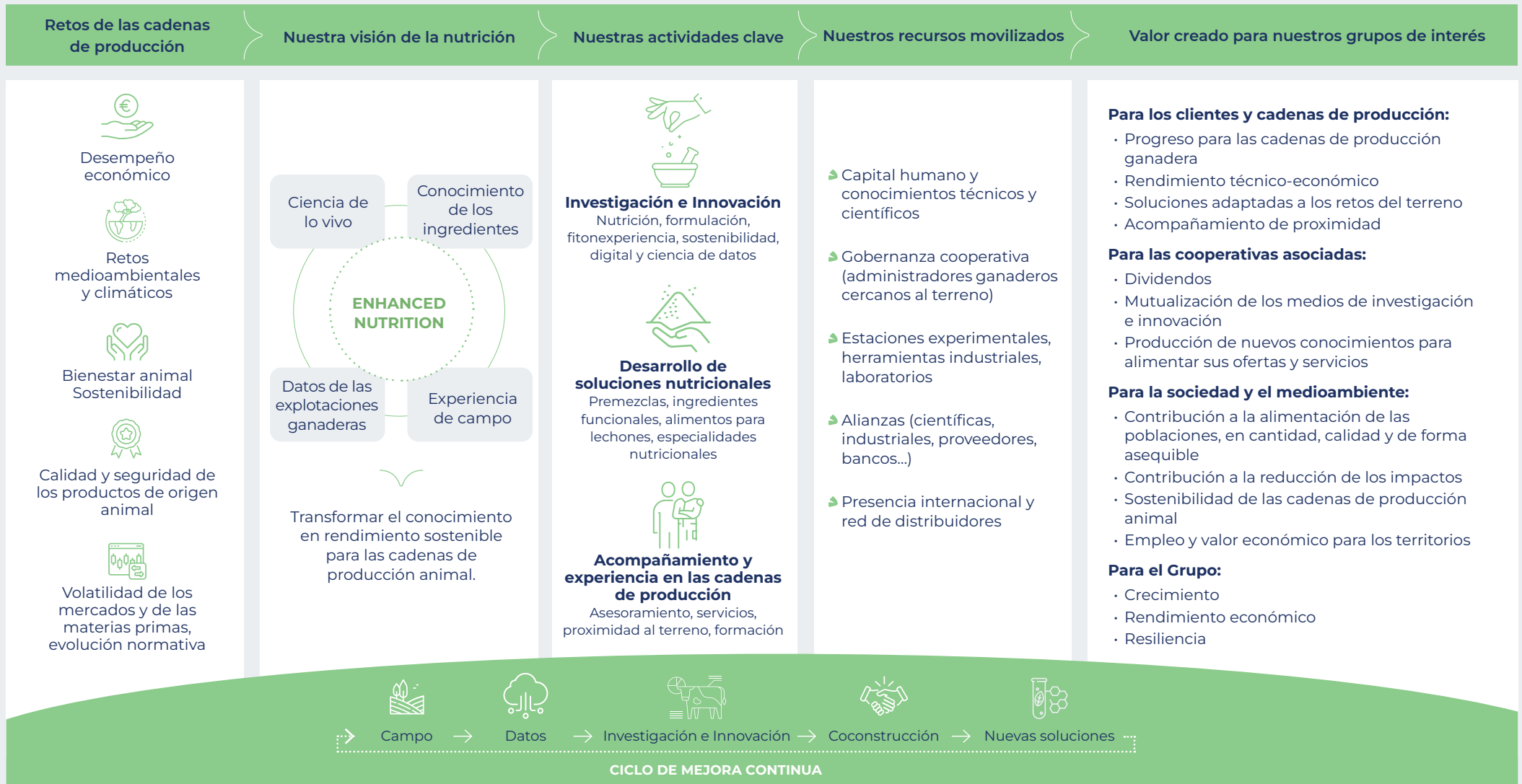
Desde entonces, este compromiso guía cada una de nuestras acciones: desarrollar y compartir nuestros conocimientos en nutrición animal, innovar de forma continua y cultivar un enfoque basado en la escucha, el análisis, la investigación y el progreso compartido.

Nuestra razón de ser, profundamente humana, encuentra naturalmente eco en nuestra misión y nuestros valores CARE*, que ponen **la pasión y la experiencia al servicio de las cadenas de producción ganadera.**

