

Rapport sur le développement durable 2017

Une responsabilité qui engage aujourd'hui comme demain



FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

Sommaire

Introduction

Présentation de l'entreprise	3
Avant-propos CEO Feldschlösschen.....	4
Avant-propos CEO Groupe Carlsberg.....	5

Stratégie

Stratégie de durabilité	6
Chaîne de valeur	7
Objectifs du développement durable	8
Circuits fermés.....	9

Secteurs



Énergie & CO₂	10
Une brasserie tournée vers l'avenir.....	11
Chariots élévateurs électriques écocompatibles	12
Gestion des combustibles et du rendement	13



Eau	14
Objectifs limpides pour une ressource précieuse	15
Le prétraitement des eaux usées.....	16
Mise à jour des cuves sous pression....	17



Pour un plaisir responsable	18
Favoriser une consommation modérée..	19
Marketing responsable	20
Global Beer Responsibility Day	21



Santé & sécurité au travail	22
Objectif «Zéro accident»	23
Sous le signe de la sécurité	24
SEE YOU	25

Activités complémentaires

Engagement social	26
Réussir ensemble	27
Engagés dans toute la Suisse.....	28
Together Towards ZERO.....	29
Bilan	30

Aperçu 2016



55 %

des besoins en combustibles pour la production à Rheinfelden sont couverts par des énergies renouvelables.



3,3 %

de réduction de la consommation d'eau. Cela correspond à une diminution de 13 millions de litres d'eau dans la production globale des brasseries et de la source minérale de Rhäzüns.



1200
collaborateurs en Suisse

23
apprentis dans 6 métiers

8
chevaux de brasserie

90
emplois sont générés en moyenne dans des branches voisines par 10 employés du groupe Carlsberg.

9500 hl

de bière sans alcool ont été brassés pour le Championnat d'Europe de football et envoyés dans les stades et les fan zones en France.



14 %

de réduction des jours d'absence des collaborateurs dus à un accident du travail.



AVANT-PROPOS CEO FELDSCHLÖSSCHEN

Concilier diversité brassicole et responsabilité

Vous l'avez sans doute remarqué vous aussi: la bière est de plus en plus populaire – et diversifiée. Fin 2016, la Suisse comptait 753 brasseries enregistrées, c'est-à-dire des brasseries qui vendent leur bière ou qui produisent plus de 400 litres par an. Cette diversité permet de répondre à tous les goûts et à toutes les occasions. L'époque où la bière était bue uniquement par des hommes en fin de journée est révolue. La bière s'est imposée comme un produit d'agrément, capable d'accompagner un menu de l'entrée au dessert.

Leaders de la brasserie et de la distribution de boissons en Suisse, nous saluons naturellement cette évolution. Pour créer des bières de qualité remarquable, il faut réunir les meilleurs ingrédients. Il en va de même pour nos procédés: des matières premières au consommateur en passant par la production, nous cherchons en permanence

à perfectionner notre chaîne de valeur dans l'intérêt d'un développement durable. Nous avons ainsi réduit nos émissions de CO₂ de 34,5% au cours des cinq dernières années. Nous sommes convaincus qu'une coopération étroite est la clé d'un tel succès. C'est pourquoi nous travaillons tous ensemble au sein du groupe Carlsberg pour continuer à réduire notre empreinte écologique.

Le développement durable et l'engagement social font partie de notre culture de la bière – tout comme les produits d'excellence. Je vous invite à découvrir dans ce rapport ce que nous avons réalisé en 2016.



Thomas Amstutz
CEO Feldschlösschen



Dites-nous ce que vous pensez de notre engagement dans le développement durable: uko@fgg.ch

AVANT-PROPOS CEO GROUPE CARLSBERG

Préparer l'avenir

Le développement durable me tient à cœur et correspond parfaitement au credo de Carlsberg: «une brasserie au service d'un présent et d'un avenir meilleurs». Depuis l'an dernier, j'ai pu noter de nombreux exemples de cet esprit de conquête qui caractérise l'entreprise. Le fondateur de Carlsberg, J. C. Jacobsen, avait formé le vœu d'améliorer aussi bien le brassage que la société. Cet héritage nourrit aujourd'hui notre engagement au service du développement durable et d'un avenir meilleur.

L'analyse de matérialité que nous avons menée a permis de dégager quatre axes d'influence majeurs sur notre secteur d'activité et sur la société: énergie et CO₂, eau, consommation responsable et sécurité au travail. Je me réjouis des progrès que nous avons accomplis en 2016 dans les trois premiers domaines par rapport aux objectifs fixés. Malheureusement,

nous avons dû concéder des revers dans le domaine de la sécurité au travail, ce qui m'attriste énormément. Aussi nous sommes-nous donné pour objectif d'instaurer une culture «zéro accident». Nous y œuvrerons désormais avec la plus grande détermination.

Après avoir investi dans de nombreux programmes de développement durable en 2016, je me réjouis d'en découvrir les résultats en 2017. Je pense notamment au développement des emballages respectueux de l'environnement ou aux technologies de réduction de notre consommation d'eau et de promotion des énergies renouvelables.

Le groupe Carlsberg continuera à l'avenir à soutenir le Pacte mondial des Nations unies et l'application des dix principes en faveur d'une mondialisation plus sociale et plus écologique.

Je suis convaincu que notre stratégie va renforcer le groupe Carlsberg et le rendre encore plus attractif pour nos actionnaires, nos collaborateurs et la société qui nous entoure.



Cees 't Hart
CEO du groupe Carlsberg



Notre stratégie de développement durable – pour une société meilleure

En 2016, nous avons mené avec le groupe Carlsberg une analyse de matérialité en vue de définir les principaux thèmes de développement durable, les risques et leur impact sur notre champ d'activité. Cette étude a mis en évidence quatre enjeux significatifs pour nos groupes d'intérêt et nos activités: énergie et CO₂, eau, consommation

responsable et santé & sécurité au travail.

