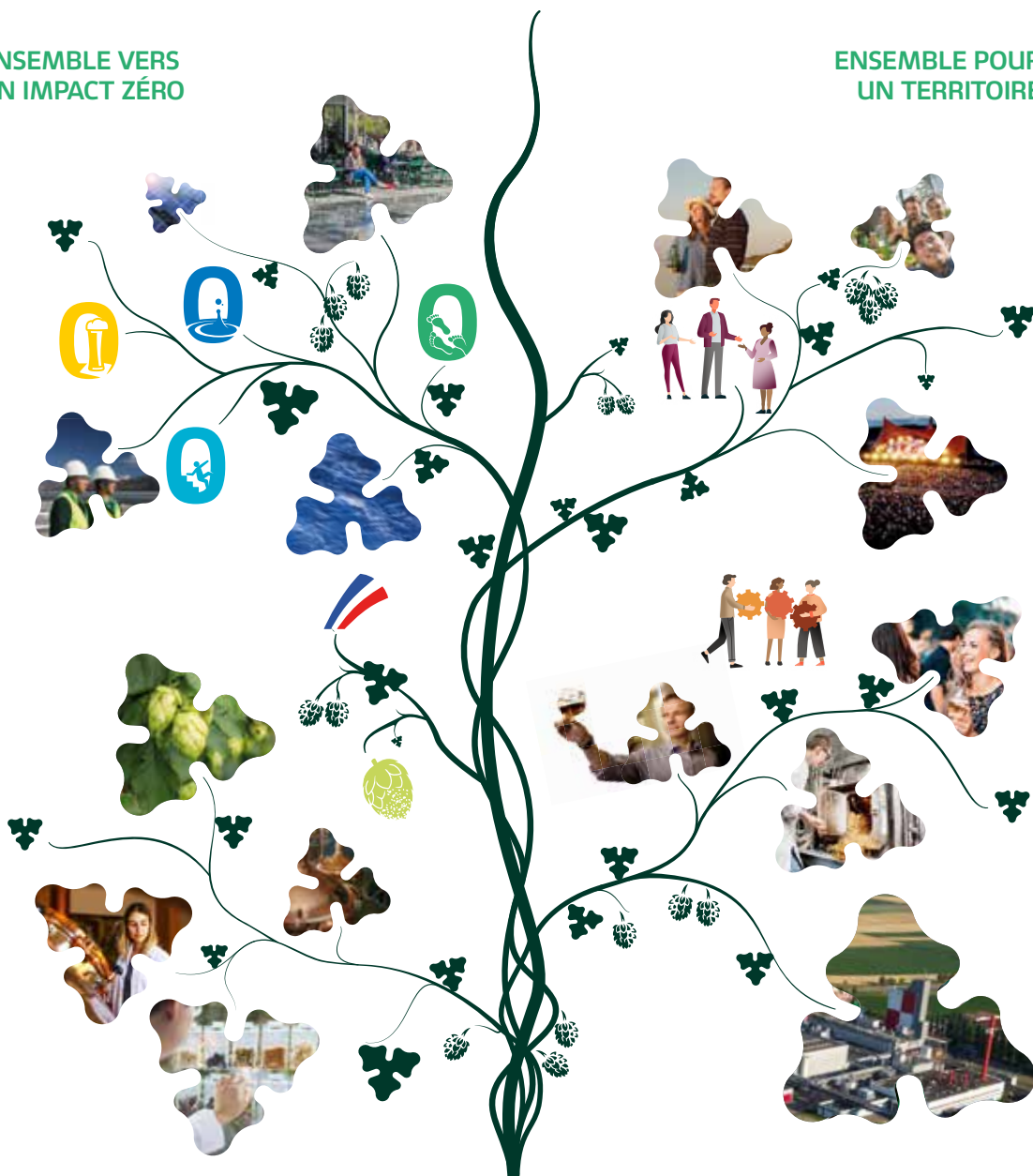


DÉVELOPPEMENT DURABLE

2017-2030 POINT D'ÉTAPE

ENSEMBLE VERS
UN IMPACT ZÉRO

ENSEMBLE POUR
UN TERRITOIRE



Kronenbourg
Une société de Carlsberg Group

À propos

En 1664 naissait la Brasserie du Canon, à Strasbourg, place du Corbeau, dans une maison aujourd'hui transformée en restaurant.

C'est le début de la saga Kronenbourg, une entreprise qui a traversé 355 ans d'histoire, et dont la longévité témoigne d'une capacité d'adaptation unique et d'un modèle de développement incontestablement durable inscrit dans son ADN.

Aujourd'hui 1^{er} brasseur français avec ses marques patrimoniales 1664 et Kronenbourg, et second sur le marché en termes de volumes, Kronenbourg est filiale française du groupe Danois Carlsberg depuis 2008.

Elle détient un site de production unique à Obernai, en Alsace, berceau de son histoire. Bâti en 1969, à proximité des matières premières essentielles nécessaires à la fabrication de la bière – eau, houblon et orge – il est aujourd'hui encore l'un des plus grands sites brassicoles européens et le siège de l'entreprise.

Kronenbourg a été parmi les premiers industriels français à traiter ses eaux usées dès l'ouverture du site d'Obernai, à produire dès 1995 du biogaz issu de la méthanisation des déchets organiques ou encore à privilégier le rail et les transports fluviaux dans ses flux logistiques. Une démarche pionnière qui lui a valu d'être la première brasserie au monde à obtenir en 1998 la certification ISO 14001.

Il en va de même pour sa politique sociale, avec la mise en place des 35 heures dès 1982, bien avant le vote de la loi en 1998 ou encore avec la première obtention par une brasserie française en 2014 de la certification OHSAS 180001, garante des mesures prises pour la santé et la sécurité des salariés. Et à l'heure où l'économie sociale et solidaire en était à ses balbutiements, Kronenbourg a créé en 1996 la Fondation Kronenbourg, encore une première dans le monde brassicole français.

Les données publiées dans cette plaquette couvrent des périodes différentes et portent également sur des années de référence différentes : ceci est dû à une collecte de données effectuée pour le carbone sur une base de 5 ans, alors que d'autres indicateurs sont suivis sur une base annuelle ou biannuelle.

Pour un développement durable est une édition de Kronenbourg SAS, filiale française du Groupe Carlsberg.
Rédaction : Agnès d'Anthonay, Pascale Deprez. Création et réalisation : Syntagme.
Crédits photos : Interne, Pierrick Bourgault, Sébastien Champion, Anne Milloux, Pierre Tabouret, Tom Walter, Shutterstock, DR.

ÉDITORIAL



La publication de cette plaquette se situe dans un contexte bien particulier, un an après que la France et une partie du monde ont été soumis à un bouleversement sans précédent depuis la fin de la seconde guerre mondiale du fait de la pandémie du Covid-19.

Après l'état d'urgence climatique décrété en 2019, cette crise sanitaire rappelle à quel point tous les écosystèmes de notre planète étaient connectés et que préserver la richesse de leur biodiversité permettait de protéger les êtres humains de la diffusion d'agents pathogènes et de leur propagation à grande échelle.