* Valores CARE: Creatividad, Ambición, Respeto, Eficiencia

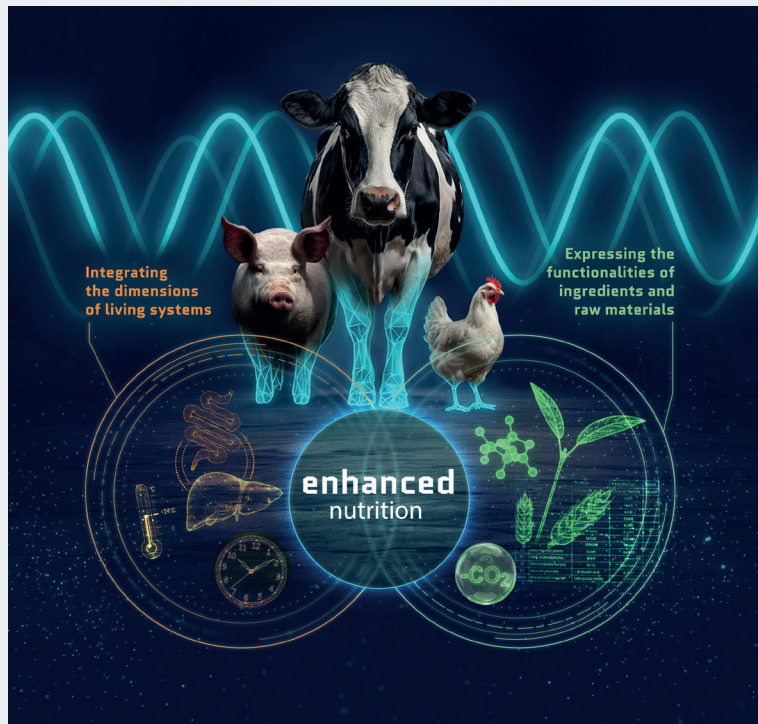
Modelo de creación de valor del Grupo CCPA

La «Enhanced Nutrition» se encuentra en el centro del modelo de creación de valor del Grupo. Combina la ciencia de lo vivo, la experiencia nutricional y las tecnologías avanzadas para transformar el conocimiento en soluciones concretas. Este enfoque contribuye a la competitividad y a la sostenibilidad de las cadenas de producción animal, al tiempo que crea valor para el conjunto de nuestros grupos de interés.



La "Enhanced Nutrition": una nueva visión de la nutrición animal

Con motivo de su 60.º aniversario, celebrado en marzo de 2026, el Grupo CCPA ha presentado una visión renovada y ambiciosa de la nutrición: la "Enhanced Nutrition". Este enfoque combina la comprensión de lo vivo, la experiencia nutricional y las tecnologías avanzadas para diseñar una nutrición cada vez más precisa, personalizada y coconstruida con nuestros clientes y socios. Una nutrición concebida para acompañar el rendimiento de las explotaciones ganaderas, al tiempo que refuerza su resiliencia y su sostenibilidad.



Dispositivo de Investigación e Innovación del Grupo



La innovación está en el centro del modelo del Grupo CCPA desde su creación. Constituye una palanca estratégica para acompañar la evolución de las cadenas de producción ganadera y responder a los grandes retos del sector: rendimiento técnico-económico, sostenibilidad, reducción de la huella medioambiental y bienestar animal.

Esta ambición se materializa hoy a través de la «Enhanced Nutrition». Este enfoque combina la ciencia de lo vivo, el conocimiento de los ingredientes y de las materias primas, los datos de las explotaciones ganaderas y la experiencia de campo, con el fin de diseñar soluciones cada vez

más precisas y adaptadas a las realidades de la ganadería.

Al afinar la comprensión de los mecanismos biológicos y de las interacciones entre el animal, su alimentación y su entorno, abre la vía a una nutrición más predictiva y personalizada, capaz de anticipar las necesidades nutricionales y de aportar respuestas adaptadas a las condiciones específicas de cada explotación.

Esta dinámica se apoya en un dispositivo de investigación e innovación de primer nivel, estructurado a escala internacional. Incluye en particular cinco laboratorios

de análisis, un departamento de Investigación e Innovación, dos estaciones de investigación monogástrica, una red de granjas de referencia, así como una filial dedicada a la recogida y valorización de datos, Kumulus.









Cada año, el Grupo moviliza equipos multidisciplinares e invierte en programas de investigación aplicada, ensayos de campo y colaboraciones científicas con el fin de transformar los avances científicos en innovaciones útiles, directamente aplicables en el terreno y generadoras de valor para las cadenas de producción ganadera.



Plan estratégico BECOME: 3 años de transformación

Diseñado en 2022, el plan estratégico BECOME nos ha llevado hasta 2025. Nuestra ambición era hacer evolucionar el Grupo para hacerlo más eficiente, más internacional, más innovador, más sostenible y más cercano a sus clientes.

A través de los proyectos que han afectado a numerosas dimensiones del Grupo, de los indicadores de seguimiento y de una evaluación final realizada entre todos los colaboradores del Grupo, podemos medir todas las transformaciones llevadas a cabo. Estas son en ocasiones muy visibles o, por el contrario, se integran de forma más discreta en el día a día. En cualquier caso, los proyectos han sido considerados muy pertinentes, con una fuerte implicación de los empleados. La metodología seguida y la gobernanza también han sido valoradas positivamente. Las palabras que mejor definen BECOME en la evaluación final son « Transformación », « Ambicioso » y « Colaboración », en coherencia con los objetivos iniciales. Los indicadores económicos también han estado a la altura. Una cosa es segura: en tres años, el Grupo ha evolucionado profundamente. BECOME llega a su fin. La dinámica, en cambio, continúa... con la construcción del próximo plan estratégico del Grupo.

