

HEINEKEN

Nous prenons nos responsabilités

Rapport développement durable 2016 pour la Suisse



« Pour HEINEKEN Switzerland et ses marques régionales et internationales, le développement durable est une priorité majeure. Nous sommes conscients de nos responsabilités envers la société, l'environnement ainsi qu'envers nos collaborateurs et clients. Les nouvelles technologies apportent de nouvelles possibilités pour l'utilisation responsable des ressources. Dans un même temps, nous préservons consciemment la tradition de brassage locale de nos marques et entretenons nos partenariats de longue date – afin que l'ancien et le nouveau s'allient pour le meilleur. Nous restons toujours fidèles à notre slogan « Brewing a better world ». »

Erik Hamel, Managing Director HEINEKEN Switzerland

À propos d'HEINEKEN Switzerland

720

collaborateurs en Suisse

6

marques de bière brassées et mises en bouteilles

2

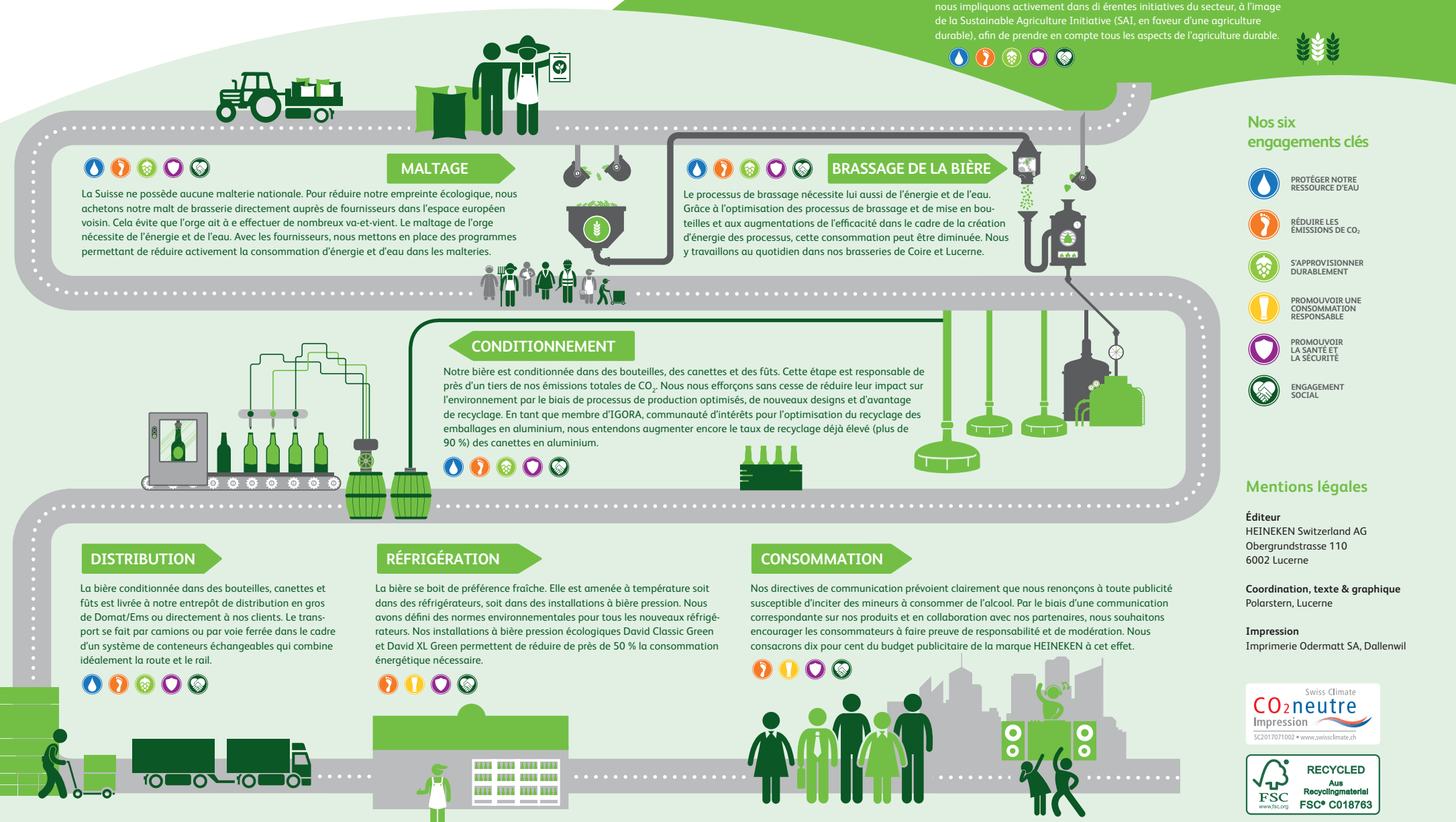
2 brasseries à Coire et à Lucerne

HEINEKEN Switzerland est l'une des entreprises leader sur le marché de la bière et des boissons en Suisse. Elle propose des bières de notoriété locale et internationale telles que Eichhof, Calanda, Haldengut, Ziegelhof, Ittinger et HEINEKEN, ainsi que la distribution de spécialités internationales telles que Sol, Desperados, Affligem, Sagres et Erdinger. Avec Strongbow, le cidre de pomme, HEINEKEN complète sa gamme de produits dans le domaine de l'apéro. La filiale Stardrinks fournit les établissements de restauration et les commerces de détail indépendants avec

