
DECK & DONOHUE

— *Bieres de sens* —

UNE MISSION, POURQUOI?

En 2020, Deck & Donohue est devenu Entreprise à Mission. A ce titre, nous présentons pour la deuxième année un rapport de mission qui revient sur nos engagements, nos accomplissements et nos axes de travail et de progrès. Pour la première fois cette année, ce rapport fera l'objet d'un audit par un organisme externe accrédité.

UNE ENTREPRISE À MISSION, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Une entreprise à mission est une entreprise qui intègre dans ses statuts une mission, une raison d'être et des objectifs sociétaux et environnementaux. Par défaut, une entreprise existe pour générer du profit. Une entreprise à mission ajoute à l'idée de profit des objectifs sociétaux et environnementaux.

Le fait d'inscrire ces objectifs dans les statuts de l'entreprise et de les soumettre à un audit externe est une manière d'affirmer et d'approfondir

l'engagement, pour aller au-delà des bonnes intentions ou des effets d'annonces green.

POURQUOI C'EST IMPORTANT POUR NOUS

L'ère de l'abondance et du « toujours plus » a créé de graves déséquilibres sociaux et environnementaux sans fondamentalement rapprocher notre société de l'idée du bonheur. Il nous semble urgent de repenser notre modèle dans la direction d'une « sobriété heureuse » pour reprendre les mots de Pierre Rabhi qui nous a quitté en 2021.

Pour ce faire, face à l'action politique très décrédibilisée, au temps associatif souvent lent et à l'action individuelle qui peut sembler vaine, nous sommes convaincus que les entreprises peuvent être des leviers d'actions efficaces pour créer un impact social et environnemental positif. A la fois dans la manière d'or-

Il nous semble urgent de repenser notre modèle dans la direction d'une « sobriété heureuse »



ganiser le travail pour leurs équipes, leurs liens avec leurs partenaires et fournisseurs, dans les produits qu'elles proposent à leurs clients et dans l'utilisation qu'elles font de leurs profits.

Le challenge est de taille car les entreprises sont bien les principales responsables de la situation actuelle. Nous sommes convaincus que l'entreprise ne naît pas cynique mais

qu'elle le devient. Notre ambition, démesurée peut être, en tant qu'entreprise à mission est de lutter contre ce cynisme pour tourner l'entreprise vers une action positive et utile, sans oublier le profit, mais sans en faire l'alpha et l'omega de nos décisions et de notre quotidien.

Thomas Deck

NOTRE MISSION ?

Créer des expériences gustatives inspirantes :
porteuses de sens et créatrices de liens.

NOS OBJECTIFS

Nous voulons que notre entreprise joue un rôle social et environnemental positif en valorisant des modes d'approvisionnement, de production et de consommation responsables et durables via 4 axes de travail :

1. Soutien à la transition agroécologique, valorisation des filières locales, empreinte environnementale de production minimisée ;
2. Croissance partagée : transparence, formation, responsabilisation, partage de la valeur avec notre équipe ;
3. Promotion d'une consommation saine et responsable, génératrice de plaisir, de lien social et de questionnement ;
4. Travail de sensibilisation aux enjeux environnementaux et sociaux auprès de l'ensemble de notre écosystème.



NOS ACCOMPLISSEMENTS 2021 ET OBJECTIFS 2022

2021

Rapatriement de la quasi-totalité de nos approvisionnements (malts, houblons, verre)

Des recrutements pour travailler plus sereinement et permettre à chacun de grandir

Réemploi de bouteilles

2022

Développement d'une filière de malt bio ultra locale

Mise en place d'un système d'intéressement pour notre équipe

De premières bières et boissons 100% franciliennes

La tâche à accomplir pour créer et faire vivre une entreprise ayant une contribution positive à la société et à l'environnement est colossale : il y a toujours mieux à faire, des sujets à creuser, des choses qui ne vont pas. L'ampleur de la tâche peut parfois décourager, et les critiques de l'entreprise engagée ont toujours la possibilité facile de mettre le doigt sur ce qui ne va pas pour dénigrer l'ensemble d'une démarche de progrès. Ne nous laissons pas abattre par ce cynisme et cette facilité !



