Rapport sur le développement durable 2016

Une responsabilité qui engage aujourd'hui comme demain

FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

Sommaire

04 Notre entreprise

05 Sélection de temps forts

06 Avant-propos de Thomas Amstutz, CEO Feldschlösschen

07 Avant-propos de Cees ’t Hart, CEO du groupe Carlsberg

08 Notre stratégie de développement durable

10 Chaîne de valeur ajoutée

11 Matières premières et environnement

19 Plaisir et responsabilité

23 Engagement social

30 Bilan couronné de succès

Présents aux quatre coins de la Suisse

1300
collaborateurs répartis à travers la Suisse

2000
bouteilles remplies par minute

Leaders sur le marché de
1898
à aujourd'hui

50
brasseurs et maîtres-brasseurs, qui brassent plus de 40 sortes de bières

60 %
des marchandises destinées aux grands comptes et dépôts sont transportées par voie ferroviaire

Sélection de temps forts

NOTRE ENGAGEMENT

Découvrez ce que nous avons accompli en 2015 et grâce à quels projets nous visons un **avenir durable.**

ENERGIE ET ENVIRONNEMENT

Nous nous chauffons en **biogaz neutre en CO_2,** ce qui nous permet d'économiser 941 000 litres de mazout environ.

Nous utilisons des **énergies renouvelables** pour couvrir **51,6 %** de nos besoins en combustible à Rheinfelden.

INNOVATION DURABLE

30 000

kilomètres de transport ont pu être économisés grâce à **l'appli MyBeer.**

SANTÉ ET SÉCURITÉ

Par rapport à l'an dernier, nous avons pu **réduire de 30 %** le nombre de jours d'absence de nos collaborateurs dus à un accident du travail.

TRANSPORT

122 camions sillonnent les routes équipés de systèmes télématiques. Grâce au **système Eco-Drive,** nous avons pu économiser **209 t de CO_2.**

RECYCLAGE

84 Mio.

de bouteilles réutilisables ont été remplies en 2015.

LE GROUPE CARLSBERG

Dans le cadre de sa première campagne de financement participatif, le groupe Carlsberg a reçu **162 propositions provenant de 35 pays** pour produire de la bière de manière plus durable.

Avant-propos CEO Feldschlösschen

Le 8 février 1876, nos pères fondateurs, Theophil Roniger et Mathias Wüthrich, brassaient la première bière Feldschlösschen. Aujourd'hui, c'est avec fierté que nous trinquons à leur santé et célébrons 140 ans de tradition et d'innovation. Encore aujourd'hui, l'esprit d'avant-garde de Theophil Roniger et Mathias Wüthrich nous pousse vers l'avant.

En tant que brasserie et distributeur de boissons n°1 en Suisse, nous ne cessons de chercher de nouvelles solutions durables. Pour ce faire, nous investissons dans des projets à l'échelle régionale et nationale visant à préserver les ressources, à renforcer l'économie suisseet à promouvoir l'engagement social.

Ingrédients de haute qualité, collaborateurs compétents, processus efficaces et partenariats constructifs: autant de facteurs qui sont à l'origine d'un produit d'excellence. Pour y parvenir, nous prônons une culture d'entreprise globale, qui va même au-delà des frontières: en effet, le réseau du groupe Carlsberg offre de nombreuses possibilités d'échanges, toutes de qualité.

Avec ce rapport, nous souhaitons présenter notre engagement en toute transparence.

Je vous souhaite une agréable lecture.

Thomas Amstutz,
CEO Feldschlösschen

Dites-nous ce que vous pensez de notre engagement en faveur du développement durable à l'adresse suivante: uko@fgg.ch

Nos thèmes phares

Matières premières et environnement

Nous souhaitons réduire notre impact sur l'environnement et visons une gestion durable et responsable des matières premières. Nous posons les jalons d'un avenir écologique.

Plaisir et responsabilité

Nous nous engageons en faveur d'une consommation responsable des boissons alcoolisées et de la protection des mineurs. Nous respectons le code de conduite élaboré en collaboration avec l'Association suisse des brasseries et les directives du groupe Carlsberg.

Engagement social

Nous avons pour objectif de protéger et de promouvoir nos collaborateurs. Notre engagement profite à notre équipe, à nos partenaires, ainsi qu'à la société.

Avant-propos CEO du groupe Carlsberg

En 2015, nous avons continué sur notre lancée dans le domaine du développement durable. Pour ce faire, nous nous sommes concentrés sur les matières premières et l'environnement, le plaisir responsable en matière de boissons alcoolisées ainsi que sur la société.

