

# Rapport sur le développement durable 2015

Une responsabilité qui engage aujourd'hui comme demain



**FELDSCHLÖSSCHEN**

Part of the Carlsberg Group



## AVANT-PROPOS



« Dans le secteur de la bière, la qualité des matières premières est essentielle. Une croissance couronnée de succès et durable requiert une gestion respectueuse des ressources naturelles. C'est pourquoi nous misons sur des solutions durables dans tous nos domaines d'activité. »

## Un engagement total au service de la variété et de la qualité

A la fois brasserie numéro un et plus important distributeur de boissons de Suisse, nous sommes engagés au service du plaisir responsable. Les quelque 1300 collaborateurs de Feldschlösschen s'investissent chaque jour pour la variété et la qualité brassicoles suisses. Nous sommes convaincus qu'un bon produit nécessite des ingrédients de qualité, mais également une gestion respectueuse de l'intégralité des ressources.

Pour respecter cet esprit de variété et de qualité de la bière, nous apportons une contribution dans tous les domaines: nous créons un environnement de travail positif et développons des solutions efficaces et écologiques dans tous nos domaines d'activité.

Notre culture d'entreprise poursuit une approche globale, nous soutenons nos collaborateurs, ainsi que les idées et les techniques innovantes – pour le bien de la société et de la nature. Par l'entremise de cette approche, nous aspirons à une croissance durable: la politique de notre entreprise est orientée sur le long terme et repose sur une stratégie de responsabilité sociale. Toute la chaîne de production est régulièrement contrôlée et optimisée.

Ce qui est positif pour l'environnement l'est également pour les hommes. Découvrez de quelle manière Feldschlösschen assume ses responsabilités et les résultats de l'entreprise en 2014.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'T. Amstutz'. The signature is fluid and cursive.

Thomas Amstutz, CEO Feldschlösschen

## L'ENTREPRISE FELDSCHLÖSSCHEN

### Etre responsable crée des obligations – hier, aujourd'hui et demain

Theophil Roniger et Mathias Wüthrich ont fondé Feldschlösschen en 1876. Des innovations courageuses ont permis à l'entreprise de se développer et d'être depuis près de 140 ans la brasserie numéro un et le plus important distributeur de boissons en Suisse.

Huit ans avant la création de l'entreprise, Mathias Wüthrich et Theophil Roniger agissaient déjà dans l'esprit du développement durable: la grotte de Magden (AG) était utilisée comme système de refroidissement écologique et comme entrepôt pour la glace. En 1889, le raccordement ferroviaire à la gare de Rheinfelden (AG) est créé et offre ainsi un moyen de transport efficace.

Aujourd'hui encore, l'esprit pionnier des fondateurs se retrouve dans la stratégie de durabilité: avec un assortiment actuel de plus de 40 bières de marque maison suisses, ainsi qu'un portfolio exhaustif de boissons, Feldschlösschen propose la plus grande variété de bières du pays et approvisionne quelque 25 000 clients dans le secteur de la gastronomie, du commerce de détail et de boissons. En recourant à des techniques innovantes dans le domaine des transports, l'entreprise s'engage également en faveur de l'environnement.



### Promouvoir les rencontres de goût

Feldschlösschen soutient la culture brassicole et s'engage en faveur de rencontres gustatives. Aujourd'hui, quelque 1300 collaborateurs, répartis sur 22 sites dans toute la Suisse, respectent les valeurs profondément ancrées de la marque, à savoir «pionnier, maître, partenaire.» Les principes suivants constituent les fondements de la culture unique de Feldschlösschen:

- Nous encourageons les innovations.
- Nous revendiquons une qualité hors pair.
- Nous assurons l'avenir par le biais d'une action responsable.

Feldschlösschen fait partie du groupe Carlsberg et profite à la fois du réseau et du dynamisme de cette entreprise brassicole de stature mondiale. Afin de répondre à sa responsabilité sociale et écologique, le groupe Carlsberg a défini des directives unitaires dans six domaines centraux. Celles-ci sont mises en application dans tous les pays où le groupe Carlsberg est implanté – et bien sûr en Suisse.