Plus que jamais, les entreprises, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité, sont appelées à prendre part aux solutions. Non seulement doivent-elles limiter les impacts négatifs que leur activité génère, mais aussi initier des actions à impact positif, à même de créer de la valeur pour la société dans son ensemble.

C'est dans ce cadre que s'inscrit notre politique de développement durable.

Une politique articulée autour de deux programmes initiés dès 2017 et décrits dans cette plaquette : *Ensemble vers un impact Zéro et Ensemble pour un Territoire*.

Au-delà de ces deux programmes, nous nous sommes attachés en 2020 à conduire une réflexion sur la place de nos marques dans cette politique, convaincus de leur capacité à jouer un rôle sociétal bénéfique, dans le respect des règles qui encadrent la commercialisation et la promotion des boissons alcoolisées.

De même avons-nous repensé notre modèle de gouvernance, afin de piloter au plus près les objectifs de développement durable que nous nous sommes fixés, mais aussi pour traduire nos engagements dans la durée et les intégrer davantage encore à la stratégie de croissance de Kronenbourg. Ceci dans la continuité de notre engagement historique et des programmes initiés ces dernières années, au bénéfice d'une performance long terme plus exigeante et ambitieuse en matière sociale et environnementale.

Rémy Sharps
PDG Kronenbourg SAS

OBJECTIFS 2017-2030

ZÉRO EMPREINTE CARBONE

- > Supprimer l'empreinte carbone de la brasserie
- > Réduire de 30 % l'empreinte carbone (par hl produit) sur l'ensemble de la chaîne (de l'amont à l'aval).
Quatre enjeux clés : emballages, PLV, transport et agriculture

Lutter contre le réchauffement climatique

Nous sommes engagés dans une démarche d'économie circulaire en faveur d'un approvisionnement durable des ressources naturelles et des énergies, de l'éco-conception des produits et emballages, du recyclage et de la valorisation des déchets. Nos initiatives en cours sont destinées à nous permettre d'atteindre nos objectifs de réduction carbone et à lutter contre le réchauffement climatique, dans le respect des engagements pris par le Groupe Carlsberg lors de la COP25 à Madrid et dans le cadre de l'initiative « science based targets ».

ZÉRO GASPILLAGE D'EAU

- > Réduire notre empreinte eau de 50 %
 - > Protéger la ressource dans laquelle nous puisons

Protéger les ressources en eau

Implantés à Obernai, en Alsace, nous puisons l'eau dans la nappe phréatique rhénane. Cette ressource naturelle est primordiale pour nous : elle entre à 90 % dans la composition de la bière. En maîtriser la consommation et la dépolluer, ainsi que préserver la nappe phréatique, sont les clés de voute de notre démarche. Nos efforts sont axés sur l'optimisation de nos process de fabrication et la consommation d'eau de nos équipements.

ZÉRO CONSOMMATION IRRESPONSABLE

- > Initier et accompagner des démarches d'amélioration continue dans la lutte contre la consommation excessive d'alcool
- > Initier une démarche d'amélioration continue de la qualité nutritionnelle de nos recettes de Bière Sans Alcool

Veiller à la santé des consommateurs

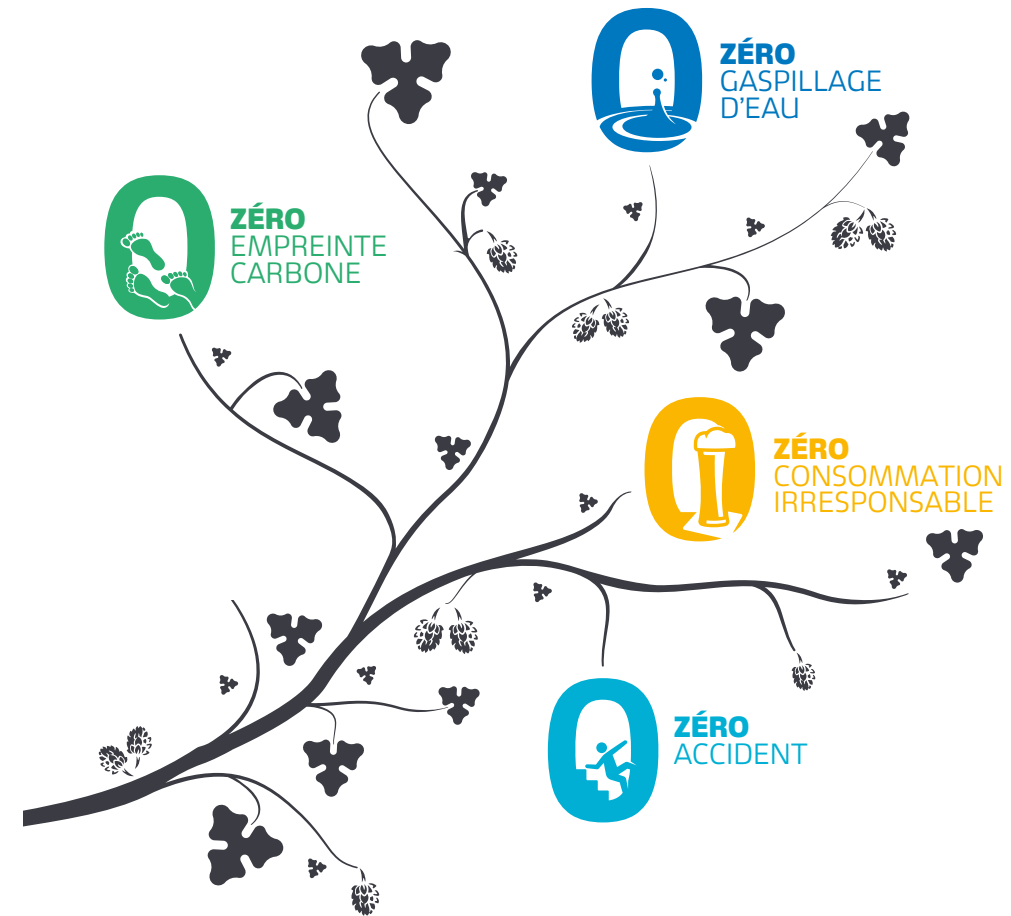
Notre démarche est fondée sur la volonté d'influencer positivement les comportements des consommateurs. Elle s'articule autour de l'information et de la sensibilisation aux risques d'une consommation excessive ; et de l'innovation avec une offre Bière Sans Alcool qui ne cesse de s'élargir. Pour aller plus loin, nous nouons également des partenariats avec des acteurs de terrain, professionnels ou issus du monde associatif, pour accompagner des projets innovants.

ZÉRO ACCIDENT

- > Tendre vers Zéro accident
- > Prévenir les risques psycho-sociaux

Garantir la santé et la sécurité des salariés

La santé et la sécurité de nos collaborateurs constituent une priorité absolue. Notre démarche vise à développer une culture de prévention des risques basée sur le dialogue et le partage d'expérience parmi tous nos salariés pour identifier et standardiser des comportements à adopter. Nous sensibilisons nos managers aux risques psycho-sociaux et les formons à leur identification précoce parmi les collaborateurs.



ENSEMBLE VERS UN IMPACT ZÉRO

En 2017, le Groupe Carlsberg a lancé le programme *Ensemble vers un impact Zéro*. Son ambition : prioriser les enjeux les plus critiques pour le groupe en matière de développement durable et fixer des objectifs carbone à même de contribuer aux engagements pris lors des accords de Paris de décembre 2015 pour limiter le réchauffement climatique à +1,5° à horizon 2050.

