

RAPPORT ESG

2025

SANDOZ FOUNDATION HOTELS



TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DU CEO

- 3 -

2025 EN CHIFFRES

- 4 -

VUE D'ENSEMBLE

- 5 -

À propos

- 7 -

Nos établissements

- 9 -

Cadre stratégique

- 11 -

Gouvernance
en matière de développement
durable

- 12 -

Cadre et portée du rapport

- 14 -



LA PLANÈTE

- 15 -

Changement climatique,
énergie et eau

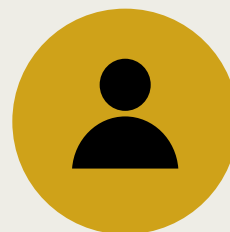
- 17 -

Réduction des déchets

- 25 -

Biodiversité

- 30 -



L'HUMAIN

- 34 -

Diversité et inclusion

- 36 -

Santé, sécurité et bien-être

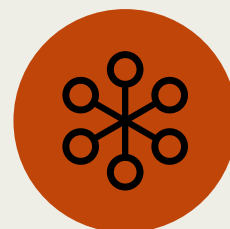
- 40 -

Formation et développement

- 43 -

Livre d'or 2025

- 48 -



LES COMMUNAUTÉS

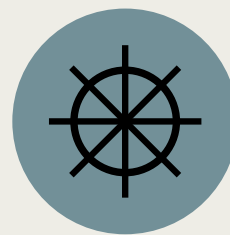
- 57 -

Achats responsables

- 59 -

Partenariats régionaux

- 62 -



GOVERNANCE

- 70 -

Éthique des affaires et intégrité

- 72 -

Leadership responsable

- 74 -

ANNEXES

- 76 -

MESSAGE DU CEO

Chers lecteurs,

Il y a un an, nous publions notre premier rapport ESG, un acte fondateur et l'affirmation publique d'une conviction profonde : la durabilité n'est pas une contrainte, c'est le cœur de notre projet d'entreprise.

Ce deuxième rapport marque une nouvelle étape. Nous ne partons plus de zéro. Nous mesurons, nous apprenons, nous progressons et parfois, nous constatons que certains objectifs demandent plus de temps que prévu. C'est la réalité d'une démarche sincère.

2025 aura été une année de croissance pour nos établissements. Les nuitées ont augmenté, l'activité s'est développée. Et pourtant, notre intensité énergétique par unité de fréquentation continue de baisser, notre taux de valorisation des déchets augmente légèrement à 69 % et malgré la hausse des volumes liée à la croissance, nos équipes s'engagent davantage. Cela démontre, chiffres à l'appui, que croissance et responsabilité peuvent aller de pair.

Cette année a aussi été celle de la structuration. Nous avons renforcé notre gouvernance avec l'arrivée d'un nouveau membre au conseil d'administration, poursuivi la digitalisation de nos processus administratifs RH et obtenu le label Top Entreprise Formatrice. Nos certifications EarthCheck ont été renouvelées pour l'ensemble du groupe et nos services événementiels ont obtenu la certification VenueCheck. Nous avons également renforcé notre pilotage environnemental grâce à l'amélioration de notre méthodologie de comptabilité carbone et au déploiement de nouveaux outils de suivi énergétique.

Ce rapport est aussi, et surtout, celui des femmes et des hommes qui font vivre nos hôtels au quotidien. Nos ambassadeurs et ambassadrices Colibris, présents dans chaque département, sont devenus les véritables moteurs de notre transformation et soixante-trois collaborateurs ont été célébrés en 2025 pour leur fidélité, de 5 à 35 ans de service, témoignant de la profondeur humaine qui fait la force de ce groupe.



Notre engagement se traduit également par une forte implication dans les régions qui accueillent nos établissements. Tout au long de l'année, nous avons développé des partenariats avec des associations régionales dans les domaines de la culture, de l'inclusion et de l'enfance ; nous avons également valorisé les savoir-faire, les artisans et les producteurs locaux. À travers ces collaborations, nous souhaitons ainsi contribuer activement au dynamisme économique, social et culturel des territoires sur lesquels sont implantés nos hôtels.

Enfin, nous exprimons notre gratitude envers les écrins de nature qui nous accueillent : les rives du lac Léman, les hauteurs de Zermatt, les bords du lac de Neuchâtel. Préserver leur biodiversité et leur équilibre naturel, c'est aussi préserver ce qui fait l'âme de notre hospitalité.

Ce n'est qu'un début.

L'avenir de l'hôtellerie d'excellence est durable. Nous en sommes convaincus et nous nous y engageons, avec humilité, constance et détermination.

John Leglise
CEO Sandoz Foundation Hotels

2025 EN CHIFFRES

LES FAITS MARQUANTS, PROGRÈS
ET PERFORMANCES CLÉS



LA PLANÈTE

Changement climatique



241 MJ
/ unité de fréquentation
d'intensité énergétique



0,8 %
de réduction de
l'intensité énergétique



41,4 %
d'énergies
renouvelables



7,6 KG CO₂E
/ unité de fréquentation
d'intensité carbone

Eau



485 L
d'eau potable
/ unité de fréquentation



1,6 %
d'augmentation
de consommation
d'eau potable
/ unité de fréquentation

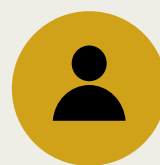
Déchets



18 %
d'augmentation dans la
quantité de déchets
/ unité de fréquentation



69 %
de déchets recyclés



L'HUMAIN

Diversité et inclusion



63
nationalités
collaborateurs



39 %
des postes de
management occupés
par des femmes



Aucune discrimination
salariale significative



838
Collaborateurs

Bien-être et engagement



56 %
des collaborateurs
CDI présents depuis
plus de 3 ans



31 %
de turnover (contrats
CDI seulement)

Formation



2731
heures de formation
totales



3,1
heures de formation
par collaborateur



LES COMMUNAUTÉS

Achats responsables



1480
fournisseurs



47 %
de produits suisses



GOVERNANCE

Éthique des affaires et intégrité



Publication de
notre premier rapport
ESG en 2025



Aucun incident
de corruption signalé

VUE D'ENSEMBLE

Yann Dupertuis (Guide de Montagne, RIF) fait découvrir la région à nos hôtes.



**Indéniablement suisses et guidés
par les principes d'excellence, de respect, d'intégrité
et de durabilité, nous considérons
chez Sandoz Foundation Hotels que le
développement durable est un vecteur essentiel
pour la transformation du secteur hôtelier.**

**Chaque année, notre rapport ESG
formalise cette vision, fondée sur une gouvernance
transparente et éthique en faveur
d'une Belle hôtellerie, responsable et durable.**

À PROPOS

Sandoz Foundation Hotels (SFH) est composé d'une collection d'établissements uniques, alliant l'élégance intemporelle et le service personnalisé à un profond ancrage territorial. Les hôtels sont répartis en quatre entités juridiques indépendantes, s'inscrivant chacune dans les valeurs et les principes directeurs du groupe Sandoz Foundation Hotels.