une large offre de boissons. HEINEKEN Switzerland s'engage pour une activité économique durable et écologique. C'est pourquoi son programme durable « Brewing a better world » se concentre sur les six domaines principaux suivants: l'eau – le CO₂ – l'approvisionnement local – la consommation responsable – la santé et la sécurité – l'engagement social. HEINEKEN Switzerland est présente en Suisse depuis 1984, exploite deux brasseries à Coire et à Lucerne et emploie environ 720 collaborateurs. Son siège se situe à Lucerne sur le site de la brasserie Eichhof.

De la plante au verre

De l'agriculture au consommateur, notre approche en matière de développement durable couvre l'intégralité de la chaîne de valeurs. Elle revêt différentes formes, depuis les ressources naturelles vitales nécessaires à la fabrication de nos produits jusqu'aux capitaux financiers issus de la vente de nos produits. Dans le cadre de nos engagements, nous intégrons en permanence la dimension du développement durable.



Conscients de notre responsabilité sociale, nous nous engageons pour une activité économique durable. Dans le cadre de notre programme durable global « Brewing a Better World », nous nous concentrons sur six domaines principaux.

En 2016 ...

... nous avons utilisé **4,8 hl d' eau**, pour brasser 1 hl de bière. Cela constitue une réduction de **9 % par rapport à 2009*** et de **3 % par rapport à 2015**.



**Notre Rapport développement durable combiné a été lancé en 2009, après la fusion entre HEINEKEN et Eichhof.*



... nous avons investi **270'000 CHF**, pour soutenir les projets sociaux de nos villes majeures et avons ainsi contribué au maintien de la culture suisse et des coutumes de la région.



Nos collaborateurs ont remonté leurs manches pour nettoyer des places publiques à Lucerne. Nous sommes parvenus à une nette amélioration!



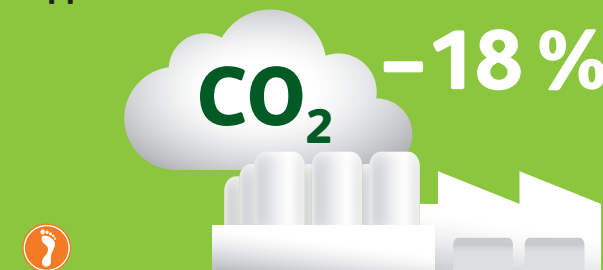
... nous avons utilisé **100 % d'énergie hydraulique suisse** pour la production de notre excellente bière en Suisse.



