



L'APOGÉE
COURCHEVEL

RAPPORT DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

2020



SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| I. LA STRATÉGIE GLOBALE | 4 |
| 1. Présentation générale | 4 |
| 2. Analyse de la situation | 7 |
| 3. Politique RSE 2020 | 8 |
| 4. Profil du rapport | 10 |
| II. SOCIAL : RESPECT DES DROITS HUMAINS | 12 |
| 1. Équité & discriminations | 12 |
| 2. Qualité de vie au travail & dialogue social | 15 |
| 3. Développement & employabilité | 18 |
| III. ENVIRONNEMENTAL : CONSOMMATION RESPONSABLE | 22 |
| 1. Réduire par l'innovation nos consommations | 22 |
| 2. Connaître, protéger la biodiversité | 24 |
| 3. Déchets & pollution | 26 |
| 4. Acheter de façon responsable | 30 |
| IV. SOCIÉTAL : SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE | 38 |
| 1. Engager nos salariés | 38 |
| 2. Inciter notre clientèle | 40 |
| V. SOCIÉTAL : ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES | 44 |
| 1. Privilégier les producteurs locaux | 44 |
| 2. S'engager aux côtés de partenaires | 45 |
| 3. Développer notre réseau RSE local | 47 |
| VI. LA STRATÉGIE RSE 2021 | 50 |

I. LA STRATÉGIE GLOBALE



« Nous avons conscience du fait que nos clients ne sont pas seulement des consommateurs mais aussi des citoyens soucieux du bien-être de la planète. Certains sont fortement engagés dans la défense de causes environnementales et sociales. »

Duarte Bon de Sousa,
Directeur Général de L'Apogée Courchevel

I. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

OETKER COLLECTION

L'Apogée Courchevel fait partie de Oetker Collection, composée aujourd'hui de 9 établissements et qui incarne le meilleur de la tradition hôtelière européenne. Ses hôtels de légende sont comme les perles d'un collier, toutes distinctes, mais ensemble unies par l'unique désir d'offrir un service d'exception. À travers Oetker Collection, notre clientèle découvre une « passion de vivre » comprenant la culture, la gastronomie et les plaisirs de la nature. C'est ce pourquoi, année après année, notre clientèle revient dans nos « Masterpiece Hotels ». La vision d'Oetker Collection est de « Devenir la Collection d'hôtels la plus aimée au monde ». Notre mission est d'« Etre des hôtes de référence en créant des liens authentiques dans des lieux inoubliables ».

Dans cette optique, Oetker Collection investit dans la RSE : elle reconnaît la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et son adhésion au Pacte Mondial est un élément fort de son engagement. Le Pacte Mondial représente une communauté d'organisations qui soutiennent et investissent dans la RSE.

En adhérant au Pacte Mondial, Oetker Collection a choisi de solenniser son engagement social, sociétal et environnemental. Elle rend compte des progrès accomplis par les établissements de la Collection en publiant un rapport annuel.

Elle a également tenu à s'entourer de l'association anglaise « Considerate Hoteliers » qui a pour mission d'aider les hôteliers dans cette démarche de développement durable.



L'APOGÉE COURCHEVEL

L'Apogée Courchevel a ouvert le 11 Décembre 2013 et bénéficie d'une situation exceptionnelle aux pieds des pistes de ski, dans le quartier du Jardin Alpin à Courchevel 1850.

L'hôtel dispose de 33 suites exceptionnelles, 20 chambres doubles spacieuses et un penthouse avec son propre jacuzzi intérieur et bain chaud sur le toit offrant une vue à 360° sur les montagnes environnantes. Cet établissement de luxe comporte également 2 chalets exclusifs : L'Alpensia et l'Amarante, dotés de cinq chambres à coucher, une salle multimédia, une salle de soins, un salon, une salle à manger et une cuisine.

L'hôtel possède de 2 restaurants : « Koori », l'apogée de la cuisine gastronomique japonaise revisitée par le Chef Jean-Luc Lefrancois, et «Le Comptoir de l'Apogée», restaurant convivial et familial. En complément, l'hôtel dispose d'un fumoir et d'un bar.

De plus, l'Apogée Courchevel possède un Spa La Prairie avec quatre salles de soins, une suite «Baniya», une piscine intérieure, un centre de remise en forme, et un salon de coiffure. Il y a aussi un club pour enfants nommé « Mini VIP 1850 » pour les petits enfants et le «Freestyle 1850» pour les adolescents. Une boutique de vêtements de ski et un parking souterrain sont également présents.

Julie Poirot, Responsable Régionale RSE Développement & Innovation, sous la responsabilité de Philippe Perd, Senior Vice President Operations and Project Development Oetker Collection, est en charge du déploiement de notre stratégie RSE au sein de trois hôtels dans le Sud de la France : L'Hôtel du Cap-Eden-Roc, le Château Saint-Martin & Spa et L'Apogée Courchevel.

VISION

«Devenir l'hôtel le plus emblématique de Courchevel pour les amateurs de ski et leurs familles, attirer les meilleurs talents et garantir une rentabilité financière croissante.»

Nous considérons que l'appartenance à Oetker Collection doit être synonyme de respect des personnes et de la nature. Cette valeur partagée entre nous et nos clients nous rapproche. Notre engagement en faveur de la Responsabilité Sociétale contribuant au Développement Durable ne se résume pas à une simple posture, il est :

- en lien direct avec notre business modèle,
- un levier stratégique,
- un vecteur de la conduite du changement,
- assimilé et approprié par l'ensemble des collaborateurs.

MISSION

«UNITED FOR OUR FUTURE»

«Offrir une expérience unique à notre clientèle, avec discrétion et authenticité.»

Nos hôteliers sont guidés par des valeurs et des objectifs communs, en particulier dans le cadre du développement social et environnemental. C'est cet engagement qui nous permet d'être au plus proche de nos clients.

POSITIONNEMENT

L'Apogée Courchevel est le seul hôtel de Oetker Collection à la montagne. C'est l'un des hôtels les plus prisés à Courchevel 1850. Aucun des hôtels de luxe 5 étoiles de la station ne s'est positionné sur le développement durable. L'Apogée Courchevel a obtenu en novembre 2019 la distinction «Palace».

PALACE

2. ANALYSE DE LA SITUATION

SAISON 2020 EN REVUE

Conditions climatiques

La saison 2020 fut une saison avec un niveau d'enneigement faible. Les conditions climatiques restent déterminantes pour les ventes du début et fin de saison ainsi que les ventes de dernière minute. A ce niveau et si la météo le permet, nous relayons les conditions climatiques et niveau d'enneigement via nos réseaux sociaux, d'où l'importance pour L'Apogée Courchevel de s'engager dans la lutte contre le réchauffement climatique.

Événements sanitaires

La saison 2020 fut une saison plus courte en raison des événements sanitaires survenus dans le monde.

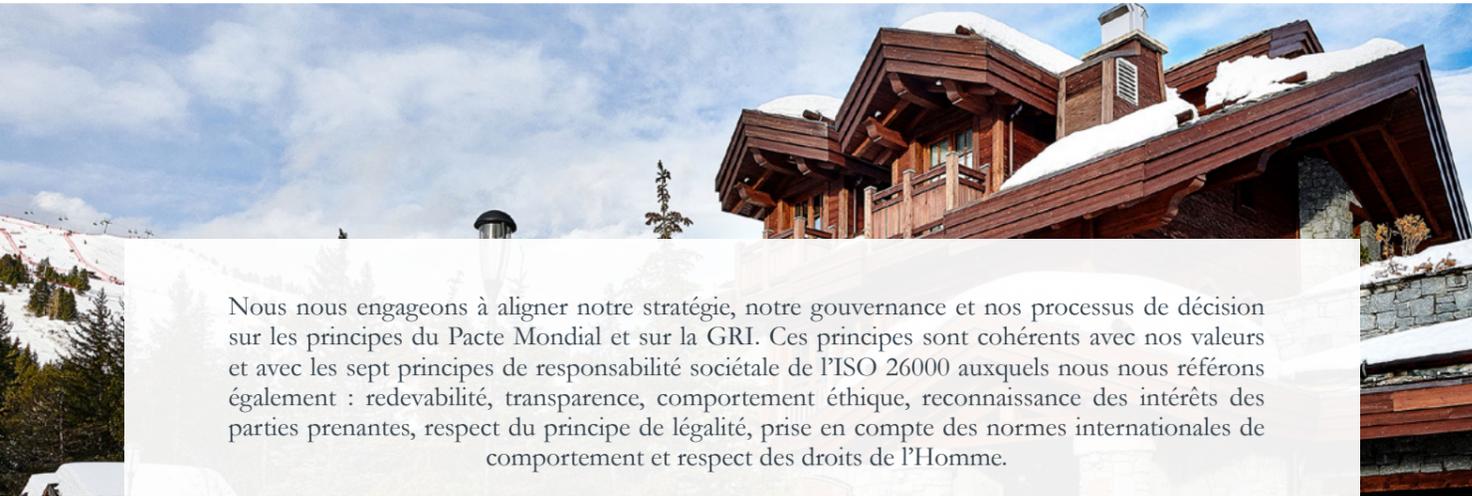
Occupation

Sur l'ensemble de la saison 2020, le taux d'occupation est de 76% pour un nombre de nuitées de 3 914. Ce taux d'occupation est nettement en progrès par rapport à l'année passée malgré la fermeture anticipée.

| | Saison 2018-19 | Saison 2019-20 | Nationalités | Saison 2018-19 | Saison 2019-20 |
|-------------------|----------------|----------------|---|----------------|----------------|
| Nuitées | 4 076 | 3 914 |  Russia | 13.9% | 18.7% |
| Taux d'occupation | 68% | 76% |  Grande Bretagne | 15.4% | 15.9% |
| | | |  France | 8.6% | 11.0% |
| | | |  Brésil | 9.2% | 9.9% |
| | | |  États-Unis | 8.5% | 7.0% |
| | | |  Arabie Saoudite | 5.8% | 6.7% |



3. LA POLITIQUE RSE 2020



Nous nous engageons à aligner notre stratégie, notre gouvernance et nos processus de décision sur les principes du Pacte Mondial et sur la GRI. Ces principes sont cohérents avec nos valeurs et avec les sept principes de responsabilité sociétale de l'ISO 26000 auxquels nous nous référons également : redevabilité, transparence, comportement éthique, reconnaissance des intérêts des parties prenantes, respect du principe de légalité, prise en compte des normes internationales de comportement et respect des droits de l'Homme.

ENGAGEMENT 1 RESPECT DES DROITS HUMAINS



- 1.1. Garantir l'équité entre nos collaborateurs tout en luttant contre les discriminations.
- 1.2. Favoriser une qualité de vie optimale au travail et soutenir le dialogue social.
- 1.3. Encourager le développement et l'employabilité de nos collaborateurs.

Objectifs :

- Suivre et analyser les indicateurs sociaux d'égalité professionnelle.
- Organiser une réunion d'expression.