Le groupe constitue un socle de compétences qui vient en soutien stratégique à chaque entité dans les domaines clés suivants : l'humain (ressources humaines), les communautés (ventes, marketing, réservations et achats), la planète (durabilité), et la gouvernance (finances, informatique, et juridique), favorisant ainsi l'excellence tout en préservant l'identité unique de chaque établissement.

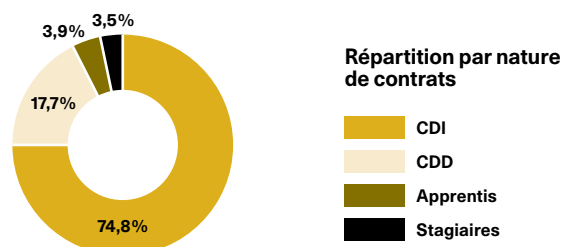
Notre chaîne de valeur illustre la richesse et la complexité de notre savoir-faire : des achats responsables aux opérations hôtelières, de la gestion des infrastructures aux ventes et marketing, en passant par chaque étape du parcours client avant, pendant et après le séjour.

Découvrez plus d'information sur notre Système de Management Environnemental (SME) dans [le rapport ESG 2024](#).

NOS COLLABORATEURS

 **838**
Collaborateurs

 **63**
Nationalités



NOS HÔTES

 **197 536**
Hôtes accueillis

 **168**
Pays d'origine

À PROPOS

VISION

Nous œuvrons à l'expression d'une **Belle** hôtellerie, responsable et durable.

Avec des établissements tous ancrés sur le territoire helvétique et une légitimité historique en faveur d'une innovation constante, **nous œuvrons en faveur de la transformation durable de la filière hôtelière.**

Profondément humaniste et au service des savoir-faire d'exception, Sandoz Foundation Hotels place au cœur de sa vision l'ensemble des parties prenantes : ses clients, ses collaborateurs et ses fournisseurs, tout autant que l'environnement.

MISSION

Notre mission est de **préserver le patrimoine environnemental, matériel et immatériel des propriétés de Sandoz Foundation Hotels** grâce à une exploitation hôtelière saine, rentable et responsable.

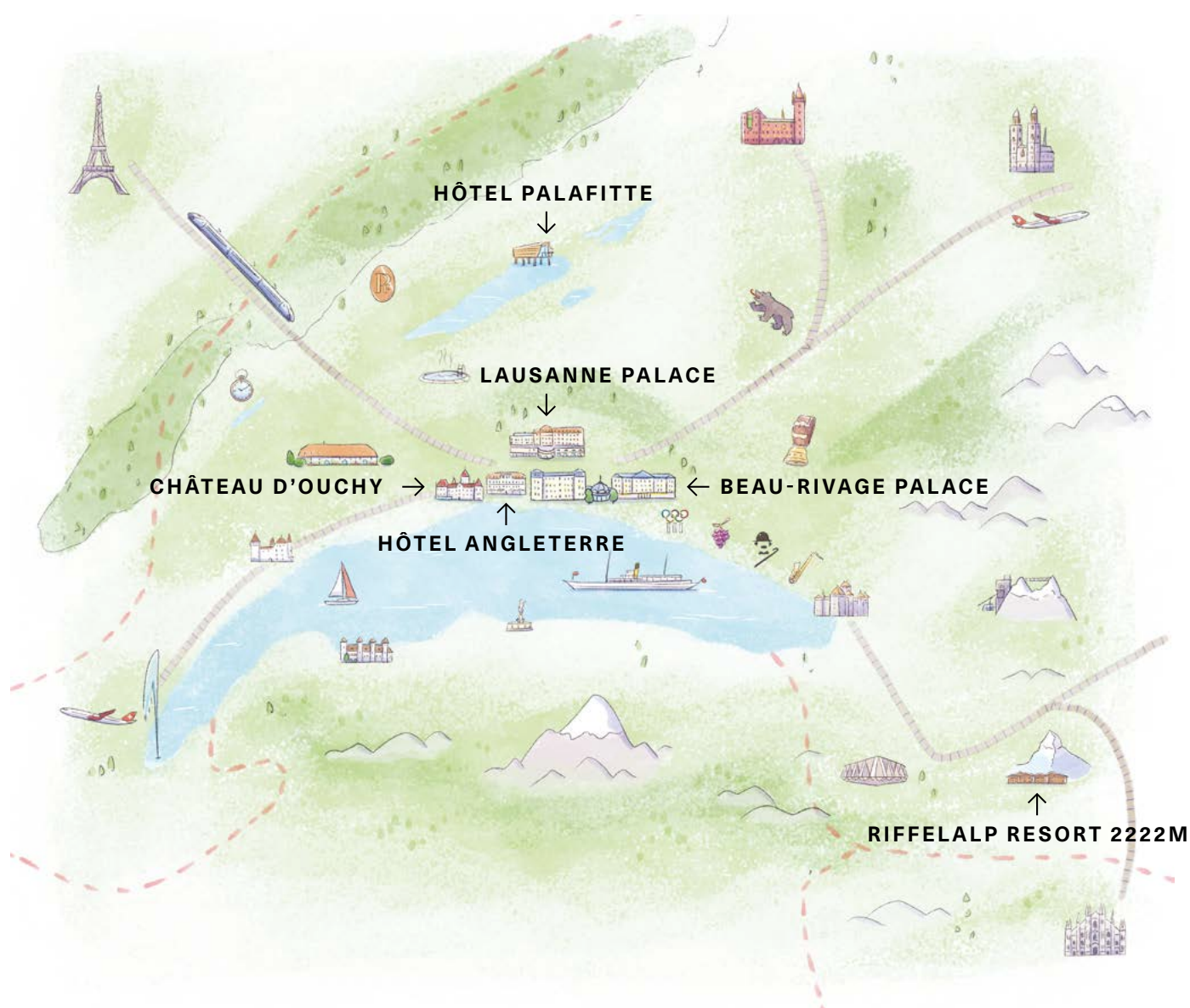
C'est la garantie d'une continuité qui se fera dans le respect de l'histoire unique de chaque hôtel et de leur ancrage local.

VALEURS

Fortes de notre histoire et de nos maisons légendaires, les valeurs de Sandoz Foundation Hotels sont :

- l'expression parfaitement maîtrisée **d'une hôtellerie d'excellence suisse** ;
- un engagement plein et entier pour la **transformation** durable de ses activités ;
- le **soutien et le développement de ses talents** dans un cadre de travail sain, épanouissant et participatif.