... nous avons commencé à appliquer le Supplier Code de manière de plus en plus systématique. Désormais, même les petits fournisseurs doivent y souscrire. Le nombre de signataires a ainsi augmenté de manière significative. Le nombre de fournisseurs ayant achevé avec succès les différentes étapes du processus des Supplier Codes est ainsi passé de **97 % (2015) à 88 % (2016)**. Ce code moderne garantit entre autres l'égalité des sexes et empêche le travail des enfants chez nos fournisseurs.



... nous avons émis l'équivalent de **4,7 kg CO₂**, pour le brassage d'un hectolitre de bière dans nos brasseries de Coire et Lucerne. **-18 % par rapport à 2009 et -6 % par rapport à 2015**.



... nous avons continué à soutenir Nez Rouge, car nous sommes convaincus que: « **When You Drive, Never Drink.** »



Nez Rouge a reconduit **2'287 personnes** chez elles durant la période de Noël 2016.



... la consommation d'énergie des brasseries s'élève à **112.9 MJ/hl**. Cela correspond à **1 % de moins que la consommation énergétique de 2015**.

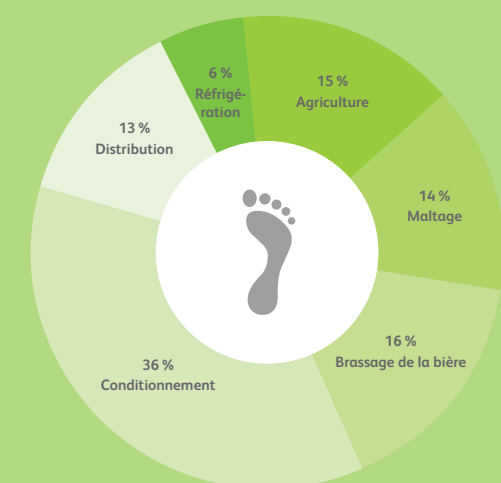


En 2017 ...

... nous continuerons à développer notre programme « **When You Drive, Never Drink** » en étendant à d'autres villes notre partenariat avec Nez Rouge.



L'empreinte écologique de nos bières



Base de données : total des émissions de CO₂ 45,5 kg CO₂-eq/hl, année de référence 2011

... nous avons investi

11 %

du budget médiatique de la bière Heineken afin d'encourager la **consommation responsable**.

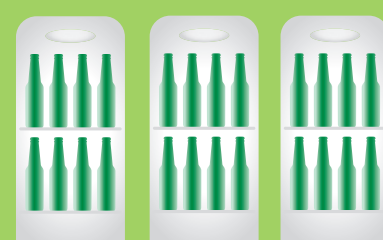


... nous avons continué à encourager nos collaborateurs à appliquer les règles de sécurité vitales. **Le taux d'accident a pu être réduit de**

16 % depuis 2009 (3,75 accidents pour 100 collaborateurs).



... les points d'accès de la marchandise au réseau ferroviaire ont été à nouveau modifiés; c'est pourquoi, pour des raisons économiques, certains transports ne sont plus effectués sur les rails. Certaines de nos bières d'importation sont très appréciées des consommateurs suisses, ce qui implique une augmentation des transports provenant des pays voisins. **Pour cette raison, la part de CO₂ des émissions par hectolitre se monte à 3,15 kg. Cela correspond à une augmentation d'émissions de CO₂ par hectolitre de bière de 19,5 % par rapport à 2015.**



... nous allons poursuivre notre campagne et remplacer les réfrigérateurs les plus anciens par des modèles **100 % conformes et écologiques**.



