

**DOSSIER DE CANDIDATURE  
AUX TROPHEES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE  
2017**



**I – PRESENTATION DE L'ENTREPRISE :**

**Raison sociale :** **BRASSERIE DE SAINT SYLVESTRE**

**Statut :** SAS

**Date de création :** 1920

**Activité :** Conception, fabrication, conditionnement et commercialisation de bière

**Territoires d'action :** Hauts-de-France

**Effectif :** 19 salariés

**Adresse :** 21, route de la chapelle  
59114 SAINT SYLVESTRE CAPPEL

**Téléphone :** 03.28.40.15.49

**Site Internet :** <http://www.brasserie-st-sylvestre.com>

**Contact :**  
Hélène SANTIN, Responsable QHSE, [helene.santin@brasserie-st-sylvestre.com](mailto:helene.santin@brasserie-st-sylvestre.com)

Nature	Montant
--------	---------

Chiffre d'affaires HT	2013	<b>6 259 902 €</b>
Chiffre d'affaires HT	2014	<b>7 126 801 €</b>
Chiffre d'affaires HT	2015	<b>7 996 907 €</b>
Chiffre d'affaires HT	2016	<b>9 163 887 €</b>

**Bilan carbone :** non

**Bilan Gaz à Effet de Serre\* :** non - non concerné par la réglementation

*\*Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés*

**Rapport RSE :** non - non concerné par la réglementation

**Prix et nominations :**

- Trophée « mille millions de bouchons » chaque année

**Certifications :**

- Démarche de management de la qualité (suivant la norme ISO 9001)
- Saveur en Or
- Démarche HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point = méthode de maîtrise de sécurité sanitaire des denrées alimentaires)

**Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Economie Responsable ?**

Nous avons la volonté de soumettre notre démarche RSE au jugement et à l'expertise de spécialistes pour faire un point sur la maturité de notre démarche dans un souci d'amélioration continue.

Mais également :

- Pour que notre « petite » entreprise soit reconnue comme étant une structure engagée dans la Responsabilité Sociétale des Hauts-de-France et qu'elle puisse donner l'envie à d'autres entreprises de se « lancer » dans cette démarche.
- Pour valoriser l'ensemble des parties prenantes.
- Pour récompenser l'ensemble de nos collaborateurs pour leurs actions journalières.
- Pour être identifié comme un acteur de la RSE.
- Pour valoriser l'entreprise grâce à une action de communication.

**Contexte et activité**

**1) Quelle est l'activité de l'entreprise et dans quel contexte la démarche RSE s'inscrit-elle ?**

La Brasserie de Saint Sylvestre est une brasserie familiale fondée en 1920 située dans le village de Saint-Sylvestre-Cappel dans les Flandres Françaises.

Un peu d'histoire...Rémy Ricour confie en 1939 la brasserie à son fils, Pierre Ricour, âgé de 16 ans. En 1985, Pierre Ricour laisse la gestion de la brasserie à ses fils, François et Serge Ricour.

C'est en 2011 que Pierre Marchica, petit fils de Pierre et Marie-Paule Ricour prend la direction de la brasserie à la suite du décès de son oncle François Ricour. La brasserie prend un nouvel élan tout en gardant son caractère traditionnel.

La brasserie a la chance de connaître depuis quelques années une belle progression sur ses ventes et donc sur les volumes produits. Le marché de la bière de spécialité se porte plutôt bien.

Depuis 4 ans le chiffre d'affaires augmente de 15% / an.

Evolution de la production (en hl de produit fini/an) :

Années	2013	2014	2015	2016
Volume annuel (hl)	40 776,81	50 735,09	54 441,26	62 038,31

La Brasserie de Saint Sylvestre souhaite développer ses activités en suivant un modèle économique qui respecte l'Homme et l'environnement sur le long terme. La démarche RSE, portée par le dirigeant, s'inscrit dans un contexte volontaire basé sur l'amélioration continue. Le marché de la bière évolue et de plus en plus de microbrasseries se créent, il faut donc se différencier pour pérenniser les activités de l'entreprise et évoluer dans un marché très concurrentiel.

**Mission et valeurs**

**1) Quelle est votre mission ?**

Produire et conditionner éthiquement des bières de qualité tout en respectant la tradition brassicole et l'esprit familial de l'entreprise.

**2) Quelles sont vos valeurs ?**

La Brasserie de Saint Sylvestre a toujours été fidèle et s'impose de rester fidèle à ses valeurs :

- ✓ Ethique
- ✓ Qualité
- ✓ Tradition
- ✓ Terroir

**Parties prenantes**

La Brasserie de Saint Sylvestre prend en compte les préoccupations sociales et environnementales dans chacune de ses activités et dans ses relations avec les "parties prenantes" :

➤ **Au sein de l'entreprise :**

- Salariés, stagiaires et apprentis
- Organes de gouvernance (conseil d'administration, directoire,...)
- Actionnariat familial
- Futurs embauchés,...