ENGAGEMENT 2 CONSOMMATION RESPONSABLE



- 2.1. Réduire par l'innovation nos consommations de ressources.
- 2.2. Connaître, protéger et restaurer la biodiversité qui nous entoure.
- 2.3. Appliquer la réglementation liée aux déchets et s'efforcer de limiter tout type de pollution.
- 2.4. Acheter de façon responsable en favorisant les fournisseurs qui respectent nos principes.

Objectifs :

- Réduire les déchets liés aux livraisons en privilégiant des caisses réutilisables.
- Suivre et analyser les consommations d'énergies et d'eau selon des indicateurs pertinents.
 - Suppression progressive du plastique à usage unique.
 - Intégrer les achats durables sur les typologies d'achats ciblées.

ENGAGEMENT 3 SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE



- 3.1. Engager nos salariés dans la responsabilité sociétale.
- 3.2. Inciter notre clientèle à contribuer à notre vision d'avenir durable.

Objectifs :

- Former 100% de nos nouveaux salariés à la responsabilité sociétale.
- Organiser un événement RSE pour sensibiliser les employés et les clients.
- Obtenir 95% de taux de satisfaction à la question 1 de l'Engagement Survey.

ENGAGEMENT 4 ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES



- 4.1. Privilégier les producteurs locaux, gage de richesse patrimoniale de notre territoire.
- 4.2. S'engager aux côtés de partenaires dans des projets environnementaux et sociaux.
- 4.3. Développer notre réseau RSE local.

Objectifs :

- Atteindre le taux de 50% de fournisseurs locaux en volume d'achat.
- Accompagner la mairie de Courchevel dans le développement de la démarche Flocon Vert.



4. PROFIL DU RAPPORT

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Le périmètre de ce rapport est celui de l'hôtel L'Apogée Courchevel dont la stratégie RSE a été créée selon les référentiels suivants :

- √ Global Reporting Initiative
- √ Global compact
- √ ISO 26000
- √ Considerate hoteliers
- √ Green Globe

Ce rapport décrit essentiellement les politiques, pratiques managériales et performance obtenues à L'Apogée Courchevel. Inspiré des lignes directrices du GRI4, ce rapport indique :

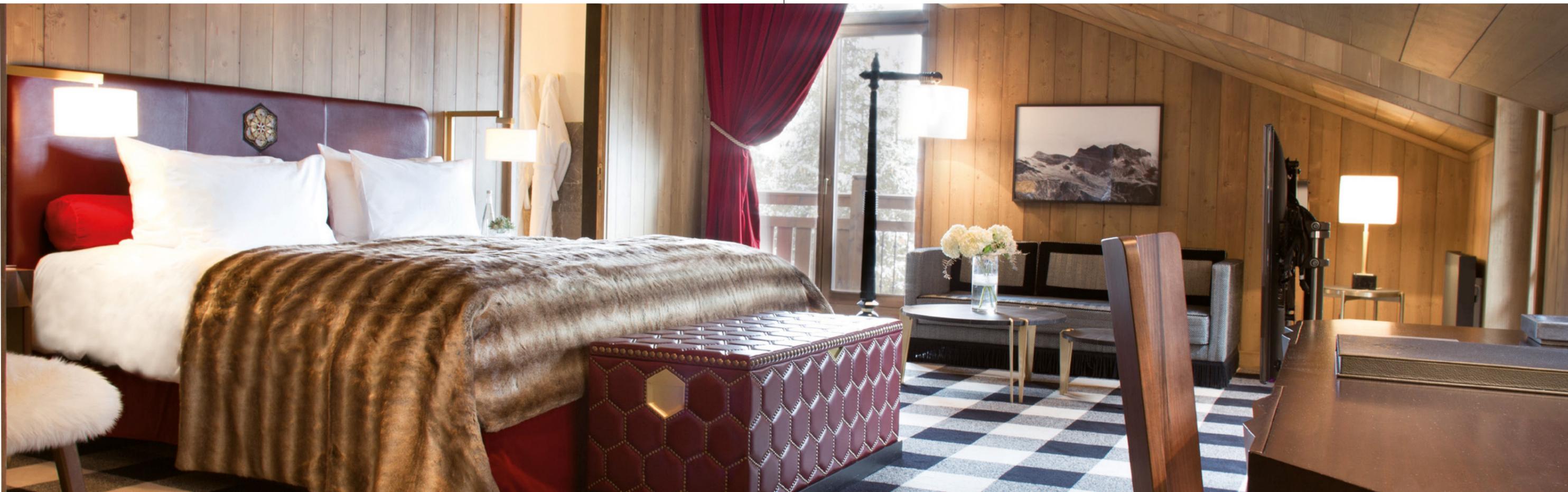
1. Les éléments généraux d'information G4 correspondant à l'option Core (critères essentiels).
2. Les éléments spécifiques d'information et au moins un indicateur relié à des aspects matériels de chacune des quatre grandes thématiques du Global Compact.
3. Les éléments spécifiques d'information et au moins un indicateur relié à tout autre aspect que nous considérons comme matériel.

Notre engagement en Responsabilité Sociétale est par définition placé sous le sceau de l'éthique. Tous nos comportements doivent refléter cette exigence qui se traduit notamment par :

- le respect des lois et réglementations en vigueur dans nos pays d'implantation.
- le respect des normes internationales de comportement promues par des institutions internationales légitimes (ONU, OIT, OCDE...).

Ethiquement, nous sommes engagés à :

- la transparence des transactions,
- l'interdiction de commercialisation d'objet ou pièce archéologique,
- l'interdiction pour les clients de commercialiser des produits au sein des hôtels,
- le respect des minimas sociaux et environnementaux chez les sous-traitants,
- la recherche d'une relation équilibrée et de long terme avec les fournisseurs et sous-traitants,
- le respect des droits de propriété,
- la présence d'un code de conduite éthique des affaires et de procédures liées à la réception de cadeaux par nos salariés.



RESPECT DES DROITS HUMAINS

OBJECTIFS



Suivre et analyser les indicateurs sociaux d'égalité professionnelle.

1

Organiser une réunion d'expression.

I. ÉQUITÉ & DISCRIMINATIONS

A L'Apogée Courchevel, le code éthique Oetker Collection est connu de tous les collaborateurs (joint à l'email d'accueil) et met l'accent, dans son volet social, sur les points suivants : l'interdiction du harcèlement moral et sexuel, le droit au respect et à la dignité humaine, le refus de toute forme de discrimination relative au recrutement, l'accueil et l'intégration, la gestion des carrières, la formation, la communication et l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

Le règlement intérieur précise les dispositions relatives au harcèlement et des moyens de prévention existant (exemple : travail en binôme du service housekeeping...).

Des dispositifs diversité sont en place : traçabilité des entretiens de recrutement, collégialité du recrutement (implication systématique d'un membre du service des ressources humaines), élaboration chaque année de l'analyse comparée, plan d'actions relatif à l'égalité professionnelle, etc.

RÉPARTITION HOMME/FEMME

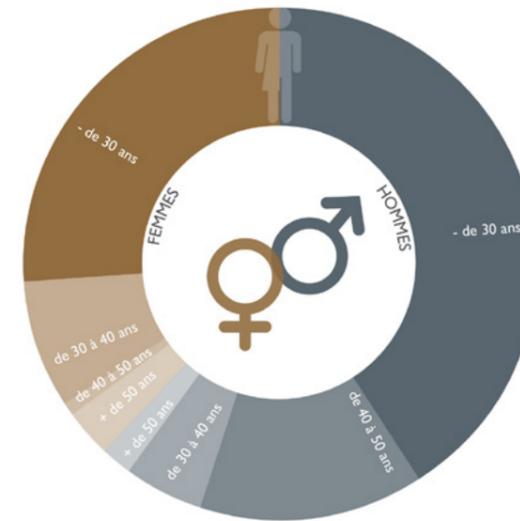


OBJECTIF ATTEINT

Suivre et analyser les indicateurs sociaux d'égalité professionnelle.

Sur l'illustration ci-dessus, on peut observer la répartition des hommes et des femmes comparée sur les deux saisons 2019 et 2020. Nous observons une belle progression de 8% de la part des femmes en 2020.

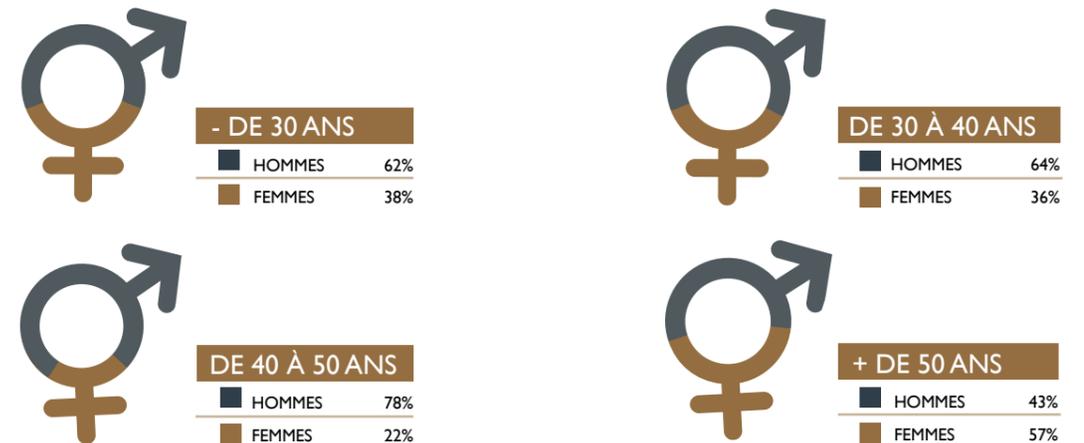
RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR ÂGE



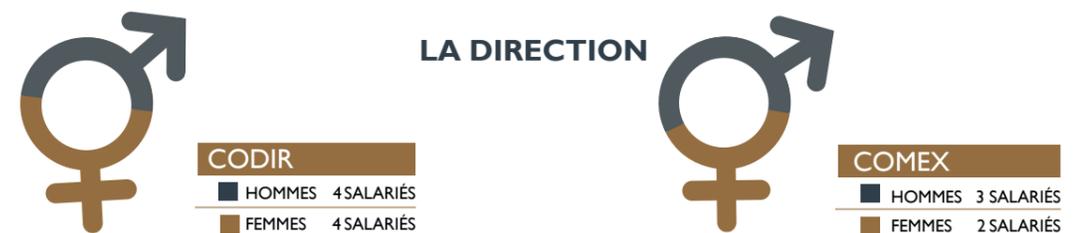
| SALARIÉS FEMMES 38% | | SALARIÉS HOMMES 62% | |
|---------------------|-----|---------------------|-----|
| - DE 30 ANS | 26% | - DE 30 ANS | 41% |
| DE 30 À 40 ANS | 8% | DE 30 À 40 ANS | 14% |
| DE 40 À 50 ANS | 1% | DE 40 À 50 ANS | 5% |
| + 50 ANS | 3% | + 50 ANS | 2% |

Sur l'année 2020, il est clair que la majorité des salariés ont moins de 30 ans chez les hommes et les femmes. Cela est principalement dû au rythme des saisons où une population jeune est d'avantage représentée dans ce secteur.