Il y a 140 ans, lorsque J.C. Jacobsen créa la fondation Carlsberg, il tenait à faire partager son succès et à contribuer au bien-être de la société. Nos efforts en matière de développement durable en sont l'exemple le plus frappant. Dès ma prise de fonctions en tant que CEO du groupe Carlsberg, j'ai pu constater l'avancement des filiales dans ce domaine, ce qui consolide nos valeurs fondatrices tout en constituant une réelle motivation.

Pour relever les défis mondiaux en termes de développement durable et de protection de l'environnement, il est capital de réunir nos forces. Je suis donc particulièrement ravi que la Conférence des Nations Unies sur le changement climatique, qui s'est tenue à Paris l'an dernier, ait permis de parvenir à un accord sur le climat. Le groupe Carlsberg soutient cette décision et poursuit son engagement en faveur du développement durable.

Cees 't Hart,
CEO du groupe Carlsberg

Notre stratégie de développement durable

Faire notre possible pour jouer un rôle actif dans un monde écologique et durable est au cœur de la stratégie de Feldschlösschen et du groupe Carlsberg.

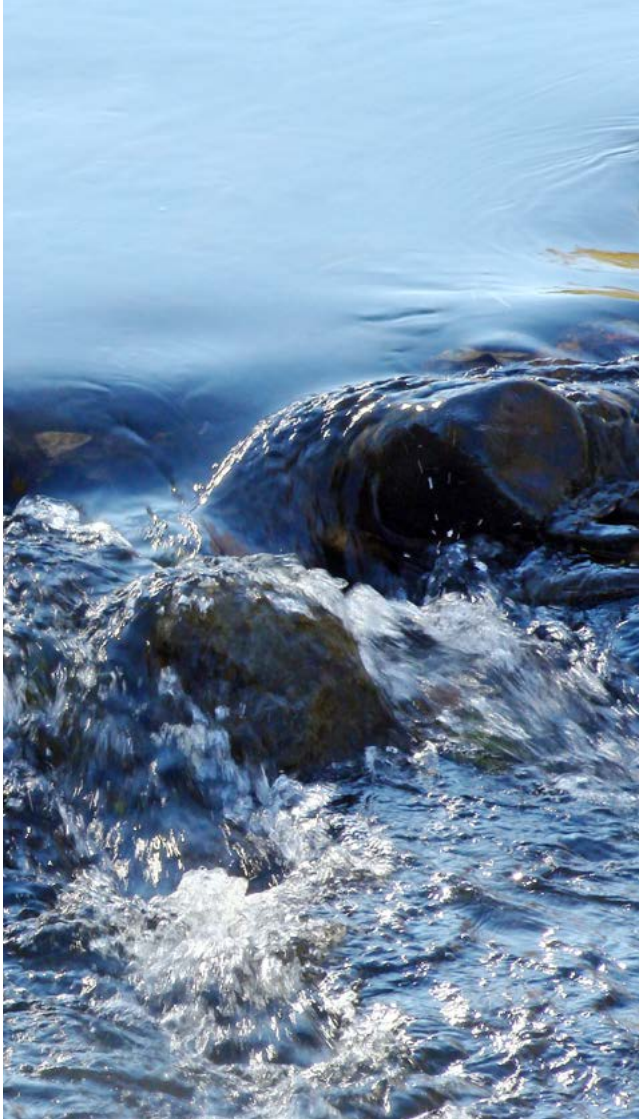
Ainsi, nous nous associons au groupe Carlsberg pour observer et analyser notre impact sur l'environnement et la société et en tirons des conclusions nous permettant d'identifier nos potentiels et de minimiser les risques afin de créer une valeur ajoutée pour Feldschlösschen Boissons SA ainsi que pour ses groupes d'intérêts.

Mise en application du développement durable
L'engagement en faveur du développement durable n'a de sens que s'il est synonyme d'action. A travers nos activités, nous souhaitons avoir un impact plus positif et réduire autant que faire se peut les répercussions négatives. A cette fin, nous nous sommes fixés des objectifs dans les domaines Matières premières et environnement, le plaisir responsable en matière de boissons alcoolisées ainsi que la société. A travers ces

thèmes, nous souhaitons créer de la valeur ajoutée et démontrer qu'il est possible de contribuer au succès d'une entreprise en agissant de manière durable.