Dans le cadre de ces priorités, nous souhaitons induire un changement positif dans ces quatre domaines concernés par notre action économique:

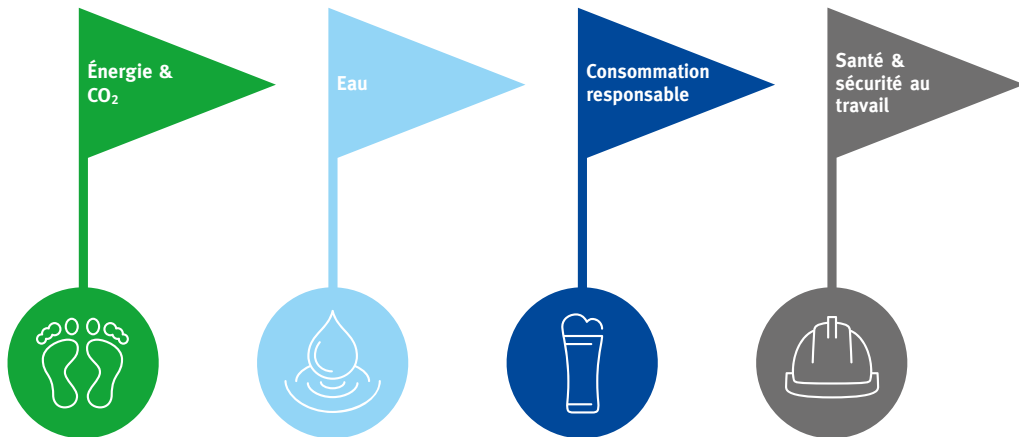
- contribuer à freiner le réchauffement climatique;

- garantir l'accès à une eau propre et saine;
- favoriser un mode de vie sain;
- améliorer la sécurité au travail.

Ces objectifs sont conformes à l'Accord de Paris sur le climat et aux objectifs des Nations unies en matière de développement durable. Relevant le défi de cette

évolution mondiale, c'est ainsi que nous pèserons sur nos axes de développement durable, sur notre action économique et sur les moyens d'atteindre les objectifs de l'ONU. Partout, nous contribuerons à leur mise en œuvre dans la mesure de nos connaissances et de nos possibilités.

Nous sommes convaincus du rôle déterminant des entreprises pour induire des changements positifs dans le domaine de l'économie circulaire ou dans l'utilisation des circuits fermés. C'est pourquoi nous continuerons à rechercher les coopérations susceptibles de renforcer notre influence. Le projet Green Fiber Bottle développé au Danemark (voir Rapport sur le développement durable 2016) ou les initiatives du secteur brassicole comme le Global Beer Responsibility Day en vue de responsabiliser la consommation de nos boissons en fournissent quelques exemples.



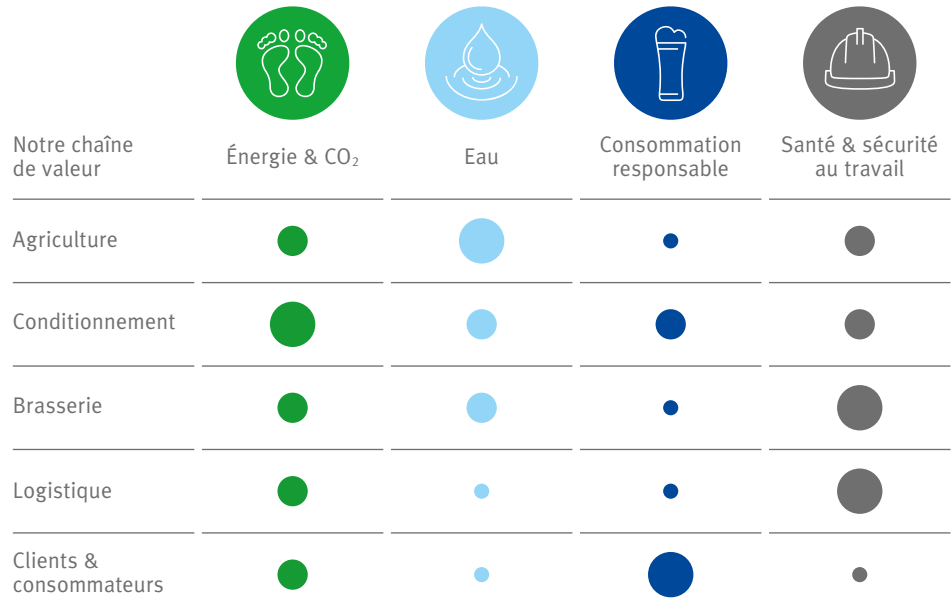
La chaîne de valeur et son impact sur notre bilan en matière de durabilité

Notre entreprise souhaite par nature se concentrer sur les secteurs pertinents pour sa réussite économique et prioritaires pour ses groupes d'intérêt. C'est pourquoi, en plus des points clés définis par l'analyse de matérialité, nous avons voulu rendre compte de notre engagement social dans ce rapport.

L'impact tout au long de la chaîne de valeur

Après avoir identifié les quatre domaines les plus importants pour notre action et nos groupes d'intérêt, nous avons évalué leur impact (élevé, modéré, faible) sur chaque élément de la chaîne de valeur. Ces informations, représentées sous forme graphique, nous aident à définir et à poursuivre notre stratégie en matière de développement durable.

L'impact tout au long de la chaîne de valeur



○ Impact élevé ○ Impact modéré ○ Impact faible

Les objectifs de développement durable des Nations unies en tête

Les entreprises peuvent tirer parti des objectifs de développement durable fixés par les Nations unies de différentes manières, de la définition de leurs propres activités en matière de durabilité jusqu'à une meilleure compréhension de l'impact de leur activité économique.

Les quatre points essentiels pour notre entreprise correspondent aux objectifs de développement durable 3, 6, 7 et 8; ce sont les objectifs sur lesquels nous avons la plus grande influence. Nous intégrerons également les objectifs 12 (consommation et production responsables) et 17 (partenariats pour la réalisation des objectifs).

Bien sûr, nous avons également un impact indirect sur les autres objectifs de l'ONU à travers notre action tout au long de la chaîne de valeur et les effets qui en résultent sur la société.