NOS ÉTABLISSEMENTS



LAUSANNE

BEAU-RIVAGE PALACE ***** (BRP)

1861

- 168 chambres et suites
- 12 salles de réception
- 2 bars, 3 restaurants, 1 restaurant gastronomique, 1 restaurant du personnel (et 1 restaurant ouvert seulement en été)
- Spa Guerlain & fitness de 1500 m²
- 4 hectares de jardins

Membre de :

- *Leading Hotels of the World* depuis 1962
- *Swiss Deluxe Hotels* depuis 2005



LAUSANNE PALACE ***** (LPA)

1915

- 140 chambres et suites
- 15 salles de réception
- 2 bars, 2 restaurants, 1 restaurant gastronomique, 1 restaurant du personnel
- Spa & fitness de 2100 m²
- Un service traiteur

Membre de :

- *Leading Hotels of the World* depuis 1971
- *Swiss Deluxe Hotels* depuis 2005



HÔTEL ANGLETERRE **** (ANG)

1775

- 75 chambres et Junior Suites
- 5 salles de réception
- 1 restaurant
- Un centre de fitness et une piscine extérieure
- Fermé pendant le mois de janvier et fin décembre 2025, ainsi que partiellement fermé pour rénovation à partir d'octobre 2025

Membre de :

- *Preferred Hotels & Resorts* depuis 2006



CHÂTEAU D'OUCHY **** (CHO)

1893

- 49 chambres et suites
- 2 salles de réception
- 1 restaurant et 1 bar
- Espace bien-être « Le Boudoir », avec piscine extérieure

Membre de :

- *Small Luxury Hotels of the World* depuis 2013



NEUCHÂTEL

HÔTEL PALAFITTE ***** (PAL)

2002

- 38 pavillons individuels sur pilotis
- 2 salles de réception
- 1 restaurant, 1 bar intérieur et 1 bar extérieur (ouvert uniquement en été)
- Fermé pendant le début du mois de janvier et fin décembre 2025

Membre de :

- *Preferred Hotels & Resorts* depuis 2014



ZERMATT

RIFFELALP RESORT 2222M ***** (RIF)

1878

- 70 chambres et Junior Suites
- 1 bar, 2 restaurants, 1 restaurant du personnel (et 1 restaurant ouvert seulement en hiver)
- Spa de 1200 m²
- Hôtel saisonnier ouvert de décembre à avril, et de juin à septembre

Membre de :

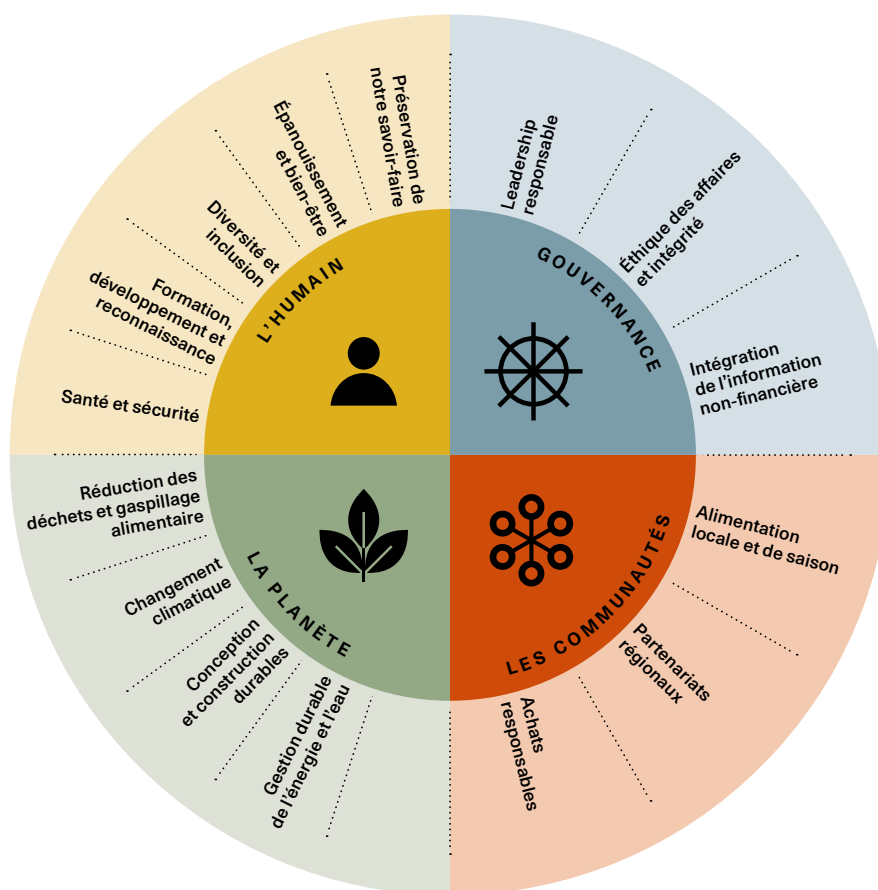
- *Leading Hotels of the World* depuis 2000
- *Swiss Deluxe Hotels* depuis 2017



CADRE STRATÉGIQUE

Notre approche RSE, intégrée et mobilisatrice, place le développement durable au cœur de notre modèle d'affaires. La stratégie de notre groupe s'articule ainsi autour de quatre piliers pour un équilibre durable qui constituent l'identité, le fonctionnement et la vision de notre entreprise : l'humain, la gouvernance, les communautés et la planète.

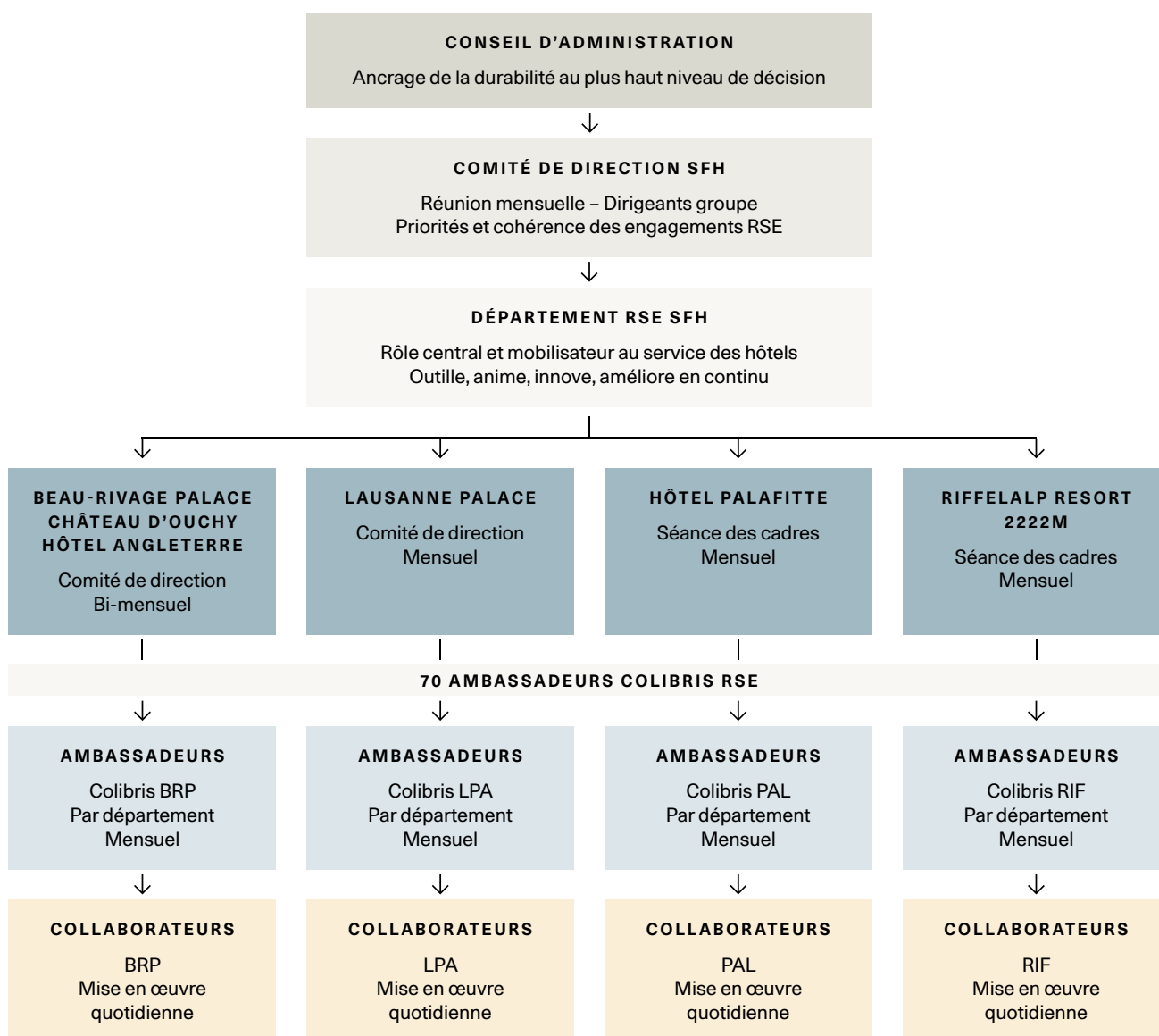
Une analyse de matérialité (voir annexe A.2) nous a permis d'identifier les sujets matériels spécifiques à notre activité. Ils composent la roue RSE ci-dessous : un outil utilisé comme une boussole partagée avec tous (collaborateurs, candidats, partenaires, clients...). Cette roue incarne l'identité, le fonctionnement et la vision durable de Sandoz Foundation Hotels.



