

Archibald
DISTILLATIONS ■ ■

Bilan de nos engagements 2017-2021

SOMMAIRE

- INTRODUCTION
- PARTIE 1 : NOS DÉFIS
- PARTIE 2 : NOS CONTRIBUTIONS



INTRODUCTION.

QUI EST ARCHIBALD DISTILLATION ?

NOS MARQUES :

- **ARCHIBALD** le tonic de distillerie
- **FOLLE ENVIE** l'apéritif frais, léger et naturel
- **PARCELLE** le gin 100% français, distillé avec 3 botaniques sauvages, bio et cueuillies à la main

QUI SE CACHE DERRIERE

ARCHIBALD DISTILLATIONS ?

Estelle Sauvage, Olivier Fichot et Julien Nau : 3 co-fondateurs gourmets et experts du marché des spiritueux

- 1500 clients en France répartis sur les circuits cavistes / épicerie fines et la belle restauration / les hôtels et les bars haut de gamme.
- Un ancrage fort dans la gastronomie, Archibald est le tonic des Chefs et des Sommeliers :
 - 1 tiers des restaurants 2 et 3 étoiles en France et 1 tiers des restaurants Fooding parisiens servent leur gin tonic avec Archibald
 - Archibald est le premier tonic reconnu par le Collège culinaire de France
- Un déploiement international qui démarre avec une présence à Londres, au Danemark, en Belgique, en Suisse et dans les DOM TOM.



FOODING



NOS BUREAUX : À DARWIN (Bordeaux - France)

6 mois après le lancement d'Archibald et Folle Envie, les fondateurs rejoignent la pépinière d'entreprise de Darwin, spécialisée dans l'innovation sociale et le développement durable... et n'en repartiront jamais puisque qu'y naît l'Annexe de la Distillerie. C'est en effet ici que l'équipe s'installe et grandit dans l'espace de co-working et qu'une cave showroom ouvre ses portes.

L'éco-système de Darwin fait sens pour Archibald Distillations car c'est un fief qui accueille des entreprises engagées, soucieuses de minorer leur impact, et qui se situe à 45 minutes de la distillerie.

Pourquoi rédiger un premier bilan de nos engagements ?

“ Nous souhaitons à travers ce rapport prendre de la hauteur et faire un premier bilan des engagements que nous avons pris pour réduire nos impacts sociétaux et environnementaux depuis le début de notre aventure entrepreneuriale. La route est longue, les engagements mettent parfois du temps avant de se concrétiser et de se transformer en impacts positifs, la patience est donc de rigueur. Mais face à l'urgence sociale et climatique, on se sent souvent démuné, limité dans nos capacités à agir et ainsi poussé à s'ouvrir à nos parties prenantes pour accélérer les transitions. C'est aussi l'occasion de re-questionner les choix que nous avons faits, car on apprend en faisant. Or, nous avons fait des erreurs, nous avons rencontré des difficultés qui nous ont faits douter et parfois rebrousser chemin. ”



Souriez... on est engagé !

Notre mission et nos engagements :

« Redonner le sourire aux hommes et à la planète avec des boissons d'adulte engagées et positives »

Fiers d'être BCORP

La communauté BCORP regroupe des entreprises à but lucratif qui souhaitent avoir un impact positif sur le monde. Elles se font évaluées tous les 3 ans sur l'ensemble de leurs activités et de leurs impacts : gouvernance, collaborateurs, environnement, communauté, clients)

Les entreprises BCORP ne cherchent pas à être les meilleures au monde mais les meilleurs pour le monde

- Notre rêve le plus cher serait que toutes nos parties prenantes soient BCORP à leur tour!