Contexte mondial
Eau, céréales, houblon: dans notre secteur d'activités en particulier, la qualité des matières premières est clé. Ces dernières ont en effet besoin d'un écosystème sain. Nous nous engageons en faveur de la gestion durable et de la protection de l'environnement – car nous sommes aussi concernés, de manière directe ou indirecte, par les influences environnementales mondiales telles que le changement climatique, la pénurie d'eau, la croissance démographique, l'urbanisation ou encore le manque de ressources.

Thèmes phares
Notre stratégie de développement durable est axée autour de thèmes phares directement tirés de notre expérience et de nos analyses, notamment de nos processus d'évaluation concernant l'impact de notre action et sa signification pour les groupes d'intérêts et la société. A cela s'ajoutent les efforts du groupe Carlsberg, qui s'inscrivent dans l'initiative de reporting international (Global Reporting Initiative, GRI) et dans le cadre de normes internationales telles que les objectifs de développement durable ou le Pacte mondial des Nations Unies, ainsi qu'une étude de réputation réalisée chaque année et qui nous délivre des informations indispensables sur les besoins de nos collaborateurs, consommateurs et clients.



Le développement durable au cœur de la chaîne de valeur ajoutée

Ressources et environnement
Nous utilisons nos ressources de manière responsable et nous nous engageons en faveur d'une gestion durable. Ainsi, nous ne cessons de développer de nouvelles solutions et d'utiliser des techniques avancées visant à optimiser nos produits et processus.

Approvisionnement
Dans le cadre de notre collaboration avec nos fournisseurs, nous veillons à ce que les normes de développement durable du groupe Carlsberg soient respectées. De même, nous soutenons l'économie suisse en utilisant par exemple 50 % du houblon produit dans le pays.

Brassage et mise en bouteille
Lors de la fabrication de nos bières, nous réduisons constamment la consommation en eau et en énergie. Par exemple, les rejets thermiques découlant du processus de brassage sont utilisés pour approvisionner les foyers de la région en eau chaude destinée au chauffage et aux sanitaires. En outre, nous ne cessons d'augmenter la durabilité de nos produits en optimisant nos processus et en développant nos techniques.

Transport
Nous faisons notre possible pour atteindre nos objectifs de manière encore plus efficace. Ainsi, nous aimerions éviter les trajets superflus afin de réduire nos émissions. Nos chauffeurs disposent donc d'un système Eco-Drive et nos bières peuvent être commandées de manière intelligente et durable via une appli destinée aux restaurateurs.

Marketing et communication
En tant que brasserie leader, nous nous engageons en faveur du plaisir et de la consommation responsables des boissons alcoolisées. Notre approche en termes de publicité et de communication respecte donc le code de conduite de l'Association suisse des brasseries ainsi que les différentes législations.

Consommateurs, clients et société
Le succès ne vient pas sans contrepartie: il dépend de l'engagement de nos collaborateurs, partenaires et clients, collaboration qui constitue la base de notre culture d'entreprise et garantit la diversité de notre offre de bières et le plaisir qu'elle procure depuis 140 ans.

Matières premières et environnement

NOTRE OBJECTIF

- Utiliser les ressources de manière efficace et durable

NOTRE APPROCHE

- Optimiser la production en réduisant notre impact environnemental

Notre exigence
Gérer les ressources de manière durable

Notre promesse

Réduire notre impact environnemental et optimiser notre consommation des ressources au sein de toutes nos procédures, afin d'apporter une contribution précieuse et significative à un avenir durable.

L'écologie, la rentabilité et le site de production sont décisifs pour garantir nos ressources. Pondérer ces facteurs de manière responsable contribue non seulement à notre succès, mais aussi à celui de chacun de nos partenaires et clients. Aujourd'hui, les ressources se raréfient – c'est la raison pour laquelle nous aimerions limiter la consommation de matériel et d'énergie, utiliser les matières premières disponibles de manière optimale et éviter autant que possible les déchets et les recycler.

Partenariats étroits

Notre stratégie de développement durable tient compte des défis mondiaux. En effet, les répercussions mondiales ont un impact fondamental sur notre chaîne de valeur ajoutée.

C'est la raison pour laquelle nous optimisons nos processus complexes et exhaustifs en étroite collaboration avec nos fournisseurs et partenaires. Cette action commune passe par l'échange de nos expériences, qui nous permet d'agir plus efficacement. C'est en formant une équipe que l'on peut contribuer avec force et efficacité à l'amélioration constante du développement durable.