La stratégie de développement durable «Together Towards ZERO» présentée en juin 2017 témoigne des ambitions du groupe Carlsberg quant à l'atteinte des objectifs de l'ONU et au respect de ses obligations vis-à-vis de la société et de notre avenir commun (voir p. 29).

Points clés de la stratégie de développement durable



Énergie & CO2



Eau



Consommation responsable



Santé & sécurité au travail

Les objectifs de l'ONU essentiels pour nous



7.3 D'ici à 2030, multiplier par deux le taux mondial d'amélioration de l'efficacité énergétique



6.4 D'ici à 2030, augmenter sensiblement l'utilisation rationnelle des ressources en eau dans tous les secteurs et garantir la viabilité des retraits et de l'approvisionnement en eau douce afin de tenir compte de la pénurie d'eau



3.5 Renforcer la prévention et le traitement de l'abus de substances psychoactives, notamment de stupéfiants et d'alcool



8.8 Défendre les droits des travailleurs, promouvoir la sécurité sur le lieu de travail et assurer la protection de tous les travailleurs

Objectifs ONU en lien avec notre action

12.3 D'ici à 2030, réduire à l'échelle mondiale le volume de déchets alimentaires par des mesures de prévention, de réduction, de recyclage et de réutilisation



17.16 Renforcer le partenariat mondial pour le développement durable, associé à des partenariats multipartites

17.17 Encourager et promouvoir les partenariats publics, public/privé et avec la société civile

Circuits fermés

Réutiliser les déchets alimentaires issus du système de production et intégrer les ressources à un circuit continu aide à réduire l'impact sur l'environnement. Toutefois, cela requiert encore plus d'efforts à croissance égale. Nous appellerons ce processus rethink, en plus des 3 R déjà connus: reduce, reuse, recycle.

Rethink: remet en question l'énergie mise en œuvre, l'emballage utilisé et l'eau consommée. Transforme les déchets en d'autres produits. Mets l'accent sur les matières organiques.

Reduce: réduis le poids d'emballage ou adopte d'autres emballages ayant un moindre impact sur l'environnement.

Reuse: facilite la réutilisation des matériaux d'emballage, des sous-produits, de l'eau, etc.

Recycle: facilite le recyclage par les consommateurs et augmente la part de recyclage des matériaux d'emballage.



Énergie & CO₂

41 %

de nos boissons sont en récipients réutilisables.



35 %

est le taux de réduction du CO₂ depuis 2011. Nous améliorons notre empreinte carbone en favorisant les énergies renouvelables et en réduisant les énergies fossiles.

963 000 l

de mazout ont été économisés par l'exploitation de biogaz issu du traitement des eaux usées.



Objectifs du groupe Carlsberg 2015–2017

De 5 à 10% de réduction de la consommation d'énergie relative et des émissions de CO₂ par rapport à 2014.

17 partenaires au sein de la Carlsberg Circular Community.

3 produits sont certifiés Cradle to cradle®.

Campagnes de sensibilisation des consommateurs aux emballages durables.

Amélioration du taux de recyclage des emballages perdus.



Une brasserie tournée vers l'avenir

En notre qualité de brasserie numéro un en Suisse, nous entendons réduire efficacement nos émissions de CO₂. Notre stratégie pour ce faire s'appuie à la fois sur l'information et sur le soutien de l'équipe dirigeante.

L'empreinte carbone a été calculée à partir des indicateurs de toutes les filiales nationales du groupe Carlsberg. Elle est la pierre angulaire de notre stratégie CO₂ et des objectifs poursuivis en la matière. Notre gestion du CO₂ prévoit trois points: respecter les standards mondiaux du groupe Carlsberg, miser sur des solutions innovantes et soutenir les améliorations locales. Les directives environnementales adoptées sont déterminantes pour la mise en œuvre. Ainsi, tous les emballages neufs doivent subir une évaluation du cycle de vie ou satisfaire à des critères de certification de type «Cradle to cradle®».

Afin d'examiner régulièrement la stratégie et sa mise en œuvre, le

groupe Carlsberg a travaillé en 2016 avec les experts indépendants de Carbon Trust et calculé son empreinte carbone à partir des données de l'année précédente. Il en est ressorti que les matériaux d'emballage représentaient la plus grande part de l'empreinte carbone de Feldschlösschen avec 44 %, suivis par l'agriculture (24 %) et la production elle-même (7 %). C'est pourquoi nos efforts de réduction des émissions de CO₂ se concentrent sur les emballages et les déchets. Nous optimisons l'intégralité du processus, notamment en réutilisant et en recyclant les matériaux.

Par ailleurs, nous investissons régulièrement dans les technologies d'amélioration de l'efficacité énergétique et nous misons sur les énergies renouvelables. Nous avons à nouveau réduit notre consommation d'électricité, passant de 20 339 000 kWh en 2015 à 20 134 000 kWh en 2016.

Cela représente un recul de 1 % sur un an et de 4,3 % en moyenne sur les trois dernières années. Notre consommation de chaleur a passé de 33 686 000 kWh en 2015 à 34 199 000 kWh en 2016, en raison de la hausse du volume de production de 1,5 %.

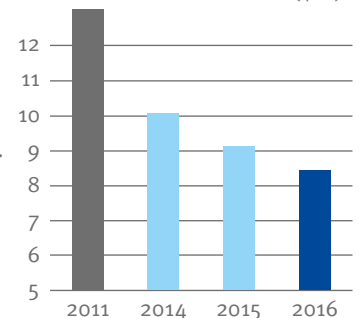
En optimisant la chaîne logistique et en dotant nos représentants de véhicules plus économes, nous avons réduit la consommation de carburant de 1898 000 l/a (2015) à 1 692 000 l/a (2016), soit une baisse de 10,8 %.

Les panneaux photovoltaïques sur le toit des sites de Rheinfelden, Satigny et Givisiez ont produit 2 646 000 kWh en 2016, ce qui représente un degré d'autarcie de 13,1 %. L'utilisation de biogaz et d'alcool concentré a permis d'économiser 1534 000 l de mazout au total. Près de la moitié des besoins en combustibles sur tous les sites de production (47,8 %) a été couverte

par les énergies renouvelables, la part de ces dernières ayant de nouveau augmenté de 7,4 % par rapport à l'année précédente.