GOUVERNANCE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

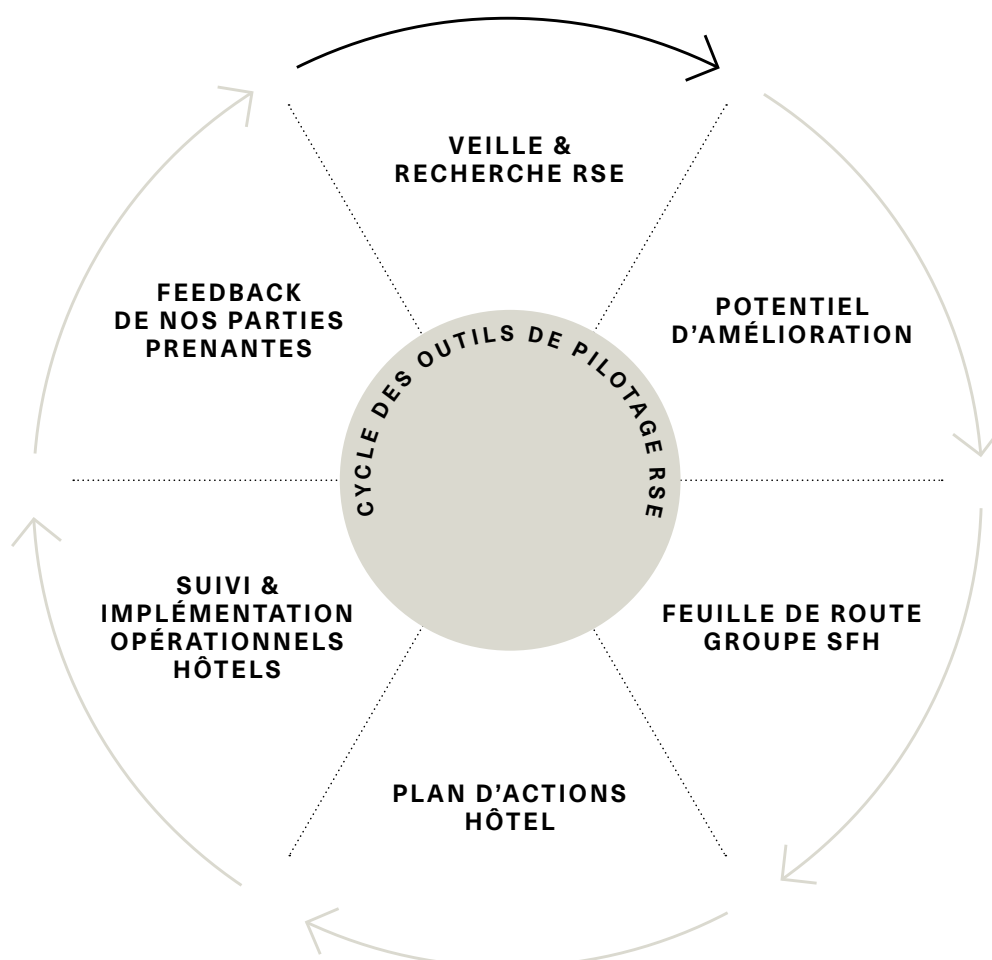
Chez Sandoz Foundation Hotels, la durabilité est pilotée de manière collaborative, à travers un modèle de gouvernance qui conjugue la force du groupe à l'unicité de chaque établissement.

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE RSE





L'équipe du département RSE :
Jennifer Roux, Pascal Lorquin, John Leglise et Elisabeth de Pins.



CADRE ET PORTÉE DU RAPPORT

Nous nous engageons à publier chaque année un rapport de durabilité afin de communiquer en toute transparence sur nos progrès, sur les défis que nous rencontrons et pour maintenir un dialogue actif avec nos parties prenantes.

Ce rapport de durabilité est le deuxième que nous publions. Il repose sur l'analyse de matérialité disponible en annexe A.2. Il a été élaboré de manière volontaire en se référant aux **normes du Global Reporting Initiative (GRI)**.

Il présente pour chaque sujet matériel :

- **l'importance** du sujet ;
- **l'approche** méthodologique de gestion du sujet ;
- **les progrès** réalisés sur la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025 ;
- **les perspectives** et actions prévues pour 2026 et au-delà.

Le périmètre de reporting couvre l'ensemble des établissements et des opérations de Sandoz Foundation Hotels mentionnés précédemment, sauf indication contraire au sein des thématiques concernées.

Les normes GRI offrent un cadre cohérent et reconnu à l'international pour mesurer et communiquer la performance en matière de durabilité, afin de renforcer la transparence et la redevabilité, et permettre aux parties prenantes d'évaluer et de comparer les performances environnementales, sociales et de gouvernance. **Un index des contenus GRI** est disponible en annexe A.5.

Certaines thématiques ont été regroupées pour faciliter la lecture et la compréhension. Par exemple, le changement climatique, l'énergie et l'eau sont traités ensemble en raison de leur interdépendance opérationnelle et de leurs impacts. En l'absence de normes sectorielles GRI spécifiques à l'hôtellerie, les indicateurs non standard utilisés sont définis dans chaque section concernée.

Les sujets abordés sont également alignés avec les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies afin de suivre notre contribution à l'Agenda 2030. Un tableau de lien entre nos objectifs et les ODD est disponible en annexe A.3.