BIO ET LOCAL, C'EST LA BASE

L'univers de la bière artisanale est en pleine ébullition depuis plus de dix ans, mais les contours de «l'artisanal» et du «local» restent malheureusement flous et il peut être difficile pour les consommateurs de s'y retrouver. Pour nous, une démarche bio et locale, c'est la base.

Est-ce qu'on peut être une bière locale sans approvisionnements locaux? Pour nous, évidemment non!

Est-ce que cela a du sens de vendre une démarche locale dans la bière aujourd'hui sans être bio? Pour nous, clairement non!

EN 2021



98%
DE NOS BIÈRES
CERTIFIÉES BIO



100%
DE MALTS BIO



73%
DE HOUBLONS
BIO

LES MONTS GARDÉS

Nous donnons nos drèches de brasserie à la ferme des Monts Gardés depuis 2014! Elles sont utilisées pour alimenter les animaux et enrichir les sols



VAUXROT (02)

Notre verre est produit à moins de 100km de la brasserie

BONNEUIL-SUR-MARNE

Rayon de 30km autour de Bonneuil : 97% de nos bières ont été livrées dans ce rayon autour de notre brasserie en 2021



LUMIGNY (77)

C'est là que pousse une partie de l'orge bio et ultralocal qu'on pourra utiliser fin 2022



PITHIVIERS

La majorité de nos céréales 100% françaises et bio sont maltées ici

ALSACE

35% de notre houblon provient d'Alsace (67% en 2022) et 90% provient d'Europe





CRÉATION D'UNE FILIÈRE DE MALT BIO ULTRALOCAL

4 agriculteurs
à moins de **50km**
de la brasserie qui
couvrent **25%** de nos
besoins annuels.

LA FERME DES MONTS GARDÉS

Par ailleurs, nous travaillons depuis le début de la brasserie avec la Ferme des Monts Gardés, pionnière de l'agroforesterie en Ile de France, en leur fournissant gracieusement nos drèches (résidus de céréales suite au brassage) pour l'alimentation de leurs animaux et l'enrichissement des sols. Le transport de ces résidus coûte 1500 euros par mois à l'entreprise.

SOUTIEN À LA TRANSITION AGRO-ÉCOLOGIQUE

Le malt de céréales et le houblon sont les deux principaux ingrédients de la bière, avec l'eau.

LE MALT

Le malt est le résultat de la transformation de céréales, en général de l'orge: l'orge est trempée dans de l'eau pour la faire germer, puis la sécher à plus ou moins haute température et plus ou moins longtemps. Le malt permet d'obtenir le sucre nécessaire à la fermentation ; il confère également sa couleur à la bière et une partie de son goût. On utilise environ 200g de malt pour un litre de bière.

- nous utilisons au moins 80% de malt bio depuis le premier jour et 100% de malt bio depuis 2019

- notre malt est aujourd'hui 100% bio et 100% français et transformé dans des malteries situées à moins de 100km de la brasserie.

LE MALT LE PLUS LOCAL POSSIBLE

Il n'y a pas aujourd'hui de filière de malt bio avec traçabilité francilienne. Pour travailler avec le malt le plus local possible :

- Nous utilisons depuis 2021 du blé cru bio en provenance d'une ferme de Seine et Marne: si du malt tracé n'est pas disponible, des céréales crues sont disponibles! On ne peut pas se passer de malt par contre, et le blé cru bio représenté à peine 10% de la recette de L'Aube notre bière blanche.

- Nous avons lancé avec 4 agriculteurs de Seine et Marne une filière de malt bio ultralocal: à moins de 50km de la brasserie, ils ont semé en février 2022 de l'orge bio qui sera moissonné à l'été et malté à l'automne. Ce malt couvrira environ 25% de nos besoins annuels, et nous espérons pouvoir augmenter chaque année la part de malt bio ultralocal dans nos approvisionnements!