Objectifs et mesures pour 2016

- **Réduction de 3 % de la consommation d'énergie dédiée à la chaleur et à l'électricité utilisées pour la production**
- **Réduction de 5 % des émissions de CO_2 grâce à la consommation de combustibles fossiles**
- **Réduction de 3 % de la consommation d'eau destinée à la production**
- **Augmentation de 45 % de l'énergie renouvelable dédiée aux besoins thermiques de la production**

Nos accomplissements

17,5 %
d'émissions de CO_2 ont pu être réduites ces 3 dernières années.

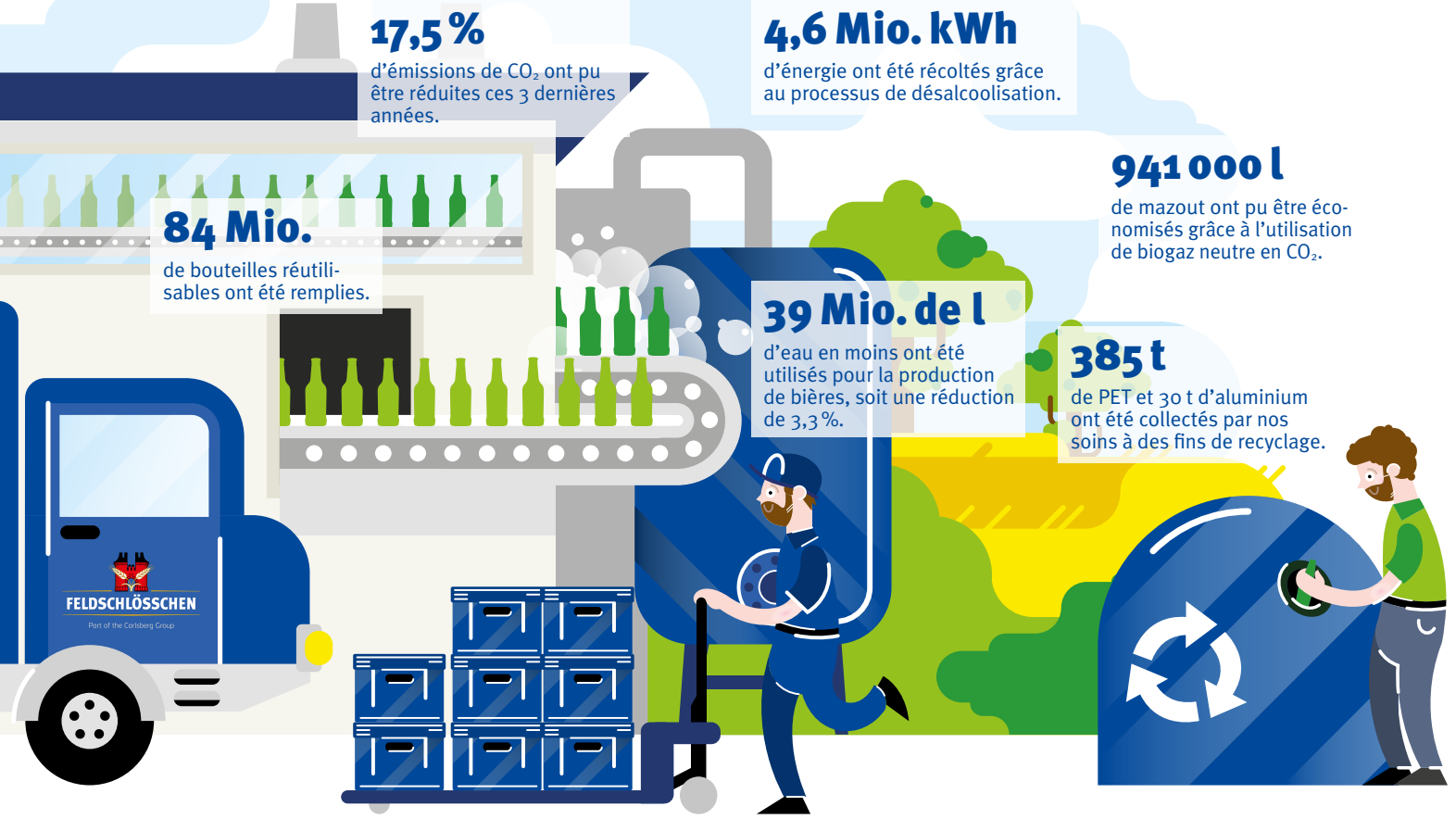
4,6 Mio. kWh
d'énergie ont été récoltés grâce au processus de désalcoolisation.

