

## Fiche d'information

Date: 17 avril 2014

### Actions de SV Group en faveur de la protection du climat et des ressources

Sur le plan de la protection du climat, les solutions apportées par le secteur de la restauration sont rares. Et pourtant, un tiers de l'impact personnel sur l'environnement provient précisément de l'alimentation. En 2013, faisant œuvre de pionnier, SV Group a lancé – conjointement avec le WWF Suisse – le programme ONE TWO WE pour une restauration du personnel plus écologique. Avec ses fournisseurs, ses clients et ses hôtes, SV Group en Suisse souhaite réduire son empreinte de CO<sub>2</sub> afin de contribuer activement à la protection de l'environnement. A cet effet, SV Group en Suisse a rejoint les WWF Climate Savers. SV Group fait partie des premières entreprises de restauration au monde à s'engager en faveur d'un objectif de CO<sub>2</sub> déterminé.

#### 1<sup>er</sup> objectif: d'ici 2017, 150 restaurants du personnel et restaurants scolaires participeront à ONE TWO WE

Les éléments-clés du programme ONE TWO WE sont clairement définis: moins de fret aérien, moins de produits de serres chauffées aux énergies fossiles, moins de viande, moins de consommation d'énergie, moins de gaspillage. Depuis 2013, ce programme est mis en œuvre avec tous les clients intéressés. En collaboration avec nos partenaires principaux – le WWF Suisse, l'EWZ et la société ESU-services GmbH – nous avons défini scientifiquement des normes environnementales dans les quatre domaines environnementaux Offre, Approvisionnement, Exploitation et Logistique.

Lorsque une exploitation entre dans le programme, un statu quo est déterminé et évalué pour chaque norme environnementale. Ainsi, pour chaque restaurant, nous déterminons un plan de durabilité individuel. Avec ce plan, les directives et les valeurs de l'entreprise définies par le client sont appliquées aux mesures de restauration.

Concrètement, cela signifie que des solutions conçues par des experts sont associées de façon modulaire pour correspondre de manière individuelle à chaque exploitation. Pour ce faire, nous avons établi des normes minimales avec le WWF. Notre objectif: réduire de 20% les émissions de CO<sub>2</sub> dans les exploitations participantes, ce qui correspond à 3000 tonnes de CO<sub>2</sub> (2015). Chacune des quatorze normes environnementales se divise en trois niveaux différents, chacun correspondant à une demande accrue. *Compliance* correspond à l'exigence minimale, suivie de *Good Practice* puis de *Best Practice* qui est synonyme de mise en œuvre optimale. Le niveau *Compliance* doit alors être atteint pour l'ensemble des quatorze critères. Pour la norme environnementale «offre sans viande», l'exploitation doit atteindre le niveau *Best Practice*. Les quatorze normes environnementales ont toutes pour objectif de réduire les gaz à effet de serre ou d'économiser de l'énergie. Vous trouverez ci-dessous quelques explications sur les quatre normes environnementales ayant le plus d'impact.

1. Réduction du fret aérien: Le client décide s'il souhaite utiliser max. 0,1% de fret aérien, moins de 0,5% ou moins de 0,75% (ce qui correspond à 30% de moins que la moyenne SV) dans son restaurant. Le pourcentage correspond à la somme du panier

total, celui-ci pouvant différer en fonction de l'exploitation, du budget et du client.

2. Réduction de la teneur en viande: Au cours des trois prochaines années, la teneur en viande actuelle par repas principal (SV total 110 grammes) déterminée lors du statu quo doit être réduite d'au moins 5% ou 7% par an. Au bout de trois ans, la réduction doit totaliser 20%. A cette fin, SV Group lance la campagne (interne): «Avez-vous déjà goûté aux saveurs de la protection du climat?» Depuis 2012, les cuisiniers sont formés auprès de Hiltl, un expert réputé en cuisine végétarienne. En outre, la compétence sans viande est encouragée par de nombreuses autres mesures.

3. Utilisation du calendrier saisonnier de SV: Nous avons examiné et évalué le top 30 des fruits et légumes quant à l'impact de leur provenance, de leur mode de transport et de leur type de culture sur l'environnement. Ainsi, nous avons obtenu une matrice d'achat pour douze mois. Objectif: éviter les aberrations climatiques.

4. Energie: Chaque exploitation qui se lance dans le programme de protection climatique ONE TWO WE bénéficie d'un conseil énergétique dans le domaine «Exploitation». Un expert de l'EWZ vient effectuer ce conseil dans toutes les exploitations. Il analyse alors en particulier l'origine du courant électrique, l'éclairage, le refroidissement, la ventilation, la cuisine et le nettoyage. L'analyse prend non seulement en compte les infrastructures, la technologie, l'état et le dimensionnement, mais aussi la manipulation, les habitudes des utilisateurs et l'entretien. En outre, des listes de contrôle sont définies pour assurer un contrôle régulier des infrastructures et de leur utilisation.