SOUTIEN À LA TRANSITION AGRO-ÉCOLOGIQUE

LE HOUBLON

Le houblon est une plante grimpante dont on utilise les fleurs en brassage. Les fleurs de houblon confèrent à la fois l'amertume et son côté aromatique. On utilise environ 5g de houblon par litre de bière.

LA PROVENANCE DE NOTRE HOUBLON

Pour le houblon, nous travaillons depuis le début avec la coopérative du houblon d'Alsace pour environ 40% de nos approvisionnements et nous avons lancé un grand chantier pour rapatrier en France et transformer en bio nos approvisionnements en houblons à partir de 2019. La problématique de filière rend les évolutions longues, car il faut donner aux planteurs de houblon de la visibilité sur plusieurs années pour justifier qu'ils passent leur production en bio.

AUTOUR DU HOUBLON

Nous considérons que l'enjeu principal pour le houblon est de rapprocher nos approvisionnements et de les rendre bio. Le fait de les rendre franciliens viendra plus tard car il n'y a pas aujourd'hui de culture de houblon significative en Ile de France et que le développement de filière se fait dans la durée et nécessite la fédération de nombreux acteurs. Pour la première fois en 2021, nous avons brassé notre «bière de récolte» avec du houblon bio francilien, cueilli par notre équipe.

Au-delà du malt et du houblon, nous essayons au maximum d'utiliser des ingrédients locaux pour nos bières : les potirons de notre bière d'automne sont bios et viennent de Courances, à 50km de la brasserie. Les plantes de notre saison de cueillette sont bio et viennent de Lumigny, à 50Km de la brasserie.



Cueillette à lumigny



2019



40%
de houblon
Européen

60%
de houblon
venait des
Etats Unis

0% DE HOUBLON BIO

2021



86%
de houblon
Européen

34%
d'origine
France

73% DE HOUBLON BIO

2022 ET APRÈS



87%
Européen

67%
d'origine
France

96% DE HOUBLON BIO



EMPREINTE DE PRODUCTION MINIMISÉE



ENERGIE

Depuis 2019, l'énergie que nous utilisons pour brasser nos bières est 100% renouvelable (électricité) ou à compensation carbone (gaz).



EAU

En 2021 nous n'avons pas réussi à réduire notre consommation d'eau (5.9 litres contre un objectif de 5 litres par litre de bière produite). Pour rappel, les structures industrielles arrivent à passer sous la barre des 4 litres, et notre première année dans notre atelier à Montreuil nous étions à 11 litres!



EMBALLAGES

La majorité de nos bières sont vendues en fûts. Nous privilégions les fûts inox réutilisables depuis le début de la brasserie, plutôt que les fûts plastiques à utilisation unique, bien qu'ils soient plus onéreux. En 2021, nous avons utilisé 96% de fûts inox.



TRANSPORT

Notre approche commerciale privilégiant un développement local nous a permis en 2021 encore de livrer 97% de nos bières dans un rayon de 30 kilomètres autour de notre brasserie. D'après nos estimations, nous avons baissé de 20% nos émissions de carbone par hl livré: nous sommes passé de 4.5kg/hl en 2020 à 3.6kg/hl en 2021 en réduisant notre flotte de véhicules et grâce à des expéditions plus optimisées.



CO2

La fermentation de bière est une activité fortement génératrice de CO2. Nos cuves de fermentation pressurisées nous permettent de conserver la majeure partie de ce CO2 pour la carbonatation de nos bières, réduisant ainsi nos émissions de CO2 dans l'atmosphère.



VERRE

On achetait historiquement nos bouteilles en Allemagne, elles sont désormais produites à moins de 100km de la brasserie. Avec un volume de 200 tonnes de verre utilisé en 2021, cela a un impact non négligeable!

BILAN CARBONE

En 2022, nous lançons un bilan carbone pour nous aider à mieux suivre nos émissions et mieux piloter un programme de réduction!