941 000 l
de mazout ont pu être économisés grâce à l'utilisation de biogaz neutre en CO_2.

84 Mio.
de bouteilles réutilisables ont été remplies.

39 Mio. de l
d'eau en moins ont été utilisés pour la production de bières, soit une réduction de 3,3 %.

385 t
de PET et 30 t d'aluminium ont été collectés par nos soins à des fins de recyclage.



UN SUCCÈS 100% HELVÉTIQUE

Projet d'énergie solaire à Givisiez

Encore plus d'énergie solaire: en 2015, la centrale solaire photovoltaïque du site logistique de Givisiez, près de Fribourg, a été mise en service.

Dans un premier temps, 1750 modules solaires ont été installés sur 2860 m². Ceux-ci avaient déjà produit 466 000 kWh d'énergie solaire dès la fin septembre 2015. Dans un second temps, 1170 modules solaires ont été ajoutés. «Au total, environ 800 000 kWh d'énergie solaire ont été produits sur notre toit, soit suffisamment d'énergie pour approvisionner environ 200 foyers en électricité verte», explique Thomas Janssen, responsable Technique et environnement chez Feldschlösschen.

Les installations solaires situées sur les toits des bâtiments destinés à la mise en bouteille ainsi que sur le silo à malt de Rheinfelden et du site logistique de Satigny produisent également de l'énergie solaire. L'installation de Givisiez produit à elle seule 3,15 millions de kWh environ, soit 15% des besoins totaux en électricité de l'entreprise. En 2016, 4% de la consommation d'énergie seront produits sous la forme d'énergie renouvelable sur les toits de l'entreprise, ce qui permettra d'économiser 1850 t de CO_2 chaque année.

Nous promouvons également les énergies renouvelables en matière de chaleur: à Rheinfelden, la chaleur rejetée lors des processus de brassage est utilisée pour combler les besoins en chauffage et en eau chaude sanitaire de 400 foyers.

1850 t

d'économies en CO_2

Machine d'étirage-soufflage pour PET

Sur notre site de production de Rhäzüns, nous avons investi dans une nouvelle machine d'étirage-soufflage permettant d'économiser du matériel et de l'énergie lors de la fabrication des bouteilles PET destinées à nos eaux minérales et à nos sodas.

Pendant que la machine étire et souffle les formes PET, 30 000 bouteilles à col court peuvent être produites par heure. La réduction de la durée de finition du col de la bouteille garantit ainsi une fabrication plus efficace et plus durable.

Outre les 20% d'énergie économisés environ, la machine offre également une plus grande flexibilité: la performance est optimisée et la conversion de nouvelles bouteilles dure une heure de moins.

UN SUCCÈS 100% HELVÉTIQUE

Plein phare sur l'appli MyBeer

320 de nos principaux clients dans le secteur de la restauration utilisent déjà la commande intelligente de bières. A l'aide de capteurs situés dans les réservoirs, il est possible de mesurer le taux de remplissage, la pression et la température et de visualiser les données en temps réel via l'appli pour smartphones et tablettes. La commande est alors déclenchée automatiquement dès que la bière vient à manquer et l'appli signale une chute de pression ou des baisses de température. Pour les restaurateurs, plus besoin de contrôler quotidiennement le réservoir de bière, finies les commandes par erreur, ce qui permet d'éviter des milliers de kilomètres de transport. Une telle efficacité ne peut être que récompensée: l'appli s'est imposée dans la catégorie Mobilité du M2M Challenge de Swisscom.

30 000

kilomètres de transport économisés par an

9110 l

de carburant consommés en moins

24 t

d'émissions de CO_2 en moins

THE GREEN FIBER BOTTLE

«Nous sommes vraiment ravis de développer, en collaboration avec Carlsberg, une bouteille associant développement durable et esthétisme. Les trois prochaines années constitueront un défi de taille, mais qui n'en reste pas moins passionnant. Nous avons hâte de lancer la bouteille sur la marché!» Martin Pedersen, CEO, EcoXpac

L'emballage de nos produits est capital et garantit un transport sûr et pratique. Il est également à l'origine de la plupart de nos émissions de CO_2. Notre objectif est donc d'optimiser l'utilisation de matières premières pour atteindre le meilleur équilibre possible entre l'intégrité, la fonctionnalité des produits et le développement durable.