DÉTAIL DE LA RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR ÂGE

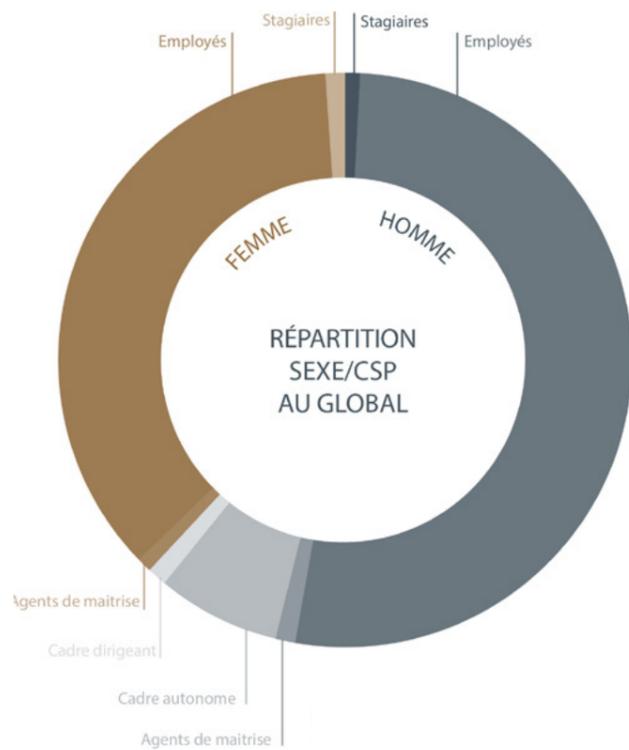


En 2020, les femmes sont majoritairement représentées chez les plus de 50 ans. Elles restent cependant minoritaires pour les autres tranches d'âge.



Les instances représentatives atteignent presque la parité.

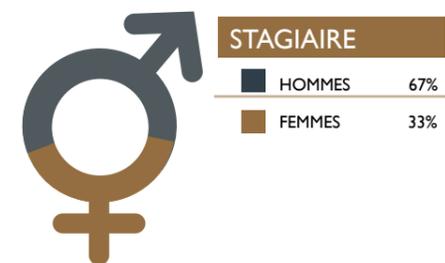
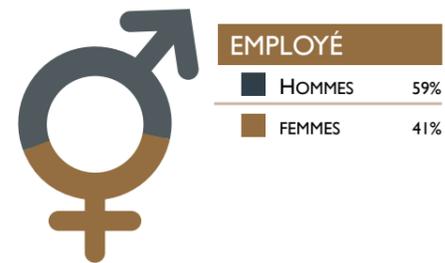
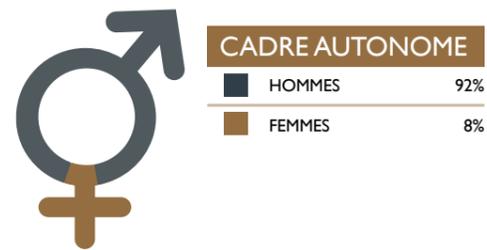
RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR CATÉGORIE SOCIO PROFESSIONNELLE



| SALARIÉS FEMMES 38% | |
|---------------------|-----|
| Stagiaire | 1% |
| Employé | 36% |
| Cadre autonome | 1% |

| SALARIÉS HOMMES 62% | |
|---------------------|-----|
| Stagiaire | 1% |
| Employé | 52% |
| Agent de maîtrise | 1% |
| Cadres autonome | 7% |
| Cadres dirigeant | 1% |

DÉTAIL DE LA RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR CATÉGORIE SOCIO PROFESSIONNELLE



Les hommes sont majoritaires quelque soit la catégorie socio professionnelle.

2. QUALITÉ DE VIE & DIALOGUE SOCIAL

QUALITÉ DE VIE ET RÉMUNÉRATION

Pour faciliter la vie au travail de ses employés, L'Apogée Courchevel s'est engagé sur de nombreux points tels que :

- un grand plan de formation interne accessible à tous les salariés demandeurs,
- un restaurant d'entreprise qui permet aux employés de prendre des repas équilibrés et sains,
- un régime collectif complémentaire de frais de santé pris en charge à 50% par l'entreprise et un régime de prévoyance,
- une grille de salaire supérieure au minima conventionnel,
- une prise en charge de forfait pour les remontées mécaniques : forfait Piéton à partir de 6 saisons d'ancienneté et forfait Ski à partir de 7 saisons d'ancienneté.

Pour le personnel non logé par L'Apogée Courchevel, une prime logement de 400€ net mensuel (au prorata du temps de présence) est versée au salarié.

Une étude a également été menée sur le droit à la déconnexion. Elle a révélé que les salariés étaient satisfaits de l'équilibre entre leur vie professionnelle et personnelle. Néanmoins, pour répondre à nos obligations légales, nous avons mis en place une charte sur le droit à la déconnexion nous permettant d'éviter toute dérive.

Pour finir, un accord d'entreprise a été créé à L'Apogée Courchevel permettant une redistribution de la participation aux bénéfices de l'entreprise.



SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

La santé et la sécurité font l'objet d'une attention toute particulière. Un document unique d'évaluation des risques très complet a été réalisé et aucun problème de santé ou de sécurité n'a occasionné d'intervention réglementaire dans les 12 derniers mois. La Commission Communale de Sécurité a rendu son dernier avis favorable.

Par ailleurs, un Comité Régional de Prévention a été organisé afin de surveiller les conditions de travail, d'hygiène et de sécurité du personnel. Des formations sur la sécurité incendie et un exercice d'évacuation ont lieu chaque année.

De plus, des formations sur la santé et sécurité au travail sont organisées, telles que : « Comment utiliser les produits et machines Carpetcare », Recyclage SST, devenir formateur en première évacuation et intervention, SSIAP 1, Recyclage Habilitation Electrique : Opérations d'ordre Electrique simples et manœuvres BS et/ou BE/HE...

De nombreux bacs et armoires de rétention sont installés afin d'assurer la sécurité des usagers et aussi de l'environnement.



BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉS

La Direction a investi dans le système « Fixacouette » qui permet de réduire considérablement les troubles musculosquelettiques (TMS) des membres du service des étages. En effet, ce système permet de travailler le dos droit et les bras vers le bas pour réduire les risques de TMS et ainsi diminuer la pénibilité du personnel.

Fixacouette aide à faire un lit très rapidement car le service de chambre obtient une finition parfaite en effectuant seulement deux fois le tour du lit. Tous les lits de L'Apogée Courchevel sont équipés du système Fixacouette recommandé par la Caisse d'Assurance Retraite et de la Santé au Travail.

QU'EST CE QUE FIXACOUETTE

L'innovation Made in France qui assure la tranquillité sur la partie hébergement des hôtes.



Un tendu parfait.



Réduction des TMS des femmes de chambre.



Amélioration de l'hygiène en déhousant à l'endroit.



Gain de temps.

DIALOGUE SOCIAL

Un questionnaire de climat social anonyme est rempli chaque année par les salariés afin d'exprimer leurs opinions sur leur vie dans l'entreprise. Ils répondent entre autres à des questions sur le respect et la reconnaissance de leurs managers et de la direction de l'hôtel à leur égard. En raison de la fermeture anticipée de l'hôtel, le questionnaire a été annulé cette saison.

Des rendez-vous réguliers et des événements avec la direction et les salariés afin d'optimiser le dialogue social sont organisés chaque année : rendez-vous forum, réunions d'expression, journées d'intégration, briefings (daily commitments), réunions de service, réunions de chefs de service, soirée du personnel, sortie du club 100, cohésions d'équipe.

Des récompenses sont attribuées au personnel : employé du mois et de l'année (QASE), médaille du travail, cadeau de naissance, cadeau départ à la retraite, cadeau de Noël en bon d'achat d'une valeur de 130€, etc.

Afin de favoriser le dialogue social, des réunions d'expression ont été mises en place. Ces réunions sont ouvertes à tous les salariés pour rencontrer le Directeur Général et la Directrice des Ressources Humaines. D'une durée d'environ 2 heures, elles permettent une communication ascendante en répondant aux questions des salariés.

En 2020, les réunions d'expression programmées ont été annulées en raison du taux d'occupation important de l'hôtel.

OBJECTIF NON APPLICABLE
Organiser une réunion d'expression.

3. DÉVELOPPEMENT & EMPLOYABILITÉ

Le service des Ressources Humaines de L'Apogée Courchevel a lancé un programme de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Carrières, GPEC qui :

- Permet l'identification des compétences individuelles et collectives.
- Anticipe les départs de seniors pour favoriser la transmission des savoirs.
- Développe des outils de suivi et de reconnaissance des compétences mobilisées et manquantes avec la mise en œuvre de plans de formations adaptés.
- Porte et partage la vision et les valeurs de l'entreprise.
- Identifie les moyens humains nécessaires aux besoins et aux projets de l'entreprise.

Ce projet s'échelonne sur plusieurs années.

1 PLAN DE FORMATION INTERNE



Le plan de formation interne et externe est en adéquation avec les besoins de l'entreprise et ceux des salariés. L'Apogée Courchevel a investi 30955,52€ au profit de la formation de ses salariés pour l'année 2020.

Tous nos nouveaux salariés ont été formés à la « Palace Attitude » par une société extérieure.

Des processus d'évaluation éprouvés sont en place : des entretiens ont lieu toutes les saisons, chaque manager devant mener ces entretiens est formé à l'outil d'évaluation et à comment aborder les situations délicates.

Les nouveaux managers ont suivi des formations d'initiation à la législation du travail.

Un nouveau module de formation « Middle Management » a permis aux nouveaux managers de développer leur management.

99%

DES EMPLOYÉS ONT SUIVI
UNE FORMATION EN 2020.

30 955,52€

AU PROFIT DE LA FORMATION
DES SALARIÉS.

1 143,5h

DE FORMATIONS DISPENSÉES.

Objectifs 2021

- Suivre et analyser les indicateurs sociaux d'égalité professionnelle.
- Organiser un rendez-vous d'expression.
- Organiser 1 séance d'ostéopathie/mois pour les employés.
- Organiser 2 menus à thèmes/mois.

II. SOCIAL

RESPECT DES DROITS HUMAINS

ACTION MENÉE

Suivi des indicateurs concernant l'égalité professionnelle.

ACTIONS PRÉVUES

- Faire intervenir un(e) ostéopathe au sein de l'hôtel pour les employés.
- Programmer un menu nationalité et un menu biologique/végétarien par mois.
- Programmer en début de saison un rendez-vous d'expression.



L'APOGÉE
COURSES

CONSOMMATION RESPONSABLE

OBJECTIFS

| | |
|--|---|
|  Réduire les déchets liés aux livraisons en privilégiant des caisses réutilisables. |  Suppression progressive du plastique à usage unique. |
|  Suivre et analyser les consommations d'énergies et d'eau selon des indicateurs pertinents. |  Intégrer les achats durables sur les typologies d'achats ciblées. |

I. RÉDUIRE PAR L'INNOVATION NOS CONSOMMATIONS

MAÎTRISER NOS CONSOMMATIONS & PRÉSERVER NOTRE ENVIRONNEMENT

Notre activité impacte l'environnement à travers : la consommation de matière, la modification des écosystèmes locaux et les pollutions diverses émises dans la biosphère. Notre responsabilité consiste en premier lieu à suivre toutes les avancées en matière de réglementation et à les dépasser si possible.