UNE CROISSANCE PARTAGÉE

Une entreprise qui se préoccuperait de l'environnement mais oublierait l'humain n'aurait pas de sens. En 2021, nous avons poursuivi les mêmes principes que par le passé.

**100%
CDI**

Parce que nous embauchons pour la durée, nos offres d'emplois sont systématiquement pour des CDI.

**+20%
>SMIC**

Le salaire horaire minimum pratiqué au sein de la brasserie est supérieur de 18% au SMIC. Comme nous proposons des emplois à temps plein et avec heures supplémentaires, le salaire minimum mensuel au sein de la brasserie est supérieur de 35% au SMIC mensuel.

**€
x2,5**

L'écart entre la rémunération la plus basse et la plus haute au sein d'une entreprise est utilisé pour juger de l'équité de la politique salariale: chez Deck & Donohue cet écart est de x2,5. A titre de comparaison, les règles de l'économie sociale et solidaire prévoient un écart maximal de 7

PARITÉ

La brasserie compte au 31/12/2021 17 salariés, dont 7 femmes et est engagée pour atteindre la parité hommes femmes.

150€/MOIS

Nous sommes fiers de travailler avec de beaux clients et mettons l'expérience gustative au cœur de notre mission : chaque mois chaque membre de l'équipe dispose d'un budget de 150 euros pour visiter nos clients, cela permet à chacun de vivre pleinement la mission de l'entreprise et avoir un lien privilégié avec nos clients autour du goût.

STAGES

Les petites entreprises sont parfois friandes de stagiaires et s'affranchissent des règles concernant le nombre maximum de stagiaires accueillis au sein d'une entreprise : nous respectons ce nombre et n'accueillons pas plus de 3 stagiaires simultanément.

COVID

Nous avons bénéficié du chômage partiel de janvier à avril. Sur cette période, notre recours au chômage partiel a été de 26%. Nous avons embauché 5 personnes en 2021.

PROMOTION D'UNE CONSOMMATION RESPONSABLE ET DURABLE

Nous sommes producteurs d'alcool et avons à ce titre une responsabilité en faveur d'une consommation équilibrée et de prévention contre l'alcoolisme.

• Nos bières ont des degrés alcooliques entre 4 et 6.5% et nous ne souhaitons pas brasser des bières fortes dans lesquelles la quête d'alcool prend parfois le dessus sur la quête de goût..

• Nous avons créé en 2020 «ricochet» une gamme de boissons rafraîchissantes pour proposer une expérience gustative sans alcool dans le respect de notre mission.

[FOCUS] RICOCHET

Pour notre gamme de boissons rafraîchissantes sans alcool «ricochet», nous avons fait les choix suivants :

- un niveau de sucre 2 à 3x moins élevé que les sodas classiques pour cette gamme.
- le miel bio et local comme élément sucrant
- l'utilisation d'ingrédients naturels que nous transformons nous-mêmes, sans utilisation d'arômes.

Certes, nous utilisons des citrons qui viennent de Sicile et du gingembre qui vient du Pérou, mais nous sommes fiers d'avoir pu «relocaliser» l'approvisionnement en élément sucrant. Nous promovons une approche sensée et équilibrée, essayant d'éviter le repli sur soi (nous buvons beaucoup de café et mangeons beaucoup de

chocolat) et le cynisme: trop de boissons revendiquées «artisanales» utilisent des proportions de sucre élevées, souvent du sirop d'agave, ayant voyagé des milliers de kilomètres, et sont produites à base d'arômes par des sous-traitants spécialisés : ce n'est pas notre vision de l'artisanat modernet !

Aussi 2% du CA généré par ricochet est reversé à des associations pour la promotion de l'agroforesterie en Ile de France.