Notre cœur d'activité étant la production de bières et de boissons sans alcool et non la production d'emballages, nous faisons appel à des tiers pour nous aider à atteindre nos objectifs.

En 2015, le groupe Carlsberg a lancé, dans le cadre de la Carlsberg Circular Community (CCC)* un projet en collaboration avec le fabricant d'emballages danois EcoXpac consistant à fabriquer une bouteille de bière en fibres de bois produites de manière durable.

La Green Fiber Bottle est une avancée révolutionnaire dans le domaine des innovations écologiques. Les fibres nécessaires à ce processus proviennent des arbres, ce qui permet de garantir sa durabilité: pour chaque plante arrachée, une nouvelle est semée (au minimum). Même si la bouteille peut être décomposée en plusieurs composants non polluants lors d'une élimination incontrôlée, l'objectif est de développer parallèlement un systèmecomparable à celui des points de collecte actuels et du recyclage du verre ainsi que des bouteilles et canettes PET.

De plus, grâce à l'utilisation de nouvelles technologies pour sécher les fibres de bois, la fabrication de la Green Fiber Bottle consomme moins d'énergie que la production d'emballages traditionnels, et permet ainsi de réduire la dépendance aux combustibles fossiles.

Ce projet commun illustre l'importance de la collaboration à nos yeux et souligne l'importance d'une économie de recyclage basée sur le développement durable. L'intégration de ce projet dans le cadre de notre plan de développement sur trois ans permettra de créer un emballage exceptionnel pour nos produits et de franchir une étape supplémentaire sur la voie de l'économie de recyclage «zéro déchet».

Carlsberg Group

***Grâce à la Carlsberg Circular Community (CCC), l'application du principe Cradle-to-Cradle® (C2C®) dans le développement de nouveaux produits devrait permettre d'atteindre une économie de recyclage «zéro déchet».**

Plaisir et responsabilité

NOTRE OBJECTIF

- Promouvoir un plaisir responsable

NOTRE APPROCHE

- Nous engager en faveur de la protection des mineurs et la commercialisation/promotion responsable de nos produits
- Offre sans alcool

Notre exigence
Promouvoir un plaisir responsable

Notre promesse

En tant que brasserie leader, nous nous engageons en faveur du plaisir et de la consommation responsables des boissons alcoolisées.

Nous sommes tout à fait conscients des effets de la consommation excessive d'alcool et promouvons donc une consommation responsable des boissons alcoolisées. La protection des mineurs et la mobilité sont au cœur de notre approche, c'est pourquoi nous proposons une large gamme de boissons sans alcool.

Partenariats étroits

En collaboration avec nos partenaires du secteur de la restauration, nous prenons des mesures visant à réduire la consommation excessive d'alcool.

Pour sensibiliser efficacement les consommateurs, il est essentiel d'impliquer toutes les parties prenantes: vendeurs, restaurateurs, enseignants et parents, célébrités pouvant faire office de modèles, politiciens et enfin les consommateurs eux-mêmes. Une règlementation efficace passe par l'implémentation de mesures concrètes et ciblées.

Objectifs et mesures d'ici 2017

- **Campagne d'information sur le thème de la consommation responsable de boissons alcoolisées**
- **Emballages primaires incitant à une consommation responsable des boissons alcoolisées**
- **80% des emballages comportent des informations sur les ingrédients et les valeurs nutritionnelles correspondantes**
- **A travers ses campagnes portant sur le plaisir responsable, le groupe Carlsberg touche chaque année 20 millions de consommateurs**

Engagement en faveur de la consommation responsable d'alcool

En tant que producteur de boissons alcoolisées, nous prenons nos responsabilités et nous engageons en faveur d'une consommation placée sous le signe de la modération. La bière a toujours été et reste une boisson à caractère social dans notre société – elle est présente lors des évènements sportifs et culturels, des réunions familiales ou encore lors de barbecues entre amis. Elle a la capacité de rapprocher les gens et peut, si elle est consommée de manière responsable, favoriser la convivialité.

Nous savons aussi quelles sont les conséquences négatives d'une consommation irresponsable d'alcool. Au sein du secteur et au-delà, nous avons établi des règlementations ainsi que des activités visant à réduire la consommation excessive d'alcool. Pour ce faire, nous pouvons nous adresser directement aux consommateurs et les sensibiliser à une consommation responsable de boissons alcoolisées.

Selon les récents sondages (source: Addiction Suisse), la consommation d'alcool chez les jeunes est en forte diminution. Même si cela est difficile à prouver, on peut supposer que les efforts du secteur consistant à promouvoir une consommation responsable d'alcool et le respect rigoureux de l'âge minimum lors de la vente n'y sont pas étrangers.