➤ **Au sein de la chaîne de valeur :**

- Fournisseurs : emballages, matières premières
- Clients : Grande distribution, CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants) et export
- Consommateurs finaux
- Prestataires de services et sous-traitants : transporteurs, laboratoires d'analyses, prestataires de gestion des déchets, fournisseurs eau, d'électricité, de gaz.
- Distributeurs

➤ **Dans la localité :**

- Riverains : l'entreprise est située au coeur du village de Saint Sylvestre
- Entreprises voisines
- Mairie de Saint Sylvestre /communauté de commune

➤ **Les pouvoirs publics :**

- Collectivités territoriales
- Préfecture
- Services déconcentrés de l'état
- Services Départemental d'Incendie et de Secours (SDIS nord), police

➤ **Syndicats, organismes de la filière :**

- Les Brasseurs de France et les associations régionales (Brasseurs des Hauts-de-France, Les amis de la bière,...)
- Eco-emballage
- Organisme de formation
- Bureaux d'études
- Organisme de certification :
- Chambre d'agriculture de région du Nord-Pas de Calais

➤ **Dans le domaine social :**

- Agence d'intérim
- Ecoles, Universités,...
- Médecine du travail
- Inspection du travail
- CPAM, CARSAT,...

**Enjeux et objectifs de la démarche RSE**

**1) Quels sont les enjeux liés à votre secteur économique /cœur d'activité?**

- **Sécurité** : pour garantir des conditions de travail optimales à nos collaborateurs et assurer leur santé et sécurité.
- **Environnement** : pour limiter l'impact des activités de la brasserie sur l'environnement.
- **Qualité** : pour satisfaire nos clients grâce à des produits de qualité.
- Promouvoir le **savoir-faire régional et familial**.
- Pérenniser et développer l'entreprise grâce à la **performance économique**.
- **Progrès social**.

**2) Quels sont les objectifs de votre démarche RSE ?**

⇒ **Economiques**

- Développer l'exportation des produits.
- Innover grâce à la Recherche et le Développement de nouveaux produits.
- Développer le marketing et la politique de communication de l'entreprise.
- Se démarquer de nos concurrents.
- Conforter l'image de la brasserie.

⇒ **Sociaux**

- Améliorer constamment les conditions de travail des collaborateurs.
- Lutter contre la discrimination mais aussi veiller à l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle.
- Améliorer le bien-être au travail.
- Privilégier la diversité et la mixité des équipes et favoriser l'emploi des jeunes et des seniors.
- Développer les compétences en fournissant au personnel un savoir-faire à travers une formation adéquate et une sensibilisation continue.

⇒ **Environnementaux**

La Brasserie de Saint-Sylvestre à Saint-Sylvestre Cappel est soumise au régime des Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (I.C.P.E.) et l'établissement dispose à ce titre d'un arrêté préfectoral d'autorisation d'exploiter notifié en date du 11 Juin 2015.

- Réduire la production des déchets, les émissions atmosphériques et tout autre rejet qui pourraient porter préjudice à l'environnement selon les fondements et les valeurs du développement durable et selon le principe des 3R (Réutiliser, Réduire, Recycler).
- Réduire encore la consommation en eau.

⇒ **Sociétaux**

- Impliquer et associer à notre démarche RSE nos fournisseurs.

- Encourager la consommation responsable de boissons alcoolisées.

## **II – LES DOMAINES D’ENGAGEMENTS DANS LA RSE**

### **1) Gouvernance : Manager son organisation avec transparence**

#### **1) Comment votre entreprise intègre-t-elle la RSE dans sa stratégie ?**

La Brasserie de Saint Sylvestre inclut dans chaque décision stratégique et commerciale, les aspects **sociaux et environnementaux**. Par exemple, lors de la construction de nouveaux bâtiments, l’achat de matériel, le choix des matières premières,...

En restant fidèle à ses valeurs, la brasserie a mis en place naturellement cette démarche RSE. Les dirigeants ont la volonté de **produire de la façon la plus éthique possible** et cela se traduit par des actions journalières :

- Garantir des produits de qualité ;
- Favoriser le dialogue entre toutes les parties prenantes ;
- Faire évoluer durablement l’entreprise.

#### **2) Comment votre entreprise implique-t-elle les collaborateurs ou d’autres parties prenantes lors de décisions stratégiques de l’entreprise ?**

Chaque collaborateur est considéré comme un élément fondamental de la valeur immatérielle de l’entreprise. Chaque service de l’entreprise travaille en **étroite collaboration** afin d’atteindre ensemble les objectifs fixés.

La brasserie a fait le choix de favoriser la **hiérarchie courte** afin de favoriser le dialogue.

La brasserie implique **systématiquement ses collaborateurs dans le choix stratégiques** : choix des fournisseurs, des futurs collaborateurs,...

#### **3) Mesurez-vous les performances RSE de votre entreprise en fonction de vos objectifs ? Et comment ?**

Les performances RSE sont suivies grâce à des indicateurs que nous appelons « **KPI environnementaux** » revus chaque mois lors de la revue mensuelle QHSE.