Nos six engagements clés

- Protéger notre ressource d'eau
- Réduire les émissions de CO₂
- S'approvisionner durablement
- Promouvoir une consommation responsable
- Promouvoir la santé et la sécurité
- Engagement social



Vous trouverez plus d'informations et une comparaison sur plusieurs années sous la section développement durable sur: www.heinekenswitzerland.com



Vous trouverez le rapport international complet sur: www.theheinekencompany.com/sustainability

Notre engagement

Personnalités et histoires relatives à HEINEKEN Switzerland



Consommation responsable & sécurité routière

Durant la période des fêtes, l'organisation Nez Rouge reconduit chez elles et dans leur propre véhicule, les personnes qui ne se sentent pas en état de conduire. Il s'agit d'un service de transport bénévole proposé par des conducteurs privés. En tant que fabricant de boissons alcoolisées, HEINEKEN Switzerland est consciente de sa responsabilité et encourage les clients à consommer les boissons alcoolisées de manière responsable. La marque Eichhof soutient depuis plusieurs années l'action de Nez Rouge Lucerne qui vise à réduire les accidents selon la devise « Savourer de manière responsable ». Ensemble, ils contribuent à une sécurité routière accrue pendant la période des fêtes. En 2016, près de 2300 personnes ont eu recours à ce service en Suisse centrale.



Les résidus du brassage deviennent des plats délicieux

Les drèches sont les résidus solides du malt issus de la fabrication de la bière. Au premier abord cela ne paraît pas particulièrement palpitant, et pourtant ... Chaque année, jusqu'à 3000 visiteurs font l'expérience des délicieuses spécialités qu'on peut créer grâce aux résidus issus de la production de bière. C'est ainsi que la brasserie Eichhof régale régulièrement ses visiteurs, lors de la fête de la bière et des visites guidées, de délicieux plats cuisinés avec les résidus issus du processus de brassage. Chaque année, nous faisons fabriquer, à partir de 200 kg de drêche, des baguettes et des petits pains à la drêche ainsi que des saucisses de porc agrémentés de bière blonde Eichhof. De plus nous employons également les résidus de levure pour une soupe bien particulière.



Déclaration nutritionnelle volontaire de nos bières

L'Association des brasseurs d'Europe a promis en 2015 de publier à l'avenir les valeurs nutritives et les ingrédients des bières pour les produits dont la teneur en alcool est supérieure à 1,2 % vol. En tant que membre, HEINEKEN a fait le choix de tenir cette promesse. Nous accomplissons ainsi un véritable travail de pionniers en Suisse. Avec la déclaration nutritionnelle sur nos bières, nous renforçons la communication franche et transparente avec nos clients. La déclaration des valeurs énergétiques encourage en outre une consommation responsable de nos produits, ce qui constitue la base d'un mode de vie sain.



Roger Harlacher président du Conseil de la fondation VIVES

« Grâce à HEINEKEN/Stardrinks, nous pouvons distribuer l'eau minérale VIVES dans toute la Suisse. Cette collaboration fructueuse et dynamique est fondée sur un grand professionnalisme, la passion, mais aussi la cordialité. HEINEKEN soutient le projet pour l'eau potable de VIVES avec des subventions supplémentaires. Nous en remercions chaleureusement HEINEKEN/Stardrinks. »

Enjoy Responsibly Day

Avec la journée annuelle « Enjoy Responsibly Day », HEINEKEN prend ses responsabilités et plaide de manière ludique pour une consommation modérée. Dans le monde entier, 65 marchés organisent des activités variées dans un but commun: inciter les jeunes comme leurs aînés à une consommation responsable. Pour ce faire, HEINEKEN Switzerland a été très active sur les réseaux sociaux d'Eichhof, Calanda, Heineken, Desperados et Strongbow, et a communiqué de manière individuelle, originale et imagée avec sa communauté. En 2016, la journée « Enjoy Responsibly Day » a de nouveau été un franc succès. #Consommationresponsable