Dans la section planète, nous rapportons nos performances environnementales à la fréquentation de nos établissements afin de mesurer l'intensité de nos impacts. Le nombre d'unité de fréquentation est calculé selon la méthodologie de notre partenaire de certification EarthCheck :

Unité de fréquentation = nuitées des clients hébergés + nuitées du personnel résidant sur site + (visiteurs à la journée dans nos événements et spa ÷ 3) + (couverts de clients non-résidents dans les restaurants ÷ 4).

Cette méthode permet d'intégrer l'ensemble des usages liés à l'activité de nos établissements. Par exemple, l'intensité énergétique correspond aux consommations totales d'énergie (électricité et chauffage) rapportées à cette unité de fréquentation.

LA PLANÈTE



Dawit Kidane (Technique, LPA)





Nous œuvrons à préserver la planète
pour les générations futures par une utilisation
responsable des ressources,
une réduction de notre consommation d'énergie
et d'eau, ainsi qu'une amélioration
de la gestion des déchets.

Cela implique un engagement fort en faveur
d'opérations efficaces,
d'approvisionnements responsables
et d'économie circulaire. Ainsi, en collaboration
avec des partenaires-experts, nous identifions
et mettons en œuvre des solutions
innovantes pour répondre aux enjeux
environnementaux.



CHANGEMENT CLIMATIQUE, ÉNERGIE ET EAU

Le changement climatique, les phénomènes météorologiques extrêmes et le durcissement des réglementations environnementales font peser des risques croissants sur l'énergie et l'eau : hausse des coûts, vulnérabilité de l'approvisionnement et exposition réputationnelle.

Améliorer l'efficacité énergétique et adopter une gestion responsable des ressources en eau s'impose dès lors comme une priorité pour honorer les engagements de l'Accord de Paris et de la législation suisse, mais aussi, plus fondamentalement, pour préserver la nature.

APPROCHE

Notre démarche, pour lutter contre le **changement climatique**, conjugue :

- efficacité énergétique et réduction de la consommation ;
- énergies renouvelables ;
- suivi rigoureux des consommations via des systèmes de gestion intelligents.

Le pilotage par l'intensité (énergie, émissions et eau ramenées à notre unité de fréquentation) permet d'évaluer les performances en fonction du taux d'occupation et d'identifier les évolutions.

Nous mesurons **le volume d'eau** consommée potable et non potable. Par ailleurs, nous incitons nos collaborateurs et nos clients à adopter de meilleures pratiques.

La gestion circulaire de l'eau, en Suisse, s'appuie sur des technologies avancées qui réduisent la toxicité des eaux usées avant leur rejet, protégeant ainsi les écosystèmes aquatiques.

OBJECTIFS LONG TERME

Notre objectif à long terme est d'atteindre **zéro émission nette en 2050**.

Conformément au Greenhouse Gas Protocol, ces émissions sont classées en 3 catégories :

Scope 1 : les émissions directes sont générées par notre propre activité comme les chaudières ou les véhicules appartenant à l'entreprise.

Scope 2 : les émissions indirectes sont générées en dehors de nos sites mais sont utilisées par nos établissements (par exemple l'électricité).

Scope 3 : toutes les autres émissions indirectes sont issues de notre chaîne de valeur telles que les achats, les déplacements (collaborateurs, fournisseurs et clients) ou les déchets.

ÉNERGIE

PROGRÈS

Malgré la hausse du volume d'activité en 2025, l'intensité énergétique par unité de fréquentation a poursuivi sa baisse, passant de 315 MJ en 2022 à 243 MJ en 2024, puis 241 MJ en 2025, soit une réduction cumulée de 23,5 % par rapport à l'année de référence 2022 et 0,8 % de moins qu'en 2024. Ces résultats traduisent une amélioration progressive de l'efficacité opérationnelle. Pour rappel, l'intensité énergétique correspond aux consommations totales d'énergie (électricité et chauffage) rapportées au nombre d'unité de fréquentation.

CONSOMMATION TOTALE

82 991 GJ

↑ augmentation depuis 2024
↓ réduction depuis 2022

INTENSITÉ ÉNERGÉTIQUE

241 MJ

/ unité de fréquentation
↓ amélioration continue

FRÉQUENTATION

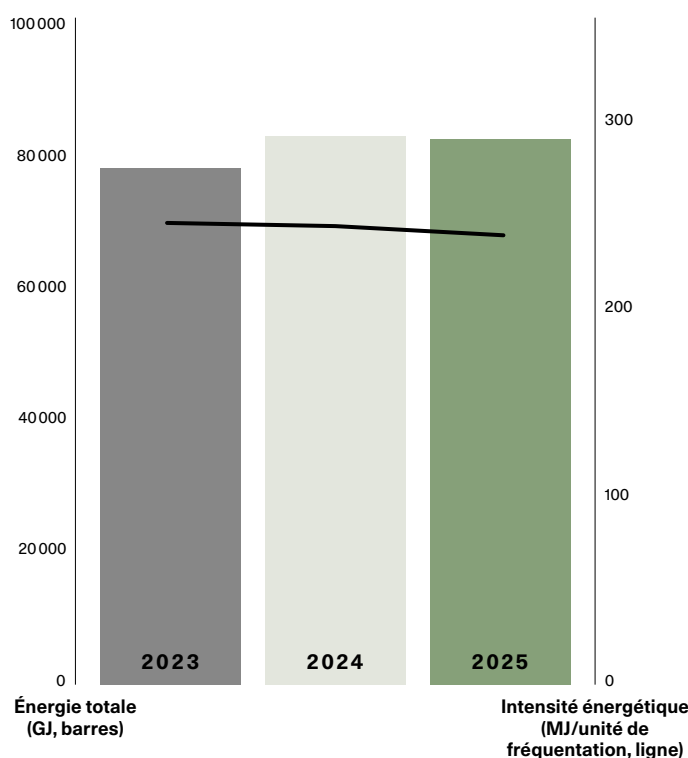
+ 7,5%

↑ versus 2024

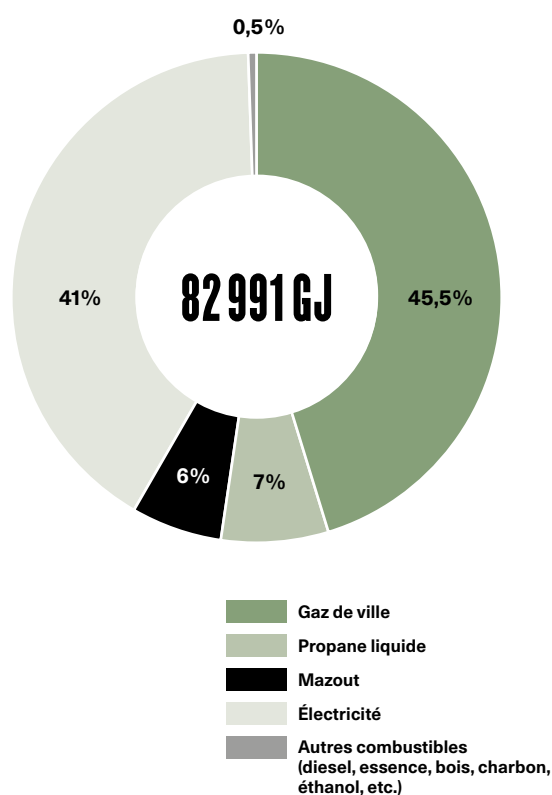
ACTIONS MISES EN PLACE EN 2025

- L'électricité achetée provient à 100 % de sources renouvelables.
- Concernant le chauffage, la remise en service du système principal du Château d'Ouchy (après qu'un dysfonctionnement technique ait nécessité le recours temporaire au mazout en 2024) a entraîné une hausse de la consommation de gaz de ville en 2025 (+11,4 %). Malgré cela, l'intensité de consommation de gaz par unité de fréquentation a légèrement diminué (-2,0 %).
- L'année 2025 a marqué une étape importante avec le déploiement de nouveaux compteurs énergétiques. Ils permettent de mieux distinguer les consommations des différents sites et de renforcer la gestion technique et les efforts d'efficacité énergétique. Les améliorations observées résultent principalement d'actions d'optimisation opérationnelle, telles que l'ajustement des paramètres de régulation et un suivi renforcé des consommations.