BECOME More...	Ambición	Realizaciones	Indicadores clave
 CCPA	Desarrollar una cultura fuerte y compartida a escala del Grupo	<ul style="list-style-type: none"> Herramientas comunes para medir la satisfacción, el compromiso y seguir la integración de los colaboradores Una cultura compartida en torno a la seguridad y la RSC 	Puntuación de satisfacción Wittyfit para el Grupo: > 7,0
 Efficient	Consolidar la gobernanza, la organización y las sinergias para apoyar un crecimiento sostenible	<ul style="list-style-type: none"> Refuerzo del compromiso del Consejo de Administración Estructuración de los servicios clave a escala del Grupo Inversiones significativas en las plantas, laboratorios y oficinas 	94 % de implicación de los administradores en las reuniones de gobernanza
 Digital	Acelerar la transformación digital para mejorar la eficiencia y los servicios a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> Digitalización de los procesos e integración de nuevos softwares de negocio Herramientas digitales para clientes (Morphoscore, Farm-E-Val...) con recogida de datos en tiempo real (Kumulus) 	Más de 15 procesos digitalizados Más de 50 millones de datos recogidos en explotaciones ganaderas
 Customer Centric	Situar al cliente en el centro de las decisiones y aspirar a la excelencia relacional	<ul style="list-style-type: none"> Simplificación de las gamas de productos Estructuración de las marcas Refuerzo de la personalización de la oferta 	Tasa de satisfacción de clientes del 79 %, en progresión del 11 %, con una fuerte mejora del NPS (Net Promoter Score)
 Innovative	Reforzar el liderazgo científico y acelerar la innovación	<ul style="list-style-type: none"> Refuerzo de la red de alianzas científicas internacionales Inversiones en las estaciones de investigación Sanuren (México) y Euronutrition (Francia) Estructuración de la fito-experiencia 	5 M€ invertidos en I+D anualmente 8 nuevos ingredientes naturales de interés identificados 1 nueva patente registrada, 2 en curso
 Sustainable	Estructurar una estrategia de RSC y acompañar la transición sostenible de las cadenas de producción	<ul style="list-style-type: none"> Estructuración de la hoja de ruta de RSC y realización del balance de carbono del Grupo Despliegue de la política de compras responsables con evaluación RSC de los proveedores Implementación del ecodiseño 	91 % de los colaboradores sensibilizados (Fresque du Climat) 98 % de los proveedores evaluados
 International	Desarrollar la internacionalización y reforzar las sinergias	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento externo en Uruguay y Turquía Refuerzo de los equipos internacionales y de las sinergias entre las entidades del Grupo 	Presencia en más de 70 países 67 % de la cifra de negocio del Grupo fuera de Francia
 Profitable	Asegurar un crecimiento rentable y sostenible del Grupo	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento continuo de la cifra de negocio, del EBITDA y de los fondos propios desde 2021 Refuerzo del control financiero 	Cifra de negocio: 153 M€ → 220 M€ (2021-2025) EBITDA: 13 M€ → 25 M€ (2021-2025) Fondos propios: 82 M€ → 134 M€ (2021-2025)

Perfil y actividades del Grupo

- 08** Cifras clave y presencia internacional
- 09** Mirada a nuestra historia
- 11** Colaboradores comprometidos
- 12** Actividades por áreas de negocio