Quelques indicateurs :

- Score moyen des entreprises utilisatrices : 50,89 points
- Score pour être BCORP : 80 points
- Score moyen des entreprises certifiées : 91 points

<https://bcorporation.net/>

- Notre score en 2019 : 91 POINTS



PARTIE 1:
NOS DEFIS

DEFI #1 :

Contribuer à proposer une OFFRE plus responsable de boissons pour adulte

- Notre premier défi, aux fondements du projet entrepreneurial, est de proposer aux consommateurs une offre de boisson, plus responsable aux regards des enjeux environnementaux et sociaux planétaires mais aussi aux regards des attentes des consommateurs soucieux de leur santé et de l'impact de leur consommation.
- Nous entendons par « responsable » et « durable » :
 - + Des produits qui impactent le moins possible la biodiversité et les ressources naturelles (eau, air, sols)
 - + Des produits qui ont une empreinte carbone la plus réduite possible
 - + Des produits qui mettent les enjeux sociaux au même niveau que les défis environnementaux
 - + Des produits qui mettent la santé du consommateur au cœur de l'élaboration des produits



DEFI #2 : **Embarquer toutes nos parties prenantes et en particulier nos fournisseurs avec nous pour aller plus loin, ensemble.**

Expérimenter le ré-emploi de nos bouteilles, réduire les émissions carbone liées au transport, sourcer au plus près de notre lieu de fabrication l'ensemble de nos ingrédients végétaux...

Autant d'objectifs que nous nous fixons et que nous ne pourrons jamais atteindre seuls. Nous travaillons et co-construisons des solutions avec nos principaux fournisseurs.

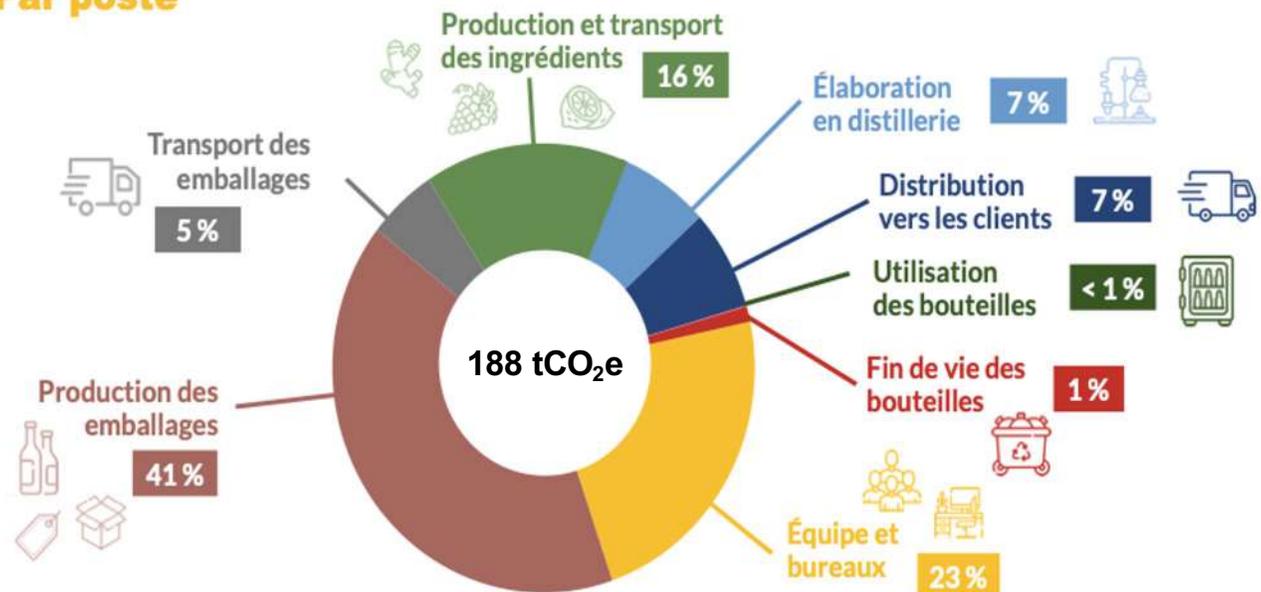


NOS IMPACTS CLIMAT

NOTRE BILAN CARBONE CORPORATE - SCOPES 1_2_3

RÉSULTATS BILAN CARBONE 2021

Par poste



Notre empreinte carbone ne dépend pas que de nous... c'est pour cela que nous avons pris en compte les 3 scopes de nos missions (directes ET indirectes).