Réduire nos externalités négatives

Pour limiter l'impact de ses activités, Kronenbourg conduit des programmes en propre et s'engage aussi au travers d'actions collectives, notamment pour sensibiliser les consommateurs au tri des déchets ou à une consommation modérée d'alcool. Si l'emballage et l'agriculture représentent 76 % de notre empreinte carbone, leurs impacts ne sont pas totalement sous notre contrôle. C'est la raison pour laquelle nous développons une collaboration étroite avec nos fournisseurs et partenaires stratégiques. Enfin, sensibiliser les salariés à la sécurité et à une utilisation maîtrisée des ressources, s'inscrit dans une démarche de responsabilisation qui contribue également à l'atteinte de nos objectifs de développement durable.



En 2017, le Groupe Carlsberg a réalisé pour l'ensemble de ses filiales dans le monde une analyse détaillée de leurs principales émissions de CO², sur la base de données collectées en 2015. Réalisée avec le concours de Carbon Trust, cette analyse a porté sur l'ensemble de la chaîne allant de l'amont à l'aval, prenant en compte les émissions directes et indirectes (scope 1, 2 et 3). Elle a été reconduite en 2020, sur la base des données collectées en 2019. Les résultats sont synthétisés dans le schéma ci-contre et montrent une réduction de 8,8 %.

NOUS AVONS RÉDUIT LE POIDS, LA QUANTITÉ ET LA SURFACE DE NOS EMBALLAGES



EMPREINTE CARBONE PACKAGING



Parmi les principaux postes d'émissions, les emballages en représentent près de 60 %. Les efforts entrepris ces dernières années avec nos principaux fournisseurs pour réduire le poids des emballages, l'intensité énergétique liée à leur fabrication ou optimiser leur conception, ont permis une baisse de 15 %. Engagés dans un processus d'amélioration continue, nous travaillons étroitement avec nos principaux fournisseurs pour explorer des solutions innovantes, à l'instar des films plastiques d'emballages utilisés sur nos boîtes, désormais recyclés à 100 %.



*PEFC : Programme de Reconnaissance des Certifications Forestières

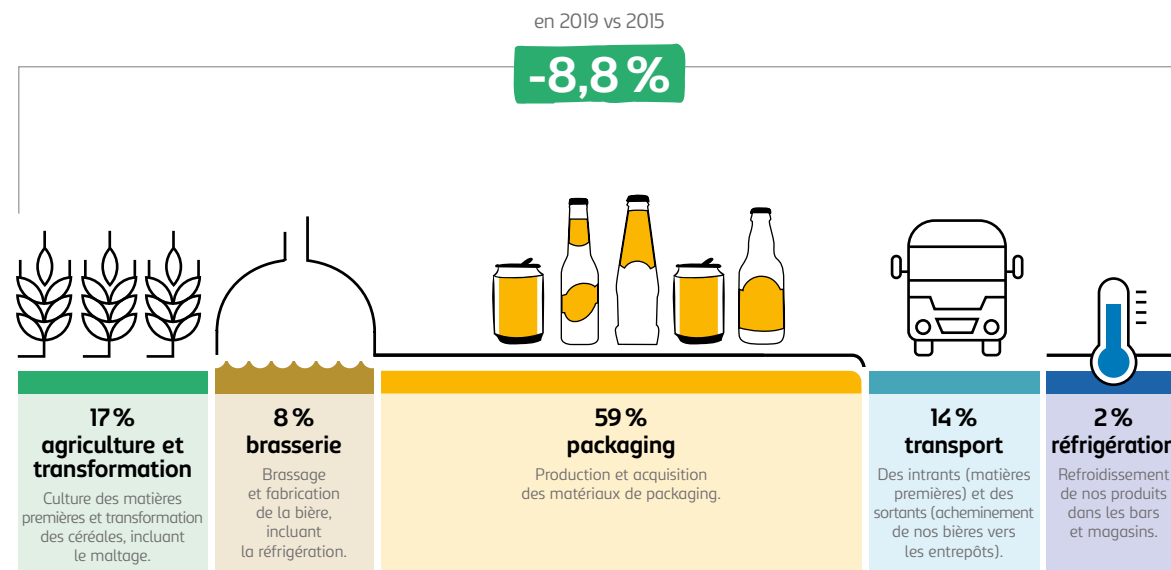
NOUS SOMMES AUSSI ENGAGÉS COLLECTIVEMENT



En 2019, réunis sous l'égide de Brasseurs de France, nous avons pris des engagements collectifs qui portent notamment sur le recyclage et le réemploi des emballages primaires (bouteille) afin de répondre aux exigences de la loi pour une Économie Circulaire :

- Atteindre 90 % d'emballages en verre collectés pour recyclage d'ici 2025 et tendre vers 100 % d'emballages en verre collectés pour recyclage à horizon 2029
- Renforcer la mobilisation pour faire du geste de tri une évidence au quotidien
- Soutenir le réemploi du verre là où il est pertinent ; la mise en place d'un observatoire du réemploi est prévue en 2021.

NOTRE EMPREINTE CARBONE DIMINUE GLOBALEMENT



NOUS CHERCHONS À PROMOUVOIR UNE AGRICULTURE DURABLE

Second poste d'émission pour Kronenbourg comme pour le Groupe Carlsberg, l'amont agricole est le seul poste à avoir progressé entre 2015 et 2019 (+14%), en raison d'une plus importante utilisation de céréales dans nos produits. Conscient des enjeux, de leur complexité et de la nécessité de construire une vision à long terme, Kronenbourg fait désormais de l'agriculture durable l'un des axes clé de sa stratégie de développement durable et travaillera dans les mois à venir, au sein de son comité stratégique, à définir une feuille de route à horizon 2040.



Améliorer le rendement de la culture d'orge

Le Laboratoire de Recherche du groupe Carlsberg a étudié plus de 40 variétés d'orge identifiées pour leur résilience climatique : meilleure résistance à la sécheresse et aux vagues de chaleur, racines plus profondes et capacité de pousser dans des sols salins. Améliorer le rendement de la culture d'orge permet aussi de réduire l'utilisation de fertilisants à rendement égal et, ainsi, l'empreinte carbone. Les essais en cours dans 70 fermes en Russie, par exemple, ont révélé un gain d'environ 10 % de rendement par rapport aux variétés d'orge locales.



NOUS PRIVILÉGIONS LE TRANSPORT FERROVIAIRE

En 2018, nous avons initié une collaboration avec TK^{Blue}, première Agence internationale de Labellisation et de Notation de l’empreinte environnementale et sociétale du transport. L’objectif est de mesurer l’empreinte carbone des moyens de transport que nous utilisons pour acheminer nos bières vers nos clients. Nous fournissons ainsi à l’agence, mensuellement, les informations suivantes à propos de nos flux : poids, origine, destination et mode de transport. Des transporteurs tels que la SNCF, par exemple, sont labellisés et leurs émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) sont connues. À ceux, parmi nos transporteurs, qui n’ont pas encore calculé leur performance environnementale, nous proposons un service en ligne gratuit qui permet de catégoriser et calculer les émissions GES des moyens de transports mis en œuvre pour nous. Ce service en ligne est géré par l’Agence habilitée à formuler des recommandations aux transporteurs pour diminuer leurs émissions.