Cifras clave 2025 y presencia internacional



220 M€

Cifra de negocio

25 M€

EBITDA



134 M€

Fondos propios consolidados

67%

de la cifra de negocio a nivel internacional



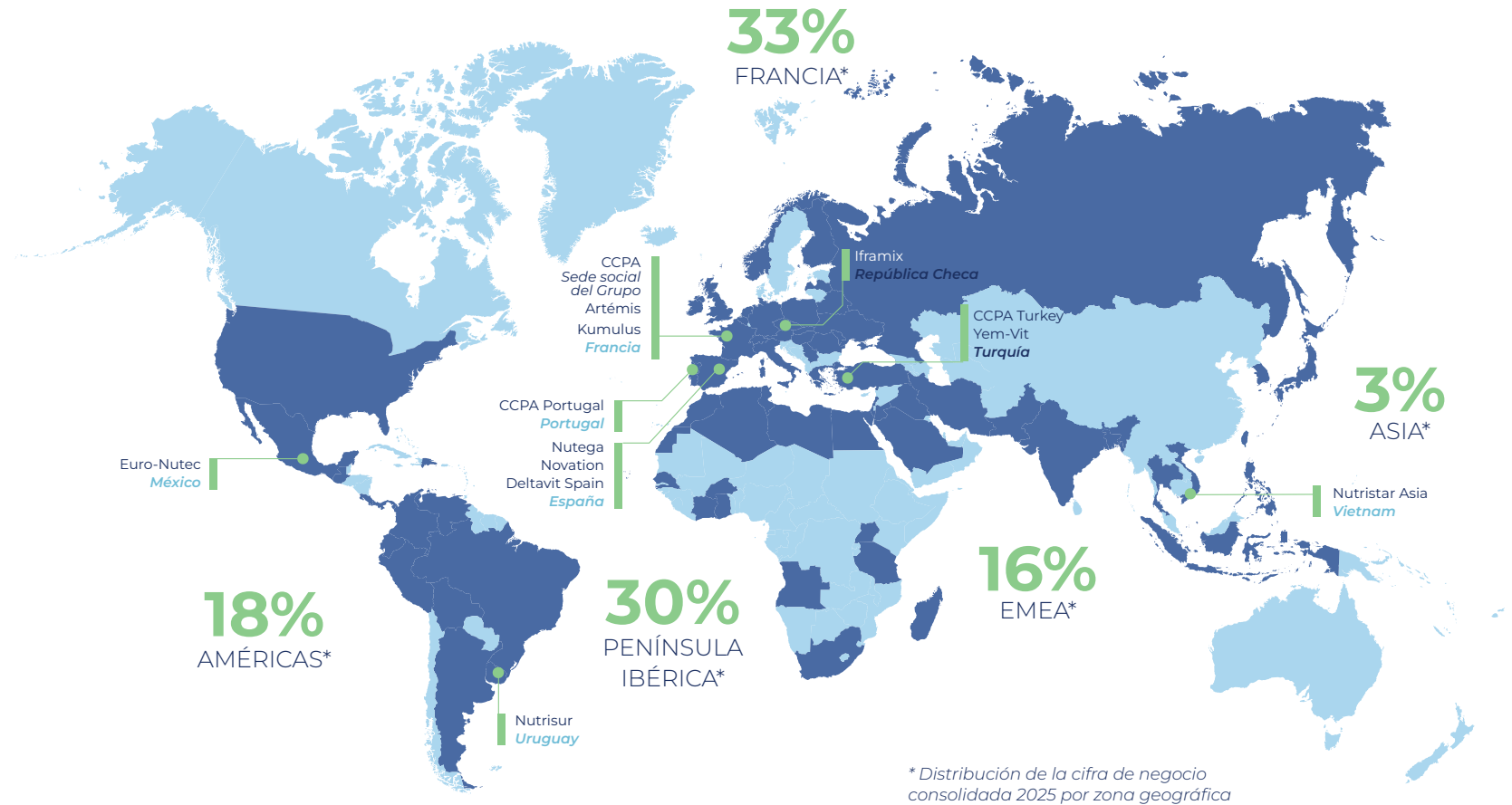
5

Laboratorios de análisis



10

Centros de producción



Presente en cuatro continentes, el Grupo CCPA comercializa sus soluciones en más de 70 países y se apoya en experticias locales. Es la fuerza de un grupo internacional combinada con la proximidad de interlocutores locales para servir lo más cerca posible las necesidades y expectativas de cada cliente y de cada ganadero, teniendo en cuenta su contexto y sus problemáticas específicas.

Mirada a nuestra historia: 60 años de innovación, compromiso y cooperación al servicio de la nutrición animal

A lo largo de las últimas décadas, las expectativas de las cadenas de producción ganadera y su entorno han evolucionado profundamente, al igual que CCPA: innovar para anticipar las necesidades, adaptar sus soluciones a los contextos locales y desarrollarse en nuevos mercados y zonas geográficas. Lo que ha permanecido constante es su compromiso de poner la ciencia y la nutrición al servicio del rendimiento de las cadenas de producción.



2026, el Grupo CCPA celebra sus 60 años

Creación del Grupo CCPA

Nacimiento de la Unión de cooperativas CCPA para mutualizar la I+D y hacer progresar la ganadería mediante la ciencia y el servicio.



1966

Inicio de la internacionalización



1996

Primera piedra de una red internacional con Euro-Nutec en México.

Nueva estación Euronutrition

Inauguración de la estación de investigación Euronutrition SAS en Saint-Symphorien (72), dedicada a los monogástricos.

2002

Creación de Nutristar Asia

Nueva filial comercial del Grupo CCPA con una oficina en Singapur y posteriormente en Vietnam.

2011

Adquisición de DIN (Portugal)

Aceleración de su presencia europea con la integración de DIN (convertida en CCPA Portugal en 2026).



2016

Creación de Kumulus y del área DataFarm

CCPA invierte en lo digital con la creación de Kumulus, filial dedicada a la recogida de datos, y la creación del área DataFarm, que combina la experimentación en campo y la modelización de datos.

2022

Adquisición de Yem-Vit (Turquía)

El Grupo CCPA refuerza su presencia en Turquía con una participación mayoritaria en Yem-Vit.



2026

1978

Creación de Deltavit

El Grupo abre el ámbito de los medicamentos veterinarios y, posteriormente, refuerza su presencia en el terreno con las especialidades ganaderas.



1993

CCPA se instala en Janzé

Con el proyecto de una planta ultraperformante, CCPA deja la región parisina para instalarse en Bretaña; comienza la aventura de Janzé.



1998

Desarrollo de la fito-experiencia

Nuevo rumbo estratégico: al orientarse hacia las plantas y la fito-experiencia, CCPA se convierte en pionero de un enfoque nutricional más natural y más eficiente.

2004

Integración de Iframix (República Checa)

Primera implantación comercial en Europa Central



2015

Creación del laboratorio Artémis

El Grupo refuerza su capacidad analítica con el laboratorio de Janzé, que pasa a llamarse Artémis.

2018

Adquisición de Nutega y Novation (España)

Fortalecimiento de su presencia en la zona ibérica con dos actores clave del mercado español, Nutega y Novation.



2019

Nueva planta de especialidades nutricionales y adquisición de Beta Tarim (Turquía).

Una nueva planta dedicada a la fabricación de especialidades ganaderas se establece en Trégueux (22). Beta Tarim se incorpora al Grupo y pasa a ser CCPA Turquía.