Nombre d'exploitations participant au programme OTW:

Etat:	février 2013	5 exploitations
	juin 2013	20 exploitations
	septembre 2013	40 exploitations
	avril 2014	65 exploitations

## **2<sup>e</sup> objectif: expansion régulière du panier vert dans tous les restaurants du personnel**

Objets déjà réalisés:

- 2012: renonciation à la viande de poulet d'outre-mer, la part du poulet CH est passée de 33% à 60% en 2013
- 2013: renonciation totale aux asperges et aux fraises d'outre-mer
- 2013: achats de poissons plus restrictifs: uniquement des poissons correspondant aux étiquettes verte et jaune selon le guide des poissons du WWF
- 2013: extension des fournisseurs en Europe afin de réduire le fret aérien (agneau, bœuf)
- 2014: passage à 100% de lait de prairie (renonciation aux aliments concentrés et au soja)

Objets en planification pour une réalisation prochaine:

- 2014: extension à cinq produits équitables obligatoires par exploitation
- 2014: renonciation aux tomates, concombres, poivrons, etc. de cultures chauffées aux combustibles fossiles en Suisse par la coopération avec des serres à chauffage alternatif
- 2014: coopération avec des producteurs de volaille pour promouvoir des standards maximum en Suisse

### **3<sup>e</sup> objectif: gaspillage de la nourriture**

Poursuite du programme lancé en 2007. Résultat: réduction des déchets alimentaires par repas principal vendu de 72 g à 39 g (100 000 repas par jour!).

#### **SV Group:**

SV Group, dont le siège de la holding est à Dübendorf, est présente en Suisse, Allemagne et Autriche dans les domaines du Business Catering, du Care Catering et de l'Event Catering, dans le management hôtelier et la restauration. En 2013, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires net de CHF 653 millions avec environ 8100 employés. En Suisse, SV Group est leader du marché de la restauration collective avec environ 350 établissements sous gestion. Il détient les droits de concept et de marque de SPIGA, est franchiseur de wagamama et des marques d'hôtels Courtyard by Marriott, Renaissance et Residence Inn by Marriott.

SV Group reçoit et restaure ses hôtes avec passion, proposant des saveurs exquises et une excellente qualité de vie. Conformément à sa promesse «Passion for quality», il s'efforce de fournir la meilleure qualité possible dans chacun de ses domaines d'activité. Fondé il y a cent ans (1914) en tant qu'institution sociale, SV Group a toutefois bénéficié d'une gestion entrepreneuriale dès ses débuts. Ainsi, SV Group est devenu une entreprise dynamique de premier plan: l'hospitalité et l'engagement sont à la base de son succès. Depuis toujours, SV Group associe la performance économique à une authentique responsabilité sociale et environnementale, défi que le groupe entend bien relever à l'avenir également. Cet engagement social est par ailleurs renforcé par le travail de bienfaisance fourni par SV Fondation en qualité d'actionnaire majoritaire de la société anonyme SV Group. Pionnier dès son origine, SV Group restera une entreprise pionnière qui place la durabilité comme référence de toutes ses activités.

[www.sv-group.ch](http://www.sv-group.ch)

#### **Contact médias SV Group:**

Kornell Otto, responsable du projet One Two We  
SV (Suisse) AG, Memphispark, Wallisellenstrasse 57, CH-8600 Dübendorf 1  
Téléphone +41 43 814 15 56, fax +41 43 814 15 02, portable +41 79 876 15 68  
E-mail [kornell.otto@sv-group.ch](mailto:kornell.otto@sv-group.ch), [www.sv-group.com](http://www.sv-group.com)

Peter Lutz, Chief Marketing Officer  
SV (Suisse) AG, Memphispark, Wallisellenstrasse 57, CH-8600 Dübendorf 1  
Téléphone +41 43 814 11 50, fax +41 43 814 15 02, portable +41 79 689 97 86  
E-mail [peter.lutz@sv-group.ch](mailto:peter.lutz@sv-group.ch), [www.sv-group.com](http://www.sv-group.com)

Manuela Stockmeyer, Group Communications Manager  
SV (Suisse) AG, Memphispark, Wallisellenstrasse 57, CH-8600 Dübendorf 1  
Téléphone +41 43 814 11 23, fax +41 43 814 15 02, portable +41 79 201 82 20  
E-mail [manuela.stockmeyer@sv-group.ch](mailto:manuela.stockmeyer@sv-group.ch), [www.sv-group.com](http://www.sv-group.com)