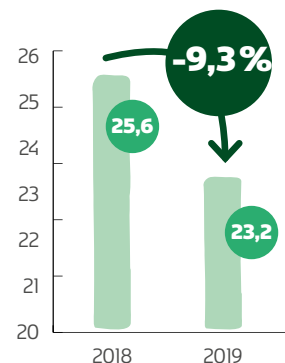
À partir des enseignements tirés du premier bilan réalisé en 2018, nous avons, par exemple, choisi d’augmenter en 2019 la part du flux multimodal (fer + route) au départ de la brasserie d’Obernai vers la Bretagne, particulièrement vertueux, avec 350 voyages supplémentaires.



NOS ÉMISSIONS DE GES* ONT DIMINUÉ

Cette amélioration est liée à une hausse du volume d’activité opéré en ferroviaire et à une bonne optimisation des taux de chargement des camions (25 t en moyenne). Chaque tonne de marchandises a parcouru en moyenne 263 km en mode routier et 560 km par voie ferrée.

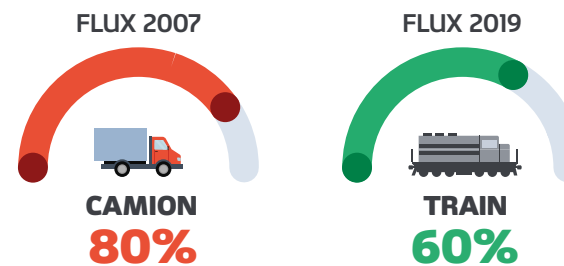
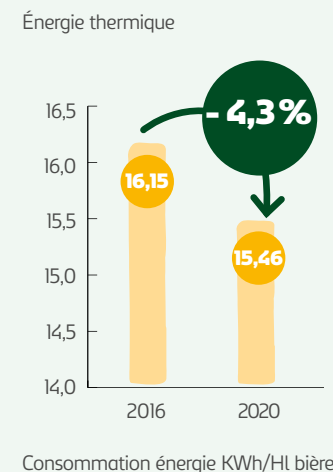
*Gaz à Effet de Serre



En gCO₂e/t.km : émission GES pour 1 tonne de marchandises déplacée sur 1 km

NOUS RÉDUISONS CONTINUUELLEMENT NOTRE CONSOMMATION D'ÉNERGIE THERMIQUE

Réduire nos émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) passe par la réduction de notre consommation d’énergie, liée au rendement de nos installations. Grâce à l’isolation des conduites et l’optimisation de la production d’eau chaude, nous limitons les pertes d’énergie thermique : notre consommation a ainsi baissé de 4,3 % entre 2016 et 2020. Pour aller plus loin et atteindre notre objectif de neutralité carbone pour la brasserie, nous explorons des solutions visant à supprimer l’utilisation du gaz naturel.



500 trains/an au départ de la brasserie vers nos plateformes régionales de distribution embranchées fer soit

19 200 camions de moins



NOS ÉMISSIONS DE CARBONE LIÉES AUX TRANSPORTS SONT ENVIRON DE 40 % INFÉRIEURES À LA MOYENNE DU SECTEUR BRASSICOLE

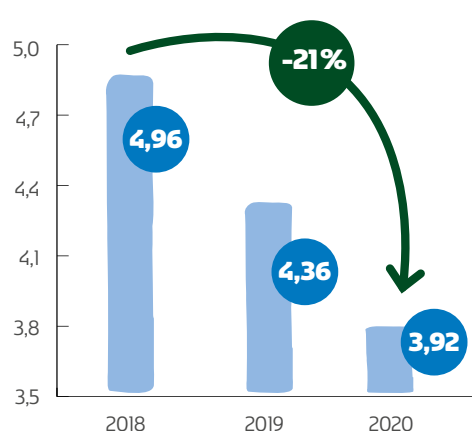




NOUS AVONS RÉDUIT NOTRE CONSOMMATION D'EAU

Pour diminuer de 21% notre consommation d'eau dans le cycle de production, nous avons déployé nos efforts dans trois directions : mieux utiliser l'eau dans les différentes phases de nettoyage et de process ; réduire les consommations d'eau des machines de production de bière et de packaging ; identifier les anomalies de consommation avec la mise en place de rapports.

Cycle de production : consommation l d'eau / l bière



NOUS ÉTUDIONS LA RÉUTILISATION DE L'EAU

Nos efforts axés sur l'optimisation des process de fabrication et la consommation de nos équipements ont permis de réaliser des progrès. Pour aller plus loin, nous travaillons à la récupération des eaux utilisées qui après retraitement, pourraient servir au nettoyage. Notre site de production intègre, depuis sa construction en 1969, une station d'épuration biologique d'une superficie de 7 hectares. Ainsi chaque année, 1,9 millions de m³ d'eau y sont traités et dépollués. Le traitement par osmose inversée de cette eau, aujourd'hui rendue à la nappe phréatique, est à l'étude pour la rendre propre à une réutilisation.

Les travaux du Laboratoire de Recherche du groupe Carlsberg

En 2018, le groupe Carlsberg a lancé la *Communauté des Jeunes Scientifiques* composée de six post doctorants. Ce groupe de spécialistes de l'eau et du carbone est à l'œuvre au sein du Laboratoire de Recherche Carlsberg à Copenhague pour trouver des moyens de réduire de façon significative notre empreinte hydrique. Leurs travaux portent notamment sur l'identification et la validation de nouvelles méthodes et technologies pour la réutilisation de l'eau après le nettoyage des équipements de la brasserie. Actuellement, nos eaux usées sont retraitées par notre station d'épuration sur le site d'Obernai, puis rejetées à la rivière avec un taux de dépollution de 98% supérieur à la moyenne de la plupart des stations françaises. En 2019, des chercheurs de l'équipe ont étudié la récupération des résidus chimiques et la régénération des solutions de nettoyage. D'autres chercheurs se sont concentrés sur le recyclage à valeur ajoutée (upcycling) des effluents (résidus tels que drêches, levures...) ; ils ont ainsi exploré l'usage de microalgues dans la perspective de mener des tests, en 2020, dans un environnement brassicole.



Les travaux de cette équipe portent également sur notre empreinte carbone. Ils évaluent ainsi la pertinence de nouvelles sources d'énergie issues de l'utilisation de sous-produits du brassage pour générer de l'électricité et de la chaleur destinés à alimenter les process de fabrication. Plus généralement, la réduction de l'empreinte carbone passe par un usage optimal et une récupération maximale de l'énergie consommée.