- Protection de l'environnement
- Consommation modérée et protection de la jeunesse
- Engagement local
- Ethique commerciale
- Droit du travail et droits de l'homme
- Santé et sécurité

Feldschlösschen accorde une grande importance aux échanges avec ses partenaires et la société: chaque année, quelque 25 000 visiteurs découvrent au plus près la tradition et la culture dans le château et participent à l'un des nombreux circuits. Lors de la visite dédiée à la durabilité, les personnes intéressées en découvriront davantage sur l'engagement de l'entreprise.

## VUE D'ENSEMBLE

« Au cours des dernières années, nous avons implémenté des mesures de grande ampleur dans le but d'augmenter notre efficacité énergétique et de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>. Grâce à l'optimisation des systèmes de récupération de chaleur, Feldschlösschen compte, au niveau international, parmi les brasseries ayant les plus faibles émissions de CO<sub>2</sub>. »

Thomas Janssen, responsable technique et environnement

### Priorité à la gestion de l'environnement

Qualité maximale – impact minimal. Pour atteindre cet objectif, nous œuvrons chaque jour à réduire l'utilisation de ressources naturelles. C'est pourquoi nous concevons nos produits sous l'angle du cycle de vie et utilisons des matériaux et des technologies qui contribuent au développement durable.

### Résultats en chiffres: 2014 par rapport à l'année précédente

Consommation d'électricité	- 9,5 %
Consommation de chaleur	- 11,9 %
Consommation de carburant	- 8,4 %
Consommation d'eau	- 3,3 %
Emissions de CO <sub>2</sub>	- 9,4 %

En 2014, les mesures d'optimisation des processus, les améliorations de la logistique de distribution et les investissements dans les techniques de production écoénergétiques ont permis de continuer à améliorer le bilan écologique.



## ENVIRONNEMENT

### Matières premières

Dans notre branche, la qualité des matières premières est essentielle. Nous travaillons à créer des moments de plaisir avec des ingrédients en provenance directe de la nature. Et pour que cela reste possible à l'avenir, nous misons sur une transformation soignée et une gestion respectueuse des ressources.

- L'eau de brassage utilisée pour la production provient de nos propres sources de profondeur situées dans la vallée de Magden.
- L'eau utilisée pour les bières valaisannes élaborées à Sion est puisée dans la source «La Fille» à Arbaz, à 1850 mètres de profondeur.
- Aujourd'hui, 3,5 litres d'eau sont nécessaires pour produire un litre de bière. En 2014, nous avons réduit de 3,3% la consommation spécifique d'eau par rapport à l'année précédente.
- Lors du processus de brassage, la levure ajoutée double ou triple de volume sous l'effet de la fermentation. Cette levure résiduelle est réutilisée comme aliment pour animaux.
- En 2014, 36 000 tonnes de drêches ont été générées lors du processus de brassage. Elles représentent 9 000 tonnes de fourrage concentré pour les animaux d'élevage.
- En 2014, 89% de l'approvisionnement en malt a été acheminé par le rail.



50%

du houblon suisse est transformé par Feldschlösschen.



## ENVIRONNEMENT

### Production et mise en bouteilles

Feldschlösschen produit chaque année 340 000 000 litres de boissons, ce qui équivaut à 2000 bouteilles remplies chaque minute, nuit et jour, tout au long de l'année. Ce faisant, nous réduisons de manière systématique la consommation d'énergie et améliorons constamment la réutilisation d'énergie. En 2014, les techniques innovantes, la réutilisation et les économies nous ont permis de nous rapprocher encore plus de notre objectif d'exploitation optimale de l'énergie.

- L'alcool concentré généré par la production de bière sans alcool est utilisé à des fins de production de chaleur. Ainsi, en 2014, 555 000 litres de mazout ont pu être économisés, remplacés par cette énergie recyclée.
- En 2014, une réduction de 5 % des eaux usées a pu être atteinte par hectolitre de bière. La pollution organique des eaux usées a été réduite de 13 %.



