

Chers amis de la bière,

Nous sommes heureux que vous preniez le temps de lire notre message en bouteille. HEINEKEN Switzerland est d'avis que la durabilité et les affaires vont de pair. Nous souhaitons vous informer de notre initiative « Brewing a Better World ».

## Une consommation d'électricité nettement réduite grâce aux LED

Nous avons installé des lampes LED sur deux lignes de production de la brasserie Calanda à Coire et avons ainsi pu faire une économie d'électricité d'éclairage d'environ 70 % dans la mise en fût et la ligne du verre consigné.

Durant les cinq dernières années, 75 % des ampoules de Coire ont été remplacées par des LED et notre objectif est d'équiper aussi rapidement que possible les locaux restants de cette technologie respectueuse de l'environnement. « La nouvelle lumière est fantastique. C'est beaucoup plus lumineux et plus agréable pour nous, collaborateurs de la production », déclare Antonio Doria, chef d'équipe du centre d'embouteillage.



## When you drive, never drink : notre engagement pour des routes sûres

HEINEKEN Switzerland s'engage depuis plusieurs années pour une consommation d'alcool responsable et soutient les mesures de prévention des accidents de Nez Rouge. Durant les fêtes de 2017, nous nous sommes engagés dans plusieurs régions pour une sécurité accrue sur les routes. Les automobilistes qui ne se sentent plus en état de conduire peuvent faire appel à Nez Rouge pour se faire reconduire chez eux dans leur propre voiture. Nos membres du management ont également fait partie des chauffeurs bénévoles. Rien qu'en Suisse centrale, les chauffeurs Nez Rouge ont effectué 1526 courses, soit 9 % de plus que l'année précédente, et ont reconduit 3400 personnes chez elles en toute sécurité.



## Emplois pour personnes handicapées

Nous nous impliquons dans l'intégration des personnes handicapées sur le marché du travail. En 2017, 3 personnes handicapées de la fondation Brändi ont travaillé à temps plein dans le tri du vide à Lucerne et entre 6 et 12 personnes de la fondation « Hosang'sche Stiftung Plankis » étaient employées dans le centre de distribution Domat/Ems. Il y avait également trois personnes de la Croix-Rouge Suisse.



Ce ne sont que quelques exemples. Vous trouverez au verso d'autres informations concernant notre initiative « Brewing a Better World ». Merci pour votre intérêt et votre soutien.

Erik Hamel,  
Managing Director HEINEKEN Switzerland

# Notre engagement global

La durabilité est depuis longtemps une priorité pour HEINEKEN. Avec « Brewing a Better World », nous nous engageons pour une production respectueuse des ressources allant des champs d'orge à la vente de la bière. Cet objectif crée un lien entre toutes nos marques, nous respectons les hommes, notre planète et le bien-être de chacun.

Nous nous focalisons sur les six domaines sur lesquels nous avons le plus d'influence et contribuons ainsi à l'accomplissement des objectifs de l'ONU pour 2030 relatifs au développement durable. Nous sommes sur la bonne voie pour parvenir à mettre en œuvre le programme « Brewing a Better World » d'ici 2020 ; mais dans certains domaines il y a encore beaucoup à faire.

-  PROTÉGER LA RESSOURCE « EAU »
-  RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ CO<sub>2</sub>
-  S'APPROVISIONNER DE MANIÈRE DURABLE
-  INCITER À UNE CONSOMMATION RESPONSABLE
-  PROMOUVOIR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ
-  S'ENGAGER SOCIALEMENT

## HEINEKEN Switzerland – Notre contribution à l'initiative « Brewing a Better World »

### En 2017,

 nous avons poursuivi notre partenariat avec Nez Rouge à Lucerne et nous sommes étendus à Zoug et aux Grisons.



### 2 % en moins

Nous avons utilisé 4,7 hl d'eau pour brasser 1 hl de bière. Ce sont 2 % de moins qu'en 2016 et 11 % de moins qu'en 2009.



Nous avons produit **l'équivalent de 4,7 kg de CO<sub>2</sub>** pour brasser 1 hectolitre de bière dans nos brasseries de Coire et Lucerne : la même quantité que l'année passée et 17 % de moins qu'en 2009.



Nous avons utilisé **100%** d'énergie hydraulique suisse certifiée pour la production de notre excellente bière.



**279**

réfrigérateurs ont été remplacés par des modèles 100 % écologiques.



**98%**

de nos fournisseurs remplissent les conditions de notre code des fournisseurs, ce sont 10 % de plus que l'année passée



**14%**

du budget médiatique Heineken® a été investi dans la promotion d'une consommation responsable.



**130 heures**

de formation sur la sécurité basée sur le comportement pour notre équipe du management. Le personnel a bénéficié de plus de 400 heures de formation à la sécurité.



**300 000 CHF**

investis dans des projets sociaux visant au maintien de la culture et des coutumes suisses.

### En 2018,

 nous continuons de proposer des cours en « Behavioural Based Safety » (BBS) pour le management. Ce faisant, nous misons sur le renforcement positif et optons pour la télématique sur notre flotte afin de promouvoir une conduite sécuritaire.

 nous ferons des efforts pour réduire encore davantage notre consommation d'eau.