NOUS PRÉSERVONS LA QUALITÉ DE LA NAPPE PHRÉATIQUE

Par le biais de notre Fondation d'entreprise, nous participons au projet mené par le Pôle d'Excellence Éducative de l'Eau sur l'exploitation agricole du lycée technique d'Obernai ; il vise à mesurer l'évolution de la qualité de l'eau lorsqu'on remplace des engrais chimiques par des engrais biologiques (fumier, digestats (résidus) de méthanisation, engrais minéraux). Ce projet a démarré en 2018, avec la mise en place de céramiques enterrées sur plusieurs parcelles de terrain : il s'agit de bougies poreuses destinées à aspirer l'eau de pluie à une profondeur de 1,20 m, limite en-dessous de laquelle l'eau rejoint la nappe phréatique. L'objectif est d'analyser la teneur en nitrates de l'eau ainsi récupérée, en fonction des épandages réalisés. Toutefois, l'extrême sécheresse de 2019 n'a pas permis de récupérer d'eau à cette profondeur. La Fondation a financé les équipements de neuf parcelles de terrain et l'essai d'une station météo qui sert au pilotage des opérations.





NOUS SOUTENONS DES PROJETS INNOVANTS DESTINÉS À INFLUENCER POSITIVEMENT LE COMPORTEMENT

La Moderne, un concept innovant en voie d'essaimage
Ouvert à l'été 2017 à Paris, à l'initiative du Groupe SOS, le bar La Moderne s'est fixé pour objectif d'accueillir tout type de publics, aussi bien des clients classiques que des personnes connaissant des problématiques liées à l'alcool, et de leur proposer un accompagnement personnalisé. Nous avons soutenu cette démarche innovante en accordant notre appui au démarrage de l'activité. Deux ans plus tard, la modélisation de la méthode est en cours au profit de l'ouverture d'un nouvel espace plus grand à Paris, le café Fluctuat nec Mergitur. En 2019, nous avons ainsi reconduit le partenariat.



La Moderne, un bar comme les autres, propose un accompagnement de la consommation, tout en offrant aux personnes ayant eu des problèmes d'addiction un espace de vie sociale adapté. Au cœur de cette logique : proposer à chacun d'adopter une démarche graduée et adaptée à sa situation, sans jugement ni contrainte.

NOUS NOUS ENGAGEONS DANS DES ACTIONS COLLECTIVES

Brasseurs de France, la Fédération Française des Spiritueux et la Fédération Française des Vins d'Apéritif sont à l'origine de la création, en 2019, de l'association Prévention et Modération. Elle a pour mission de fédérer l'ensemble des initiatives des organisations professionnelles en matière de prévention des comportements à risque et de promotion de la consommation responsable.

Trois axes d'action

- > Prévention des comportements à risque : outre les femmes enceintes, cibler en priorité les jeunes consommateurs pour prévenir le binge drinking et tendre à l'application effective de l'interdiction de toute vente d'alcool à des mineurs.
- > Promotion des comportements responsables : favoriser la responsabilité dans la consommation en valorisant le bon usage des boissons alcoolisées, directement auprès des consommateurs ou par l'intermédiaire des professionnels de la distribution.
- > Engagement des professionnels : coordonner les actions d'autorégulation de la filière en matière de communication et de commercialisation, et favoriser la généralisation des meilleures pratiques des entreprises.



Agir, mobiliser et responsabiliser

En 2019 et 2020, Prévention et Modération s'est ainsi engagée dans un partenariat avec l'association SAF* France pour informer et sensibiliser les femmes sur les risques d'une consommation d'alcool durant la grossesse. Un soutien financier est destiné à renforcer la visibilité et donc l'impact des actions mises en place, en particulier le SAFTHON, campagne de sensibilisation annuelle de l'opinion publique. En 2020, à l'occasion de la 4^e édition, une centaine d'événements se sont tenus en France, malgré la crise sanitaire.



* Syndrome d'Alcoolisation Fœtale

En 2020, Prévention et Modération a signé un partenariat avec l'association Prévention Routière pour deux ans ; il prévoit le déploiement de programmes de sensibilisation visant à réduire l'accidentologie routière liée à la consommation d'alcool. Outre la conception d'un kit d'outil Prev&Go et le recueil en vidéo de témoignages d'accidentés de la route, outils mis à disposition des équipes de terrain en 2020, des actions sont prévues dans le cadre de campagnes de sensibilisation en 2021. Hors crise sanitaire, Prévention Routière est à l'origine de près de 700 actions/an touchant ainsi près de 75 000 personnes indirectement.



NOUS DÉVELOPPONS UNE OFFRE RESPONSABLE

Notre gamme de bières sans alcool s'enrichit continuellement

Nous avons été pionniers avec Tourtel Twist, boisson à base de bière, sans alcool (0,0°)



2015



2000



2014



2017



2020

Nos bières 1664 sans alcool titrent aujourd'hui à 0,4° d'alcool (la loi impose un degré inférieur à 1,2). À compter de 2020, nos bières sans alcool évolueront vers du 0,0° sans concession sur le goût !

Nous délivrons une information claire et transparente aux consommateurs

Tourtel Botanics : le goût naturel de plantes et de fruits, sans sucre ajouté, sans édulcorant, sans colorant, sans conservateur, sans arôme artificiel.



2019

Nous nous sommes engagés dans une démarche de transparence de l'information en 2016. Ainsi, l'ensemble des informations nutritionnelles, ainsi que la liste des ingrédients de nos produits (99 % des références), sont disponibles sur les sites internet de nos marques. Elles sont également intégrées, progressivement, sur tous nos emballages primaires et secondaires.



Notre ambition est de développer une culture santé et sécurité basée sur le partage d'expérience et un esprit ouvert aux échanges : de l'explication des risques encourus à la remontée d'observations sur le terrain pour réduire les accidents. De la sensibilisation à la formation et à l'amélioration continue des équipements, nous sommes tous acteurs de la sécurité au travail.

À la **brasserie**, nous travaillons à une meilleure sécurisation de l'accès aux équipements de production. Plus généralement, nous encourageons les opérateurs de production à prendre des initiatives et à partager des dysfonctionnements observés comme aussi les bonnes pratiques. La crise sanitaire actuelle favorisant l'émergence de nouvelles situations à risque, nous cherchons également à leur faire partager leurs recommandations ou questionnements pour les solutionner.



Nos objectifs pour les deux prochaines années sont d'impliquer davantage nos collaborateurs, de développer l'usage des outils digitaux pour favoriser la remontée d'observations sur le terrain, de les sensibiliser aux risques liés à leur poste et environnement de travail et enfin, de travailler à la réduction des incidents tels que les glissades ou le trébuchage, ou encore les plaies. À ce titre d'ailleurs, nous avons constitué un groupe de travail.

NOUS SOMMES TOUS ACTEURS DE LA SÉCURITÉ



Avec les **Forces de Vente**, nous avons initié une démarche pour analyser les façons de travailler sur le terrain ; à partir des thématiques identifiées deux groupes

de travail ont été constitués pour valider des mesures opérationnelles existantes et/ou en définir de nouvelles. Elles concernent les Équipements de Protection Individuels (EPI), les modes opératoires et les habilitations, ainsi que les outils et la conduite en voiture. Ce travail s'échelonne sur les deux années à venir.

Nos efforts en cours portent sur la formation aux gestes et postures ergonomiques et la mise en place de standards partagés avec **toutes les catégories de personnel**. Nous développons également une large communication à ce propos et de nombreuses animations. Cette nouvelle approche de la sécurité pour tous consiste à sensibiliser aux gestes et réflexes à adopter dans la vie professionnelle en considérant qu'ils peuvent aussi s'appliquer dans la sphère personnelle.