NET ZERO | 2030

OBJECTIF
NEUTRALITÉ CARBONE 2030 :

nous nous sommes engagés dans la construction de notre feuille de route bas carbone pour identifier les axes de travail et surtout les objectifs chiffrés à poursuivre dans le but d'atteindre notre neutralité carbone en 2030.

PARTIE 2:

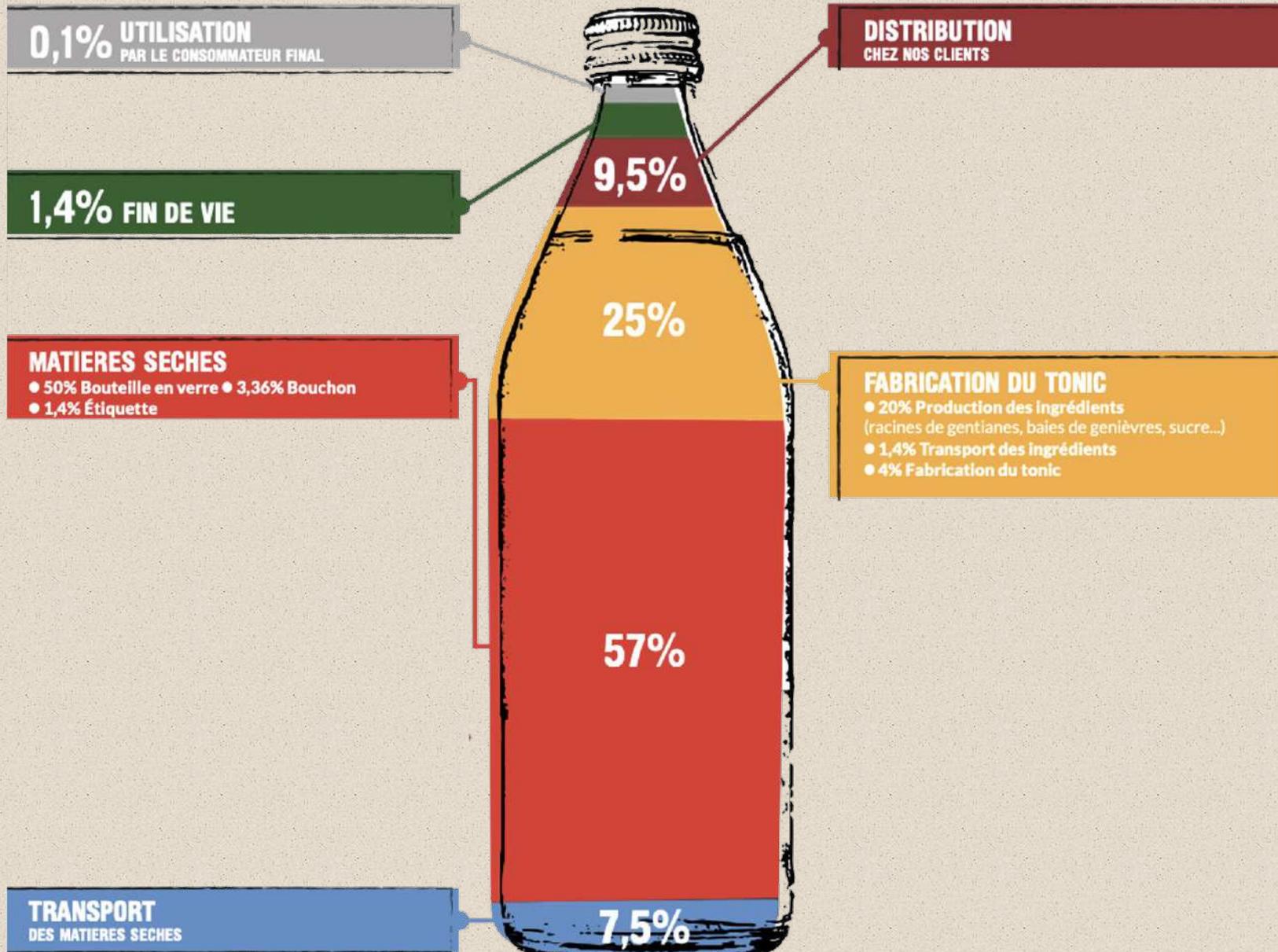
NOS CONTRIBUTIONS

FOCUS SUR L'IMPACT CARBONE D'ARCHIBALD



QUANTITÉ DE CO2
ÉMISE POUR UNE BOUTEILLE
DE 50CL

Produire une bouteille
d'Archibald 50 cl en
2021 émettait 615 gr de
CO2. Nous cherchons à
réduire ses émissions de
50% dans les 5
prochaines années.



Engagement N°1 : concevoir des produits plus vertueux

VERTUEUX : signifie qui fait le bien...

Avant de faire le bien, on essaie déjà de réduire nos impacts environnementaux

Nous cherchons à avoir un niveau d'exigence élevé dans le choix des ingrédients d'Archibald. Chaque ingrédient est choisi pour ses qualités gustatives mais aussi pour son origine la plus locale possible et ses conditions de production respectueuses des Humains et de l'environnement). Nous contactons en direct les producteurs et leur rendons visite quand c'est possible.



Archibald est certifié bio
cela signifie que 95% des ingrédients (hors eau) sont garantis d'origine biologique.

Pour limiter les effets sur la santé :

0 colorant, 0 additif

Le Sucre est réduit au maximum 6,8 g/10cl

Arôme naturel : Oui il y a un arôme naturel dans Archibald. Il faut savoir que les arômes naturels ne sont pas dangereux, ils sont issus de substances naturelles et subissent quelques transformations (distillation, macération, extraction...) mais ils ne contiennent aucun composante de synthèse.