Aide humanitaire avec le camion Calanda

Un tremblement de terre d'une rare intensité a frappé l'Italie centrale, faisant 200 morts. De jeunes Italiens engagés d'Olten n'ont pas hésité et ont lancé un projet humanitaire pour faire parvenir aux victimes des biens de première nécessité. Beaucoup de maisons ont été détruites et les familles doivent vivre sous tente. Les jeunes ont entre autres collecté du matériel de premier secours, des vêtements et des jouets donnés par des hôpitaux, des maisons de retraite et des particuliers. Markus Perren (responsable du dépôt chez Stardrinks) connaît les bénévoles, et ils lui ont demandé si HEINEKEN Switzerland aurait un véhicule adéquat pour la livraison en Italie. C'est ainsi qu'un camion Calanda est parti d'Olten le 12 septembre 2016 pour livrer les biens de première nécessité à la Croix-Rouge de Rome.



Soutien actif pour les boissons avec but caritatif

Bio, équitable et pour une bonne cause. Avec LemonAid et ChariTea, Stardrinks, le fournisseur de boissons appartenant à HEINEKEN soutient activement deux marques dont les matières premières proviennent de cultures biologiques et de petites coopératives certifiées. De plus, chaque bouteille achetée contribue à soutenir l'association à but non lucratif « LemonAid & ChariTea e. V. », qui reçoit ainsi chaque année plusieurs milliers de francs à des fins caritatives. De son côté, l'association soutient des projets sociaux dans les régions de production, bouclant ainsi la boucle. Chaque tasse de thé contribue à faire la différence.



Soutien d'un projet pour l'eau potable au Togo

Avec la vente de l'eau minérale VIVES, HEINEKEN Switzerland contribue directement à l'approvisionnement en eau potable dans des régions du monde défavorisées. En 2016, trois projets de puits ont pu être réalisés au Togo: grâce aux puits VIVES, plus de 3000 personnes ont désormais accès à de l'eau potable propre et à des conditions d'hygiène nettement supérieures. En 2017, six nouveaux puits VIVES verront le jour au Cambodge, soit un total de 19 puits dans cinq pays réalisés grâce aux dons VIVES. HEINEKEN a augmenté de moitié le montant du don à VIVES et soutient ainsi, en plus de la gestion logistique, également le financement des puits.



L'avenir a besoin d'un retour aux sources – Livraisons avec charrette et chevaux

La livraison en charrette a pour but principal la décelération du quotidien. Les gens s'identifient à la bière, à l'attelage, cela provoque un sentiment d'appartenance à la région. Fredi Hess, le cocher de l'attelage de la brasserie Eichhof, veut redonner aux habitants de Lucerne une sensation oubliée, les sensibiliser. Il veut leur rappeler comment tout cela a commencé, à l'époque, en 1834. De plus, un attelage de chevaux est très performant sur une courte distance et la joie et la sympathie que cela provoque chez les gens est incroyable. « En une seule journée, nous avons compté plus de 200 personnes qui nous ont pris en photo entre la brasserie et la vieille ville de Lucerne », commente Fredi Hess.

Postes de travail pour personnes souffrant d'un handicap mental

Les grandes entreprises ont une importante responsabilité sociale envers leurs collaborateurs, leurs clients, mais surtout envers la société. HEINEKEN Switzerland s'engage dans l'intégration sur le marché du travail des personnes souffrant d'un handicap mental. La Fondation Hosang'sche Plankis emploie, avec 95 postes à plein temps, plus de 140 collaborateurs en atelier protégé. Au centre de distribution Domat/Ems de HEINEKEN Switzerland, la fondation encadre les 10 à 15 personnes souffrant d'un handicap mental qui y travaillent en intermittence.

Un signe pour la lutte contre les déchets

2016, la brasserie Eichhof a, à l'occasion de la journée nationale « Clean-up-Day », aidé les nettoyeurs municipaux de Lucerne à collecter plus de 200 kg de déchets. La plupart de ces déchets consistaient en papier et mégots – ce qui était particulièrement laborieux à ramasser –, ainsi qu'en canettes, languettes de canettes et capsules de bouteilles. Plus de 30 collaborateurs de la brasserie Eichhof, dont plusieurs membres de la direction, ont participé à cette action et, munis de gants en caoutchouc et de gilets réfléchissants, ont non seulement aidé à nettoyer, mais ont également attiré l'attention sur le problème des déchets à la gare de Lucerne.