➔ Indicateurs clés :

- Consommation eau (hl/hl) /gaz (Mj/HL)/électricité (kWh/hl de produit)
- Taux d’accidents
- Satisfaction clients/fournisseurs
- Incidents (dans une démarche d’amélioration continue)

- Quantité déchets, rejets ramenée au nombre d'hl de produit fini
- Climat social
- Freintes (pertes de matière, d'emballage,...)

A l'avenir : grâce à l'outil d'écoconception (voir 7 – Engagement sociétal), nous souhaitons intégrer des indicateurs environnementaux notamment sur le changement climatique ou l'écotoxicité aquatique.

**4) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes au développement durable ? Précisez vers quelle partie prenante**

- **En interne :**
  - **Réunions hebdomadaires** de l'ensemble des responsables des services qui se chargent de diffuser les informations.
  - **Panneau d'affichage** dans les zones de production avec mise à jour régulière des indicateurs.
  - **Intranet** libre d'accès.
  - **Affichage** : Charte QHSE, indicateurs.
- **En externe :**
  - **Site internet**
  - Information sur l'**étiquetage du produit** (consommation responsable, pictogramme info tri...).
  - Participation à des **salons** pour promouvoir le savoir-faire régional (FIBA, SIAL,...).

**5) Quels outils utilisez-vous pour communiquer en interne et en externe et sur quoi communiquez-vous (ex. publication des résultats, CA...)?**

- Présentation 1x/an à tous les collaborateurs des projets, de l'évolution et des résultats de l'entreprise (réunion suivie d'un barbecue chaque été).  
Nous communiquons sur :
  - l'évolution du chiffre d'affaires ;
  - la production ;
  - les stratégies envisagées : QHSE, Commercial, Industriel, Marketing, R&D.
- Présentation des résultats 1x/an aux différents actionnaires.

**6) Quelle est votre politique de rémunération ? et Quel est le rapport d'échelle des salaires (gérant compris) ?**

Comment situez-vous la rémunération moyenne de vos salariés par rapport à celle de votre secteur d'activité ?			
	En-dessous	Egale	Au-dessus
Cadres		X	
Maîtrise		X	
Employés / Ouvriers		X	
Quel est le rapport d'échelle des salaires (gérant compris) ?		3	

**7) Avez-vous une démarche volontaire de partage de la valeur ? Intégrez-vous des critères RSE dans les systèmes de rémunération ?**

Une **prime de fin d'année** est octroyée à chaque salarié (13<sup>ème</sup> mois). A cela s'ajoute 10% du salaire si les objectifs discutés en début d'année sont atteints.

Proposez-vous une participation * à vos salariés ?	Non
Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13 <sup>ème</sup> mois, ..) ?	Oui
Proposez-vous un Plan d'Epargne d'Entreprise à vos salariés ?	Oui
Proposez-vous un actionariat salarié ?	Non

**2) Droits de l'Homme : Respecter les droits essentiels de la personne**

**Comment votre entreprise favorise-t-elle la Diversité, l'égalité des chances ? (lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, senior, insertion...)**

- Volonté du dirigeant d'embaucher des femmes dès son arrivée en 2010.  
→ **7 femmes à ce jour, dont 2 seniors.**
- Accueil régulier de **stagiaires** sur des périodes de 2 à 6 mois et accueil d'une **apprentissage** pendant 3 ans.

❖ **REPARTITION HOMME -FEMME**

	Femmes			Hommes			Total		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Effectif salarié au 31 décembre	3	5	7	9	11	12	12	16	19
Dont CDI	3	4	6	9	11	12	12	15	18
Dont contrats en alternance/stage/contrat pro	0	1	1	0	0	0	0	1	1
Direction	0	0	0	2	2	2	2	2	2
Cadre	0	0	0	0	0	0	0	0	0



## Entreprises de moins de 25 salariés

<b>Employé</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>16</b>
<b>Ouvrier</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

⇒ Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés

⇒ Accord ou plan d'action égalité Hommes/ Femmes obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

### ❖ EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- Non et non concerné par la réglementation (*Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total*)

### ❖ EMPLOI DES JEUNES ET DES SENIORS

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Moyenne d'âge des collaborateurs</b>	<b>45.33</b>	<b>45.2</b>	<b>43.31</b>
<b>Effectif des CDI de moins de 25 ans</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Effectif des CDI de plus de 50 ans</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>8</b>

⇒ Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

Le turn over est faible avec des carrières longues : ancienneté moyenne 9,6 ans avec un maximum de 35 ans de carrière. L'ambiance familiale de la brasserie encourage les employés à rester.

## 3) Relations/conditions de travail : Valoriser l'Homme.

### 1) Comment est organisé l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur (y compris stagiaires, intérimaires, apprentis...) ?

- **Annonce de l'arrivée du nouveau salarié** en interne afin que toute l'équipe soit au courant du rôle et des responsabilités de la nouvelle recrue.
- Lors de son arrivée, le collaborateur **visite la brasserie et rencontre les équipes** « officiellement ».
- Un **livret d'accueil** est remis à chaque nouveau collaborateur (règles à respecter, charte QHSE, informations sociales,...) et le **kit EPI** (tenue de travail, chaussures de sécurité, EPI,...)
- **Formation a son poste de travail** (fonctionnement machine, règles de sécurité,...)
- Les responsables restent toujours disponibles et accessibles pour la moindre question.