Au total, les émissions de CO₂ de l'entreprise Feldschlösschen ont reculé de 34,5 % au cours des cinq dernières années.

Total des émissions de CO₂ (t/an)



UNE SUISSE QUI GAGNE

Chariots élévateurs électriques écocompatibles

En 2016, les chariots élévateurs à moteur diesel utilisés en entrepôt ont été remplacés par 217 élévateurs électriques plus respectueux de l'environnement. Cette conversion s'inscrit dans notre stratégie continue de développement durable et de réduction des émissions de CO₂. L'aménagement d'une station de recharge des batteries et la nouvelle technologie de chargeurs qui l'accompagne ont permis d'économiser jusqu'à 30% d'énergie. Autre avantage: le système Cool Battery signale au cariste la prochaine batterie disponible à l'aide d'un signal lumineux. Ce système garantit une recharge correcte de chaque batterie, dont la durée de vie est ainsi prolongée.

L'utilisation de ces élévateurs électriques plus écologiques économisera à l'avenir quelque 100 000 l de diesel, soit près de 260 t de CO₂.

Dans la mesure où ces élévateurs sont aussi bien utilisés à l'extérieur qu'à l'intérieur et où la protection des collaborateurs contre le bruit et les gaz d'échappement impose une contrainte supplémentaire, le changement des modèles a également un impact positif sur la santé et la sécurité au travail.



UNE SUISSE QUI GAGNE

Gestion intelligente de l'énergie

Le chauffage de la brasserie et des locaux administratifs et logistiques est régulé dans l'unité de chauffe avec trois chaudières à vapeur. Une tâche délicate compte tenu des fortes variations de la consommation et de l'apport énergétique. En fonction de l'exploitation de la salle de brassage et des lignes d'embouteillage, mais aussi des processus de nettoyage, les chaudières doivent pouvoir être mises en marche ou arrêtées et leur puissance réglée.

Le système de chauffage est complété par une source d'énergie renouvelable interne: l'installation de prétraitement des effluents utilise la fermentation des eaux usées pour produire du biogaz comme énergie de chauffage. La quantité de biogaz disponible est toutefois dépendante de la production.

De même, la quantité d'alcool concentré issue des modules de

désalcoolisation doit être gérée avec parcimonie.

La consommation régulière de l'énergie fournie par les réseaux de gaz naturel et d'électricité représente un enjeu de plus en plus important pour éviter les surcharges. C'est donc un aspect à considérer dans le choix du combustible utilisé pour la chaufferie.

Le chauffage et l'approvisionnement énergétique requièrent une multitude de modes opératoires pour les brûleurs selon la consommation de chaleur et la disponibilité des combustibles. Il y aura donc de 1 à 3 chaudières en service selon les besoins. De plus, la pression de vapeur et de réseau du circuit d'eau chaude doit être adaptée aux besoins de chaleur. L'efficacité énergétique de la production et de la distribution de chaleur passe par cette régulation.

Un dispositif centralisé de gestion des combustibles, du rendement des brûleurs et du système d'eau chaude a été ajouté en 2016. Les informations de consommation de chaleur et d'apport en combustible sont désormais transmises au nouveau système. Ce dernier détermine la gestion optimale des combustibles et du rendement, régule la consommation et l'alimentation de façon efficace et durable.

En voici les avantages:

- la transformation de biogaz en énergie de chauffage est améliorée;
- la pression de vapeur et le débit des circuits d'eau chaude peuvent être ajustés aux besoins de consommation;
- les crêtes de consommation de chaleur sont anticipées en amont;
- les pics de charge de consommation de gaz sont automatiquement lissés;



- la qualité d'approvisionnement des consommateurs de chaleur est améliorée;
- la régulation automatique soulage le travail des thermistes.

Le nouveau système de gestion des combustibles et du rendement sera optimisé en continu pour exploiter tout le potentiel d'efficacité et de durabilité.

Eau

97,7 %

de l'eau consommée par Feldschlösschen proviennent de ses propres sources en exploitation durable.



26 %

d'eau consommée en moins depuis 2011 grâce à la mise en place de circuits fermés et optimisés.

3,5 hl

d'eau sont requis en moyenne pour produire 1 hl de bière ou de soda/eau minérale.



Objectif du groupe Carlsberg 2015–2017

De 5 à 10% de réduction de la consommation d'eau par hectolitre de boisson.



Objectifs limpides pour une ressource précieuse

L'eau est un bien précieux et la pénurie d'eau est un problème crucial à l'échelle mondiale. Même si ni Felschlösschen ni la Suisse ne sont directement touchées, le groupe Carlsberg s'est fixé pour but de définir une stratégie globale sur l'eau. En partenariat avec le WWF, nous avons procédé à une évaluation des risques pour toutes les brasseries du groupe Carlsberg afin de réévaluer la stratégie et ses objectifs. Les risques portent aussi bien sur la quantité (pénurie, inondations et sécheresses) que sur la qualité de l'eau (contamination).

Felschlösschen utilise les technologies les plus modernes et les plus pointues de notre secteur pour faire un usage le plus efficace possible de l'eau. Malgré un volume de production plus élevé, nous avons réduit notre consommation d'eau de presque 13 millions de litres en 2016, ce qui correspond à une baisse de 3,3%.



UNE SUISSE QUI GAGNE

Le prétraitement des eaux usées

Les eaux usées issues de la production sont traitées dans une installation de prétraitement des eaux usées, avant d'être conduites vers les canalisations publiques et traitées dans la STEP de Rheinfelden.

Le prétraitement consiste à faire fermenter les eaux usées en l'absence d'oxygène. Il a pour

avantage de réduire la charge organique au minimum et de produire du biogaz utilisable comme source d'énergie.

La durabilité du prétraitement implique le contrôle et l'ajustement de nombreux paramètres. Pour que l'installation fonctionne au mieux, il convient de lisser les pics de pH

et de pollution organique, ainsi que les variations de température des eaux usées en amont.