La conformité aux règlements est surveillée en s'appuyant sur une société d'expertise environnementale a établi un rapport sur la conformité et a formulé des recommandations en matière de sécurité.

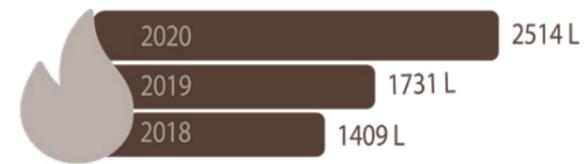
L'UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

L'hôtel est ouvert de mi-décembre à fin mars. Les consommations présentées ci-après sont les consommations en période d'ouverture. L'année 2020 ayant été marquée par une crise sanitaire entraînant une fermeture anticipée mi mars, les comparaisons des consommations présentées ci-après seront sur la période mi-décembre à fin février.



Tous nos équipements fonctionnent à l'électricité. Nous observons une baisse de nos consommations d'électricité depuis 2018 (-5%). Cette baisse s'explique notamment par une consommation moins importante des systèmes électriques de déneigements automatiques avec des taux d'enneigement plus faibles au fil des années.

CONSOMMATION DE GAZ / SAISON

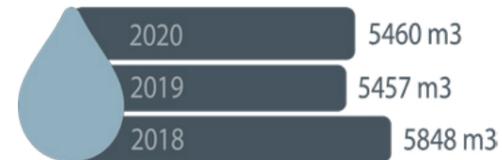


CONSOMMATION DE GAZ / JOUR

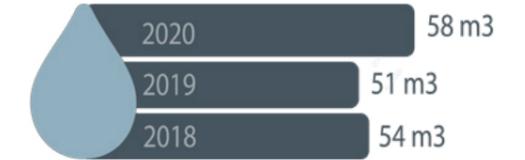


Le gaz est uniquement utilisé pour les cheminées. La consommation a fortement augmenté depuis 2018.

CONSOMMATION D'EAU / SAISON



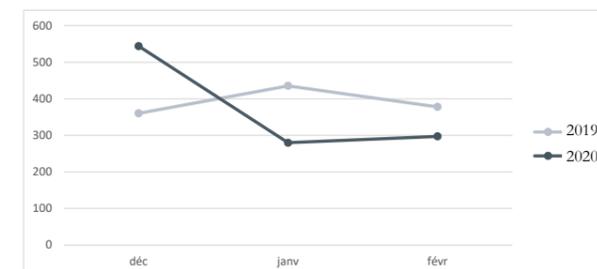
CONSOMMATION D'EAU / JOUR



La consommation d'eau a diminué de près de 7% entre 2018 et 2019 et est resté stable entre 2019 et 2020.

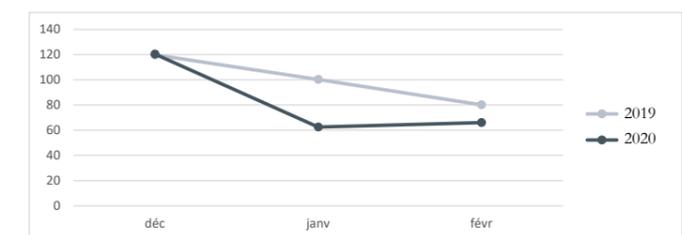
Afin d'être en lien avec l'activité de l'hôtel et du restaurant, nous effectuons des suivis des ratios en fonction de l'occupation des chambres et du nombre de couverts. Les évolutions des consommations d'électricité sont présentées ci-dessous.

OCCUPATION DES CHAMBRES ÉLECTRICITÉ (KWH/NUITÉE)



Les consommations d'électricité par nuitées ont diminué de 12% entre les saisons 2019 et 2020.

RESTAURATION ÉLECTRICITÉ (KWH/COUVERT)



Les consommations d'électricité par couverts ont fortement diminué par rapport à la saison 2019 et notamment sur les mois de janvier et février.

OBJECTIF ATTEINT

Suivre et analyser les consommations d'énergies et d'eau selon des indicateurs pertinents.

ACTIONS POUR RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

L'hôtel est équipé du système GTC-GTB (Gestion Technique Centralisée du Bâtiment) permettant de contrôler à distance le système électrique de l'hôtel (climatisation réversible, éclairage). Toutes les lampes de l'hôtel sont au fur et à mesure remplacées par des lampes LED. Des détecteurs de présences sont installés dans les vestiaires, couloirs et parking de l'hôtel. Les baies vitrées sont équipées de capteurs détectant l'ouverture de celles-ci entraînant la coupure automatique des chauffages. Enfin, nos employés sont formés aux éco gestes en début de saison.

2. CONNAÎTRE, PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ



PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT & RÉHABILITATION DES HABITATS NATURELS

Située en Savoie, dans la vallée de la Tarentaise, la station de Courchevel s'étend sur 5 niveaux autour de villages station différents mais complémentaires et 14 hameaux. Ensemble, ils offrent une véritable diversité au coeur du plus grand domaine skiable du monde, celui des Trois Vallées.

Associée à une image « haut de gamme », la station de Courchevel possède également un riche patrimoine culturel et environnemental qu'elle s'efforce sans cesse de protéger.

La commune de Saint-Bon Courchevel a signé la Charte Nationale du développement durable des stations de montagne en 2007. La commune s'est également lancée depuis 2019 dans la démarche de labellisation Flocon Vert.

PARC NATIONAL DE LA VANOISE

Le territoire de Saint-Bon Tarentaise fait partie du Parc national de la Vanoise, avec 672 hectares inclus dans le coeur du Parc, soit 11,4 % de la surface communale. Situé entre les hautes vallées de la Maurienne et de la Tarentaise, le Parc national de la Vanoise est le premier parc national français créé en 1963.

Au coeur du Parc, la faune et la flore sont rigoureusement protégées. La chasse est interdite, la cueillette des fleurs aussi. L'activité pastorale, respectueuse de l'environnement, est maintenue dans le Parc et contribue à la diversité des espèces et des paysages.

L'hôtel s'engage depuis 3 ans dans des actions environnementales auprès du Parc comme la sauvegarde du bouquetin des Alpes, une espèce protégée (plus d'informations sur le partenariat en page 45).

SITES REMARQUABLES DE LA ZONE NATURA 2000 S43

La commune de Saint-Bon Courchevel est concernée par le site Natura 2000 S43. Natura 2000 est un réseau européen, qui a pour objectif de maintenir la diversité biologique des milieux, tout en tenant compte des exigences économiques, sociales, culturelles et régionales dans une logique de développement durable.

Deux sites sont classés en zone Natura 2000 :

- le lac de la Rosière,
- la réserve biologique de la Dent du Villard.

Ces zones couvrent une superficie de 309 ha, entre 940 à 2284 m d'altitude, sur les communes de Saint-Bon Courchevel (60%), Bozel et Le Planay. Il y a 185 ha de forêts sur Courchevel classés en réserve biologique et n'ayant pas connu de coupe depuis 1896.

ESPECE EMBLEMATIQUE DE COURCHEVEL

Le Tétràs lyre, également appelé coq des bouleaux ou petit coq de bruyère, est une espèce emblématique des Alpes européennes au statut fragile. Il vit dans les massifs alpins entre 1 400 et 2 300m d'altitude. 80% du domaine skiable de Courchevel sert d'habitat au tétras-lyre. C'est une espèce « parapluie », sa protection contribue à celle d'autres espèces.



3. DÉCHETS & POLLUTION

LES DÉCHETS

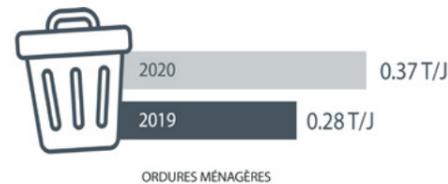
La saison 2020 ayant été plus courte que celle de 2019 nous avons choisi de présenter nos quantités de déchets émis chaque jour. Nous notons une augmentation des déchets émis et notamment au niveau du verre (+61%/jour). En effet, la quantité de verre a fortement augmenté car nous avons remplacé toutes les bouteilles d'eau en plastique des chambres par des bouteilles en verre dans le cadre de notre démarche d'entreprise 0 plastique.

Malgré une hausse de la quantité de nos déchets, la part de nos déchets triés par rapport à celle des ordures ménagères est restée stable (58%). Les consignes de tri sont donc toujours bien appliquées par nos salariés.

PART DES DÉCHETS TRIÉS



TONNAGE JOURNALIER DES DÉCHETS

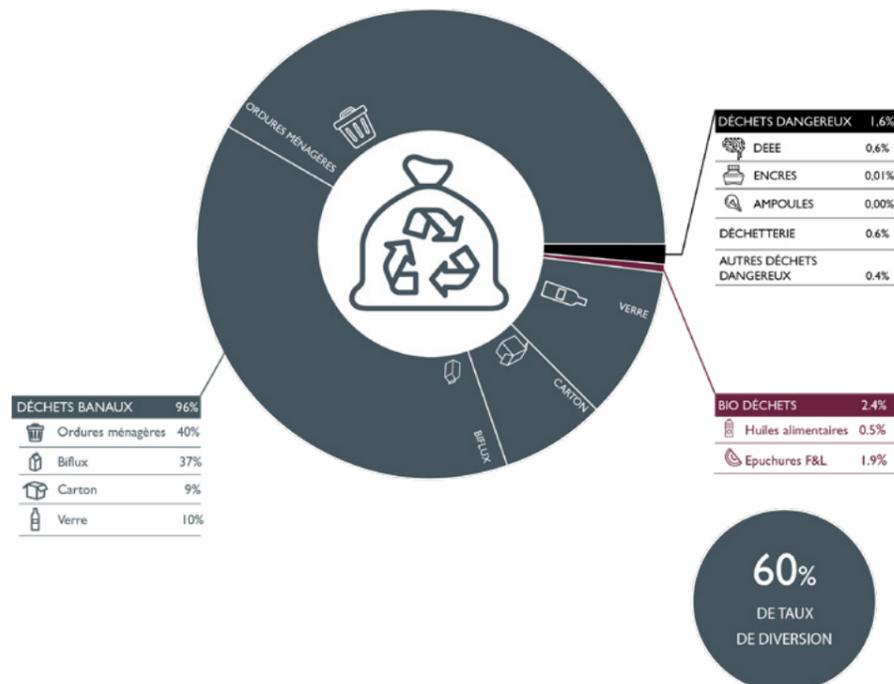


TRI SÉLECTIF



La quasi-totalité de nos déchets est évacuée, triée et recyclée selon des filières agréées. Le taux de diversion de nos déchets est de 60% (voir le graphique ci-dessous).

RÉPARTITION DES DÉCHETS



RÉDUCTION DES DÉCHETS

De nombreuses actions sont menées à l'hôtel afin de réduire nos quantités de déchets.

Nous effectuons un travail de fond sur la réduction des déchets avec nos fournisseurs. Notre fournisseur de fruits et légumes récupère à chaque livraison ses cagettes en bois. Nos fournisseurs de poissons récupèrent leurs caisses en polystyrène ou nous livrent le poisson en bacs de criée. Un programme de recyclage des capsules avec Nespresso est en place à l'hôtel. Nous privilégions les achats de poches et grands contenants pour nos produits d'entretien.