ÉNERGIE TOTALE ET INTENSITÉ ÉNERGÉTIQUE



CONSOMMATION TOTALE D'ÉNERGIE



ÉMISSIONS

PROGRÈS

Les émissions de Scope 1 et 2 de nos hôtels atteignent 2621 tCO₂e* en 2025, soit une hausse de 7,6 % par rapport à 2024. Toutefois, l'intensité carbone rapportée à l'activité hôtelière reste stable à 7,6 kgCO₂e par unité de fréquentation, reflétant une maîtrise des consommations énergétiques malgré la croissance de l'activité.

ÉMISSIONS SCOPE 1 & 2

2621 tCO₂e*

↑ 7,6 % depuis 2024

INTENSITÉ CARBONE

7,6 kgCO₂e

/unité de fréquentation ● Stable depuis 2024

Cette évolution s'explique en partie par **un renforcement de notre méthodologie de comptabilité carbone**.

Scope 1

Le reporting intègre désormais **le suivi des émissions biogéniques**, représentant une faible quantité d'émissions de CH₄ et N₂O converties en équivalent CO₂, qui n'étaient pas comptabilisées les années précédentes.

Scope 2

En 2025, nous avons changé de fournisseur d'électricité, notre précédent fournisseur communal n'étant plus en mesure de garantir un approvisionnement 100 % hydraulique suisse pour les clients du marché libre. Ce changement nous a permis d'intégrer un facteur d'émission documenté et plus précis. Alors que la méthodologie précédemment utilisée par EarthCheck considérait les émissions liées à l'électricité renouvelable comme nulles, la nouvelle approche permet **une comptabilisation plus représentative des impacts réels**. Les émissions de Scope 2 demeurent toutefois très faibles grâce à l'utilisation exclusive d'électricité renouvelable.

Cette hausse reflète ainsi **majoritairement une amélioration de la précision des données** plutôt qu'une dégradation de la performance énergétique. Au contraire, l'intensité de consommation d'électricité par unité de fréquentation a diminué d'environ 4 % par rapport à 2024. Par ailleurs, la réduction de l'utilisation du mazout et la baisse des consommations d'électricité et l'intensité du gaz de ville, ont permis de maintenir une intensité carbone stable, malgré ce changement méthodologique pour la collecte des données.

* Afin d'assurer la cohérence avec les données auditées et suivies dans notre plateforme EarthCheck, ce chiffre n'inclut pas les émissions fugitives liées aux fluides frigorigènes et au CO₂ comprimé. Ces émissions sont estimées à 500 tCO₂e pour l'année 2025.

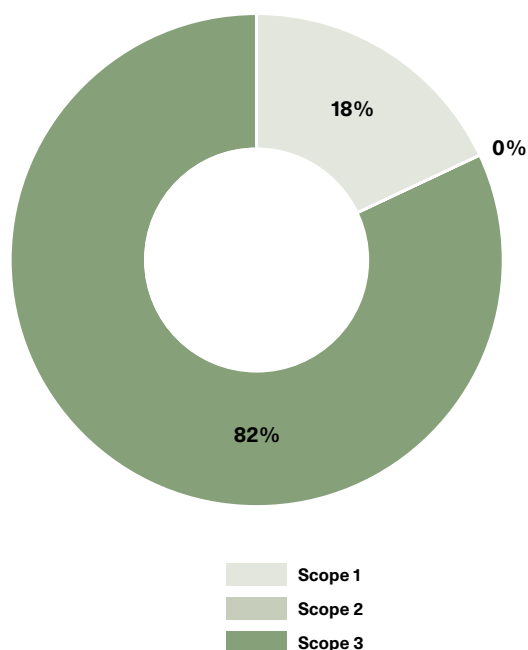
Les émissions biogéniques de Scope 1 ont été estimées à 14 tCO₂e en 2025. Elles proviennent principalement de la combustion de biomasse – bois, charbon de bois et bioéthanol – utilisée dans le cadre des opérations hôtelières, notamment au sein des restaurants. Conformément au GHG Protocol, les émissions de CO₂ biogénique sont reportées séparément des émissions fossiles et ne sont donc pas incluses dans le total du Scope 1. **Seules les émissions des autres gaz à effet de serre générées lors de la combustion, exprimées en équivalent CO₂, sont comptabilisées dans le Scope 1.** Ce rapport ESG 2025 intègre pour la première fois les émissions biogéniques dans notre reporting carbone. Le périmètre couvre les principales sources biogéniques identifiées comme matérielles et mesurables. Les autres émissions biogéniques potentielles, liées à la chaîne de valeur ou à l'utilisation de matériaux biosourcés, sont considérées comme limitées et ne font pas l'objet d'un reporting séparé à ce stade.

Enfin, un travail d'internalisation du pilotage des émissions, incluant les émissions fugitives (Scope 1) et les émissions de Scope 3, a été initié en 2025 afin de renforcer la qualité, la précision et le suivi de nos données carbone. La méthodologie détaillée de calcul des émissions est présentée en annexe A.4. Les calculs ont été réalisés en interne à l'aide de l'outil de comptabilité carbone de la plateforme EarthCheck.

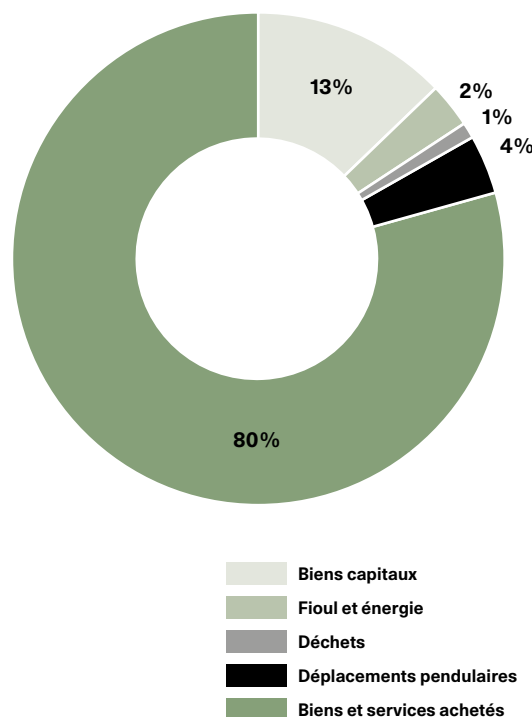
LE SAVIEZ-VOUS ?