2025

Adquisición de Nutrisur (Uruguay)

Expansión de la presencia en América Latina con la adquisición de Nutrisur a través de Euro-Nutec.

Colaboradores comprometidos en el centro del rendimiento

En el centro del rendimiento del Grupo, la política de recursos humanos tiene como objetivo crear las condiciones de un compromiso duradero de los colaboradores. Se basa en una ambición clara: garantizar a cada empleado un entorno de trabajo seguro, equitativo y estimulante, que favorezca tanto el desarrollo de competencias como el reconocimiento y el bienestar en el día a día. Estructurada en torno a cuatro pilares complementarios, esta política contribuye a reforzar el atractivo del Grupo, la fidelización de los colaboradores y el sentimiento de pertenencia, al servicio de un rendimiento colectivo sostenible.



526

Colaboradores

52%

de los empleados fuera de Francia, con 15 nacionalidades

46%

de mujeres en la plantilla

89

Índice de igualdad Hombres - Mujeres (UES CCPA)

7/10

Satisfacción en el trabajo (resultados de la encuesta QVCT Wittyfit)

UNA POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS BASADA EN 4 PILARES ESTRUCTURANTES



Salud y seguridad

Garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para todos los colaboradores, asegurando altos estándares de prevención y protección en todos los países de implantación.



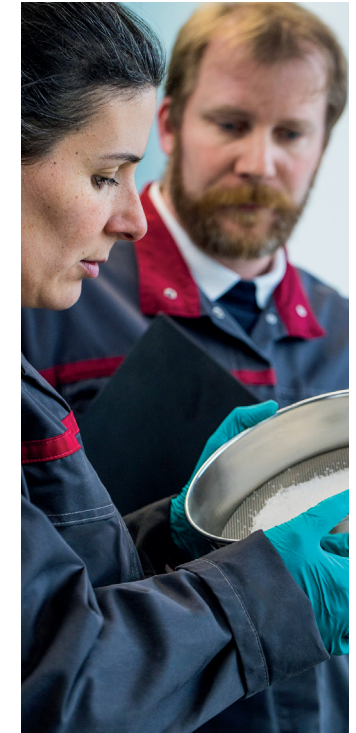
Reparto de beneficios

Asociar a cada colaborador al desempeño de su entidad mediante dispositivos de reparto de valor equitativos e incentivos.



Desarrollo de competencias

Favorecer la mejora de competencias y la empleabilidad de cada persona a través de itinerarios de formación, entrevistas periódicas y dispositivos de desarrollo adaptados.

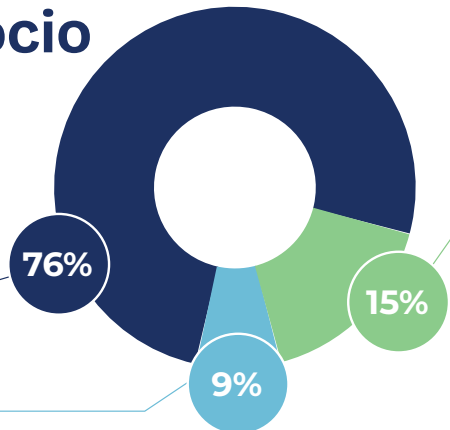


Gestión y calidad de vida en el trabajo

Promover prácticas de gestión de calidad y desplegar iniciativas concretas en favor del bienestar, el compromiso y el equilibrio entre vida personal y laboral.

Actividad por áreas de negocio

El Grupo CCPA ofrece una gama global de soluciones nutricionales al servicio de las cadenas de producción ganadera, estructurada en torno a 3 áreas de negocio: servicios de firma, especialidades de ganadería, ácidos orgánicos.



SOLUCIONES NUTRICIONALES Y SERVICIOS

Productos y servicios de alto valor añadido, combinados con una reconocida experiencia zootécnica y nutricional.

+5.2%
Crecimiento de la cifra de negocio

12 MT
Tonelaje de alimentos fabricados bajo técnica CCPA

8
Fábricas de premezclas y alimentos para lechones

Gamas de productos:
Premezclas, Feed solutions, alimentos para lechones

ÁCIDOS ORGÁNICOS

Producción y comercialización de ácidos orgánicos para monogástricos, rumiantes y acuicultura, al servicio de la salud intestinal y de la bioseguridad de las explotaciones ganaderas.

+24.3%
Crecimiento de la cifra de negocio

1
Fábrica de ácidos orgánicos

Gamas de productos:
Butirex C4, gama bioseguridad

ESPECIALIDADES DE GANADERÍA

Desarrollo y fabricación de especialidades nutricionales para monogástricos y rumiantes, comercializadas bajo la marca Deltavit® o con marca de distribuidor.

+8.1%
Crecimiento de la cifra de negocio

1
Fábrica de especialidades

2
Laboratorios galénicos

Gamas de productos:
Suplementos nutricionales, minerales, cubitos para lamer



Hechos destacados

2025

Feria VIV Asia (Bangkok)



Ampliación de la presencia en América Latina con la **adquisición de Nutrisur** a través de Euro-Nutec.