Houblon d'Ittingen – Matière première locale pour un produit local

La Chartreuse d'Ittingen était jusqu'en 1848 un monastère de l'ordre des Chartreux. Le centre culturel et de séminaires transmet encore aujourd'hui et d'une manière unique en son genre les valeurs monastiques telles que la culture, la spiritualité, l'éducation, la sollicitude, l'hospitalité et l'autosuffisance. La fondation de la Chartreuse d'Ittingen repose sur la philosophie monastique, qui prône sérénité, préservation de la culture et qualité exemplaire. Dans son jardin du houblon est semé et cultivé avec soin le houblon aromatique Hallertauer Tradition, récolté à la fin de l'été et qui est une vraie perle pour la bière suisse premium Ittinger. Il est évident qu'il y aurait beaucoup trop peu de cette bière si prisée, si l'on n'avait pas rajouté au jardin du monastère un champ situé dans la plaine idyllique de la Thur, qui s'étend sur plus de deux hectares.



Économie d'eau et d'énergie grâce à un processus de construction moderne

HEINEKEN Switzerland cherche sans cesse à optimiser ses processus et à moderniser ses installations afin de faire des économies d'eau et d'énergie. C'est pourquoi nous avons, en 2016, examiné le système de refroidissement de l'eau de nos brasseries de Coire et les avons équipées d'un système de régulation optimisé. La consommation d'eau de ces installations a ainsi pu être réduite de plus de 66 %. En 2015, l'installation de nettoyage des bouteilles de Coire a été remplacée et a continué d'être optimisée en 2016, ce qui nous a permis de réduire de 60 % la consommation d'eau nécessaire au nettoyage des bouteilles. Grâce à d'autres optimisations de l'installation de nettoyage nous avons été en mesure de réduire notre consommation d'énergie de 48 %.



Othmar Arnold, Modérateur/consultant pour l'Agence l'Énergie pour l'Économie (AEnEC)

« HEINEKEN Switzerland s'engage depuis de nombreuses années pour l'amélioration de l'efficacité énergétique et a, grâce à diverses mesures, pu réduire sa consommation d'énergie de manière impressionnante. »

Optimisé pour la rentabilité et la protection de l'environnement

En 2016, HEINEKEN Switzerland a mis en œuvre le logiciel de planification des tournées LEO et amélioré la livraison des clients. Le logiciel LEO (Logistic Execution Optimizer) ajuste les trajets en permanence afin de réduire le nombre de kilomètres à parcourir et d'optimiser l'utilisation des véhicules de livraison. L'utilisation de ce logiciel en combinaison avec le réseau de distribution dense du service de distribution de HEINEKEN Stardrinks rend les livraisons encore plus écologiques tout en augmentant la rentabilité. Une réduction de 15 % des kilomètres parcourus est attendue. Les distances courtes économisent le carburant, réduisant ainsi les émissions de CO₂ – un bon exemple de la manière dont l'optimisation de la rentabilité peut être combinée avec la protection de l'environnement.



Robert Küng, conseiller d'État, département des travaux publics, de l'environnement et de l'économie du canton de Lucerne

« En 2009, HEINEKEN Switzerland a déplacé son siège à Lucerne. Avec ses 720 postes dans toute la Suisse, dont 300 dans la région, l'entreprise ne constitue pas seulement un facteur économique important pour le canton de Lucerne, mais est également, de par son engagement dans le bénévolat et le sponsoring, un atout social. En exploitant l'ancienne brasserie Eichhof, HEINEKEN contribue à la préservation de la tradition brassicole locale. Dans le cadre de son programme de développement durable, Eichhof optimise continuellement sa consommation d'énergie et d'eau de la région du Pilate, ce qui nous fait vraiment chaud au cœur. »