Cela passe par une gestion du réservoir tampon d'eaux usées en fonction des conditions, par une extension des capacités de tampon et par un ajustement automatique des capacités de traitement. Celles-ci dépendent à la fois de la production de biogaz, de la température et des indicateurs spécifiques à l'installation.

Pour maximiser la valorisation thermique du biogaz dans la chaufferie, des stratégies de régulation intelligente ont été ajoutées. Ainsi la production de biogaz peut-elle être ajustée à la capacité de valorisation au sein de la chaufferie, dans la limite des capacités

de tampon. En parallèle, la cuve de stockage et le système de transport du biogaz vers la chaufferie ont été optimisés afin d'améliorer sensiblement la capacité et le taux de dégradation.

Les mesures d'amélioration ont produit les résultats suivants:

- dégradation de la charge organique passant de 87 % à plus de 92 % en 5 ans;
- réduction de la charge organique des effluents en sortie de prétraitement de 42 % en 5 ans;
- augmentation de la production de biogaz de 5 % en 5 ans;
- éduction des pertes de biogaz de 39 %;
- réduction de 40 % de la consommation de produits chimiques pour le prétraitement des effluents.



UNE SUISSE QUI GAGNE

Mise à jour des cuves sous pression

L'amélioration des systèmes de commande et d'utilisation au stade de la production a commencé en 2016. Le premier projet a porté sur la zone des cuves sous pression de la brasserie. Les produits Feldschlösschen y sont gérés depuis la fabrication jusqu'à l'embouteillage avec les équipements les plus modernes. La production de nos boissons mélangées et une partie du traitement de l'eau ont également lieu ici.

Désormais, le tableau de commande permet de tracer chaque hectolitre de bière, depuis la filtration vers les cuves de pression et vers les lignes d'embouteillage. Le «Root Equipment Modul» permet d'observer chaque conduite et chaque cuve de l'installation au niveau de la commande. Hormis certaines phases de mélange minimales qu'il est nécessaire de rejeter, la quantité d'eau peut être ajustée précisément aux besoins.

Feldschlösschen est ainsi parvenue à économiser 1100 m³ d'eau traitée et sans oxygène par an. La réduction des phases de mélange bière/eau à ce niveau a également permis de diminuer la charge sur les effluents. De plus, les processus de nettoyage sont déclenchés en fonction des besoins: le système signale de lui-même les conduites, cuves ou machines à nettoyer, mais aussi les quantités et la température des produits nettoyants nécessaires. Il en résulte une plus grande sécurité de production, une utilisation facilitée et des économies significatives quant à l'énergie de chauffage et aux concentrés de nettoyage.

Tous ces processus sont entièrement automatisés depuis la mise en place du système. La gestion automatique des commandes avec dispositif de suggestions est au cœur du système pour une planification plus efficace, une utilisation simpli-

fiée et une affectation optimale du produit. Les flux de produit peuvent être tracés à 100% par objet et par unité de temps. Les mesures en ligne intégrées au processus améliorent encore davantage la qualité et la sécurité du produit. Enfin, le dispositif de contrôle des trajets veille au respect des recettes à chaque étape – de la production au conditionnement.



Consommation responsable

25 ans

est l'âge réel, et perçu comme tel, que doivent avoir nos modèles publicitaires au minimum.



9500 hl

de bière sans alcool Carlsberg 0.5 ont été produits à Rheinfelden par Feldschlösschen pour le groupe Carlsberg à destination des sites de l'Euro de football en France.

25 mio.

de personnes ont été informées des activités du groupe Carlsberg lors du Global Beer Responsibility Day. En septembre 2016, le groupe Carlsberg a soutenu l'organisation de ce projet international en vue de sensibiliser le public à la consommation responsable.



Objectifs du groupe Carlsberg 2015–2017

Publicité numérique et TV, affiches de format supérieur à A4 pour sensibiliser à la consommation responsable.

Les activités sur le thème de la consommation responsable améliorent la prise de conscience.

La présence de symboles sur les étiquettes et emballages fait référence à la consommation responsable.

80% des étiquettes et emballages indiquent les ingrédients et la valeur nutritive.

Favoriser une consommation modérée

Chez Feldschlösschen et dans l'ensemble du groupe Carlsberg, nous souhaitons que les gens profitent de la grande diversité de nos bières. Nous avons toutefois à cœur qu'ils le fassent en toute responsabilité. C'est pourquoi nous nous engageons en faveur d'une consommation modérée et d'une commercialisation responsable de nos produits. En 2016, 75 % des filiales nationales du groupe Carlsberg ont pris des mesures en ce sens et informé 50 millions de personnes à ce sujet.

Feldschlösschen a ainsi participé au Global Beer Responsibility Day en septembre 2016, une initiative lancée conjointement par les brasseries, les revendeurs, les autorités de police et des organisations non gouvernementales. Le groupe Carlsberg a touché à lui seul presque 25 millions de personnes.



Marketing responsable et information des consommateurs

Nos produits nous permettent de toucher les consommateurs par de multiples canaux. Il est donc extrêmement important que nous communiquions à tout moment de façon responsable et que nous respections à la lettre les directives en vigueur.

En 2016, nous avons remanié ces directives en tenant compte de la législation et du code de déontologie de l'Association suisse des brasseries. Notre credo basé sur une consommation modérée est au cœur du processus. Ainsi, nous nous refusons systématiquement

à inciter les jeunes à boire de la bière ainsi qu'à en vanter les mérites en leur présence, s'ils n'ont pas l'âge minimum légal. Dans le sillage de ces nouvelles directives, nous mettrons en place en 2017 une formation obligatoire pour tous les collaborateurs concernés du service marketing.

Nous apporterons également des informations complémentaires aux consommateurs, en ligne et sur nos étiquettes, afin qu'ils puissent décider en connaissance de cause. Le groupe Carlsberg s'est engagé à appliquer des pictogrammes ou des slogans contre la consommation d'alcool irresponsable sur ses boissons alcoolisées en 2017.

Nous informerons les consommateurs sur les ingrédients naturels et sur la valeur nutritionnelle de la bière en diffusant ces informations sur nos produits et en ligne dans le courant de l'année.