En 2022, nous allons plus loin et lancerons au printemps une boisson rhubarbe, sureau et miel

- **sans alcool**
- **100% francilienne**
- **100% bio**
- provenant de **moins de 100km** autour de la brasserie

PROMOTION D'UNE CONSOMMATION RESPONSABLE ET DURABLE

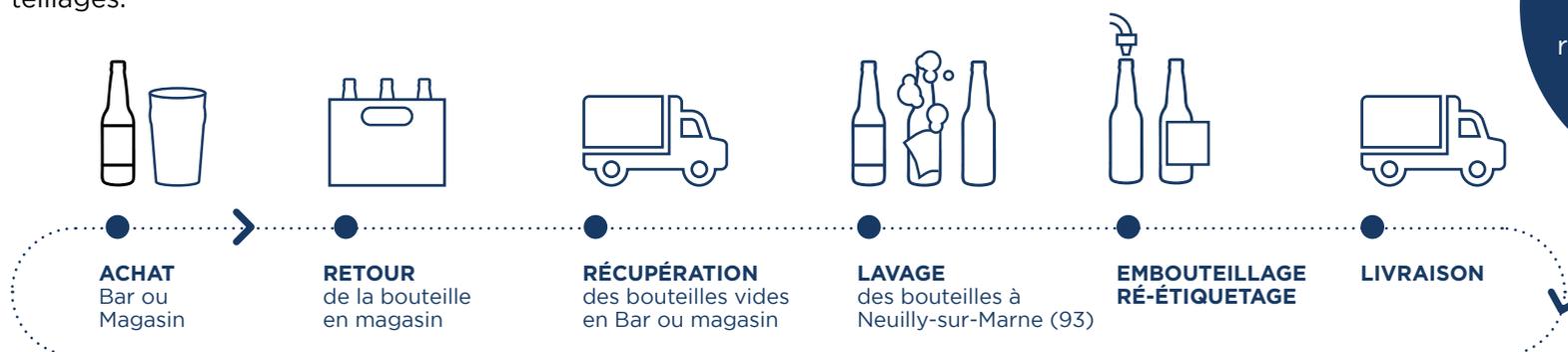
[FOCUS] RÉEMPLOI DE BOUTEILLES

Nous avons gagné un appel à projet de l'Union Européenne sur le réemploi de bouteilles et nous avons pu lancer un projet pilote de récupération de bouteilles vides pour leur nettoyage et leur réutilisation en 2021.

Le réemploi est au coeur de notre mission dans la dimension «consommation responsable et durable». On utilise environ 200 tonnes de verre par an! On estime avoir récupéré environ 7000 bouteilles (- de 1% de nos achats) en 2021 avec 25 clients actifs à fin d'année sur le système de réemploi. Cela inclut les bouteilles récupérées chez nous essentiellement pendant les embouteillages.

Cette démarche ne va pas sans difficultés et sans coûts :

1. Pour que le lavage des bouteilles fonctionne, nous avons dû changer toutes nos étiquettes qui sont désormais hydrosolubles : c'est moins beau quand il y a de l'humidité, mais cela permet de réutiliser les bouteilles.
2. Nous payons aujourd'hui jusqu'à 60% plus cher nos bouteilles réemployées que nos bouteilles neuves : nous espérons que ce chiffre va baisser avec la professionnalisation de la filière de lavage, mais cela reste un vrai engagement sonnante et trébuchant!



Notre objectif 2022 est de monter en puissance pour réemployer au moins **40 000 bouteilles!**



SENSIBILISATION ET CONCLUSION

Nous avons pour ambition d'inspirer d'autres entreprises à rejoindre la démarche d'entreprise à mission et à s'engager au niveau social et environnemental. Nous pensons que ce travail sera d'autant plus efficace quand nous aurons su pleinement progresser sur nos différents objectifs: le 4^e pilier de notre objectif est donc un objectif transversal, pour lequel nos accomplissements sur nos premiers piliers nous donnerons le maximum d'impact. On essaiera de faire plus et mieux l'an prochain!

SUIVEZ NOUS!



ricochet

COMITÉ DE SUIVI DE NOTRE MISSION



Thomas Deck
Fondateur
et dirigeant de
Deck & Donohue



Agnès Sourisseau
Fondatrice et
présidente d'Agrof'île
et des Monts Gardés



Charlotte Inigo
Brasseuse chez
Deck & Donohue