Soutenir l'agriculture et la cueillette française

Nous privilégions dès que possible des ingrédients d'origine française et sommes toujours en quête de nouveaux producteurs locaux.

⇒ **ZOOM sur la GENTIANE.** Elle vient d'Auvergne, cueillie dans les montagnes par des cueilleurs expérimentés et porte le label Gentiane Durable décerné par l'Association de protection et de valorisation de la gentiane d'Auvergne : Gentiana Lutea.

Notre partenaire la coopérative SICARAPPAM....

La **SICARAPPAM** est une coopérative auvergnate de cueilleurs de plantes sauvages ou cultivées bio. Ils cueillent notre gentiane et une partie de nos baies de genièvre dans le respect de l'environnement et de l'Humain. Les prix sont définis par les cueilleurs eux-mêmes et nous nous engageons à maintenir nos commandes.



⇒ **ZOOM sur le GINGEMBRE** de l'édition spéciale N°2 vient du Berry Il est produit sous serres (non chauffées), cultivé en plein terre en agriculture biologique par Kilian qui est très soucieux de l'impact environnemental de sa ferme (autoproduction d'énergie photovoltaïque, arrosage raisonné, 100% bio...)

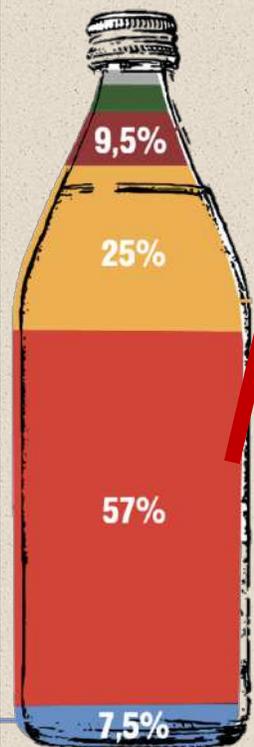
Engagement N°1 : concevoir des produits plus vertueux

Presque 60% des émissions carbone d'une bouteille d'Archibald sont à imputer aux packagings et à la fin de vie de la bouteille.

Réduire l'empreinte environnementale de nos emballages devient donc une priorité dès 2021.