Les émissions biogéniques correspondent aux émissions de CO₂ provenant de matières naturelles renouvelables, comme le bois, le charbon de bois ou le bioéthanol, utilisés dans certaines opérations hôtelières et de restauration. Elles sont reportées séparément des émissions fossiles car le CO₂ émis fait partie du cycle naturel du carbone, contrairement aux énergies fossiles qui ajoutent du « nouveau » carbone dans l'atmosphère.

ÉMISSIONS TOTALES DE SFH



ÉMISSIONS SCOPE 3



ZOOM sur les initiatives 2025



Bruno Imboden, fondateur de l'entreprise STIMBO, et son fils.

RIFFELALP RESORT 2222M : ELECTROMOBILITÉ

À Riffelalp Resort 2222m, l'électromobilité fait partie intégrante de l'expérience et des opérations depuis plus de 20 ans. En collaboration avec l'entreprise valaisanne STIMBO Elektrofahrzeuge, l'hôtel a remis en service son tram historique à 2222 mètres d'altitude, un record en Europe ! Initialement alimenté par des câbles électriques, le système a été modernisé grâce à une technologie sur batteries, améliorant à la fois la sécurité et l'intégration paysagère du site.

Ce partenariat a également permis de développer des solutions de mobilité adaptées aux conditions extrêmes de haute montagne. Les motoneiges électriques standards ne fonctionnant pas à cette altitude, STIMBO Elektrofahrzeuge a conçu des batteries lithium spécifiques, permettant leur exploitation en environnement alpin. Cette innovation contribue à réduire les nuisances sonores et les émissions locales, tout en préservant le confort des hôtes et la qualité de l'environnement naturel entourant le resort.

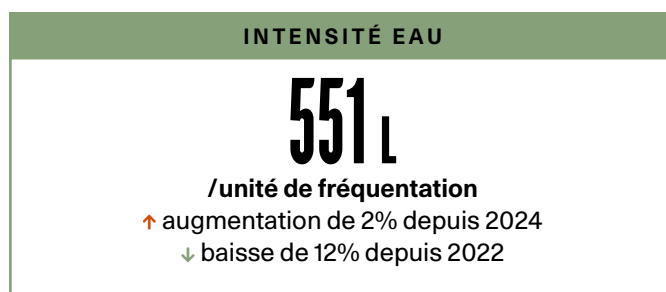
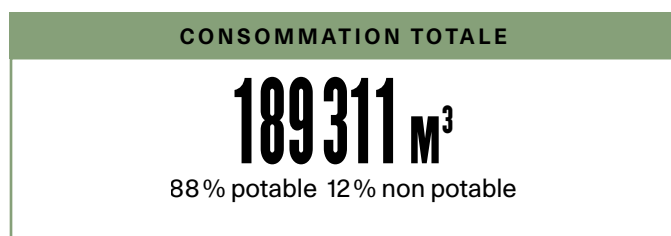


Miguel Alexandre Vilas Boas Marques (Conciergerie, RIF) aux commandes du tram historique utilisé pendant la saison estivale de l'hôtel.

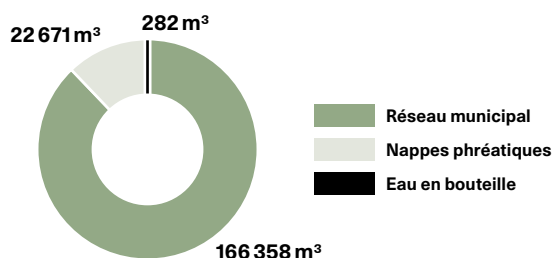
EAU

PROGRÈS

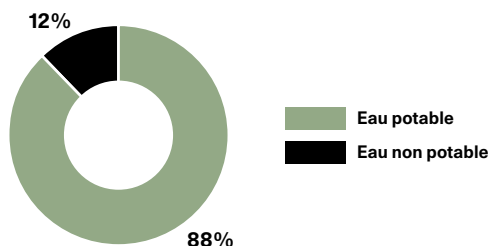
Malgré la hausse d'activité, l'intensité d'eau par unité de fréquentation reste à -12 % sous le niveau de référence 2022 (551 vs ~624 L/unité de fréquentation), traduisant l'efficacité des mesures déployées. La consommation totale d'eau a néanmoins augmenté de 10 % en 2025 soit 2 % reportés par unité de fréquentation. Une augmentation liée à la hausse d'activité et à un correctif engendré par l'installation de compteurs manquants.



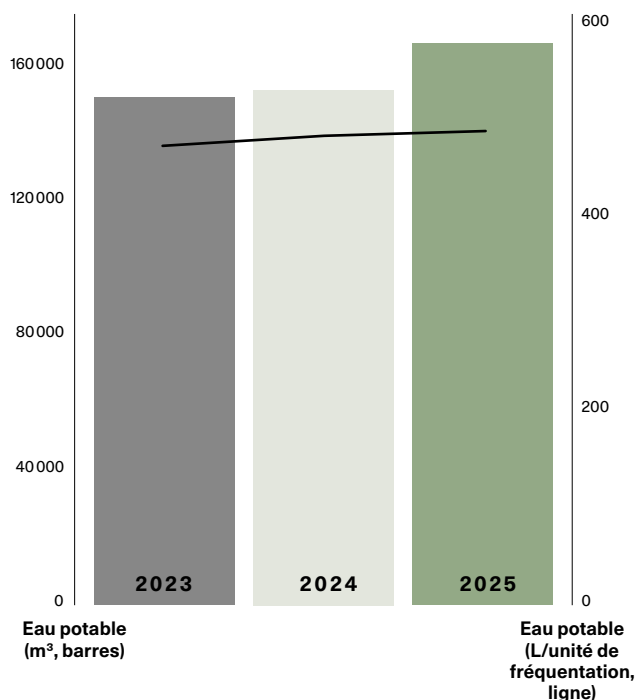
SOURCES D'APPROVISIONNEMENT



RÉPARTITION EAU POTABLE NON POTABLE



CONSOMMATION D'EAU POTABLE



PERSPECTIVES 2026

- **Poursuite de l'amélioration du plan de décarbonisation sur la base d'un audit externe et renouvellement de la convention avec la Confédération suisse.**
- **Renforcement de la comptabilité carbone interne : amélioration continue du calcul de l'empreinte carbone, développement du suivi du Scope 3 et recherche d'un outil aligné avec les futures exigences réglementaires.**
- **Exploitation des nouveaux compteurs énergétiques pour affiner le pilotage des consommations et renforcer les actions d'efficacité énergétique sur nos sites.**
- **Finalisation du déploiement du plan de mobilité pendulaire avec digitalisation du suivi et mesure des indicateurs.**
- **Mise à disposition de la charte de mobilité durable de Sandoz Foundation Hotels sur nos sites internet afin de renforcer la transparence auprès de nos parties prenantes.**
- **Installation de réducteurs de débit d'eau dans les chambres et espaces publics d'une majorité de nos hôtels qui devraient réduire, de manière conséquente, nos consommations d'eau. Nous pourrions déterminer leur performance en analysant les chiffres en 2026.**

RÉDUCTION DES DÉCHETS

Le niveau élevé de services et de production alimentaire dans l'hôtellerie peut générer une quantité significative de déchets, contribuant à l'épuisement des ressources, à la pollution et au changement climatique. En Suisse, les déchets non recyclés sont valorisés pour produire de la chaleur et de l'électricité, et notre pays a pour objectif de doubler les actions d'économie circulaire d'ici 2030.