887 000 l

de mazout ont pu être économisés en 2014 grâce à l'utilisation de biogaz. Ce dernier est produit à partir de la fermentation des eaux usées et utilisé comme énergie de chauffage.



## ENVIRONNEMENT Emballages

Moins de matières premières – plus de recyclage: nous misons sur des matériaux d'emballage légers et recyclables afin de minimiser l'impact sur l'environnement. Lors de l'élaboration de nouveaux emballages, les critères environnementaux jouent un rôle important.

- Quelque 85 000 000 bouteilles réutilisables ont été remplies en 2014.
- Le carton d'emballage utilisé pour les multipacks est recyclable à 98 %.
- Pour la mise en bouteilles des boissons en canettes et en PET, 1070 tonnes de PET et 1950 tonnes d'aluminium ont été utilisées. Feldschlösschen soutient activement le recyclage et a elle-même récolté 380 tonnes d'emballages en PET.
- Feldschlösschen s'engage auprès des organisations de recyclage en Suisse et soutient des activités en faveur d'un circuit de recyclage fermé, notamment la reprise des emballages lors de la livraison de la marchandise. En 2013, le taux de recyclage en Suisse était le suivant (source: OFEV): verre 96%, PET 83%, alu 91%.
- En collaboration avec l'IGSU (Communauté d'intérêts monde propre), l'IGORA (Communauté d'intérêts pour l'optimisation du recyclage des emballages en aluminium) et le SVUG (Association suisse pour les emballages pour boissons respectueux de l'environnement), Feldschlösschen s'engage pour des solutions nouvelles pour les emballages de boisson et contre le «littering».

25x

voici le nombre d'utilisations d'une bouteille avant qu'elle soit recyclée.



## ENVIRONNEMENT

### Transport

Notre assortiment contribue à consolider et à développer la variété des bières et boissons en Suisse: huit marques de bière maison, deux marques d'eau minérale et plus de 50 sortes de boissons – dont 40 bières. Nous mettons tout en œuvre pour que nos produits soient livrés de manière écologique chez nos quelque 25 000 clients dans le secteur de la gastronomie et du commerce de détail et de boissons.

- En 2014, Feldschlösschen, Coop et E-FORCE ONE AG ont été distingués par le «Zurich Klimapreis» (Prix climatique de Zurich). L'entreprise a obtenu la deuxième place pour le premier camion électrique de 18 tonnes en Suisse destiné à la distribution de la bière et des boissons. Les camions sont chargés de la distribution locale en agglomération et fonctionnent à base d'hydroélectricité. Chaque jour, le camion approvisionne onze clients, parcourt 65 kilomètres et transporte 4,6 tonnes de bières et de boissons. Un jalon dans l'histoire de la distribution de marchandises à taux d'émission zéro en Suisse.
- Les émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport étaient de 3120 tonnes et ont pu être réduites de 12%.
- 26 nouveaux véhicules de livraison de 3,5 tonnes répondant à la catégorie antipollution la plus récente (norme Euro 6) ont été mis en service.
- La télématique permet d'améliorer la planification des trajets et contribue ainsi à la réduction des émissions.
- 60% des transports de marchandises destinées aux gros clients et à nos dépôts sont effectués par rail.
- Le festival du Gurten a été livré de manière neutre en CO<sub>2</sub> en 2014.
- En 2014, 33 chauffeurs ont bénéficié d'une formation à la «conduite économe en énergie». Depuis le lancement de la formation en 2008, 220 chauffeurs au total ont été formés.

400

clients ont été livrés de manière neutre en CO<sub>2</sub> en 2014.



## ENVIRONNEMENT Energie et émissions

Tout au long du processus, nous mettons tout en œuvre pour améliorer notre bilan énergétique, qu'il s'agisse d'économiser de l'énergie ou d'exploiter de manière optimale les énergies renouvelables.