### 2) Comment assurez-vous le développement professionnel de vos collaborateurs ?

- **Entretiens annuels** pour tous les collaborateurs : échanges sur les promotions, les besoins en formation et point sur les objectifs fixés.
- Montée des compétences au sein de la brasserie : **l'expérimentation** sur le poste de travail, **le retour des responsables et la formation interne** (avec intervenant externe ou interne) et externe.

## Entreprises de moins de 25 salariés

- Le métier de technicien brasseur peut s'apprendre dans l'entreprise. Nous venons récemment de recruter un jeune sans diplôme mais très motivé que nous avons formé sur site mais également à l'extérieur (IFBM). Il occupe maintenant le poste clé de brasseur.
- **Visites régulières d'entreprises** avec les collaborateurs (DANONE, VANDENCASTEELE, Brasseries diverses, Coca-cola, Baudelet environnement,...). Le but : s'inspirer de bonnes pratiques, de retours d'expériences, découvrir d'autres process de fabrication, comprendre l'importance du recyclage, améliorer la qualité des produits.

	2014	2015	2016
<b>% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale

\* taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale

100% de la masse salariale est consacrée au plan de formation, car lorsque qu'une formation est donnée, nous la dispensons à l'ensemble de salariés (formation défense incendie, Nettoyage désinfection, risque produits chimiques, SST, habilitations électrique,...). Nous faisons venir des intervenants extérieurs à la brasserie.

### 3) Quelle est la politique de votre entreprise en matière de prévention des risques professionnels ?

- **Document Unique annuel** (via un consultant en sécurité) intégrant les risques psychosociaux.  
→ Plan d'actions de prévention.
- **Formation/sensibilisation régulière** : points mensuels sur la sécurité, sensibilisation qualité/hygiène.
- Formation de Sauveteurs Secouriste du Travail dans chaque zone.
- **Substitution des produits chimiques dangereux** par d'autres lorsque cela est possible.  
Ex : suppression du chlore dans les salles de fermentation = réaction avec le CO<sub>2</sub>)
- Sensibilisation interne à la prévention de l'alcool.
- Développement de méthode d'amélioration continue, le **management « 5S »** et le **management visuel**.
- Projet de former le commercial CHR à la conduite responsable.
- **Protocole de chargement/déchargement** remis à chaque fournisseur : explication des codes de conduite sur les lieux et dans les environs de la brasserie.
- Gestion des intervenants extérieurs : plan de prévention, permis de feu, livret d'accueil, registre des visiteurs,...

### 4) Quels sont vos taux de fréquence et de gravité (Accidents du travail) ?

2014	2015	2016
------	------	------

## Entreprises de moins de 25 salariés

Taux de fréquence *	0	0	0
Taux de gravité**	0	0	0

\*Taux de fréquence (TF) = (nb des accidents avec arrêt/heures travaillées) x 1 000 000

\*\*Taux de gravité (TG) = (nb des journées perdues par incapacité temporaire/heures travaillées) x 1 000

Notre système de prévention des risques professionnels fait ses preuves puisque chaque année, notre taux d'accidents est négatif.

### 5) Comment favorisez-vous le dialogue social ?

- Nous favorisons la **bonne ambiance conviviale**, le **plaisir au travail** et la **qualité des relations humaines** : dialogue direct entre la direction et les employés ; la direction mange avec toute l'équipe chaque midi.
- La direction reconnaît et encourage la contribution de chacun.  
Ex : lettre de remerciement envoyée par la direction à chaque collaborateur en fin d'année.
- Nous améliorons les conditions de travail, les commodités et lieux de vie de l'entreprise (réfectoire, bar, salle de réunion,...).

#### ❖ REPRESENTATION DU PERSONNEL

- des délégués syndicaux ?*	NON
- des délégués du personnel ?**	NON
- un Comité d'Entreprise ?***	NON
- un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ?***	NON

\* obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale

\*\*obligatoire pour entreprise > 11 salariés

\*\*\*obligatoire pour entreprise > 50 salariés

Nous n'avons pas de délégué du personnel car aucun candidat ne s'est porté volontaire. Les employés se sentent libres de remonter naturellement les problèmes lorsqu'ils en rencontrent. Cela reste des normes fixées qui vont évoluer.

### 6) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour favoriser le bien-être de vos collaborateurs ?

- Salles de pause et « bar » avec boissons, café,... à disposition des employés. Chaque matin, le café est pris avec une grande partie des collaborateurs afin d'échanger sur le planning de la journée, les problèmes rencontrés, ...
- **Etudes de poste** pour améliorer les conditions de travail réalisées à l'aide de notre consultant en sécurité SEPR avec création des **fiches de sécurité au poste**.
- **Adaptation des postes de travail** selon les besoins des collaborateurs :

## Entreprises de moins de 25 salariés

- 2015 : investissement de 3M€ dans une **nouvelle salle de brassage** automatisée et sécurisée (remplaçant l'ancienne manuelle)
  - **Réduction de la pénibilité des gestes et constance dans la fabrication des produits.**
  - **Formation des brasseurs à l'outil informatique par le fournisseur.**
  
- 2017 : investissement au niveau des zones de fermentation en filtration.
  - **Suppression des tuyaux flexibles (lourds, encombrants,...) remplacés par des tuyauteries fixes en inox.**
  
- Création d'un **nouveau laboratoire fonctionnel** avec rangement sécurisé des produits chimiques.
  