Farm-E-Val

Simposio Rumiantes y lanzamiento de Farm-E-Val Lait

Patrocinador oficial de la EAAP y presentación de tres pósteres científicos sobre nuestra fito-experiencia



Lanzamiento de la **nueva identidad visual** de la marca de producto Deltavit



Inauguración del **nuevo laboratorio Science2U** en Portugal



Inicio de las **obras de ampliación** de la planta de Janzé



2 innov'Space para Turboviv' y Deltabolus Feedstim, y 1 innov'Space de honor

Big Swine Days en México



Feria Poultry India (Hyderabad)



MARZO

ABRIL

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

Gobernanza y ética

- 14** El Consejo de administración
- 15** El Comité Ejecutivo
- 15** El Código de conducta, un pilar de nuestra gobernanza

El Consejo de administración

Ganaderos y actores comprometidos de sus cooperativas, los administradores de CCPA ponen su experiencia de campo al servicio de la gobernanza del Grupo. El Consejo de Administración reúne a siete miembros: seis representantes de las cooperativas asociadas y un administrador asalariado que representa a los partícipes del Fondo Común de Inversión CCPA. Su misión: orientar la estrategia del Grupo lo más cerca posible de las realidades de las cadenas de producción ganadera.

Designados por las cooperativas asociadas que representan, los administradores participan en las decisiones que dan forma al futuro del Grupo CCPA. En las reuniones del Consejo, se apoyan en la experiencia de su Director de Producciones Animales para alimentar las reflexiones y orientar las decisiones estratégicas.

Fiel a sus valores cooperativos, CCPA aplica el principio «una voz por administrador». Independientemente de la importancia de la cooperativa

en el capital o en la actividad del Grupo, cada uno participa así en las decisiones en condiciones de igualdad.

Al estar ellos mismos confrontados a las realidades del terreno, los administradores aportan una visión concreta de los retos de la ganadería. Esta doble responsabilidad, como responsables de explotación y administradores, constituye una ventaja clave para construir orientaciones pertinentes, en beneficio de los ganaderos y del conjunto de las cadenas de producción.

El Consejo de Administración se reúne al menos una vez por trimestre para **definir las orientaciones estratégicas del Grupo**, seguir su implementación y velar por que su gobernanza permanezca **alineada con su razón de ser**: cuidar de quienes alimentan al mundo.



Mickaël Marcerou

Administrador de
ARTERRIS y
Presidente de CCPA



Ivan Leclerc

Administrador
TERRENA



Jean-Yves Sanconie

Administrador
ALTITUDE



Armel Lesaffre

Administrador
UNÉAL



Hervé Solignac

Administrador
NATERA



Denis Le Moine

Administrador
EUREDEN



Cédric Faure

Representante de FCPE
Grupo CCPA

Desde 1994, los colaboradores de CCPA participan en el capital del Grupo y están representados por un empleado elegido que forma parte del Consejo de Administración en calidad de administrador.

El Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo tiene a su cargo la dirección de las actividades del Grupo CCPA, en el respeto de la estrategia definida previamente por el Consejo de Administración y en coherencia con las ambiciones de la empresa. Desde 2023, su acción se inscribe en el marco del plan estratégico BECOME 2025, que estructura las prioridades de crecimiento, transformación y creación de valor sostenible.

El Comité Ejecutivo se reúne al menos una vez al mes para **pilotar las iniciativas estratégicas, seguir el desempeño** y velar por que el conjunto de la organización se adhiera a **nuestra misión**, que consiste en **mejorar la competitividad y la sostenibilidad de las cadenas de producción ganadera**.



De izquierda a derecha: Thierry Le Sausse (Director Industrial), Arnaud Wieczorek (Director de Investigación e Innovación), Catherine Barbier (Directora de Recursos Humanos y Comunicación), Maëg Videau (Director Administrativo y Financiero), Émilien Dupuis (Director de Firme-Services), Janic Gouhier (Director de Supply Chain), Edwige Thomassin (Responsable Jurídica y de Vida Cooperativa), Mikaël Cholière (Director de Especialidades Ganaderas), Jean-François Labarre (Director General Adjunto), Andrés Ortiz (Director de Ácidos Orgánicos) y François Pellet (Director General).

El Código de conducta, un pilar de nuestra gobernanza

Ante la evolución de las exigencias regulatorias y las crecientes expectativas de nuestras partes interesadas, el Grupo CCPA se ha dotado de un Código de conducta que formaliza los principios éticos que guían el conjunto de sus actividades. Este documento de referencia refuerza nuestro marco de gobernanza y reafirma nuestro compromiso con una conducta responsable e íntegra.

La ética constituye un pilar esencial de la gobernanza del Grupo CCPA. Ilumina nuestras decisiones, orienta nuestros comportamientos y se integra plenamente en nuestra cultura empresarial. En este sentido, los valores CARE proporcionan un marco concreto para la aplicación de nuestro Código de conducta: la Creatividad fomenta una innovación responsable, la Ambición se ejerce con

integridad, el Respeto favorece relaciones duraderas con nuestros colaboradores, clientes y socios, mientras que la Eficacia se acompaña de exigencias de responsabilidad y transparencia.