L'ergonomie au travail : un fil rouge

Pour améliorer la sécurité de nos collaborateurs et leur confort, nous cherchons à adapter leurs conditions de travail à leurs besoins et à leurs capacités. Nous étudions nos outils et analysons nos processus de travail pour que leur utilisation ou leur mise en œuvre garantisse un maximum de sécurité et de confort pour nos collaborateurs.

Nous avons progressé sur le thème de la santé au travail, en 2019, et identifié des priorités. Un groupe de travail pluridisciplinaire constitué de représentants des différentes fonctions au sein de l'entreprise a élaboré une feuille de route avec le soutien d'un cabinet extérieur. Parmi les thèmes prioritaires identifiés : la prévention des risques psycho-sociaux, les comportements managériaux, l'amélioration des façons de travailler et l'environnement de travail.

NOUS DÉVELOPPONS LA COMPRÉHENSION DES MÉCANISMES D'ÉPUISEMENT PROFESSIONNEL

Poussé à son paroxysme, l'engagement peut mener à l'épuisement. Prendre conscience de ces enjeux de santé nous a conduit à questionner notre modèle et nos pratiques managériaux. Les aspirations des collaborateurs évoluent et le besoin de donner un sens à son travail devient prégnant. Dans ce contexte, comment favoriser l'épanouissement professionnel ? Nous avons réuni nos leaders pour examiner, avec l'aide de consultants spécialisés, nos comportements managériaux afin d'apporter des éléments de réponse. Ces échanges constituent la base de notre feuille de route en matière de formation pour les 50 leaders et près de 200 managers de

Kronenbourg. Ainsi en 2020, nous avons mis en place une approche à 360° pour accompagner nos leaders dans leur développement individuel et des programmes de formation autour de la santé et la qualité de vie au travail. Nous avons également réalisé et diffusé un Guide du Manager pour les aider à identifier et gérer les manifestations du stress au sein des équipes. Enfin, plus récemment dans le cadre du retour au travail, après la période de confinement liée au Covid-19, nous avons lancé une enquête auprès de l'ensemble du personnel, pour entendre leur retour d'expérience et prendre en compte observations et suggestions sur nos méthodes de travail dans cette période exceptionnelle.



La protection des salariés en 2020 : une priorité absolue face à la crise sanitaire

Dès les premiers jours de la crise, avant que l'état d'urgence sanitaire ne soit déclaré en France, une cellule de crise a été mise en

place, autour de quatre priorités, dont celle de garantir la sécurité et la protection de nos salariés, érigée en priorité absolue. L'Alsace ayant été particulièrement touchée par l'épidémie, il a fallu très vite adapter, voire réinventer l'organisation du travail à la brasserie, où travaillent près de 700 collaborateurs : étalement des horaires de travail, séparations pendant les pauses, réaménagement de la cantine, ou encore mise en place de signalétique pour éviter le croisement des équipes. Ailleurs, sur le terrain et pour les salariés en télétravail à 100 %, l'entreprise a pu compter sur la mobilisation du médecin du travail et de son équipe, et sur celle sans faille des managers, pour assurer un accompagnement quotidien des collaborateurs et maintenir la continuité

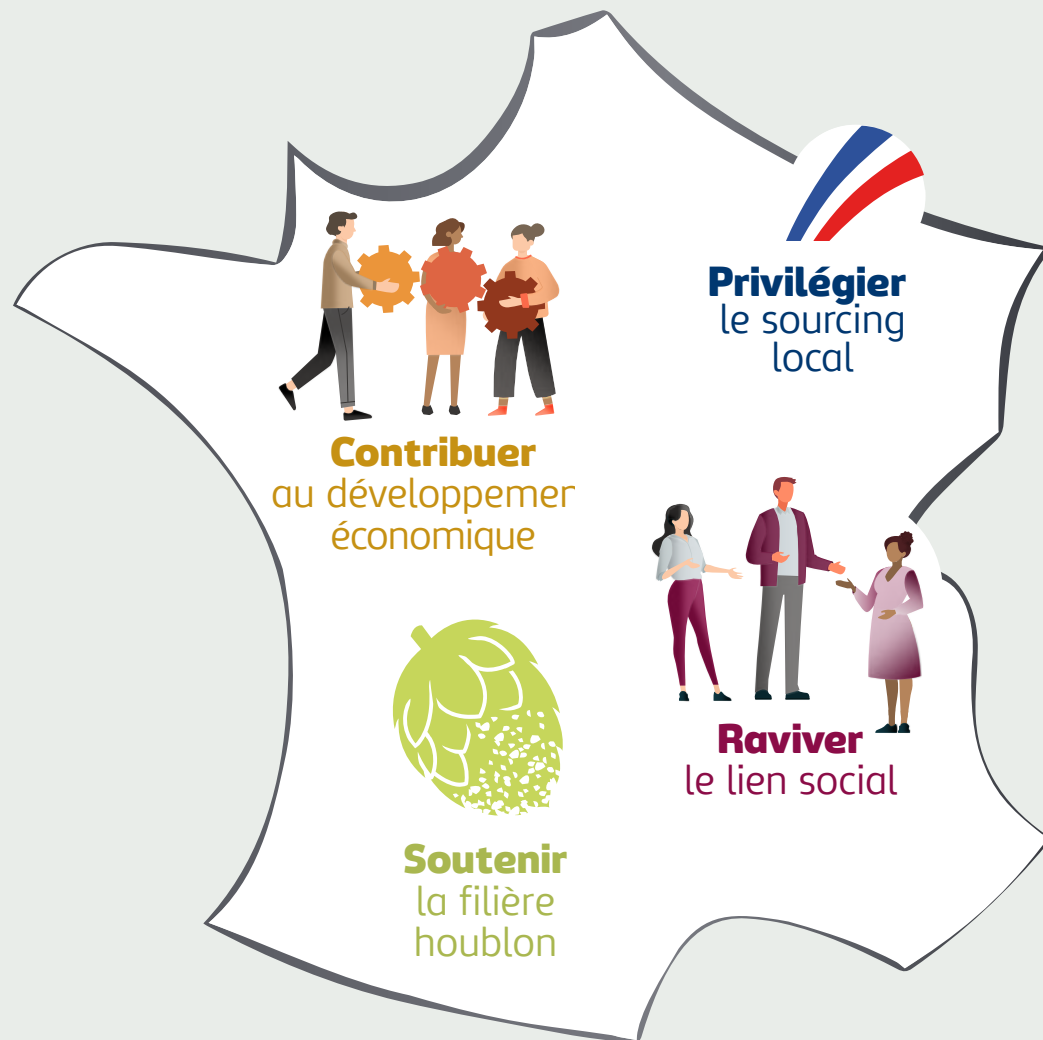
de nos activités. Une assistante sociale et un numéro vert mis à disposition par notre partenaire AG2R ont complété ce dispositif. Et un guide « Mieux vivre le confinement », compilant des pratiques, techniques et outils pour se ressourcer et gérer au mieux l'écologie personnelle a été déployé.

La distance et le contexte ont eu pour effet de renforcer encore davantage l'esprit ultra-collaboratif. Via des vidéos, les réseaux sociaux, nous n'avons cessé de nous tenir informés, de nous soutenir, de partager l'évolution de la situation, pour réussir à tenir le cap et passer cette épreuve ensemble.