L'objectif ici est triple :

- ⇒ Réduire le poids de nos emballages
- ⇒ Maximiser les quantités de matières premières issues du recyclage pour ne pas extraire des matières vierges de la nature
- ⇒ Garantir la recyclabilité et le recyclage effectif en fin de vie



MATIERES SECHES

- 50% Bouteille en verre ● 3,36% Bouchon
- 1,4% Étiquette

Bouteilles en verre

- Archibald : le taux de verre recyclé ne peut pas être calculé par les verriers. Mais il y en a toujours !
- Dans notre édition limitée : le verre brun contient entre **80** et **93%** de verre recyclé.



Carton et étiquette

- Étiquette : **100%** des fibres issues de papiers recyclés ou de déchets de canne à sucre.
- Carton : **75%** de fibres recyclées.



Comprendre et avoir les données

Nous travaillons donc avec nos fournisseurs verriers dans un premier temps connaître les taux de calcin (verre recyclé) dans nos bouteilles et les mobiliser la mise à disposition de cette information!

Nous nous sommes faits accompagner en 2021 pour étudier nos emballages avec une approche d'éco-conception. Une étude du cycle de vie complet d'Archibald a été menée et a permis de définir les indicateurs clefs à regarder et les leviers à activer pour faire baisser notre empreinte globale (pas que sur le carbone).

Notre propre verrerie : si nous voulons réduire l'impact environnemental de nos bouteilles, nous devons développer notre propre bouteille sur la base d'un cahier des charges exigeants : taux de matière recyclée augmenté, ratio poids/liquide réduit, performance environnementale des usines de production, proximité...

Engagement N°2 : Contribuer à accélérer les transitions sur nos territoires

Les entreprises ont un impact majeur sur les territoires sur lesquels elles sont implantées : création d'emplois, relations commerciales, impôts locaux, déchets, achats... Elles sont créatrices de valeur, de lien, elles peuvent impulser de nouvelles pratiques, montrer l'exemple aux autres entreprises et partager leur expérience. Et puis à plusieurs on va plus loin. Nous sommes tous interdépendants.



VitiBio
NOS VITICULTEURS
Vignes en bio à l'origine des
moûts de raisin de Folle Envie

SVE
LA DISTILLERIE
Élaboration des liquides
Archibald et Folle Envie

ESAT LES EYQUEMS
NOTRE ESAT
Fabrication de PLV,
mise en coffret...

Smurfit Kappa
NOTRE CARTONNIER

NACARA
NOTRE IMPRIMEUR

L'ANNEXE DE LA
DISTILLERIE
- Espace hybride qui accueille nos
équipes, nos clients, nos partenaires.
- Lieu de découverte de nos marques
de nos engagements.

CARTE DE NOS FOURNISSEURS

- 90 % de nos achats directs dans le SUD OUEST
- Nos 2 principaux fournisseurs/prestataires sont locaux
- Nous avons signé avec nos fournisseurs une charte d'achat responsable qui les engage à réduire leurs impacts sociaux et environnementaux et ainsi contribuer à nos côtés.

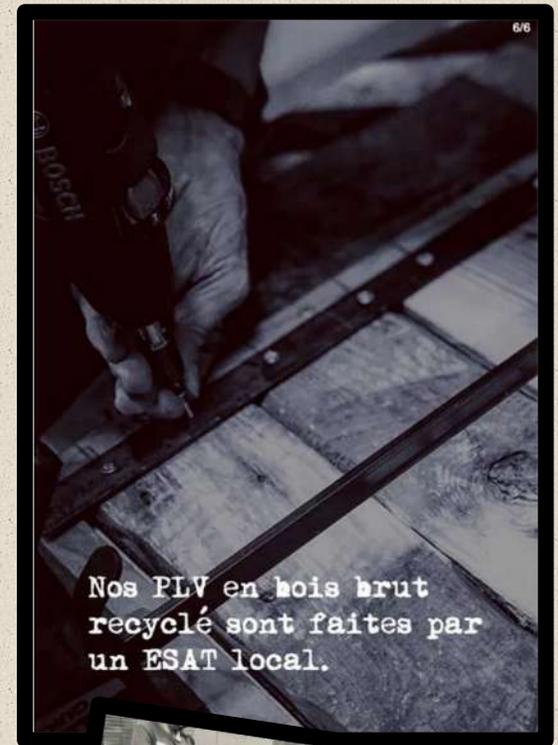
Engagement N°2 : Contribuer à accélérer les transitions sur nos territoires