- **Chariots élévateurs** dotés de sièges avec suspension.
  
- Remplacement du groupe froid ammoniac par un fluide frigorigène (HFC)
  - **moins de risque pour la sécurité des personnes.**
  
- **Réduction des TMS** : banderoleuse automatique, appareil de maintenance de qualité et anti vibrations.

Lors de chaque investissement, la direction prend en compte le bien être des collaborateurs. Ceux-ci sont impliqués dans les projets.

### 7) Comment votre entreprise est attentive à l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle ?

- **Horaires de jour pour tous les salariés** (de 8h à 17h30). Pas de travail de nuit, ni les week-ends.
  
- La parole est laissée libre aux salariés pendant les réunions d'équipes pour évoquer un éventuel problème.
  
- Heures supplémentaires payées ou prises en récupération. La direction demande aux salariés de respecter leurs horaires sans trop d'heures supplémentaires afin de respecter cet équilibre vie de travail/vie familiale.
  
- **Mutuelle salarié + famille payée en partie par l'entreprise.**
  
- **Un livret épargne salarial** pour chaque salarié.
  
- **Repas de fin d'année organisé avec les conjoints des salariés.** Ce repas est précédé d'une activité : en 2016 karting, en 2015 jeu des « boules Flamandes », en 2014 bowling. La bonne ambiance est toujours au rendez-vous !

### 8) Comment évaluez-vous la satisfaction de vos employés ?

L'entretien individuel permet d'évaluer la satisfaction des salariés.

	2014	2015	2016
<b>Turn Over*</b>	0	0	0
<b>Taux d'absentéisme</b>	0	0	0

\* (Départs année N + Arrivées année N)/2)/effectif moyen N-1) x100

A noter que dans ce calcul, nous n'avons pas eu de départ dans l'entreprise mais uniquement des arrivées.

#### 4) Environnement : Préserver la Planète.

##### 1) Quelles sont les ressources utilisées dans votre production ? (matières premières, eau, énergies)

- Matières premières : Malt d'orge et de blé, houblon, levures, eau.
- Produits de nettoyage/désinfection et adjuvants.
- Matériaux d'emballage (bouchon, capsules, bouteilles, étiquettes, cartons,...)
- Energie : gaz, électricité, eau.

##### 2) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ?

- **Réduire, valoriser et recycler les déchets :**
  - La Brasserie de Saint-Sylvestre produit une **énergie propre** ! Nous possédons **notre propre station d'épuration**. Le biogaz obtenu est brûlé dans une chaudière et réchauffe de l'eau qui sert à maintenir en température le méthaniseur.  
→ Cet équipement est donc autonome en énergie.
  - **20%** du parc est vendu en **bouteilles consignées**.
  - L'ensemble des déchets produits dans la brasserie est **trié** pour être **valorisé au maximum** :

Déchets	Filière d'élimination
Cartons	Recyclage
Plastique	Recyclage
Drêches	Coproduit revendu pour l'alimentation bovine
Levures	Coproduit revendu pour l'alimentation porcine
Kieselguhr	Compostage
Verre	Recyclage
DIB	Pas de recyclage mais objectif réduction de 30% en 2017.
Boues de la station d'épuration	Nous avons un plan d'épandage avec un agriculteur du village. Notre bureau d'étude (SEDE environnement) réalise nos bilans d'épandage et

	les plannings prévisionnels)
--	------------------------------

Nous avons audité les entreprises à qui nous confions nos déchets afin d'être pleinement conscients de leur filière de traitement.

- Un **bilan de pollution** réalisé en 2016 a mis avant que 40% des charges en MES (Matières en Suspension) et DBO (Demande Biochimique en Oxygène) de nos effluents provenaient de la fermentation et de la filtration (kieselguhr\* + levures). Nous avons décidé de refaire entièrement cette partie (bâtiment + matériel). Notre choix pour le matériel s'est orienté sur un **filtre qui retient la pollution à la source et réduit les consommations en eau.**

*\*Terre de filtration de la bière : micro algues fossilisées qui servent d'adjuvant de filtration.*

- 100% de notre parc de transpalettes ou chariots élévateurs fonctionne au gaz ou à l'électricité.