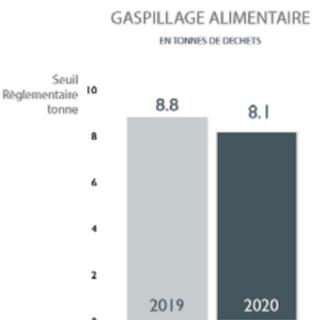
Nos employés sont sensibilisés à la réduction des déchets papier. Les commandes de papier d'impression ont ainsi diminué de 17% par rapport à 2019 (augmentation des impressions recto-verso, dématérialisation des envois de factures clients, réutilisation des brouillons).

Afin de diminuer les déchets liés à l'usage d'essuie mains dans les vestiaires des salariés, tous les distributeurs ont été remplacés par des sèches mains performants. Nos équipes de cuisine et de pâtisserie utilisent de nombreux contenants réutilisables pour conserver leurs préparations. Enfin, ils ont réorganisé la gestion de leurs déchets afin de réduire l'utilisation de sacs poubelles.

Gaspillage alimentaire & compost

Le gaspillage alimentaire est un enjeu RSE fort pour notre entreprise de service qui comprend plusieurs points de restauration. Nous estimons à 8,189 tonnes de déchets alimentaires jetés en 2020 suite aux retours des assiettes de nos clients et employés. Le seuil réglementaire n'a pas été dépassé mais nous avons cependant décidé de mettre en place dès cette année le compost au sein de l'hôtel. Un composteur électromécanique (en partenariat avec la commune de Courchevel - plus d'information en page 47) a été installé au sein de notre établissement. Il a été alimenté pendant 3 mois avec des déchets de préparation de nos cuisines et pâtisserie (épluchures) et des déchets verts remis par les espaces verts de Courchevel. Nous avons ainsi pu produire 332kg de compost.

OBJECTIF ATTEINT
Réduire les déchets liés aux livraisons en privilégiant des caisses réutilisables.



332
KG DE
COMPOST

Démarche 0 plastique

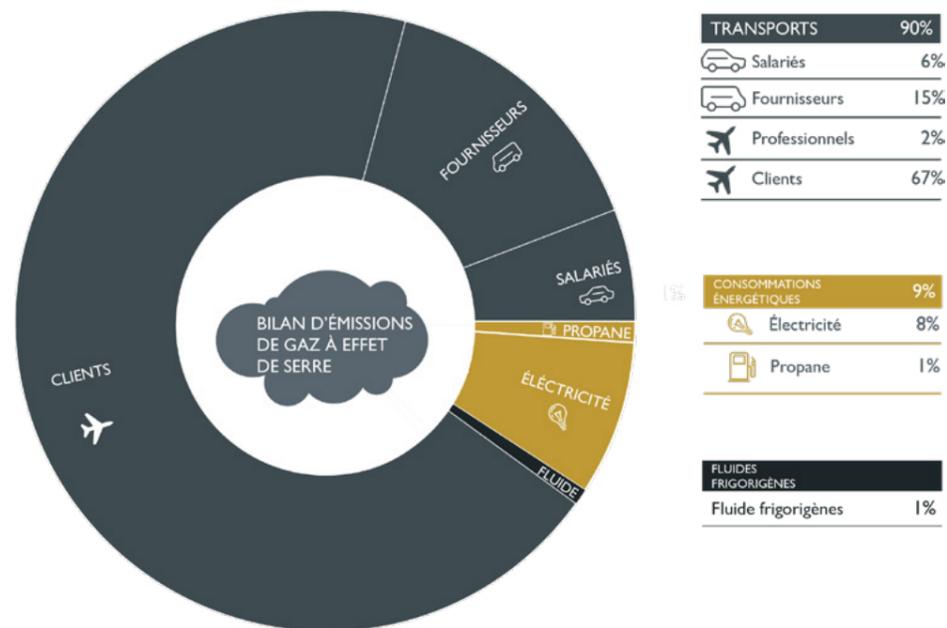
Depuis 2019, l'hôtel s'engage dans une démarche de réduction et/ou suppression de l'utilisation du plastique :

- remplacement du plastique à usage unique par du réutilisable: les gobelets plastique non recyclables sont remplacés par des verres, les sac à linge sont en tissu,
- remplacement des emballages en plastiques par des emballages en carton ou en matière biodégradable,
- remplacement des pailles en plastique par des pailles biodégradables et en métal,
- remplacement des bouteilles en plastique par des bouteilles en verre dans les chambres clients et en carton (Aquapax) au Spa, Skiroom et dans les voitures. Nos employés sont sensibilisés à utiliser des gourdes ou tasses.

OBJECTIF ATTEINT
Suppression progressive du plastique à usage unique.

ATTÉNUATION DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES (B.E.G.E.S.)

Nous effectuons un Bilan d'Émissions de Gaz à Effet de Serre (BEGES) en interne.



Nous constatons que la part la plus importante des émissions de gaz à effet de serre de L'Apogée Courchevel concerne les déplacements clients (67% des émissions).

| POSTES D'ÉMISSIONS | | tCO2e 2019 | tCO2e 2020 | Evolution |
|----------------------------|-------------------------------|------------|------------|-----------|
| DÉPLACEMENTS | Déplacements clients | 801,2 | 690,7 | -13,80% |
| | Déplacements fournisseurs | 104,7 | 154,3 | 47,43% |
| | Déplacements Domicile-Travail | 51,6 | 61,3 | 18,84% |
| | Déplacements professionnels | 13,6 | 20,3 | 48,63% |
| SOUS-TOTAL | | 971,1 | 926,5 | -4,59% |
| CONSOMMATIONS ÉNERGETIQUES | Electricité | 132,9 | 83,3 | -37,37% |
| | Propane | 6,8 | 9 | 32,56% |
| SOUS-TOTAL | | 139,7 | 92,3 | -33,95% |
| FLUIDES FRIGORIGÈNES | R404A | 6,3 | 6,3 | 0,02% |
| SOUS-TOTAL | | 6,3 | 6,3 | 0,02% |
| TOTAL | | 1117,1 | 1025,1 | -8,24% |

Entre 2019 et 2020, notre bilan d'émissions de gaz à effet de serre total a diminué de 8,2% (92 tonnes d'équivalent CO2 en moins).

Les déplacements

Nous avons eu moins de déplacements clients cette année en raison de la fermeture qui s'est fait plus tôt d'où une baisse des émissions. En revanche, nous constatons une augmentation des autres sous-postes de déplacements. Il y a eu plus de livraisons de marchandises, et plus de déplacements professionnels et sur des longs trajets. Concernant les déplacements entre le domicile et le lieu de travail, l'augmentation s'explique par des distances de trajets plus importantes.

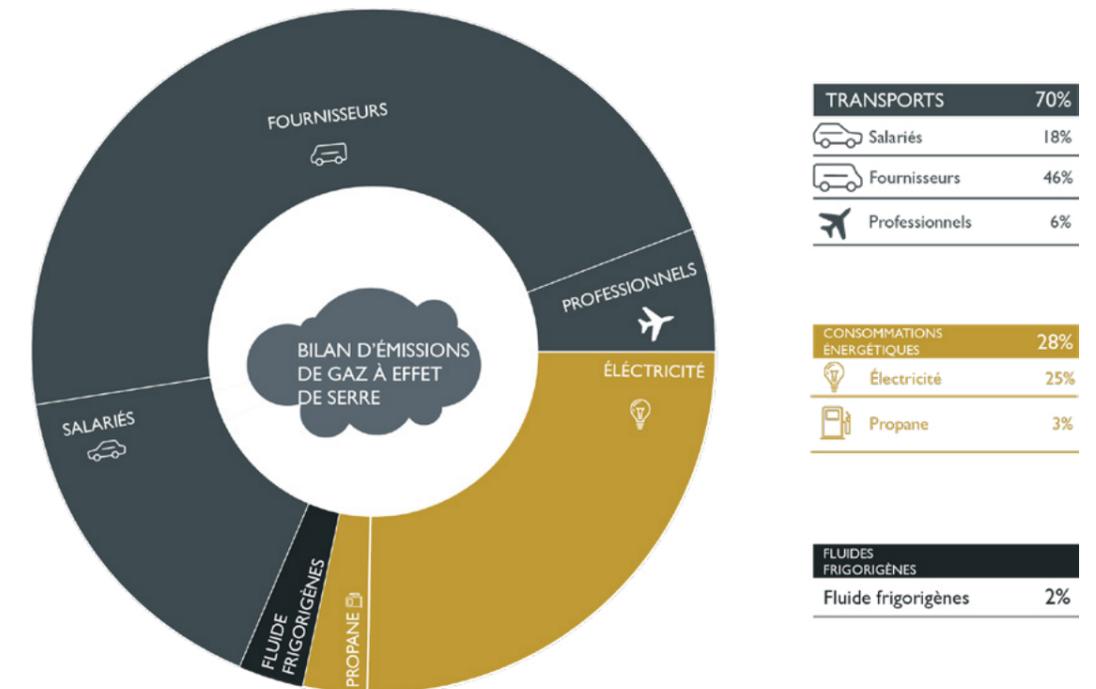
Les consommations énergétiques

Nous observons une importante diminution des émissions liées aux consommations d'électricité, il y a eu moins de consommations dues à la fermeture anticipée.

Les fluides hydrogène

Il n'y a pas eu de recharges supplémentaires de fluides frigorigènes cette saison par rapport à 2019.

Le sous-poste «Déplacements clients» écrase statistiquement les autres postes. Or ce sous-poste n'est pas celui sur lequel l'établissement peut le plus facilement agir. Aussi, dans un souci de lisibilité des autres émissions nous proposons une analyse des émissions hors déplacements clients.



Ainsi, les émissions de L'Apogée Courchevel s'élèvent à 334,4 tonnes équivalent CO2 hors déplacements clients. Les postes les plus importants en interne sont les déplacements de nos fournisseurs et les consommations d'électricité.

Dans le cadre de son engagement pour réduire les émissions de gaz à effets de serre, l'hôtel a fait installer pour les clients, deux bornes Tesla pour recharger leurs véhicules.



4. ACHETER DE FACON RESPONSABLE

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Le Code de conduite de Oetker Collection traduit ses engagements dans le domaine de la déontologie. Il reflète nos valeurs historiques telles qu'exprimées dans les 7 valeurs d'Oetker Collection.

SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

Au niveau de l'hygiène alimentaire, notre service des cuisines a adopté le système HACCP qui est une méthode de maîtrise de la sécurité sanitaire des denrées alimentaires.

Nous offrons à nos clients une confidentialité exemplaire afin de protéger leur vie privée et toute information les concernant à travers une politique antispam. Une clause de confidentialité est présente dans chaque contrat de nos salariés et chaque ordinateur est géré par un code propre à son utilisateur.