UNE SUISSE QUI GAGNE

Global Beer Responsibility Day

En septembre 2016, Feldschlösschen a participé au Global Beer Responsibility Day. Cette campagne internationale menée conjointement par les brasseurs, les revendeurs, les autorités de police et des organisations non gouvernementales a pour objet de promouvoir une consommation responsable de la bière et d'éclairer le public sur les conséquences de l'abus d'alcool. Le but est de toucher le plus de consommateurs possible et d'attirer de nouveaux partenaires.

En 2016, 2172 collaborateurs du groupe Carlsberg dans 17 pays ont participé au Global Beer Responsibility Day. Ils ont touché près de 25 millions de personnes et quelque 30 000 collaborateurs. Ces activités ont reçu le soutien d'environ 75 000 revendeurs, de dix organismes gouvernementaux et de huit organisations non gouvernementales.



Santé & sécurité au travail

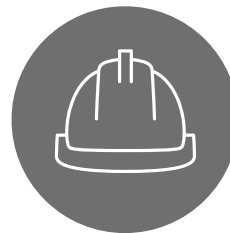
130

collaborateurs de la production ont participé à une journée de la sécurité. 400 autres personnes ont suivi un parcours d'obstacles.



PPE

Standards de qualité garantissant l'état irréprochable des équipements de protection personnels (personal protective equipment PPE).



Objectif du groupe Carlsberg 2015–2017

Réduire de 40 % les jours d'absence dus à un accident.

Nouvelles directives interdisant les activités à risque élevé d'accident.



Vers une culture «zéro accident»

La protection et le bien-être de nos collaborateurs figurent en tête de nos priorités, aussi bien chez Feldschlösschen que dans l'ensemble du groupe Carlsberg. À terme, l'objectif est d'instaurer un environnement de travail à zéro accident. Pour cela, les collaborateurs doivent tous avoir conscience des règles de sécurité qui permettent de réduire les risques d'accident, à commencer par des règles évidentes telles que le port des équipements de protection individuels et le respect de la signalisation au sol pour les piétons ou les véhicules. Nous nous référons là encore aux objectifs de développement durable de l'ONU dont le point 8.8 proclame la défense des droits des travailleurs et la promotion de la sécurité sur le lieu de travail pour tous les collaborateurs.

Un plan en trois points a été élaboré pour mettre en pratique

cette vision d'une culture «zéro accident». Premièrement, l'équipe dirigeante doit attirer l'attention des collaborateurs sur les règles de sécurité sur le lieu de travail en incarnant elle-même ces règles et en proposant des formations ciblées. Le deuxième point prévoit des supports de communication accrocheurs pour rappeler régulièrement les thèmes de sécurité aux collaborateurs et attirer l'attention de ces derniers au quotidien. Troisièmement, il s'agit d'identifier, d'analyser et de réduire les risques à partir des directives et des dispositions en la matière. Les activités à haut risque ne seront plus tolérées à l'avenir.

Même si nous en appelons à la responsabilité individuelle de chaque collaborateur, conscients du fait que chacun est ambassadeur de la sécurité au travail, l'action collective et la collaboration jouent un rôle majeur dans

l'instauration d'une culture d'entreprise placée sous le signe de la sécurité. L'échange permanent avec le groupe Carlsberg permet de tirer tous les enseignements des incidents et de tirer parti des exemples positifs.

Premier résultat majeur sur la voie d'une culture «zéro accident»: l'année 2016 a été exempte d'accident dans l'une de nos unités de mise en fûts, une unité pourtant à risque compte tenu de la manipulation des charges lourdes, du nettoyage et de la stérilisation des fûts.



UNE SUISSE QUI GAGNE

Sous le signe de la sécurité

Que peut-il arriver quand on marche le long d'un chemin sans faire attention? Comment porter une lourde charge en préservant son dos?

Comment fonctionne un extincteur et que risque-t-on sans lunettes de protection? C'est à ces questions et à bien d'autres que la journée de la sécurité sur le site de production de Rheinfelden a répondu. Les chargés de sécurité de Feldschlösschen avaient organisé cette journée avec des partenaires internes et externes. Les thèmes suivants ont été abordés: habitudes, stress, précipitation et distraction, ergonomie, équilibre, soulever et porter, incendie, explosion et eau, mains et gants, parcours d'obstacles et comportement sûr, lunettes de protection et chaussures de sécurité.

La production ayant été arrêtée toute la journée, les 130 employés de la production, répartis par groupes, ont pu parcourir les diffé-

rentes stations du circuit et demander conseil aux experts. À cette occasion, ils ont pu expérimenter par eux-mêmes les conséquences de leur comportement, p. ex. l'effet du poids sur l'organisme selon qu'on amortit le choc ou non en sautant d'un obstacle. La simulation d'un œil à l'aide d'une pomme et de ce qui se passe si un projectile touche la prunelle non protégée a été particulièrement marquante. Une courgette glissée dans une chaussure de sport en guise de pied factice a montré ce qui peut arriver si l'on ne porte pas de chaussures de sécurité. Un simple objet de 8 kg qui tombe sur le pied peut avoir un effet dévastateur.

Par ailleurs, 400 collaborateurs issus de tous les départements du site de Rheinfelden ont suivi un parcours d'obstacles aménagé par Feldschlösschen en partenariat avec la Caisse nationale suisse

d'assurance en cas d'accident SUVA pour attirer l'attention sur les dangers de chutes. En effet, le fait de glisser ou de trébucher représente chaque année 70% des accidents les plus courants chez Feldschlösschen.