- **Eco-conception des produits**

- **Bonne Pratique**

- Nous privilégions le **carton recyclé** plutôt que le Kraft.
- Nos bouteilles consignées ont une moyenne de réutilisation de 7 fois.
- **15% de gains énergétiques** dès la première réutilisation.
- Conditionnement de notre bière en fût. Nous avons investi en 2011 dans une **laveuse/remplisseuse de fûts.**
- Emballages consignés et machine permettant de **maitriser les consommations en eau** lors des phases de nettoyage.
- Travail avec les verriers pour diminuer le poids de nos bouteilles (cela est difficile en bouteilles consignées)
- **Colles à base de caséine.**
- **Encres naturelles** pour l'impression des cartons et étiquettes.
- Malts cultivés et transformés dans le nord de la France.
- Investissements dans des **tirages pression mobiles sans CO<sub>2</sub>** pour les salons (événements ponctuels),...
- Pour la vente de fûts à l'export, nous favorisons les fûts « on way » (jetables et recyclables), non consignés. Ils génèrent une **économie de transport donc une réduction des émissions de CO<sub>2</sub>.**

- **Récupération d'énergie dans une démarche d'optimisation énergétique.**

- **Bonne Pratique**

Les processus de fabrication sont optimisés et pensés pour récupérer au maximum les énergies.

Exemples :

- Au niveau du brassage, **l'eau servant au refroidissement du moût est récupérée pour les brassins suivants**. 110hl d'eau froide sont nécessaires pour refroidir un brassin de 100hl.

- **Les vapeurs de l'ébullition (10%) du moût sont récupérées pour chauffer de l'eau**. Avec l'ancienne salle de brassage cette énergie était perdue.

➔ **10hl d'eau chaude 80°C sont récupérés à chaque brassin. C'est un système innovant.**

- Nous réalisons plusieurs brassins (4 à 5) dans la journée afin de récupérer les énergies des autres brassins (chauffage des cuves, lancement des générateurs de vapeur,...)

- **Etudes régulières de l'impact de la brasserie sur l'environnement :**

- Rejets aqueux analysés chaque semaine.
- Rejets atmosphériques.
- Bruit à l'intérieur (pour les employés) mais également à l'extérieur de la brasserie (pour les riverains).
- Etude de pollution des sols.
- Etude sur la qualité du forage.

- **Gestion des eaux pluviales et des eaux potentiellement polluées**

- Bâtiment construit pour récupérer de manière gravitaire les eaux de pluie.
- Redimensionnement et optimisation de la récupération des eaux pluviales prévue en 2017 : Déshuilage des eaux de pluies, centralisation avant de les rejeter dans le milieu naturel.
- Bassin de confinement des eaux d'incendie mis en place 1er semestre de 2017.

- **Gestion durable de l'eau**

- **Unité de méthanisation** depuis 2006 pour traiter ses eaux usées industrielles.
- Compteur d'eau **aux endroits stratégiques afin d'optimiser les consommations**.
- Stations de nettoyage **en place pour les fermenteurs et tanks de bière filtrée afin de maîtriser et optimiser les consommations en eau. (Investissement prévus en 2017)**
- Indicateurs « eau » : le ratio est de 3.5L/litre de bière produit. **C'est un très bon indicateur si l'on se compare à d'autres brasseries. (en moyenne 6L/litre de bière produit)**
- Formation au nettoyage = **privilégier le brossage plutôt que le jet haute pression**.

Le processus est pensé pour récupérer au maximum l'eau :

## Entreprises de moins de 25 salariés

- **Récupération d'eau de la laveuse bouteille** pour laver l'extérieur des caisses.
- Capteurs (**densimètres, turbidimètres, conductimètres,...**) installés sur le processus permettant de réduire les temps de rinçage, de pousse à l'eau,... **Belle évolution dans ce sens avec la nouvelle salle de brassage et en 2017 avec la halle de filtration.**
- Nous prévoyons la récupération de l'eau de rinçage des bouteilles pour une autre utilisation.

- **Gestion raisonnée de la logistique**

- La partie commerciale n'est pas gérée à la brasserie mais sous-traitée. Nous travaillons avec plusieurs grossistes qui se chargent de vendre nos produits. Cela limite les transports routiers.
- **Les fournisseurs sont choisis localement** : Malteries du Nord, houblons de Flandre, Carton du Nord,...
- Notre gestion des approvisionnements est prévue pour ne prévoir que des **transports en camions complets**. Stockage des déchets, commandes,... Des inventaires sont réalisés chaque semaine afin d'anticiper les commandes. Nous avons un logiciel de gestion de production qui permet de suivre l'état des stocks en réel.

### 3) Quels sont vos indicateurs de performance environnementale ? Précisez pour chacun l'évolution sur les 3 dernières années

#### ❖ GESTION DES DÉCHETS

	Nature des déchets	Mesure ? Oui/non	2014		2015		2016	
			Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé
Process de production	Kieselguhr* Drêches Levures Trub	Oui	-	100	-	100	-	100
Emballage	Cartons Plastiques Verre	Oui	-	100	-	100	-	100

\*Terre de filtration de la bière : micro algues fossilisées qui servent d'adjuvant de filtration.

#### ❖ RESSOURCES NATURELLES



	Oui / Non	Mesures Oui/Non	2014	2015	2016
<b>Consommation d'eau</b>					
Eau potable (m <sup>3</sup> )	Oui	Oui	15908	18281	20327
Eau pluie	Non	Non	-	-	-
<b>Consommation d'énergie</b>					
Electricité (kwh)		Oui	-	-	1116224
Gaz (MWh)		Oui	-	-	1290,804
Emissions de Gaz à Effet de Serre		Non	-	-	-
<b>Principales matières premières consommées, précisez lesquelles :</b>					
Malt (kg)		Oui	1 166 907,07	1 252 148,98	1 426 881,13

L'augmentation des consommations en eau et énergie est justifiée par notre évolution de production.

