



Part of the Carlsberg Group

Communiqué de presse

Rheinfelden, le 7 février 2024

Chiffres d'affaires et de durabilité 2023

Feldschlösschen défend avec succès sa position sur le marché de la bière et des boissons

L'entreprise a pu confirmer son statut de leader du marché suisse de la bière et des boissons en 2023. Malgré la morosité des consommateurs et la baisse du marché de la bière, l'entreprise Feldschlösschen, brasserie et négociant en boissons, est parvenue à augmenter son chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente. Feldschlösschen a ravivé le marché suisse des boissons grâce à des nouveautés telles que la Feldschlösschen Pils et la marque d'eau tonique «Alpinesse». Les bières sans alcool ont enregistré une évolution particulièrement réjouissante, terminant l'année sur une nouvelle hausse de plus de 10%. Feldschlösschen peut également se targuer d'excellents résultats dans le cadre de la mise en œuvre de la première étape de sa stratégie de développement durable (2015-2022).

Feldschlösschen Boissons SA, plus grande brasserie et négociant de boissons de Suisse, a enregistré un recul de 2% des volumes de bières et de boissons écoulés par rapport à 2022. L'entreprise est néanmoins parvenue à maintenir sa solide position sur le marché et à faire bondir son chiffre d'affaires dans la bière et les boissons de 4%. La conjoncture économique incertaine a affecté négativement le moral des consommateurs l'année dernière, ce qui s'est également répercuté sur la consommation de bière. Feldschlösschen a été particulièrement touché dans le commerce de détail (chute de 5% des volumes de bière par rapport à l'année précédente). Sur l'ensemble du marché, Feldschlösschen accuse une baisse des volumes de bière de 4%. L'année dernière, les volumes de Feldschlösschen ont donc baissé à peu près autant que l'ensemble du marché suisse de la bière (-4%). La croissance est positive dans la restauration (hausse de 5% du chiffre d'affaires), qui reste l'activité de l'entreprise de Rheinfelden qui compte le plus dans son chiffre d'affaires.

La bière, une compétence clé – avec et sans alcool

Depuis 1876, Feldschlösschen se concentre essentiellement sur le brassage de bières de qualité. Avec 90 bières différentes, dont plus de 40 bières suisses, la brasserie dispose du portefeuille le plus vaste du marché helvétique. La principale marque de bière Feldschlösschen est donc solidement

ancrée et a pu préserver sa part de marché en 2023. Une bière sur quatre consommée en Suisse est une Feldschlösschen. Les bières sans alcool Feldschlösschen sont également très prisées. Leurs ventes ont progressé de plus de 10% par rapport à l'année précédente. La part de marché des bières sans alcool sur le marché suisse de la bière s'élève actuellement à 6,1%. Feldschlösschen développe résolument cette catégorie de bières depuis quelques années et lance des bières sans alcool et des boissons à base de bière sans alcool qui rencontrent un vif succès auprès des consommatrices et des consommateurs. Les bières sans alcool et les boissons à base de bière sans alcool représentent un énorme potentiel de croissance, notamment parce qu'elles permettent à l'entreprise de s'adresser à de nouveaux groupes de consommateurs. Feldschlösschen souhaite continuer à exploiter ce potentiel à l'avenir.

Lancement de nouveautés – des défis relevés avec créativité grâce à l'esprit d'innovation de l'entreprise

Feldschlösschen a lancé avec succès une «Pils» suisse en août 2023. Les brasseurs de Feldschlösschen ont entamé le développement d'une Pils suisse suite à la suppression de l'appellation protégée «Pils/Pilsner/Pilsen» fin 2022. Très appréciée des amateurs de bière, la Feldschlösschen Pils a la saveur épicée et âpre typique du style de la Pilsner.