PROMOTION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DANS LA CHAÎNE DE VALEUR

Notre démarche développement durable s'inscrit dans un partenariat avec nos fournisseurs respectueux de l'homme et de l'environnement. Par conséquent, nous leur avons envoyé un questionnaire RSE adapté aux catégories d'achats (alimentaire, service...) avec les thèmes suivants :

- un engagement commun,
- des achats en accord avec le respect de l'environnement,
- limiter la pollution,
- favoriser l'aspect social.

Le questionnaire a été envoyé à nos fournisseurs ciblés qui représentent 89% de nos dépenses, soit ceux avec lesquels nous entretenons des relations récurrentes. 88 fournisseurs ont répondu (49% de nos dépenses). Ce questionnaire est envoyé tous les 3 ans, le dernier est en date de 2019.

QUESTIONNAIRE RSE FOURNISSEURS



Nous demandons également à nos fournisseurs des exemples d'actions mises en place : 71% des fournisseurs qui ont répondu sont engagés dans une démarche de suppression/réduction du plastique.

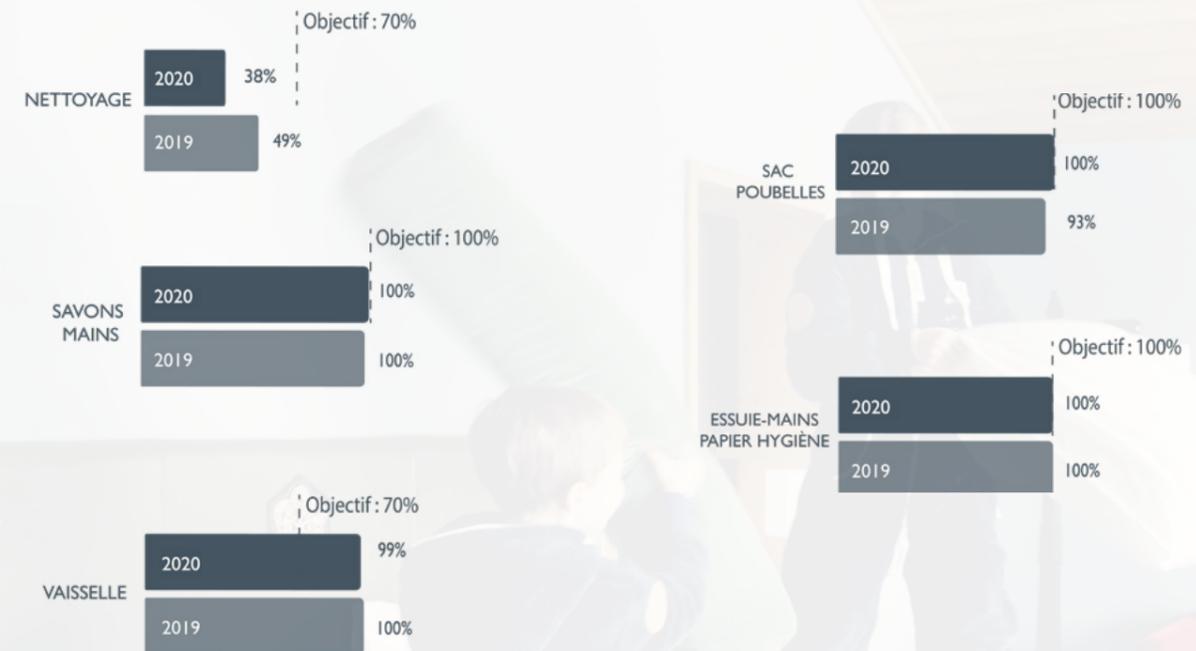
ACHATS DURABLES

Nous réalisons un suivi de notre part d'achat durable en classant les achats par catégorie : produits ménagers, consommable (papier d'impression) et alimentaire. Les résultats sont présentés ci-dessous.

OBJECTIF ATTEINT
Intégrer les achats durables sur les typologies d'achats ciblées.

PRODUITS MÉNAGERS

Au niveau des produits ménagers nous référons les critères suivants: écolabellisé, fabriqué à partir de matière recyclée, biodégradable.



Nous pouvons noter une baisse de 11% d'achats de produits de nettoyage écolabellisés. Notre objectif n'est donc pas atteint. Cette diminution est principalement due au réassort d'un produit non commandé l'an passé et dont la référence équivalente écologique n'a pu être commandée qu'en fin de saison. Les produits désinfectants répondant aux normes HACCP n'ont à ce jour pas de référence équivalente et écologique à coût équivalent. Nos dépenses actuelles pour les produits écolabellisés sont plus importantes.

Tous les produits pour la vaisselle sont en majorité écologiques (99%).

Pour les savons mains, l'objectif de 100% a été atteint. Un remplacement complet des distributeurs, avec une nouvelle référence écolabellisée, a été effectué avant l'ouverture de l'hôtel.

Tous nos sacs poubelles sont en matière recyclée.

Le papier hygiénique et les essuie-mains sont écolabellisés.



Au niveau du papier nous référons les critères suivants: écolabellisé, fabriqué à partir de papier recyclé. Le papier commandé est 100% écolabellisé.

Au niveau des produits alimentaires nous référons pour :

- le café et le thé, le label biologique et issu du commerce équitable,
- les fruits et les légumes, la localité française et italienne,
- les poissons au restaurant du personnel, le label MSC,
- les viandes (y compris les volailles), le label rouge et la localité française,
- les œufs, le label biologique et l'élevage en plein air.

CAFÉ & THÉ

CAFÉ EN DOSETTE MALONGO

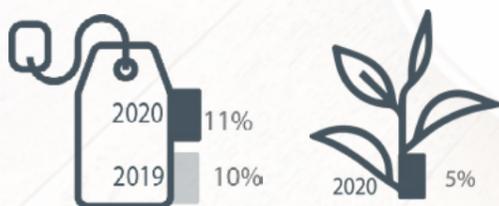


CAFÉ MOULU



Le café acheté chez le fournisseur Malongo, est en majorité 100% biologique et équitable (100% pour le café moulu et 95% pour celui en dosettes).

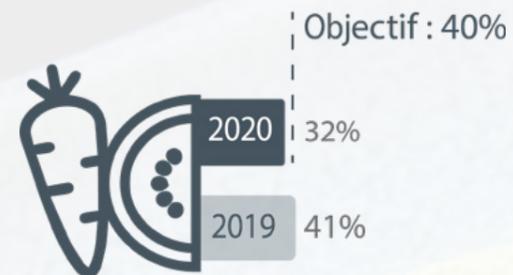
THÉ EN SACHET BIO & THÉ VRAC BIO



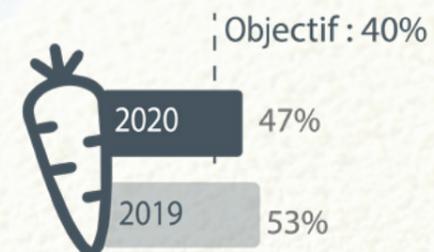
De nets progrès sont à apporter au niveau des choix durables pour le thé. Cependant l'offre proposée par nos prestataires est encore limitée et plus onéreuse (notamment pour le thé en vrac au kilo). Nous proposons cependant à nos clients au moins une référence biologique dans leur chambre et quelques unes pour nos points de restauration.



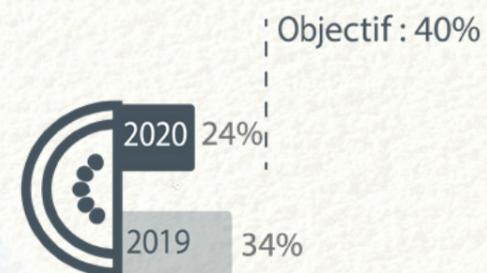
FRUITS & LÉGUMES



LÉGUMES



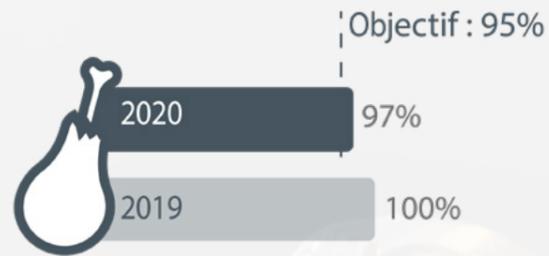
FRUITS



La part des fruits et légumes de provenance de France et d'Italie a fortement diminué en 2020. Notre objectif fixé à 40% n'a donc pas été atteint. Encore de nombreux légumes sont importés. Afin de répondre aux attentes de nos clients, nous importons de nombreux fruits exotiques, d'agrumes et des fruits non de saison comme les fruits rouges.

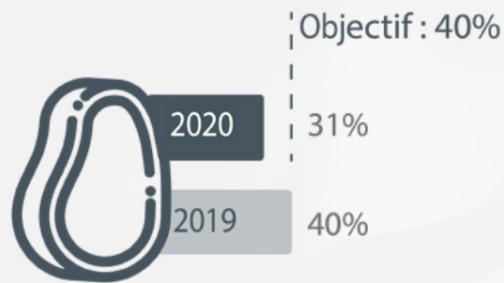


VOLAILLE

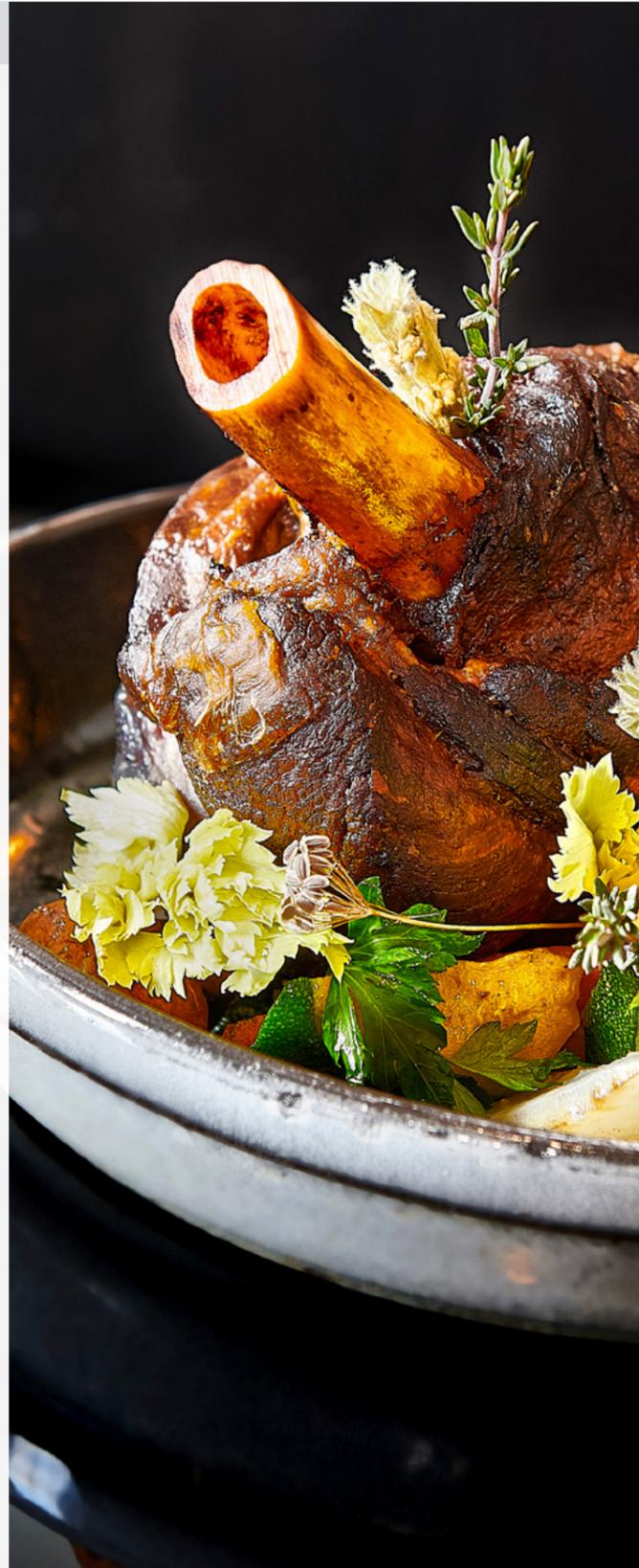


La volaille achetée est en majorité d'origine France et fermière. Notre objectif de 95% a été dépassé.