**Notre indicateur en eau ne cesse de baisser :**

Année	2015	2016
Ratio hl eau /hl produit	3,35793391	3,27643456

#### **4) Avez-vous mis en place un Plan de Déplacement d'Entreprise ou un Plan de Déplacement Inter-Entreprises\* ?**

*\*obligation légale pour les entreprises > 500 salariés ou > 250 salariés en zone d'activité (Nord et Pas-de-Calais). Et à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2018 > 100 salariés (France). Pour plus d'informations <http://www.declic-mobilites.org/ressources-documentaires/cadre-reglementaire>.*

Non, pas de Plan de Déplacement d'Entreprise.

#### **5) Bonnes Pratiques d'affaires : Etre acteur loyal et responsable sur les marchés**

##### **1) Comment la RSE s'intègre dans votre démarche d'achats ?**

- La Brasserie de Saint Sylvestre est certifiée **Saveur en Or**, cela veut dire que nous nous engageons à utiliser des **matières premières provenant majoritairement de la région Hauts-de-France**.
  - Malt conventionnel du Nord de la France transformé dans des malteries locales (Malteurop, Soufflet, Malterie du château,...)
  - Houblon de Flandre (50%) et Houblon d'Alsace (50%)
  - Bouteilles en verre recyclé (Allemagne)
  - Bouchons en Liège transformés en Belgique
- **Nous respectons nos fournisseurs et soutenons la filière locale.**

→ **Bonne Pratique**

Il y a quelques années les surfaces de houblon dans le Nord diminuaient très fortement jusqu'à frôler leur disparition.

Nous avons considéré qu'il était de notre responsabilité de **soutenir les houblonniers locaux**.

Leur prix est cependant plus élevé que le marché mondial (environ 30%) mais nous avons fait le choix de préserver cette filière locale afin de consommer local.

**Nous assurons aux producteurs des contrats sur 5 ans.** Ce qui leur permet d'avoir une visibilité pour au moins 5 ans.

Notre soutien ainsi que celui d'autres microbrasseries a permis à la filière de retrouver tout son dynamisme.

→ La coopérative Houblonnière compte aujourd'hui 7 adhérents qui cultivent 27 ha pour 10 variétés amères et aromatiques.

→ Des projets de plantations se concrétisent grâce à cet élan. Il devrait y avoir une augmentation de surface entre 3 à 5 hectares pour la récolte 2017.

**2) Comment auditez-vous vos fournisseurs (audit interne ou externe) et à quelle fréquence ?**

- Nous auditons nos fournisseurs lors de **visite de courtoisie** mais pas de manière formelle, ce qui permet de garder le dialogue.
- Chaque année, lors de la signature des contrats avec les fournisseurs, nous échangeons sur les bonnes pratiques, les incidents de l'année précédente, ...

	2014	2015	2016
Quel est le pourcentage de fournisseurs audités ?	3%	6%	10%

**3) Quelles règles éthiques avez-vous établies vis-à-vis de vos concurrents ?**

- Innover lors de la création des produits mais ne pas copier.
- Collaborer comme lors de la création de l'outil d'écoconception (6 brasseurs de tailles diverses – cf partie 7 – Engagement sociétal)

**6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts**

**1) Comment intégrez-vous la RSE dans votre relation client ?**

- Nos produits doivent être accessibles aux personnes majeures uniquement.
- Produits naturels sans additifs, colorants,... Tous les ingrédients entrant dans nos produits sont des ingrédients nobles issus de la nature.
- Nous organisons des séances internes d'analyse sensorielle permettant de juger de la qualité gustative des produits mais également pour orienter nos futurs projets de R&D. Notre gamme de produit spécialement élaborée par l'équipe de R&D de la brasserie.

- Système de traçabilité stricte des produits.

**2) Comment fidélisez-vous vos clients ? et comment communiquez-vous auprès de vos clients ?**

- Suivi mensuel du taux de satisfaction clients (nombre de réclamation et félicitations/mois): les clients nous remontent naturellement les informations que ce soit pour des réclamations ou des félicitations. Nous informons chaque mois les salariés sur la satisfaction client par voie d'affichage.

Mesure de la satisfaction des clients finaux :

Résultats d'une étude réalisée en Janvier et Février 2017 au magasin de la brasserie :

	Janvier 2017		Février 2017	
<b>Satisfaction clients (%)</b>	<b>0 insatisfaction</b>	<b>210 clients</b>	<b>1 insatisfaction*</b>	<b>295 clients</b>

*\*L'insatisfaction correspond à une personne qui souhaiterait que le magasin soit ouvert le Lundi.*

- Marketing : L'étiquette de la 3 Monts à récemment été rajeunit tout en gardant cet aspect de « ruralité intemporelle », les packs de 6 x 33cl ont été lancés cette année.