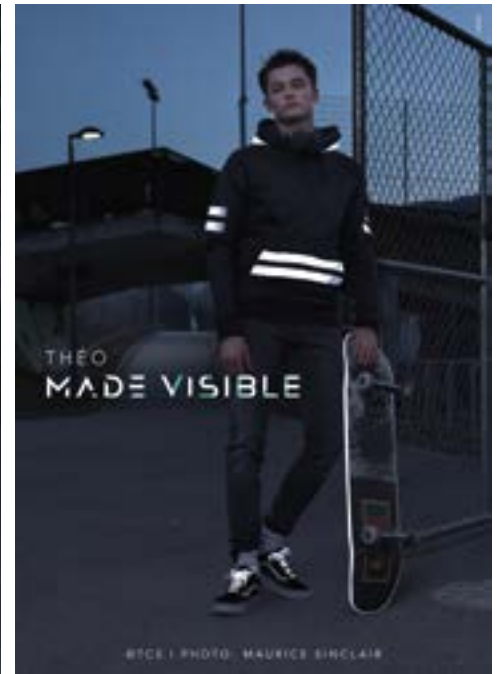
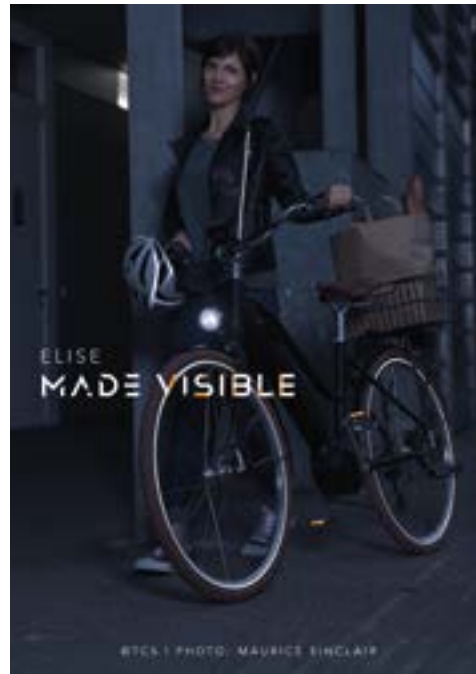


UNE SUISSE QUI GAGNE

SEE YOU: rester visible dans le noir

Voir et être vu sont des priorités sur la route – surtout au crépuscule ou dans la nuit. Le risque d'accident est alors trois fois plus élevé que le jour, voire dix fois plus si la pluie, la neige ou un contre-jour s'y ajoutent. Or, le risque d'accident diminue de moitié avec un éclairage ou un matériau réfléchissant. Feldschlösschen soutient la campagne «SEE YOU – soyez visible» lancée en novembre par le Bureau de prévention des accidents bpa. L'entreprise a distribué 1500 bandeaux réfléchissants à ses collaborateurs pour les sensibiliser et les inciter à mieux être vus des autres usagers de la route dans l'obscurité.

En effet, les piétons vêtus de noir ne sont vus des conducteurs qu'à une distance de 25 m, alors qu'ils sont vus à 40 m avec des vêtements clairs et à 140 m avec des supports réfléchissants.



Engagement social

1000

bouteilles de bière Wakker ont été brassées à l'occasion du prix Wakker décerné à la ville de Rheinfelden, distribuées à la population et vendues pour une bonne cause.



120

événements sportifs, musicaux et culturels ont été soutenus dans leur réalisation par les Feldschlösschen Event Coaches en 2016.

Depuis 1976

nous travaillons avec la fondation MBF Menschen mit Behinderung qui réalise des coffrets cadeaux en bois ou des kits de promotion confectionnés pour Feldschlösschen.



En 2016, nous avons à nouveau obtenu le label Friendly Work Space en tant qu'employeur offrant un environnement de travail basé sur le respect et l'estime.

Réussir ensemble

Il est de notre devoir d'instaurer un mode de travail équitable et responsable. Nous respectons les droits des travailleurs et les droits humains et nous offrons un environnement de travail sécurisé, sain et source d'épanouissement pour tous. Nous avons de nouveau reçu le label de qualité «Friendly Work Space» en 2016. Nous comptons ainsi parmi les 71 entreprises suisses qui satisfont à des exigences élevées quant aux conditions de travail et à des critères de qualité rigoureux quant à la santé sur le lieu de travail.

Nous soutenons nos collaborateurs dans leurs efforts de formation et nous misons sur des relations de travail à long terme. Notre offre d'une trentaine de programmes de formation internes et la possibilité de participer à des cours ou à des coachings externes sont un investissement précieux dans l'avenir.

Par ailleurs, nous sommes très attachés à notre engagement social hors de l'entreprise. Selon sa devise «une brasserie au service d'un présent et d'un avenir meilleurs», la fondation du groupe Carlsberg finance par exemple des projets scientifiques pour rendre l'activité

brassicole plus durable et lutter contre le réchauffement climatique ou la pénurie d'eau. Nous en profitions également.

Feldschlösschen apporte son soutien au niveau local, régional ou national à des événements divers

dans les domaines sportif, musical et culturel. Nous travaillons avec la fondation MBF Menschen mit Behinderung im Fricktal et nous apportons une aide bénévole à la journée de nettoyage du Fricktal ou lors de notre journée portes ouvertes.



UNE SUISSE QUI GAGNE

Engagés dans toute la Suisse

Voici quelques exemples de nos activités durant l'année 2016:

Bière Wakker pour la ville de Rheinfelden

À l'occasion de la remise du prix Wakker à la ville de Rheinfelden, nous avons brassé une bière spéciale que nous avons mise en bouteilles et étiquetée avec des apprentis de la ville et de

Feldschlösschen. Le produit de la vente est allé à la Stiftung für Menschen mit Behinderung.

Journée d'action Fricktal propre

120 élèves de primaire ont reçu des gilets de sécurité de notre marque d'eau minérale Rhäzünser lors d'un ramassage des déchets en partenariat avec des enseignants et des collaborateurs volontaires

de Feldschlösschen. Cette journée d'action est organisée dans le cadre du Clean-Up-Day national pour envoyer un signal fort contre les déchets jetés dans la nature.

Centime Hürlimann

Sur chaque bière Hürlimann vendue, un centime est reversé à des projets culturels, sportifs ou sociaux créés et mis en œuvre par des hommes de Zurich pour des hommes de Zurich. En 2016, cette action a permis de financer la création et la fabrication de bâches de camion Hürlimann par trois étudiants de l'école d'art et de design zurichoise F+F.