ENSEMBLE POUR UN TERRITOIRE

Le programme *Ensemble pour un territoire* regroupe les actions à impact positif que nous développons au bénéfice de notre territoire. Elles sont structurées autour de notre filière amont et aval et vont du soutien à la filière du houblon, aux approvisionnements locaux et à la redynamisation du lien social dans les communes rurales. Avec, au cœur de la démarche, l'action de la Fondation Kronenbourg.



Initier des actions à impact positif

Alors que les entreprises et les marques sont attendues sur les impacts positifs qu'elles sont à même de générer pour la société dans son ensemble, nous avons choisi de regrouper nos actions au sein du programme *Ensemble pour un territoire*. Structurées autour de notre filière amont et aval, elles portent sur le soutien à la filière du houblon et la création de lien social dans des zones et territoires délaissés. Avec au cœur de notre démarche, l'action de la Fondation d'entreprise Kronenbourg. Par ailleurs, dans le cadre de nos actions pérennes, des ingrédients utilisés pour produire la bière aux composants de nos emballages, nous nous approvisionnons dans une large mesure et autant que possible dans nos régions, en France. Enfin, notre activité est source d'emplois directs et indirects sur le territoire ; elle profite à la collectivité sur un plan économique et social.

2020 une année de mobilisation exceptionnelle pour soutenir notre environnement

Soutien à la société civile, aux entreprises françaises, au milieu associatif, ainsi qu'aux établissements CHR, nos initiatives ont été nombreuses dans ce contexte de crise sanitaire. Elles ont été motivées par notre volonté d'apporter notre aide sur tous les fronts dans le contexte de crise inédit que nous avons connu. Parmi ces initiatives :

- > La solidarité avec le tissu local alsacien à travers le don de la Fondation Kronenbourg de 150 K€ alloué à l'hôpital d'Obernai, la Fondation universitaire des hôpitaux de Strasbourg et la délégation Alsace de la Fondation de France ; un soutien financier employé à soutenir les personnes malades, les personnels soignants, ainsi que les populations les plus vulnérables. Enfin, localement, il s'est accompagné de dons réguliers de masques de protection, gel hydroalcoolique, blouses et charlottes.
- > Le partenariat « J'aime mon bistrot » pour soutenir le CHR, dans lequel nous avons été impliqués et qui a permis d'allouer 1,6 million d'euros à 7 000 établissements fragilisés par leur fermeture. Le succès de cette initiative est le fruit de la générosité des français qui ont passé plus de 26 000 précommandes en ligne via la plateforme dédiée. Par ailleurs, de notre propre initiative, nous avons lancé deux nouveaux services digitaux pour améliorer le quotidien des gérants de CHR (lire p. 23).
- > Le soutien, à travers la marque 1664, au fonds de solidarité créé par l'association Pro France – à l'origine de la certification Origine France Garantie – pour venir en aide aux entreprises françaises fragilisées par la crise. Partie intégrante du patrimoine français, ces entreprises dynamisent notre économie et œuvrent également à la valorisation des produits de qualité issus de savoir-faire uniques. Près de 400 000 € ont ainsi été alloués par la marque.



Des ingrédients utilisés pour produire la bière aux composants de nos emballages, nous nous approvisionnons dans une large mesure et autant que possible dans nos régions, en France.



Céréales

97% en provenance de la région Grand Est



Strisselspalt

100% de houblon alsacien dans 1664



Malt d'orge

100% en provenance de la malterie de Strasbourg



Eau

puisée à 2 km de la brasserie

NOS MATIÈRES PREMIÈRES AGRICOLES

Strasbourg
Obernai



NOUS SOMMES PIONNIER DE LA CERTIFICATION OFG

Kronenbourg est la première entreprise agroalimentaire et le premier brasseur à avoir obtenu la certification*, en 2011 année de sa création, pour ses deux marques : Kronenbourg et 1664 la bière française la plus vendue dans le monde. Attribuée après un audit effectué par l'organisme de certification Veritas, elle offre au consommateur une plus grande transparence sur l'origine du produit qu'il achète. Répondant à un cahier des charges strict, elle garantit que la production principale a lieu dans l'Hexagone (au moins 50% de la valeur ajoutée acquise en France et lieu de principale ouvraison implanté sur le territoire français).

*Le label « Origine France Garantie » a été créé en 2011, à la demande du Gouvernement par l'association Pro France présidée par le député Yves Jégo. Nous avons contribué à la rédaction du référentiel pour l'industrie brassicole française.

NOS EMBALLAGES SONT SOURCÉS DANS LE GRAND EST

1,5 milliard de bouteilles « vertes » utilisées en 2019



La majeure partie du verre de nos bouteilles de couleur verte est fournie par la filiale française du groupe verrier Owens-Illinois (O-I) installée à Gironcourt, dans les Vosges. Par ailleurs notre verrerie provient de la cristallerie d'Arc, dans le Nord.

NOS DRÊCHES SONT DESTINÉES À 70% AUX ÉLEVEURS D'ALSACE-LORRAINE



Les drêches sont des résidus du brassage des céréales très demandés pour l'alimentation animale car elles constituent un aliment riche en énergie, en protéines et en minéraux. Pour soutenir l'approvisionnement local, nous vendons nos drêches aux éleveurs français à 93%, principalement aux fermiers d'Alsace-Lorraine en circuit court, notamment à travers deux groupements indépendants : Pollen et les Éleveurs de l'Est.

*Drêches : résidus de brassage des céréales



Soutenir
la filière
houblon

NOUS ACCOMPAGNONS LE DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE HOUBLON

En 2019, nous avons initié deux projets qui s'inscrivent dans le renouveau de la filière du houblon français, comme en témoignait la création d'une interprofession dédiée en février. Ainsi, nous annonçons, dès mars, un partenariat visant à encourager la recherche de nouvelles variétés de houblon, plus productives et plus résistantes aux aléas climatiques. De même, en juin, le conseil d'administration de la Fondation d'entreprise Kronenbourg, créée en 1996, décidait de prioriser son aide sur les pratiques agricoles associées à la culture du houblon en Alsace.



NOUS INVESTISSONS DANS LA RECHERCHE VARIÉTALE

Pour sécuriser nos approvisionnements en houblon d'une part et pour limiter nos impacts environnementaux d'autre part, nous investissons dans le programme de développement variétal du Comptoir Agricole, à hauteur de 300 000 euros sur les cinq années à venir. Notre accord a pour objectif de faire progresser la recherche sur les variétés aromatiques et sur le rendement des variétés existantes.

À ce jour, la recherche variétale est menée exclusivement par le Comptoir agricole, en Alsace. Elle a démarré dans les années 2000, menée par la COPHOUDAL* avec le soutien de différents acteurs au rang desquels l'État, la Région, le Département, les brasseurs et principalement Kronenbourg dont le partenariat a été effectif entre 2010 et 2015.