NOS PARTENAIRES DANS L'ECONOMIE SOCIALE

L'ESAT des Eyquems fabrique une partie de notre PLV et monte nos coffrets « Merci Zilda ». C'est un établissement qui accueille une centaine de personnes avec un handicap sensoriel, accompagnées par des professionnels spécialisés sur l'accompagnement socio-professionnel.

L'Atelier Remu-ménage livre nos bouteilles partout dans Bordeaux avec des véhicules à faibles émissions : vélos cargo et camions biogaz. Leur mission est d'accompagner les particuliers et professionnels dans leurs projets de déménagement, de transport ou de gestion logistique en Nouvelle-Aquitaine. Ce sont des solutions accessibles, écologiques et innovantes au service d'un projet solidaire.

Nous avons dupliqué la même démarche sur Paris avec l'Association Carton Plein qui emploie des personnes en insertion et qui assure nos livraisons à nos clients parisiens en vélo.



Engagement N°2 : Contribuer à accélérer les transitions sur nos territoires

EXPERIMENTATION DU RE-EMPLOI : Pas pour tout de suite

Nous avons travaillé pendant 2 ans sur le lancement d'une expérimentation du ré-emploi de nos bouteilles sur Bordeaux avec l'objectif de le tester à petite échelle avec les acteurs locaux. Nous avons attendu que les prestataires se structurent pour laver nos bouteilles, que la chaîne logistique suive, que nos nouvelles étiquettes soient hydrosolubles... Malheureusement, nos volumes, les acteurs de la logistique, nos clients ne sont pas encore prêts. Nous espérons pouvoir le développer dans 2 ans. C'est long de remettre en place le ré-emploi, vraiment très long!

SOUTENIR LA COMMUNAUTE BCORP DE BORDEAUX

Parce que B CORP n'est pas juste un label mais surtout une belle et puissante communauté d'entrepreneurs qui veulent créer une économie ré-générative et solidaire, nous dédions une partie de notre temps à aider à la structuration de la communauté bordelaise des entreprises certifiées : organisation de rencontres, prises de parole, conseils aux entreprises qui veulent se lancer. Nous avons aussi pendant 2 ans mené de nombreux échanges avec la Ville de Bordeaux et la Métropole pour leur partager l'expérience et les outils de la communauté B CORP.

Engagement N°3 : Contribuer aux défis sociétaux en soutenant les acteurs de la gastronomie sociale

La Gastronomie sociale est un pan de la gastronomie qui cherche à prôner le bien manger POUR TOUS, à réduire les inégalités, à lutter contre le gaspillage pour informer les gens, à donner accès aux plus pauvres à une alimentation saine, à répondre à un besoin social quelqu'il soit. Les acteurs associatifs français de la gastronomie sociale sont de plus en plus nombreux : Ernest, Refetorrio, Linkee, Refugee Food, la Tablee des chefs. Chez Archibald nous souhaitons soutenir des actions à fort impact social et la gastronomie s'est imposé comme une évidence en cohérence avec le positionnement d'Archibald et sa forte présence dans les restaurants.

- NOTRE SOUTIEN A REFUGEE FOOD

Nous avons été présents en 2019 et 2021 au festival Refugee Food sur Bordeaux et Paris.

Nous avons mené plusieurs opérations avec pour objectif de reverser une partie de nos ventes à l'association.



MARIE CURRY :
l'association
bordelaise



Les nouvelles
cuisinières

Et après ?

Le premier chapitre de notre aventure est terminé...

... et c'est avec enthousiasme que nous ouvrons le deuxième porté par une nouvelle mission, une stratégie bas carbone qui nous amènera à la neutralité en 2030, le tout dans un contexte international calqué sur le déploiement de nos marques.