- Notre consommation de chaleur s'est élevée à 38 300 000 kWh et a pu être diminuée de 11,9 %.
- En 2014, 46,5 % des besoins en combustibles de la brasserie Feldschlösschen à Rheinfelden ont été couverts par des énergies renouvelables. La production de chaleur centralisée se déroule dans la chaufferie. Pour ce faire, du gaz naturel, du biogaz et de l'alcool résiduel sont utilisés comme énergies primaires.
- L'utilisation de biogaz neutre en CO<sub>2</sub> nous a permis d'économiser quelque 887 000 litres de mazout.
- L'efficacité énergétique joue un rôle important lors de la planification d'investissements.



11,3%

de la consommation électrique sont produits par les installations solaires montées sur les bâtiments de Feldschlösschen à Satigny et à Rheinfelden.



## ENVIRONNEMENT

### Les succès du «Wärmeverbund» Rheinfelden

Toute la chaleur à basse température générée lors de la production (refroidissement, eaux usées) de la brasserie Feldschlösschen à Rheinfelden ne peut pas être utilisée à des fins internes. Une installation de pompes à chaleur, dont la mission est d'injecter la chaleur à basse température dans le réseau de chauffage urbain, a été construite sur le site de Feldschlösschen à Rheinfelden. Aujourd'hui, le réseau de chauffage de Rheinfelden, qui appartient pour parts égales à la ville de Rheinfelden et à l'entreprise AEW Energie AG, fournit déjà de l'eau chaude pour le chauffage et l'eau sanitaire à 400 foyers de Rheinfelden tout au long de l'année et sans émissions de CO<sub>2</sub>. Deux cents foyers supplémentaires s'y ajouteront au cours des deux années à venir.

Quelque 93% de la chaleur nécessaire sont produits normalement neutres ou sans CO<sub>2</sub> et injectés dans le réseau de chauffage à une température de 70 à 80° C. La chaleur résiduelle (charge de pointe, alimentation de secours) est injectée dans le réseau de chauffage à partir de l'installation de production de chaleur fonctionnant au gaz. Pour produire 12 000 MWh de chaleur avec du mazout ou du gaz, 1 200 000 litres de mazout ou 1 277 000 m<sup>3</sup> de gaz naturel seraient nécessaires chaque année. Le cas échéant, le mazout générerait 3240 tonnes et le gaz naturel 2937 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub> par année.

Un véhicule diesel devrait faire le tour de la Terre 428 fois par an pour générer autant d'émissions de CO<sub>2</sub>.

93%

de l'énergie de chauffage neutre en CO<sub>2</sub> générée par la production de bière sont injectés dans le réseau de chauffage de Rheinfelden Mitte, sous forme de chaleur à basse température.



## RESPONSABILITÉ SOCIALE



### L'engagement pour ses collaborateurs

Chaque jour, 1300 collaborateurs et huit chevaux de brasserie donnent le meilleur d'eux-mêmes. Au total, 34 nationalités travaillent main dans la main. Ces travailleurs nous tiennent à cœur. C'est pourquoi nous les soutenons et les sollicitons.

- Moyenne d'âge: 43 ans
- 24 apprentis dans huit métiers
- Plus de 70 métiers différents
- Moyenne des années de service: 12

### Sécurité et santé

Le groupe Carlsberg a signé une déclaration de principes relative à la sécurité au travail et à la protection de la santé. La concrétisation de l'objectif «zéro accident» implique la formation régulière des employés quant à la gestion des dangers, la manipulation appropriée des instruments de travail, ainsi que des améliorations techniques permanentes.

La vérification régulière des processus de travail contribue à l'accroissement continu de la sécurité sur le lieu de travail.



### Excellent employeur

Nous attachons une importance particulière à disposer de collaborateurs en bonne santé et engagés. Voilà pourquoi nous misons systématiquement sur la gestion de la santé dans l'entreprise et créons des conditions cadres idoines, favorisant un environnement de travail sain. En 2014, Feldschlösschen a ainsi reçu le label «Friendly Work Space». A l'échelle nationale, Feldschlösschen est l'une des 47 entreprises garantissant des conditions de travail exemplaires et répondant à des critères de qualité stricts en termes de gestion de la santé sur le lieu de travail.