Nous souhaitons poursuivre nos efforts dans cette voie et nous prononçons plus que jamais en faveur d'une consommation modérée des boissons alcoolisées.

Nous respectons ces règles

CODE DE CONDUITE

En partenariat avec les membres de l'Association suisse des brasseries, nous avons établi un **code de conduite, appliqué rigoureusement** par Feldschlösschen et complété par les règlementations et dispositions du groupe Carlsberg.

CODE DE CONDUITE

Ce code veille notamment à ce que **les publicités pour les bières alcoolisées s'adressent exclusivement aux adultes.** Pour que les mineurs ne se sentent pas concernés, Feldschlösschen n'engage pour ses publicités que des mannequins de 25 ans et plus (et qui font leur âge).

PUBLICITÉ ET COMMUNICATION

Dans nos publicités, **nous n'engageons aucune personnalité** pouvant avoir quelque influence que ce soit sur les mineurs ou être considérée comme un modèle à suivre.

MOBILITÉ

Dans les publicités de Feldschlösschen, le plaisir lié à la consommation de boissons alcoolisées **n'est jamais associé à la conduite d'un véhicule.**

GAMME NON ALCOOLISÉE

Feldschlösschen dispose d'une large gamme attractive de **boissons non-alcoolisées** et s'engage à ce qu'au moins une bière sans alcool soit proposée par manifestation.

CONSUMATION MODÉRÉE

Nos publicités **ne font** aucune allusion **à une consommation excessive** de boissons alcoolisées.

Engagement social

NOTRE OBJECTIF

- Encourager nos collaborateurs et nous engager en faveur d'une offre diversifiée de bières

NOTRE APPROCHE

- Projets dans le domaine de la sécurité au travail et de la santé
- Culture d'entreprise globale et sociale renforcée
- Préservation et développement des partenariats

Notre exigence
S’engager pour nos collaborateurs et la société

Notre promesse

Nous protégeons et soutenons nos collaborateurs et contribuons de manière positive à la société grâce à différentes mesures.

Les règlementations et normes, constamment analysées et optimisées, constituent la base d’une collaboration claire et transparente. Il est très important pour nous d’instaurer une atmosphère sociale où nos collaborateurs, clients et partenaires se sentent les bienvenus.

Partenariats étroits

Nous comptons sur l’échange et les partenariats pour relever les défis de l’avenir.

Ainsi, nous travaillons en étroite collaboration avec des partenaires régionaux et nationaux et promouvons la Suisse comme lieu de production. Le réseau du groupe Carlsberg nous permet d’ailleurs d’échanger avec nos partenaires internationaux.

Objectifs et mesures pour 2016

- **Promotion de la sécurité et de la santé sur le lieu de travail grâce à des mesures de prévention ciblées**
- **Soutien des Clean-Up-Days annuels.**
- **Partenariat continu avec le MBF**
- **Soutien de manifestations locales, régionales et nationales dans les domaines de la musique, de la culture et du sport**

Nos actions pour nos employés et pour la société

Employeur d'excellence
La santé et la sécurité de nos collaborateurs nous tiennent à cœur. Grâce à notre gestion de la santé en entreprise, nous créons des conditions-cadre stables pour instaurer un environnement de travail sain.

C'est ce qui nous a également permis de recevoir cette année le label «Friendly Work Space». A l'échelle nationale, nous sommes l'une des 61 entreprises à remplir les hautes exigences se rapportant aux conditions de travail exemplaires et les critères de qualité rigoureux de gestion de la santé sur le lieu de travail.

Sécurité
La déclaration du groupe Carlsberg pose un jalon important en faveur de la sécurité au travail et du droit à la santé pour les collaborateurs. Pour réussir à mettre en application la vision «zéro accident», nous avons mis en place des formations régulières de nos collaborateurs au sujet des dangers et de la bonne manipulation des outils de travail ainsi que des améliorations techniques constantes.

Le contrôle régulier des processus de travail permet d'optimiser en continu la sécurité sur le lieu de travail.