El Código de conducta constituye el documento de referencia del Grupo en materia de prevención de la corrupción, prácticas éticas y respeto de las normas de competencia. Aporta a cada uno puntos de referencia claros para

actuar de manera responsable, especialmente en situaciones en las que el juicio puede enfrentarse a zonas de incertidumbre o a riesgos de incumplimiento.

Aplicable a todos los directivos y colaboradores, en todos los niveles de la organización, contribuye a preservar nuestra cultura ética, a proteger la reputación del Grupo y a reforzar la confianza de nuestras partes interesadas.

Desempeño sostenible y responsabilidad social corporativa

- 17** Política de RSC al servicio de una nutrición animal sostenible
- 18** Balance de carbono 2024 y trayectoria de reducción
- 19** Sostenibilidad en el corazón de nuestras soluciones

La política de RSC del Grupo CCPA al servicio de una nutrición animal sostenible y responsable

La sostenibilidad está en el centro de la misión de CCPA y constituye uno de los ejes centrales de nuestra estrategia. El Grupo CCPA desempeña un papel clave en el desarrollo sostenible de la nutrición animal y de la ganadería, reduciendo sus impactos medioambientales y creando valor para los clientes.

Con el fin de traducir concretamente esta ambición, el Grupo CCPA ha definido una hoja de ruta de RSC con horizonte 2030, estructurada en torno a cuatro pilares complementarios, con el objetivo de combinar rendimiento económico, sostenibilidad y responsabilidad.

Reducir las emisiones de GEI en CCPA y en sus clientes

El Grupo se compromete a gestionar y reducir su huella de carbono, actuando tanto sobre sus propias actividades como acompañando a sus clientes en esta trayectoria.

- ▶ **Reducir un 30 % nuestras emisiones de gases de efecto invernadero de aquí a 2030 (en comparación con el balance de carbono de 2024)**
- ▶ **Implementar una política de movilidad verde, que incluya la optimización de los desplazamientos y la electrificación**

Estructurar compras y producciones responsables

CCPA estructura un enfoque responsable en toda su cadena de valor, desde sus proveedores hasta sus centros de producción, favoreciendo prácticas sostenibles.

- ▶ **Garantizar la adhesión del 100 % de los proveedores a la carta de Compras Responsables (98 % a finales de 2025)**
- ▶ **Asegurar que los proveedores que representan el 90 % de las compras de CCPA en valor dispongan de una puntuación ESG (Medioambiental, Social y de Gobernanza) de Dun & Bradstreet ≤ 3 de aquí a 2030**
- ▶ **Desarrollar herramientas de producción localizadas lo más cerca posible de nuestros clientes**
- ▶ **Garantizar que el 100 % de los envases sean reciclables**

Desarrollar una innovación responsable

La innovación está en el centro de la estrategia del Grupo, con una atención particular a la eficiencia medioambiental de los productos y servicios.

- ▶ **Medir y desplegar el análisis del ciclo de vida (ACV) de nuestros productos: 5 ACV realizadas a finales de 2025 (18 % de la oferta) y 80 % de cobertura de aquí a 2030**
- ▶ **Integrar sistemáticamente el ecodiseño en el conjunto de los nuevos productos y servicios**

Reforzar el bienestar de los empleados y su compromiso social

El Grupo sitúa a las personas en el centro de su proyecto, velando por la calidad de vida y de las condiciones de trabajo (QVCT) y fomentando la sensibilización a los retos sociales y medioambientales.

- ▶ **Garantizar que el 100 % de los centros implementen al menos una acción concreta en favor de la QVCT y medir sus impactos mediante el despliegue de Wittyfit.**
- ▶ **Asegurar la formación del 100 % de los empleados en el programa de seguridad Play Safe.**
- ▶ **Asegurar la participación del 100 % de los empleados en la Fresque du Climat.**

A través de su ambición, sus compromisos y sus acciones, el Grupo CCPA contribuye activamente a 4 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU:





Balance de carbono 2024: medir nuestro impacto para acelerar nuestra trayectoria de reducción

En 2025, el Grupo CCPA ha realizado su primer balance de carbono consolidado a escala internacional, según la metodología del GHG Protocol. Este enfoque cubre el conjunto de actividades del Grupo y de su cadena de valor (alcances 1, 2 y 3) y permite identificar los principales focos de emisiones, así como las palancas prioritarias de reducción.

Principales conclusiones

Este balance de carbono pone de manifiesto una huella total de 120 856 tCO₂e. Las emisiones se concentran mayoritariamente en los insumos, que representan el 84 % del total, lo que subraya el peso determinante de las materias primas, los aditivos y las compras en la huella medioambiental del Grupo.

El análisis revela también una intensidad de carbono de 1,13 tCO₂e por tonelada vendida, lo que proporciona un indicador de referencia para seguir la evolución del rendimiento en carbono del Grupo en los próximos años.

Esta cartografía de las emisiones permite identificar las principales palancas de reducción y priorizar las acciones a poner en marcha en el conjunto de la cadena de valor.

Una hoja de ruta de descarbonización comprometida

En continuidad con este diagnóstico, el Grupo CCPA ha puesto en marcha un plan de acción destinado a reducir su huella de carbono en torno a cinco ejes prioritarios:

- Optimizar los insumos y las formulaciones con el fin de reducir el impacto de carbono de los productos;






- Aumentar la integración de materiales reciclados en los envases;
- Reducir las emisiones asociadas al transporte mediante la optimización de los flujos logísticos;
- Limitar el impacto de los desplazamientos profesionales favoreciendo alternativas de bajas emisiones;
- Controlar los consumos energéticos de los centros y mejorar su eficiencia energética.