«Nous avons également été confrontés à de nombreux défis en 2023. Grâce à notre flexibilité et à notre créativité, nous les avons relevés avec brio et je suis satisfait du résultat annuel», a déclaré le CEO Thomas Amstutz à l'occasion de la conférence de presse en ligne du 7 février 2024. La fin de la production sous licence de boissons Schweppes, un partenariat qui a duré plus de 40 ans, a été un coup dur, par exemple. Feldschlösschen a toutefois lancé sa marque propre «Alpinesse» à un rythme record dès la fin de l'année 2023, proposant ainsi en exclusivité aux restaurateurs une série de boissons toniques répondant parfaitement à leurs besoins. Le site d'exploitation de la source minérale Rhäzünser produit «Alpinesse». «Je suis convaincu que grâce à notre capacité d'innovation et à notre agilité, nous pourrions continuer à faire nos preuves sur le marché de la bière et des boissons en 2024», déclare M. Amstutz, confiant.

Développement durable: un jalon sur la voie de l'objectif «ZÉRO émission nette de CO₂»

La première étape (2015–2022) de la stratégie de développement durable «Together Towards ZERO & Beyond» a été évaluée en septembre 2023. Sur cette période, Feldschlösschen a réduit ses émissions relatives de CO₂ de 14% tout au long de sa chaîne de création de valeur. Comme l'intensité de CO₂ chez Feldschlösschen était déjà relativement faible lors de la première mesure des valeurs en 2015 et que les processus se sont complexifiés au cours de la période examinée, la réduction obtenue traduit une performance remarquable.

Les ressources potentiellement rares en eau et en électricité en ligne de mire

Face au risque de pénurie d'énergie, Feldschlösschen s'est concentré en 2023 sur l'électricité, augmentant massivement ses capacités de production photovoltaïque, ce qui a conduit à un taux d'autocouverture de 21,4% pour l'électricité. À Rheinfelden, près de 100% des surfaces de toiture qui conviennent sont utilisées pour produire de l'électricité d'origine solaire. Grâce à une nouvelle installation sur le site logistique de Bienne et à l'agrandissement de Rhäzüns, la puissance installée a augmenté de 40% l'année dernière. En 2023, les propres énergies renouvelables de Feldschlösschen couvraient 72,5% de ses besoins en énergie pour le chauffage de la brasserie de Rheinfelden. Par rapport à l'année précédente, les émissions de CO₂ ont reculé de 2,7%, atteignant ainsi une diminution totale de 18,7% sur les cinq dernières années. La consommation d'eau a également pu être réduite grâce à une série d'optimisations plus ou moins importantes. Elle a baissé de 5,1% par rapport à l'année précédente, et de 9% sur ces cinq dernières années.

Informations et documents complémentaires:

[Photos et vidéos](#)

[Feldschlösschen rapport de durabilité 2023](#)

[Informations destinées à la presse pour la bière sans alcool sur le marché suisse 2023](#)

www.feldschloesschen.swiss/fr/#durabilite

Pour toute demande de précisions:

Gaby Gerber, responsable communication d'entreprise de Feldschlösschen

Tél. 058 123 45 47/ uko@fgg.ch

Ce texte peut être téléchargé en ligne sur www.feldschloesschen.swiss

L'entreprise Feldschlösschen

Feldschlösschen, dont le siège principal est situé à Rheinfelden (Argovie), est la première brasserie et le plus important négociant de boissons de Suisse. L'entreprise, qui existe depuis 1876, emploie 1200 personnes sur 22 sites répartis dans toute la Suisse. Avec une gamme de plus de 40 propres bières de marque suisses et un portefeuille de boissons complet allant de l'eau minérale au vin en passant par les soft drinks, Feldschlösschen livre 25 000 clients dans la restauration, le commerce de détail et le commerce de boissons. Le succès de Feldschlösschen est fondé sur les valeurs solidement ancrées de la marque: pionnier, maître, partenaire. Elles constituent les fondations durables sur lesquelles Feldschlösschen agit en tant que leader du marché. www.feldschloesschen.swiss