Formation initiale et continue
En tant qu'employeur, nous investissons dans l'avenir et promouvons le développement professionnel de nos collaborateurs. Envie de devenir technologue en denrées alimentaires spécialisation bière, commercial, logisticien, laborantin en chimie, conducteur d'installation, monteur électricien ou automaticien? Nos apprentis peuvent choisir une formation parmi 8 métiers au profil technique ou commercial. Au sein de l'entreprise, ils sont responsables de leurs propres projets. En tant qu'entreprise, nous aspirons à instaurer une relation de travail sur la durée, grâce à un programme de cours exhaustif qui nous permet de soutenir nos collaborateurs dans leur évolution personnelle et professionnelle.

Promotion de la culture de la bière en Suisse
La diversité de la Suisse n'a d'égale que celle de son offre de bières. Nous poursuivons notre engagement en faveur de cette culture: c'est la raison pour laquelle nous soutenons Gastrosuisse, association pour l'hôtellerie et la restauration, ainsi que l'Association suisse des brasseries dans la formation de sommeliers de bières suisses. A Rheinfelden, nous partageons notre savoir sur la dégustation de bières: durant la visite du sommelier, nos experts vous mettront au goût du jour. La visite vaut le détour!

UN SUCCÈS 100% HELVÉTIQUE

Promouvoir une atmosphère saine

En tant qu'employeur responsable, nous accordons beaucoup d'importance à la santé et à la sécurité de nos collaborateurs sur le lieu de travail, que nous garantissons grâce au développement de nouveaux projets et à l'optimisation constante de nos processus.

En 2015, nous avons implémenté dans les domaines de la production et de la logistique un système de gestion de la santé et de sécurité au travail conforme à la norme OHSAS 18001 (Occupational Health- and Safety Assessment Series) – preuve de notre statut d'entreprise responsable sur le plan social. Ce système a également permis la certification des sites de production de Rhäzüns, Landquart, Dietikon et Sion.

Par ailleurs, nous avons inauguré un outil de formation en ligne destiné aux entreprises tiers actives sur nos sites, permettant aux travailleurs ne faisant pas partie de l'entreprise d'acquérir une excellente vue d'ensemble des règles de sécurité et de la conduite à adopter chez Feldschlösschen ainsi que de passer un examen à ce sujet avant de travailler sur l'un de nos sites.

Nous ciblons également le gaspillage, qui a non seulement un impact négatif sur la qualité et les coûts, mais aussi sur la sécurité environnementale et sur le lieu de travail. Pour ce faire, nous avons lancé en 2009 la formation Gemba*-Kaizen: jusqu'à présent, 60 «managers Gemba» ont été formés dans le domaine de la production. Chacun d'eux développe et réalise un projet pour prévenir ou réduire le gaspillage. La garantie et la promotion des mesures concernant la sécurité au travail font également partie de cette initiative.

En 2015, huit autres managers Gemba Feldschlösschen ont été formés dans le cadre d'un programme de partenariat avec la brasserie Kronenbourg d'Obernai (France). Pendant deux jours, ils ont pu échanger avec leurs collègues français travaillant dans les domaines de la fabrication, la mise en bouteille ou l'entretien à propos du changement ou du gaspillage.

*Gemba: «lieu réel» en japonais

Participation au Clean-Up-Day

Dans le cadre de l'opération «Fricktal propre», nous avons ramassé des déchets avec 110 écoliers de l'école primaire ainsi que l'équipe d'éboueurs sur la voie publique de Rheinfelden, dans les quartiers de Dianapark, Engerfeld, Kohlplatz et Schiffacker, où nous avons pu collecter de nombreux déchets. Les sacs de canettes, papiers et bouteilles ont été disposés dans une grande boîte en plexiglas pour ériger un mémorial.

Cette opération nous a permis de nous engager contre les déchets sauvages. Nous prenons nos responsabilités, en particulier dans le domaine de l'emballage: en ce qui concerne la production, les matériaux et l'élimination.

Partenariat propre

En Suisse, nous nous engageons en faveur de nombreuses organisations de recyclage et soutenons **les mesures concernant le processus de recyclage fermé,** qui comprend notamment la reprise des emballages lors de la livraison de marchandises.

Nous nous engageons en faveur de nouvelles solutions concernant les emballages de boissons et contre les déchets sauvages avec les partenaires suivants:

- IGSU (Communauté d'intérêts pour un monde propre)
- IGORA (coopérative pour l'optimisation du recyclage des emballages en aluminium)
- SVUG (Association suisse des professionnels de l'environnement)

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

Août 2016
Période du rapport 2015

FSC www.fsc.org
MIXTE
Papier issu de sources responsables
FSC® C012018

PERFORMANCE
myclimate
neutral
Imprimé
No. 05-16-768560 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

imprimé en suisse