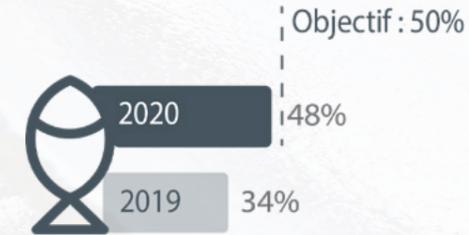
VIANDE (HORS VOLAILLE)



La part de viande origine France a diminué de 9% entre 2019 et 2020. Une part importante de viande non française correspond à une race de boeuf spécifique du Japon, à la carte de notre restaurant japonais. L'objectif fixé à 40% n'a pas été atteint cette saison.



POISSONS SURGELÉS MSC POUR LE PERSONNEL



48% du poisson surgelé est labellisé MSC. L'objectif de 50% n'a pas été atteint mais nous observons une augmentation de 14% par rapport à 2019. Nous pouvons également souligner que l'achat de poisson frais est privilégié autant que possible (13% du poissons acheté).



OEUFS

OEUFS ENTIERS



100% de nos œufs entiers sont biologiques ou issus de poules élevées en plein air.



Objectifs 2021

- Réduire les déchets liés aux livraisons en privilégiant les caisses réutilisables.
- Suivre et analyser les consommations d'énergies et d'eau selon des indicateurs pertinents.
- Suppression progressive du plastique à usage unique.
- Maintenir 100% d'œufs coquilles biologiques ou de plein air.
- Obtenir 100% de volailles françaises.
- Atteindre 40% de fruits et légumes d'origine France/Italie.
- Maintenir l'achat de saumon label rouge.
- S'approvisionner en thon rouge de Méditerranée/Atlantique Nord.

III ENVIRONNEMENTAL

CONSOMMATION RESPONSABLE

ACTIONS MENÉES

- Mise en place de caisses réutilisables pour les commandes de poissons.
- Mise en place du compost au sein de l'hôtel.

ACTIONS PRÉVUES

- Réduire les emballages des livraisons des produits ménagers.
- Supprimer le plastique des Takeaway.
- Rechercher des références d'œufs liquides biologiques ou de plein air.



SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE

OBJECTIFS



Organiser un événement RSE pour sensibiliser les employés et les clients.

100%

Former 100% de nos nouveaux salariés à la responsabilité sociétale.

95%

Obtenir 95% de taux de satisfaction à la question 1 de l'Engagement Survey.

I. ENGAGER NOS SALARIÉS

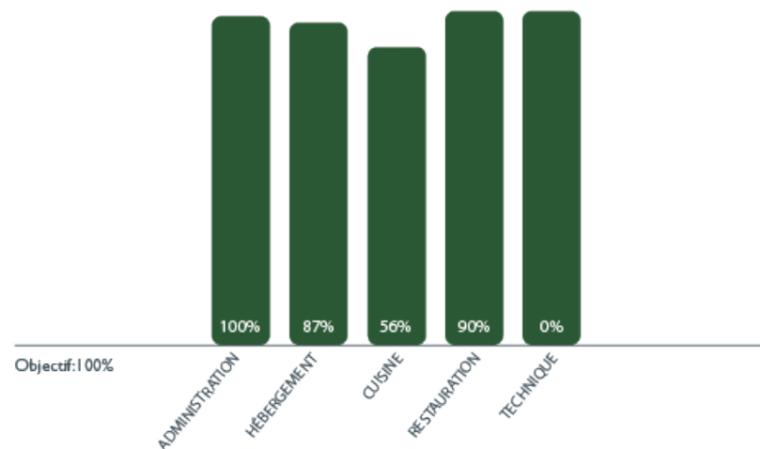
ÉDUCATION DES SALARIÉS À LA RSE

Nous accordons une grande importance à la sensibilisation de notre personnel au développement durable. En effet, nos salariés sont le reflet de notre entreprise et communiquent à la fois avec nos clients et avec nos partenaires sur le territoire local.

L'enjeu est fort, car en tant qu'établissement saisonnier, nous accueillons des nouveaux arrivants lors des réouvertures que nous devons former. Les employés reçoivent en même temps que leur contrat un livret d'accueil RSE. Lors des réunions d'intégration, la politique RSE est présentée à l'ensemble du personnel saisonnier. Des formations bien spécifiques et adaptées à chaque service sont menées tout au long de la saison, comme :

- la politique RSE (engagements, principes et objectifs),
- les consignes de tri,
- les éco-gestes.

TAUX DE PARTICIPATION AUX FORMATIONS RSE



En 2020, l'objectif de 100% des nouveaux employés formés à la responsabilité sociétale n'a pas été atteint mais 78% ont tout de même suivi la formation développement durable spécifique à chacun de leur service.

OBJECTIF NON ATTEINT

Former 100% de nos nouveaux salariés à la responsabilité sociétale.

Chaque saison des questions RSE sont présentes dans l'Engagement Survey concernant la sensibilisation des employés de la part du service RSE et de leur(e)s supérieur(e)s. Celui-ci a été annulé en 2020 suite à la fermeture anticipée de l'hôtel.

OBJECTIF NON APPLICABLE

Obtenir 95% de taux de satisfaction à la question 1 de l'Engagement Survey.

Nous distribuons chaque année à nos employés des cendriers de poche, fabriqués par l'association locale «Man of the day», afin de les sensibiliser à ne pas jeter leurs mégots sur les pistes et dans les rues. Des cendriers de poche sont également à disposition de nos clients lors de leurs sorties.



TEAM RSE

Chaque saison, des employés de différents services se réunissent au sein de la « Team RSE » pour mener à bien un projet sur une thématique du développement durable. En 2020, notre Team RSE a préparé un WildLife Day, une journée de sensibilisation des employés à la biodiversité des Alpes, en partenariat avec le Parc national de la Vanoise.

Les membres de la Team RSE ont co-animé, avec deux guides du parc, des stands d'animations pour découvrir la faune en apprenant à les reconnaître en fonction de leurs cornes ou des traces d'empreintes qu'ils laissent dans la neige. La Team RSE a également sensibilisé les employés au temps de dégradation des déchets en montagne et leur impact sur l'environnement.

OBJECTIF ATTEINT

Organiser un événement RSE pour sensibiliser les employés.

MENUS À THÈMES

Des menus à thèmes ont été préparés au restaurant du personnel pour faire découvrir aux employés les spécialités culinaires des différents pays dont sont originaires certains d'entre eux. En 2020, nous avons mis à l'honneur l'Italie, le Portugal et les Îles des Comores.

2. INCITER NOTRE CLIENTÈLE



SENSIBILISATION DES CLIENTS EN CHAMBRE

Nous proposons à nos clients de contribuer à la protection de la faune en versant un don qui sera remis intégralement à notre partenaire le Parc national de la Vanoise en faveur de la protection du bouquetin des Alpes. En échange, nos clients repartent avec une peluche bouquetin d'une valeur minimale de 50€. Pour remercier les clients de leur don, nous leur offrons un bracelet éco conçu à l'effigie du bouquetin.

Le Giving Bag, installé dans le dressing, permet de faire des dons matériels qui seront par la suite remis à des associations.

Un chevalet est disposé sur le chevet afin de proposer le changement de linge uniquement tous les deux jours.

La dématérialisation des informations se fait grâce la télévision.

25
GIVING BAG
COLLECTÉS POUR LES
PLUS DÉFAVORISÉS

PRODUITS COSMÉTIQUES

Le Spa L'Apogée by La Prairie de l'hôtel propose aux clients une gamme de cosmétiques éco responsables. Le Spa propose, pour des soins, la gamme de produits biologiques Bamford, et les produits Exertier, conçus à base de miel récolté l'été sur les montagnes de Courchevel.

Les clients peuvent également acheter des vernis à ongles de la marque Kure Bazaar et les produits cosmétiques June Jacobs qui sont naturels.

GASTRONOMIE

Nos restaurants et notre bar proposent à nos clients une sélection de produits locaux. Une sélection de fromages d'un artisan affineur local est présentée chaque soir au restaurant Le Comptoir.

Notre chef barman sélectionne chaque année des artisans pour leur savoir faire. Ainsi, cette saison les clients ont pu déguster des cocktails à base de génépi, liqueur emblématique de la Savoie, un Whisky biologique fabriqué en Isère ou encore déguster la bière brassée à deux pas de la station, «Mademoiselle Courchevel».



COMMUNICATION

ÉCRITS

Des communiqués de presse annonçant les nouveautés en matière de RSE sont produits et envoyés à nos agences de presse et aux journalistes pour une large diffusion dans la presse.

WEB

Les comptes Facebook et Instagram de l'hôtel publient une fois par mois des posts sur le développement durable. La brochure client RSE est téléchargeable sur le site internet de l'hôtel.

QUALITÉ

Le système «Glitch» est un outil Intranet permettant de traiter les plaintes de nos clients. Le but de cette application est de produire et de maintenir un système simple et efficace de traçabilité des plaintes à résoudre de la meilleure façon qu'il soit, le plus rapidement possible.

La qualité est le maître mot au sein des hôtels. Par conséquent un dispositif de contrôle est en place intitulé le: « Leading Quality Assurance » (LQA). LQA est spécialisé dans la fourniture des vérifications d'assurance de la qualité, l'analyse comparative et la formation des services à l'industrie de l'hôtellerie de luxe, permettant aux clients de surveiller et d'améliorer leur performance opérationnelle. Cela se traduit par deux audits d'un client mystère, des tests internes et des plans d'action avec chaque chef de service qui sont suivis tout au long de la saison afin d'être conformes.

Objectifs 2021

- Former 100% de nos nouveaux salariés à la responsabilité sociétale.
- Organiser un événement RSE pour sensibiliser les employés et les clients.

IV. SOCIÉTAL

SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE

ACTION MENÉE

- Organisation d'un événement de sensibilisation des employés à la faune sauvage des Alpes en partenariat avec le Parc national de la Vanoise.

ACTION PRÉVUE

- Participation à l'évènement Earth Hour.



ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES

OBJECTIFS

50% Atteindre le taux de 50% de fournisseurs locaux en volume d'achat.