* Coopérative des Producteurs de Houblon d'Alsace créée en 1939 et intégrée au Comptoir Agricole en 2010



L'agroécologie dans la culture du houblon

Dans la continuité des engagements pris par la Fondation d'entreprise Kronenbourg en 2016 en faveur de l'amont agricole et en tant qu'acteur historiquement engagé auprès de la filière du houblon en Alsace, nous souhaitons jouer un rôle de catalyseur pour faire avancer les pratiques en agroécologie dans la culture du houblon.

NOTRE AMBITION : CRÉER UNE DYNAMIQUE ET SUSCITER DES VOCATIONS PARMIS LES PLANTEURS DE HOUBLON EN SOUTENANT LEUR DÉMARCHE

L'agroécologie permet de développer une meilleure adaptation de l'agriculture aux dérèglements climatiques, d'améliorer la fertilité des sols et leur capacité à stocker l'eau et du carbone, et d'agir sur la biodiversité. Dans un sol correctement nourri et riche en carbone, c'est-à-dire « vivant », les plantes se développent de façon optimale. Plus besoin de fertilisant !

Mené en partenariat avec l'Association de Producteurs de Houblon d'Alsace, le Lycée Agricole d'Obernai et le mouvement Pour une Agriculture du vivant, le projet AgroHoublon suppose la création d'un modèle agronomique de référence, à même de garantir des rendements de qualité et en quantité suffisante. Il nécessite aussi de définir le modèle économique dans les phases de transition et sur le long terme. Accompagner la transition agroécologique de planteurs volontaires sera crucial pour développer ce type d'agriculture, autant qu'encourager l'installation de nouveaux planteurs de houblon.

Dans une vision à long terme, l'objectif du projet AgroHoublon est de contribuer à donner une spécificité à la filière du houblon alsacien pour augmenter son attractivité. À l'enjeu économique s'ajoute un enjeu agronomique : depuis 40 ans, en raison d'une agriculture intensive, les sols ont perdu une partie de leur matière organique.





Raviver le lien social



NOUS VISIONS UN IMPACT SUR LE LONG TERME AU BÉNÉFICE DES HABITANTS



Le Tourbillon, Saint-Fraimbault-de-Prières (Mayenne)

1000 cafés, une initiative du groupe SOS

Lancée par le groupe SOS, première entreprise sociale en Europe qui lutte depuis 35 ans contre toutes les formes d'exclusion, elle a pour objectif de contribuer à revitaliser l'économie et la dynamique sociale des communes rurales en ouvrant ou en reprenant 1 000 cafés, dans 1 000 communes de moins de 3 500 habitants qui n'ont plus de café ou risquent de la perdre.



Raviver le lien social dans les communes rurales

Renouant avec sa vocation première de soutien à des projets permettant la préservation des zones rurales, la lutte contre la désertification locale, par le maintien ou la création de lieux de vie, points de rencontre et de convivialité, la **Fondation d'entreprise Kronenbourg** s'est rapprochée du Groupe SOS, dès le lancement de l'initiative *1000 cafés*, en septembre 2019. Concrètement elle apportera un soutien financier, sur une durée de trois ans, à la structure *1000 cafés* dédiée à la mise en place et à l'activation de cette initiative au sein du Groupe SOS qui en est le porteur. L'occasion aussi de proposer aux salariés volontaires de Kronenbourg de mettre leurs compétences au service du projet.

À travers ce partenariat, nous mettons toute notre expertise au service de la réussite économique de cette initiative, qui vise à recréer du lien social et de l'activité dans des zones fragiles. L'ambition étant d'en garantir la pérennité et donc son impact sur le long terme, au bénéfice des habitants.



Chez Flayat, espace associatif Alain Fauriaux (Creuse)

Recréer de l'activité dans des zones fragiles

Forte d'une expérience de plus de 150 ans au service des cafés, hôtels et restaurants et historiquement implantée dans les zones rurales, **Kronenbourg SAS** a également scellé un partenariat avec la **SAS 1000 cafés**, dans le but d'accompagner ces établissements dans leur implantation et leur développement. Au-delà de l'offre bière, notamment sans alcool, Kronenbourg SAS soutiendra localement les projets avec un accompagnement commercial, technique et une formation au produit et à la qualité pour les futurs gérants.

20
ouvertures
de cafés
en 2020

100
prévues
en 2021

Initiative 2021 : #SouvenirDeCafé

Destinée à mettre en lumière l'importance des cafés et leur rôle dans la création de lien social, en attendant la réouverture de ces lieux de convivialité, l'opération consiste à inviter les internautes à partager, sur les réseaux sociaux (Instagram, Twitter et Facebook), leurs souvenirs d'habitants de communes rurales à travers des anecdotes, des stories et des photos d'époque de café de village. Cette initiative bénéficie du soutien des partenaires du groupe SOS impliqués dans le programme *1000 cafés*.



Contribuer au développement économique



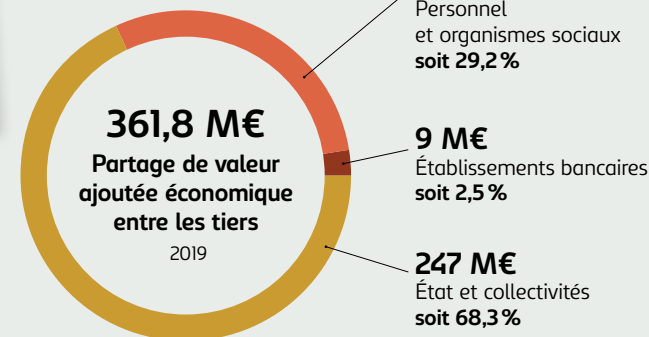
567
millions
de litres
de bière*
2020

*En baisse en raison de la fermeture du CHR pendant plus de quatre mois.

Évaluer notre empreinte socio économique, c'est chercher à mieux comprendre nos impacts au delà de notre activité directe. C'est faire preuve de transparence sur notre modèle économique et objectiver comment nous partageons la valeur ajoutée économique créée.

844 M€
chiffre
d'affaires
2020

1 022
emplois
directs
2020



NOUS ACCOMPAGNONS LES ÉTABLISSEMENTS DU CHR

En 2020, nous avons conçu un écosystème digital composé de deux espaces pour soutenir les professionnels du secteur, lourdement impactés par la crise sanitaire, en leur apportant des solutions innovantes durables.

Le premier, **Mon CHR**, est un hub d'informations. Destiné à l'ensemble des professionnels, il réunit des conseils, des exemples de bonnes pratiques à la mise en œuvre facile, et décrypte les innovations utiles. Le second espace, **KroWorking**, est une plateforme de mise en relation réservée à nos clients. Elle offre le meilleur de l'innovation et propose les services exclusifs de 16 startups. Mise à jour régulièrement, elle est conçue pour faciliter le quotidien des gérants et booster leur business. Outre des solutions de gestion, de développement et d'animation commerciale, elle propose également des initiatives contribuant à diminuer l'impact environnemental de l'activité.



Startups et gérants d'établissement ont participé à la construction de la plateforme KroWorking en nourrissant la réflexion que nous avons initiée avec l'agence studio Waoup. Testée sur le terrain pendant huit mois auprès de 500 établissements, KroWorking est déployée depuis octobre 2020 à l'échelle nationale.



Boulevard de l'Europe
67212 Obernai Cedex
www.kronenbourg.com
www.twitter.com/kronenbourg_SAS