### Formation et formation continue – un investissement dans l'avenir

Pour garantir la qualité de nos produits, nous formons des apprentis dans huit métiers. Nous offrons ainsi à des jeunes une formation solide et de premier ordre dans les filières techniques et commerciales. Outre les technologues en denrées alimentaires spécialisés dans la bière, nous formons également des apprentis commerciaux, des logisticiens, des laborantins en chimie, des conducteurs d'installations et des monteurs électriciens. Les apprentis ont la possibilité d'acquérir des connaissances dans différents domaines de l'entreprise et peuvent participer activement au succès de Feldschlösschen. Dans le cadre de la pratique opérationnelle, les apprentis sont également responsables de leurs projets.

Feldschlösschen attache une grande importance à la stabilité de son personnel. Nous soutenons la formation professionnelle et personnelle continue de nos collaborateurs. L'offre de formation englobe de nombreux séminaires axés sur des sujets tels que la charge de travail, les examens de santé, le développement personnel, la communication et la présentation, la direction et le management, ainsi que des cours de langues et d'informatique.

## RESPONSABILITÉ SOCIALE



### Les succès de nos apprentis

Peu avant Noël, Timon Bamberger et Yannik Montandon, futurs «technologues en denrées alimentaires, option bière», ont présenté le résultat d'un projet de deux mois à leurs collègues. La «Feldschlösschen Imperial Pale Ale» (ImPA), houblonnée à trois reprises et avec 6,5% d'alcool en volume, est une douce bière maltée avec une touche de houblon fraîche et fruitée. «Pour la Feldschlösschen Imperial Pale Ale, nous avons réuni trois Indian Pale Ale avec plusieurs variétés de houblon (simcoe, bravo, amarillo) pour créer une merveilleuse cuvée», raconte avec fierté Timon Bamberger.

Tobias Zollo, le maître brasseur, a accompagné le projet qui comprenait, outre le brassage, la planification complète, l'élaboration de la recette, l'achat de matières premières, la mise en bouteilles, le marketing et la vente du produit final.

Apprendre, tout en faisant une bonne action: la «Feldschlösschen Imperial Pale Ale» était disponible au restaurant Feldschlösschen sur le site de la brasserie. Le produit de la vente a été reversé à la «Fondation pour le cheval» aux Breuleux (Jura). C'est là que, depuis de nombreuses années, les chevaux de brasserie de Feldschlösschen savourent leur retraite en compagnie d'autres chevaux, poneys et ânes. Les deux apprentis ont remis personnellement le chèque à la fondation.

« Nous avons adoré réaliser ce projet de manière autonome et nous sommes fiers du résultat. »

Yannik Montandon, apprenti technologue en denrées alimentaires, option bière



## RESPONSABILITÉ SOCIALE



### Engagement en faveur de la société

Atteindre ensemble un objectif: pour relever les défis de l'avenir, Feldschlösschen mise sur l'échange et les partenariats. En tant qu'entreprise, nous nous engageons là où nous sommes enracinés et entretenons ces collaborations avec une grande passion.

#### Consommation modérée

Numéro un du marché, nous nous engageons en faveur d'une consommation responsable des boissons alcoolisées et de la protection de la jeunesse. C'est pourquoi, en ce qui concerne notre publicité et notre communication, nous appliquons le code de conduite de l'Association suisse des brasseries. Et bien entendu, nous commercialisons une vaste gamme de boissons sans alcool.

#### Promotion de la culture brassicole

Par ailleurs, Feldschlösschen soutient GastroSuisse, la Fédération nationale de l'hôtellerie et de la restauration et l'Association suisse des brasseries pour la formation des sommeliers de bière suisses. Lors du circuit des sommeliers de bière, les 15 experts maison vous en révéleront davantage sur l'univers de la dégustation de bière – une visite vaut le détour!

#### Collaboration avec des fondations sociales

Des fondations sociales réalisent divers produits pour le compte de Feldschlösschen, notamment des boîtes cadeaux en bois ou des sets promotionnels. Ils sont confectionnés par le MBF, un organisme social soutenant les personnes handicapées dans la vallée de Frick (AG), ainsi qu'avec le WBZ (centre d'hébergement et de bureaux pour personnes en situation de handicap physique).