Paralelamente, el Grupo continúa sus esfuerzos para reforzar la calidad de los datos recopilados, armonizar las metodologías entre entidades y afinar progresivamente el control de su rendimiento en carbono.

Una base de referencia para el futuro

Este primer balance de carbono consolidado constituye el año de referencia del Grupo CCPA. Proporciona las bases necesarias para gestionar la trayectoria de reducción de emisiones, medir los progresos realizados y orientar las decisiones en favor de una transición baja en carbono sostenible.

Acciones clave identificadas y plan de acción

TEMAS	PRINCIPALES ACCIONES PREVISTAS
 <p>Insumos y productos subcontratados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener datos medioambientales más precisos • Seleccionar insumos competitivos y más respetuosos con el medioambiente • Optimizar los volúmenes de ingredientes activos en las formulaciones
 <p>Empaques</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar materiales reciclados en los envases • Fomentar el granel y los envases más sostenibles
 <p>Transportes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar el nivel de concentración de las materias primas para reducir el transporte asociado de salida • Desplazar la producción más cerca de los clientes finales • Optimizar las rutas de entrega
 <p>Desplazamientos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer una flota de vehículos 100 % eléctricos • Reforzar la política de desplazamientos: fomentar el coche compartido, priorizar el tren, limitar los viajes en avión, etc.
 <p>Energía</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Equipar los edificios con sistemas de gestión técnica (GTB) para mejorar la eficiencia energética • Sensibilizar a los empleados sobre buenas prácticas medioambientales en el lugar de trabajo

Sostenibilidad en el centro de nuestras soluciones: impactos medidos y palancas activadas

En 2025, el Grupo CCPA ha reforzado su compromiso con la sostenibilidad apoyándose en datos científicos y en enfoques de ecodiseño estructurados. Este enfoque tiene como objetivo conciliar el rendimiento medioambiental, la competitividad económica y la creación de valor para los clientes.

➤ Continuación de la evaluación de nuestros productos en beneficio de la descarbonización

La realización del Análisis de Ciclo de Vida (ACV) de Feedstim® Dairy, validado por una consultora independiente, pone de manifiesto una reducción del -5,5 % del impacto climático por kg de leche, al tiempo que mejora la producción lechera en un +6,5 %. Este producto permite conciliar rendimiento y competitividad, con un retorno de la inversión estimado entre 3 y 5, según los contextos, al mismo tiempo que se ahorra CO2 por kg de leche producido.

Estos resultados se comparten con los clientes para acompañarlos en la integración de estos datos en sus propias trayectorias de descarbonización.

➤ Un enfoque estructurado de ecodiseño de los envases

Tras una auditoría, el Grupo CCPA ha puesto en marcha un enfoque de ecodiseño de sus envases. Se basa en una hoja de ruta alineada con la normativa a horizonte 2030, en un

contexto en el que cada año se ponen en el mercado más de 200 toneladas de envases en los centros de Janzé y Trégueux. Actualmente, el trabajo se centra específicamente en los envases complejos, hoy no reciclables, que constituyen la principal palanca de mejora.

➤ Una organización reforzada para pilotar el rendimiento medioambiental

El Grupo CCPA ha estructurado un equipo dedicado para reforzar su experiencia en Análisis de Ciclo de Vida, con la incorporación de una especialista en ACV y la movilización de competencias internas en modelización de impactos a la salida de la explotación. Estos trabajos permiten realizar simulaciones personalizadas para nuestros clientes en relación con nuestras recomendaciones en nutrición y prácticas de manejo. Esta organización refuerza la capacidad del Grupo para producir datos fiables y comparables, y para orientar las decisiones de los clientes y ganaderos, al servicio de la transición de las cadenas de producción ganadera.

¿Son eficaces las soluciones nutricionales para reducir la huella de carbono de los productos animales?



Aumento de los rendimientos de producción



Reducción de la huella de carbono de los alimentos y de las raciones



Soluciones ecodiseñadas con baja huella de CO₂ equivalente



ACTÚE SOBRE SU ALCANCE 3:

¡ACV* DISPONIBLES!

*validación por tercera parte según ISO 14040 e 14044

Vivactiv
Comprometiéndonos a producir mejor

feedstim
Libera el potencial animal

Butirex C4



LAS SOLUCIONES DE CCPA PERMITEN REDUCIR LOS GEI* DE UN KILO DE LECHE O DE CARNE HASTA EN UN -6,9%

*EXPRESADO EN KG EQ CO₂

Centrarse exclusivamente en el carbono sería reductivo: a huella ambiental global debe considerarse teniendo en cuenta otros criterios además de los GEI, como la calidad del agua, los recursos... **para evitar transferencias de contaminación.**



CCPA



The ingredient to your performance

Grupo CCPA | Sede Social
ZA du Bois de Teillay | Quartier du Haut-Bois
35150 JANZÉ (Francia)

+33 (0)2 99 47 53 00
contact@ccpa.com
www.ccpa.com