Concours Original Dzodzet

Le club de hockey sur glace créé en partenariat avec Cardinal et le HC Fribourg-Gottéron SA pour les entrepreneurs de la région de Fribourg mène une action annuelle

de sponsoring sportif grâce à ses cotisations d'adhérents. L'association «Public Domain», gagnante du concours 2016, a reçu CHF 5000 pour aménager la zone de repos du skatepark de Beauregard. Cette zone permettra aux spectateurs ou aux familles de s'installer directement au bord du skatepark pour se reposer ou pique-niquer.

Fête fédérale de lutte suisse et des jeux alpestres

En tant que partenaire Or, Feldschlösschen s'est occupé des fans pendant les trois jours de la fête populaire en fournissant notamment 10 remorques frigorifiques, 50 camions frigorifiques, 300 réfrigérateurs, 200 tables de buffet, 100 tables hautes et 30 tentes. De plus, 70 collaborateurs ont travaillé jour et nuit pour réapprovisionner les stocks et veiller au bon déroulement.



Together Towards ZERO

Partant de son credo «une brasserie au service d'un présent et d'un avenir meilleurs», le groupe Carlsberg a présenté en juin un programme ambitieux en matière de développement durable sous le titre «Together Towards ZERO». Il porte notamment sur quatre secteurs clés: énergie et CO₂, eau, consommation responsable et santé et sécurité au travail. Ce projet a été élaboré avec des partenaires de premier plan comme Carbon Trust ou le WWF.

Les objectifs formulés reposent sur des connaissances scientifiques, ils sont donc à la fois crédibles et extrêmement ambitieux. Car le monde doit faire face à des défis tels que le réchauffement climatique, le dérèglement météorologique ou la santé publique, qui nous concernent tous, gouvernements, entreprises et citoyens. Nous sommes convaincus qu'il ne sera possible de relever ces défis qu'en unissant tous nos efforts.

Nos objectifs



ZERO
EMPREINTE
CO₂



ZERO
GASPILLAGE
D'EAU



ZERO
CONSOMMATION
IRRRESPONSABLE



ZERO
CULTURE
ACCIDENT

2030

0% d'émissions de CO₂ dans nos brasseries
30% de réduction de l'empreinte carbone Beer-in-hand*

*Cycle de vie total tout au long de la chaîne de valeur

50% de réduction de la consommation d'eau dans nos brasseries
Partenariats de sauvegarde des ressources d'eau communes dans les zones à haut risque

100% de nos marchés s'améliorent chaque année dans la lutte contre une consommation irresponsable

Zéro accident

2022

50% de réduction des émissions de CO₂ dans nos brasseries

100% d'électricité issue d'énergies renouvelables dans nos brasseries

Pas d'utilisation de charbon dans nos brasseries

15% de réduction de l'empreinte carbone Beer-in-hand

100% de réfrigération respectueuse du climat

Partenariats avec 30 fournisseurs en vue de réduire l'empreinte carbone commune

25% de réduction de la consommation d'eau dans nos brasseries

Étude des solutions pour réduire la consommation d'eau à 2 hl par hl de bière sur les sites à risque

Partenariats de sauvegarde des ressources d'eau communes dans les zones à haut risque

100% de disponibilité de la bière sans alcool

100% d'information sur la consommation responsable sur les emballages et lors d'activations de la marque

100% de nos marchés nouent des partenariats pour la promotion d'une consommation responsable

Réduction annuelle du taux d'accidents

**TOGETHER
TOWARDS
ZERO**

Indicateurs environnementaux 2016

Consommation

Emission de CO₂ provenant de combustibles

2016:	4041 t CO ₂	
2015:	4212 t de CO ₂	
Différence par rapport à l'année précédente		-4,0 %
Différence par rapport à la valeur moyenne des 3 dernières années		-10,5 %

Emission de CO₂ provenant de carburants

2016:	4420 t CO ₂	
2015:	4957 t de CO ₂	
Différence par rapport à l'année précédente		-10,8 %
Différence par rapport à la valeur moyenne des 3 dernières années		-7,0 %

Total des émissions de CO₂

2016:	8461 t CO ₂	
2015:	9169 t de CO ₂	
Différence par rapport à l'année précédente		-7,7 %
Différence par rapport à la valeur moyenne des 3 dernières années		-8,9 %

Energie et eau

Degré de couverture avec combustibles issus d'énergies renouvelables (production)

2016:	47,8 %	
2015:	44,5 %	
Différence par rapport à l'année précédente		+7,4 %

Consommation de biogaz

2016:	1217 000 m ³	
2015:	1189 000 m ³	
Différence par rapport à l'année précédente		+2,4 %

Quantité d'utilisation d'alcool concentré issu de la désalcoolisation

2016:	936 000 L	
2015:	747 000 L	
Différence par rapport à l'année précédente		+25,2 %

Emballages

Consommation de verre pour emballages jetables

2016:	29985 t	
2015:	25362 t	
Différence par rapport à l'année précédente		+18,2 %

Consommation d'aluminium pour emballages jetables

2016:	2133 t	
2015:	2143 t	
Différence par rapport à l'année précédente		-0,5 %

Consommation de PET pour emballages jetables

2016:	1302 t	
2015:	1246 t	
Différence par rapport à l'année précédente		+4,5 %

Gobelets réutilisables en circulation

2016:	2 499 000 pces	
2015:	1 562 000 pces	
Différence par rapport à l'année précédente		+59,9 %

Déchets

Part totale de recyclage

2015: 81,1%

2015: 80,7%

Différence par rapport
à l'année précédente +0,6%

Quantité de verre recyclé

2015: 1278 t

2015: 843 t

Différence par rapport
à l'année précédente +51,6%

Quantité de PET recyclé

2015: 348 t

2015: 385 t

Différence par rapport
à l'année précédente -9,6%





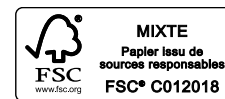
FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

Feldschlösschen Boissons SA
Corporate Communications
Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden

+41 (0)848 125 000
uko@fgg.ch
feldschloesschen.com

Juillet 2017
Période du rapport 2016



No. 01-17-109513 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

imprimé en
suisse