**3) Comment prenez-vous en compte la sécurité des utilisateurs dans le choix/développement de vos produits/services ?**

Nous réalisons des **contrôles qualité tout au long de processus de fabrication** afin de garantir aux clients des produits de qualité.

➔ **Plus de 5000 analyses par an dans notre laboratoire interne.**

Les contrôles sont divers :

- densité, couleur, pH au brassage
- suivi des fermentations
- microbiologie et diverses analyses physico-chimiques sur les produits finis (couleur, alcool, CO<sub>2</sub>, O<sub>2</sub> dissous, pH, atténuation, amertume, brillance, densité,...).

Des **indicateurs qualité** ont été instaurés et sont revus chaque mois lors de la revue QHSE.

Chaque produit à des spécifications bien définies, le service qualité doit valider un lot avant que celui-ci quitte l'usine.

Les opérateurs réalisent également de nombreux contrôles en cours de fabrication (contrôle horaire de volumes, habillage,...)

**7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté**

**1) Comment votre entreprise s'investit-elle dans son environnement territorial (emplois, économie locale, ou autres)? Et Quelles actions sociétales sont mises en place ? Relations avec les parties prenantes ?**

- **Outil d'écoconception pour la filière brassicole :**

→ **Bonne Pratique**

En 2016, la brasserie de Saint Sylvestre a participé à une **action collective régionale** sur la thématique environnementale. Cette action, menée sur un an, était portée par le pôle d'excellence en agroalimentaire régional, **AGROÉ et le Syndicat des Brasseurs du Nord**. Elle a consisté en la réalisation de l'Analyse de Cycle de Vie (ACV) de la filière brassicole de la production de matières premières à la mise en marché de la bière dans le but de **développer un outil d'écoconception pour la filière**.

**6 autres brasseurs régionaux** (Brasserie DUYCK, Les 3 brasseurs, Brasserie Saint Germain, Brasserie Moulin d'Ascq, Brasserie du pavé, Brasserie des 2 Caps) ont, comme nous, participé aux différentes phases du projet. Nous avons apporté notre connaissance des enjeux de la filière et des flux existants le long de la chaîne de valeur pour la création du cahier des charges. Nous avons ensuite participé aux différentes phases de test de l'outil.

**L'outil est maintenant actif et va être prochainement mis à disposition de l'ensemble des brasseurs régionaux !** Cette implication est une autre preuve de notre engagement sur la thématique environnementale et de notre volonté plus globale de diffuser nos convictions à la filière et au territoire ! Cet outil nous permet actuellement d'**autoévaluer la performance environnementale de nos produits** et d'**identifier nos propres pistes d'éco-conception**.

Il est basé sur **5 paramètres** :

- Changement Climatique (kg éqCO<sub>2</sub>) : comptabilisation des émissions de gaz à effet de serre.
- Eutrophisation (kg N eq) : pollution de l'eau associée aux composants azotés.
- Ecotoxicité des eaux douces (CTUe) : pollution de l'eau associée aux composés toxiques (phytos, métaux lourds...)
- Consommation d'eau (m<sup>3</sup>) : consommation d'eau tout au long du cycle de vie.
- Consommation d'énergie non renouvelable (en MJ) : calcul de la consommation d'énergie tout au long du cycle de vie.

- La brasserie est **partenaire du Syndicat des Brasseurs des Hauts-de-France, du Syndicat des Brasseurs de France et des amis de la bière**.
- **Emploi local** : 50% des salariés de la brasserie habitent à moins de 10km de la brasserie et 5 employés ont moins de 3km pour venir travailler. Certaines personnes viennent à pied ou en vélo en fonction de la météo.
- Economie locale : **une micro-économie s'est créée autour de la brasserie** (Chaîne d'approvisionnement, fournisseurs, sous-traitants,...)

- Dons aux associations sportives, culturelles, recherche, écoles Fondation de France, Téléthon, 4L trophy, sapeur pompier,...

### **III-FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS**

**Qu'est-ce-qui permet la réussite de votre démarche (motivation, implication, moyens humains/matériels/financiers, communication...) ? (les difficultés rencontrées et surmontées peuvent apparaître ici).**

- Sincérité des valeurs de la Brasserie de Saint Sylvestre et la réalité de leur application terrain.
- Investissements réguliers au niveau matériel et humain.
- **Engagement de l'ensemble des collaborateurs** qui partagent les mêmes valeurs que l'entreprise.
- **Volonté des dirigeants.**
- Volonté de pérenniser l'entreprise par son économie mais également la qualité de ses produits.
- L'augmentation des volumes a permis d'investir 3 millions d'euros dans une nouvelle salle de brassage moderne en 2015. Cet investissement permet de **maitriser la qualité des produits finis** mais également **d'économiser de l'eau et de l'énergie.**
- En 2017, la fermentation et la filtration vont être refaites à neuf toujours avec du matériel permettant de **limiter notre impact sur l'environnement** mais également **d'améliorer les conditions de travail des collaborateurs.**
- Nous prévoyons pour 2018 la construction d'une nouvelle station d'épuration toujours dans le souci de **diminuer notre impact sur le milieu.**