### Sponsoring

En 2014, nous avons de nouveau soutenu des manifestations et des clubs sportifs.

- Soutien dans le domaine musical et culturel:  
Swiss Nightlife Award, Arosa Humor Festival, ProSieben Mountain Jam, Gurtenfestival, Rock'Oz Arènes, Zurich-Openair, Paléo Festival Nyon, Touch The Air Festival Wohlen, Fête fédérale des yodleurs (Davos)
- Soutien dans le domaine du sport:  
SC Berne, HC Fribourg-Gottéron, HC Lugano, Genève-Servette, HC Ambrì-Piotta, SC Langnau, Coupe du monde de ski d'Adelboden et de Wengen, Verbier High Five, freestyle.ch, Championnats d'Europe d'athlétisme 2014, YB Berne, FC Bâle, 80 fêtes de lutte en Suisse – régionales et interrégionales
- Nous nous réjouissons d'y participer en 2015:  
Fête fédérale de tir à Viège, Fête fédérale de hornuss (Limpach), Fête fédérale de la musique populaire (Aarau)

## BILAN Chiffres clés environnementaux 2014

### Consommation

#### Emissions CO<sub>2</sub> provenant de combustibles

Emissions 2014 5083 t CO<sub>2</sub>  
Différence par rapport  
à l'année précédente -10,4 %  
Différence par rapport à la valeur  
moyenne des 3 dernières années -10,5 %

#### Emissions CO<sub>2</sub> provenant de carburants

Emissions 2014 5051 t CO<sub>2</sub>  
Différence par rapport  
à l'année précédente -8,4 %  
Différence par rapport à la valeur  
moyenne des 3 dernières années -3,6 %

#### Emissions CO<sub>2</sub> total

Emissions 2014 10 134 t CO<sub>2</sub>  
Différence par rapport  
à l'année précédente -9,4 %  
Différence par rapport à la valeur  
moyenne des 3 dernières années -7,6 %

### Energie et eau

#### Degré de couverture avec combustibles issus d'énergies renouvelables

2014: 40,4 %  
2013: 40,6 %  
Différence par rapport  
à l'année précédente -0,6 %

#### Consommation de biogaz

2014: 1 120 000 m<sup>3</sup>  
2013: 1 200 000 m<sup>3</sup>  
Différence par rapport  
à l'année précédente -6,5 %

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

2014: 910 000 l  
2013: 1 140 000 l  
Différence par rapport  
à l'année précédente -20,9 %

### Emballages

#### Consommation de verre pour emballages jetables

2014: 26 573 t  
2013: 26 100 t  
Différence par rapport  
à l'année précédente +1,8 %

#### Consommation d'aluminium pour emballages jetables

2014: 1972 t  
2013: 1966 t  
Différence par rapport  
à l'année précédente +1,6 %

#### Consommation de PET pour emballages jetables

2014: 1293 t  
2013: 1130 t  
Différence par rapport  
à l'année précédente +14,4 %

#### Gobelets réutilisables en circulation

2014: 1 332 100 pces  
2013: 935 000 pces  
Différence par rapport  
à l'année précédente +42,5 %

### Déchets

#### Part totale de recyclage

2014: 74,2 %  
2013: 73,3 %  
Différence par rapport  
à l'année précédente +1,2 %

#### Quantité de verre recyclé

2014: 765 t  
2013: 1097 t  
Différence par rapport  
à l'année précédente -32,3 %

#### Quantité de PET recyclé

2014: 382 t  
2013: 368 t  
Différence par rapport  
à l'année précédente +3,8 %



**FELDSCHLÖSSCHEN**

Part of the Carlsberg Group

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

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

Juillet 2015  
Période du rapport 2014



No. 01-15-731520 – [www.myclimate.org](http://www.myclimate.org)  
© myclimate – The Climate Protection Partnership

imprimé en  
suisse