Accompagner la mairie de Courchevel dans le développement de la démarche Flocon Vert.

I. PRIVILÉGIER LES PRODUCTEURS LOCAUX

Privilégier les producteurs locaux met en valeur la culture identitaire de l'hôtel sur plusieurs aspects :

- Qualité
- Ancrage territorial
- Réduction des GES

En effet, la qualité offerte à nos clients dépend également des produits choisis. En respectant la saisonnalité et la localité des produits nous assurons un gage de qualité. Le fait de travailler en étroite collaboration avec des acteurs locaux permet de dynamiser l'économie locale en valorisant l'identité du territoire dans lequel l'hôtel est implanté. En forçant sur cet aspect identitaire, nous proposons une expérience au client unique du terroir, loin de la mondialisation.

Pour finir, en choisissant des partenaires proches, nous évitons des longs transports de livraison de marchandises et donc nous réduisons l'empreinte écologique avec moins d'émissions de gaz à effet de serre. Par conséquent, nous effectuons un suivi de la localité des fournisseurs avec lesquels nous travaillons.

Nous avons choisi d'étudier la répartition des dépenses chez nos fournisseurs de biens matériaux uniquement.

OBJECTIF NON ATTEINT

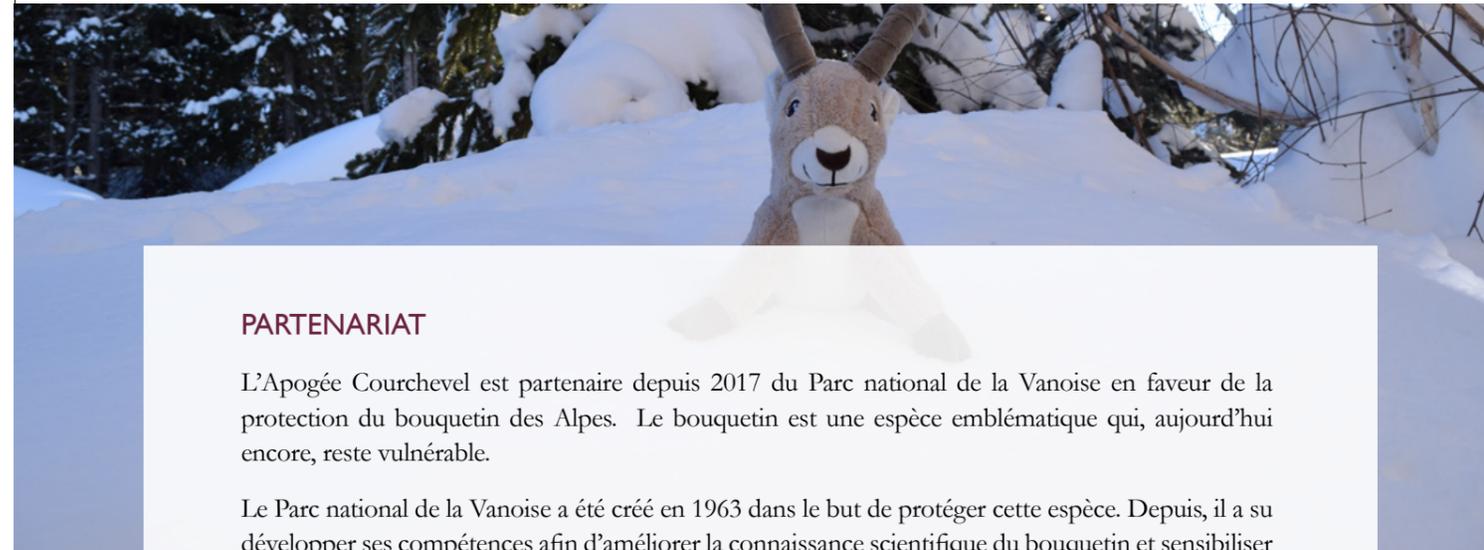
Atteindre le taux de 50% de fournisseurs locaux en volume d'achat.

27% de nos dépenses se font chez des fournisseurs locaux, notre objectif fixé à 50% pour l'année 2020 n'est donc pas atteint. Cependant, quasiment l'intégralité de nos dépenses pour des biens matériaux sont pour des fournisseurs français (2% de plus par rapport à 2019).

RÉPARTITION DES DÉPENSES FOURNISSEURS



2. S'ENGAGER AUX CÔTÉS DE PARTENAIRES



PARTENARIAT

L'Apogée Courchevel est partenaire depuis 2017 du Parc national de la Vanoise en faveur de la protection du bouquetin des Alpes. Le bouquetin est une espèce emblématique qui, aujourd'hui encore, reste vulnérable.

Le Parc national de la Vanoise a été créé en 1963 dans le but de protéger cette espèce. Depuis, il a su développer ses compétences afin d'améliorer la connaissance scientifique du bouquetin et sensibiliser le plus grand nombre. Le parc s'est engagé dans un projet européen de coopération transfrontalière France/Italie, nommé « Alcotra Lemed-Ibex », qui a pour mission de mener des campagnes de comptage et d'observation qui visent à améliorer les connaissances sur la démographie du bouquetin. Huit partenaires, français et italiens, participent à ce projet.

L'Apogée Courchevel a créé une peluche de bouquetin proposée à l'adoption pour nos clients. L'intégralité des bénéfices récoltés de la vente de cette peluche est reversée au parc pour être consacrée exclusivement aux actions menées au sein du projet « Alcotra Lemed-Ibex ». Parmi celles-ci figure la mise en œuvre de méthodes communes de comptage et d'observation qui visent à améliorer les connaissances sur la démographie du bouquetin.

En 2018, le Parc national a mis en ligne un site internet qui permet à chacun de visualiser sur son ordinateur ou smartphone les déplacements des 14 bouquetins actuellement équipés de collier émetteur en Vanoise. Ces colliers captent les signaux de satellites pour enregistrer automatiquement la position d'un individu.

Grâce aux dons récoltés par les adoptions des peluches, L'Apogée Courchevel a permis d'équiper en 2019 un bouquetin d'un collier GPS afin de suivre son développement dans le parc. Il a été baptisé «Hapogée».





3. DÉVELOPPER NOTRE RÉSEAU RSE LOCAL

L'Apogée Courchevel travaille en étroite collaboration avec les différents acteurs économiques de la station.

DÉMARCHE FLOCON VERT ET COMPOST

Depuis 2019, L'Apogée Courchevel est officiellement engagé avec les acteurs territoriaux dans la démarche de labellisation Flocon Vert de la commune de Courchevel.

Dans le cadre de cette démarche, l'hôtel a été sélectionné pour tester le fonctionnement d'un composteur électromécanique.

En partenariat avec la mairie de Courchevel et la Communauté de communes Val Vanoise, l'hôtel a ainsi fabriqué 332kg de compost. Celui-ci a été remis aux espaces verts de la commune de Courchevel pour être utilisé pour l'entretien des massifs de fleurs au Printemps.

OBJECTIF ATTEINT

Accompagner la mairie de Courchevel dans le développement de la démarche Flocon Vert.

ASSOCIATIONS ET DONS

Afin d'éviter le gaspillage alimentaire, tout le pain sec est remis au centre équestre de Courchevel.

Nous collectons les bouchons de liège au profit de l'association « France Cancer ».

Nous récupérons les paires de chaussons et de tongs inutilisées par nos clients pour les donner à la Croix Rouge, ainsi que les amenities tels que les gels douche et shampooing.

Notre coiffeuse de L'Apogée Courchevel récupère tous les cheveux pour l'association les «Coiffeurs Justes». Cette association a été créée par un coiffeur du sud de la France avec l'objectif de créer une filière de revalorisation des cheveux pour lutter contre la pollution marine. En effet 1 kg de cheveux permet de filtrer 8 litres d'hydrocarbure.



Le 5 février 2020, L'Apogée Courchevel a accueilli la Direction de la Communauté des communes Val Vanoise, des représentants de la mairie de Courchevel ainsi que des hôteliers de la station, afin d'échanger sur la thématique de la gestion et valorisation des déchets sur la commune. Les participants ont pu notamment échanger leurs bonnes pratiques de réduction des déchets.

Objectifs 2021

- Maintenir à 27% les fournisseurs locaux en volume d'achat.
- Accompagner la mairie de Courchevel dans le développement de la démarche Flocon Vert.

V. SOCIÉTAL

ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES

ACTIONS MENÉES

- Accueil des hôteliers de la station sur la thématique de la gestion et valorisation des déchets sur la commune.
- Remise des bracelets à l'effigie du bouquetin aux clients qui ont adopté la peluche.

ACTION PRÉVUE

- Un nouveau projet sera développé avec le Parc National de la Vanoise dans la protection de la biodiversité.



VI. LA STRATÉGIE RSE 2021

ENGAGEMENT 1

RESPECT DES DROITS HUMAINS

- 1.1. Garantir l'équité entre nos collaborateurs tout en luttant contre les discriminations.
- 1.2. Favoriser une qualité de vie optimale au travail et soutenir le dialogue social.
- 1.3. Encourager le développement et l'employabilité de nos collaborateurs.

Objectifs :

- Suivre et analyser les indicateurs sociaux d'égalité professionnelle.
- Organiser 1 séance d'ostéopathie/mois.
- Organiser 2 menus à thèmes/mois.
- Organiser un rendez-vous d'expression.

ENGAGEMENT 2

CONSOMMATION RESPONSABLE

- 2.1. Réduire par l'innovation nos consommations de ressources.
- 2.2. Connaître, protéger et restaurer la biodiversité qui nous entoure.
- 2.3. Appliquer la réglementation liée aux déchets et s'efforcer de limiter tout type de pollution.
- 2.4. Acheter de façon responsable en favorisant les fournisseurs qui respectent nos principes.

Objectifs :

- Suivre et analyser les consommations d'énergies et d'eau selon des indicateurs pertinents.
- Réduire les déchets liés aux livraisons en privilégiant les caisses réutilisables.
- Suppression progressive du plastique à usage unique.
- Atteindre 40% de fruits et légumes d'origine France/Italie.
- Maintenir 100% d'œufs coquilles biologiques ou de plein air.
- Maintenir l'achat de saumon label rouge.
- S'approvisionner en thon rouge de Méditerranée/Atlantique Nord.
- Obtenir 100% de volaille française.

ENGAGEMENT 3

SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE

- 3.1. Engager nos salariés dans la responsabilité sociétale.
- 3.2. Inciter notre clientèle à contribuer à notre vision d'avenir durable.

Objectifs :

- Former 100% de nos nouveaux salariés à la responsabilité sociétale.
- Organiser un événement RSE pour sensibiliser les employés et les clients.

ENGAGEMENT 4

ENGAGEMENT AVEC LES COMMUNAUTÉS DURABLES

- 4.1. Privilégier les producteurs locaux, gage de richesse patrimoniale de notre territoire.
- 4.2. S'engager au côté de partenaires dans des projets environnementaux et sociaux.
- 4.3. Développer notre réseau RSE local.

Objectifs :

- Maintenir à 27% les fournisseurs locaux en volume d'achat.
- Accompagner la mairie de Courchevel dans sa démarche de développement durable.

