



**TRANSFORMATEUR**

**ENTREPRISE  
HEINEKEN**

**Chiffre d'Affaires (2017)**  
France : 1,9 milliards d'€

**Effectif (2017) :** 4000

**Pays (siège social) :** Rueil  
Malmaison, France

**Site internet :**  
[www.heinekenfrance.fr](http://www.heinekenfrance.fr)

**Contact :**  
Yasmine Slaoui, Responsable  
Développement Durable  
HEINEKEN France,  
01 47 14 49 79  
yasmine.slaoui@heineken.fr



Pour en savoir plus

<https://www.heinekenfrance.fr>

<https://www.bipiz.org/recherche-avancee/heineken-qbrassons-un-monde-meilleurq-des-realizations-concretes-pour-reduire-limpact-environnemental.html>

<https://www.descafe.pournosregions.fr>

**HEINEKEN : une vision globale de la terre à la bière**

**CONTEXTE**

Créé en 1873, HEINEKEN est un groupe brassicole d'origine néerlandaise, qui compte en France 4000 collaborateurs, 3 brasseries régionales et 73 sites de distribution avec sa filiale de distribution France Boissons. Première entreprise nationale de fabrication de bière et de distribution de boissons alcoolisées et non alcoolisées aux cafés / hôtels / restaurants, 90% des bières produites en France par HEINEKEN sont vendues en France avec une orge maltée 100 % origine France.

Depuis 2009, l'entreprise réalise et partage annuellement un rapport Développement Durable autour de sa démarche « Brassons un Monde Meilleur » auprès de ses parties prenantes.

**OBJECTIF(S)**

Objectifs « Brassons un Monde Meilleur » pour 2020 :

- protéger les ressources en eau : - 30% de consommation d'eau en brasserie
- réduire les émissions de CO2 de 40% en brasserie, 20% en distribution et 50% dans le refroidissement
- s'approvisionner de façon responsable : 100% des fournisseurs impliqués dans la démarche d'achats responsables (signature du code éthique HEINEKEN)
- promouvoir la consommation responsable d'alcool : 100% de nos événements internes et externes couverts par un dispositif de prévention, 100% de nos managers formés à la prévention, 100% de nos collaborateurs sensibilisés

**DÉMARCHE**

La démarche RSE « Brassons un Monde Meilleur » d'HEINEKEN porte sur 6 engagements :

- protéger les ressources en eau : avec des investissements dans les installations et les méthodes de gestion de l'eau en brasserie, les actions menées se traduisent par une baisse de 27,3% de la consommation d'eau dans les brasseries en 7 ans
- réduire les émissions de CO2 : avec des efforts réalisés de la phase de maltage, en brasseries, distribution, transport et chez le client (développement de réfrigérateurs moins énergivores), toutes les équipes se mobilisent pour tendre vers l'objectif. HEINEKEN France s'engage également de l'écoconception à la fin de vie du produit, en faisant la promotion du geste citoyen « jeter & trier » auprès du grand public afin de participer à la collecte des déchets et leur recyclabilité
- s'approvisionner de façon responsable : avec la mise en place d'un code éthique avec tous nos fournisseurs, et un approvisionnement local favorisé lorsque celui-ci est possible, 100% de nos fournisseurs sont signataires du Code Ethiques HEINEKEN
- promouvoir la consommation responsable, avec des sensibilisations sur la consommation d'alcool à destination des collaborateurs, professionnels, ainsi que la participation à des associations dédiées à la prévention. s'y ajoutent des opérations de distributions d'éthylotests, et des programmes de sensibilisation avec la profession
- garantir la santé et sécurité des collaborateurs, avec un objectif « 0 accident » et des enquêtes de climat social pour évaluer la satisfaction des salariés du groupe
- mobiliser pour un engagement sociétal : notamment auprès de la filière CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants) avec par exemple le Prix Des Cafés Pour Nos Régions, qui aide à la création et à la reprise de cafés et de brasseries en France

## FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Conception de la stratégie d'engagements en 2008, avec des objectifs précis pour 2020
- Suivi des actions entreprises avec KPI associés
- Approche développement durable de l'épi au demi
- Collaboration avec les parties prenantes dans la démarche : clients, fournisseurs, associations & Ngo's
- Reconnaissance des tiers pour la sincérité de la démarche
- Des engagements RSE contribuant à la réputation de l'entreprise en externe (suivi du score de réputation) et de fierté d'appartenance en interne

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIERE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economies financières liées aux économies de ressources : consommations thermiques et électriques pour la production, consommation de carburant pour le transport</li> <li>• Certification « Top Employeur » depuis 2009</li> <li>• Prix et Trophées qui mettent à l'honneur nos actions phares : Trophée d'Argent de l'Economie responsable pour l'ensemble de la démarche RSE 2015, Prix emballage responsable 2016, Prix Marketing responsable 2017, Prix de la cannette d'or 2017, etc...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promotion du savoir-faire brassicole en France via notre contribution au sein des associations professionnelles</li> <li>• Accompagnement de la filière de production de houblons alsaciens via les actions de la marque Fischer</li> <li>• Engagement pour la pérennité et le renouvellement de la filière CHR cafés/hôtels/restaurants</li> <li>• Contribution avec la profession à la prévention sur la consommation excessive d'alcool</li> </ul>