La gestion des déchets influe également sur les conditions de travail, en particulier pour les sites isolés. Il est donc essentiel de mettre en place des stratégies pour améliorer l'efficacité de la gestion des ressources, minimiser les impacts environnementaux et répondre aux attentes croissantes des clients, des collaborateurs et des autorités.

APPROCHE

Nous appliquons le principe «**réduire, réutiliser, recycler**» à l'ensemble des flux de déchets opérationnels. Notre stratégie s'appuie sur des partenariats avec les fournisseurs et les prestataires de gestion des déchets, afin de réduire les emballages et optimiser les pratiques de tri et de traitement. **Chaque hôtel dispose d'une procédure dédiée à la gestion des déchets et pose des objectifs de réduction qui sont suivis mensuellement.**

Pour soutenir cet effort collectif, le groupe propose des **formations** alignées avec la législation suisse. Par ailleurs, pour assurer une bonne gestion des flux, des espaces de recyclage et de tri ont été organisés dans chaque hôtel. **Ces espaces, dotés d'une signalétique efficace, proposent aujourd'hui plus de 12 catégories distinctes de déchets valorisés**, comme par exemple, les déchets de cuisine qui sont tous transformés en biogaz et en engrais, soutenant ainsi les principes de l'économie circulaire.

Les déchets dangereux sont traités conformément aux normes. Ceci inclut notamment les contenants de produits de nettoyage, les aérosols, les déchets de pressing, les huiles et graisses alimentaires, les produits chimiques pour piscines et spas, les cosmétiques, solvants, colles, pesticides, piles, néons, ampoules, huiles moteur, lubrifiants et équipements électroniques.

Pour des raisons logistiques, seuls certains flux de déchets sont quantifiés. **D'autres ressources sont recyclées mais non mesurées**, comme :

- les déchets de chantier, appareils, cuivre, matériel électronique et matelas.
- les bouteilles, fûts de bière ou de soda, caisses et autres contenants, faisant l'objet de systèmes de consigne auprès de nos fournisseurs et donc non-comptabilisés comme déchets.



PROGRÈS

Malgré une hausse des volumes liée à la croissance de l'activité, **le taux de valorisation** augmente à 69 % et **l'intensité des déchets** 2025 (11,26 L) demeure proche de 2024 (9,52 L), reflétant l'efficacité des actions mises en place. Les déchets non valorisés sont envoyés en **incinération** (1062,36 m³), avec seulement une part limitée des résidus orientés vers la **mise en décharge** (estimé à environ 129,88 m³). Une amélioration du suivi des données a permis d'affiner la distinction entre ces différents traitements. La part des résidus issus de l'incinération des déchets envoyés en décharge, auparavant considérée comme négligeable, est désormais intégrée à notre reporting via une estimation provenant de la plateforme EarthCheck.

PRODUCTION TOTALE

3871 m³

↑ augmentation de 27 % depuis 2024

DÉCHETS VALORISÉS

2679 m³

soit 69 % du total

DÉCHETS NON-VALORISÉS

1192 m³

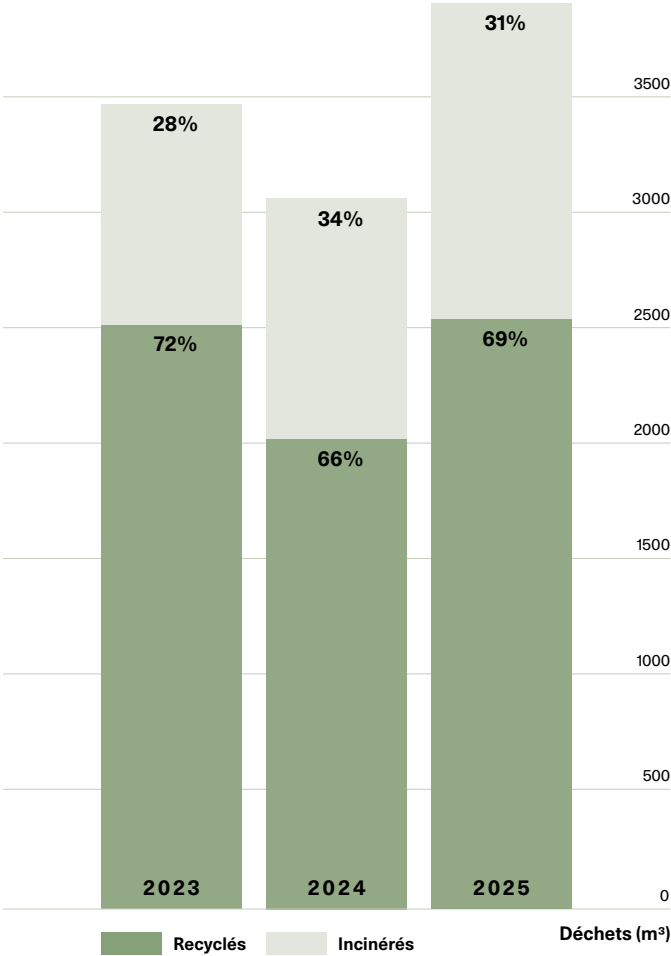
INTENSITÉ DES DÉCHETS

11,26 L

/unité de fréquentation

↑ augmentation de 18 % depuis 2024

QUANTITÉS DE DÉCHETS



ACTIONS MISES EN PLACE EN 2025

- Automatisation de la collecte des données
- Amélioration des flux de déchets inter-hôtels tels que la porcelaine, les savons durs, les textiles, le matériel électronique...
- Réaménagement de l'espace déchets du Beau-Rivage Palace et de l'Hôtel Palafitte
- Réduction de la quantité de papier via la digitalisation de certains processus
- Mise en place de produits de nettoyage solides pour les plonges

SUIVI DES 3 OBJECTIFS-CLÉS POSÉS DANS LE RAPPORT ESG 2024

Suite à un changement de prestataire en 2025, nous avons significativement amélioré la qualité et la granularité de la collecte des données liées aux déchets.

En conséquence, les données ne sont pas directement comparables avec celles de 2024, ce qui ne permet pas d'évaluer précisément l'atteinte des objectifs fixés précédemment.

Même si de nombreuses initiatives opérationnelles ont été mises en place, celles-ci ne se reflètent pas pleinement dans les données actuelles en raison de cette transition.

Cette évolution a toutefois permis de renforcer la fiabilité de nos données et notre suivi interne.

Le suivi à long terme par le même prestataire nous permettra d'établir en 2026 une base de référence cohérente et d'assurer un suivi plus robuste de notre performance dans le temps.

ZOOM

sur les initiatives 2025



Luigi Lafranco (Cuisine, RIF)

RIFFELALP RESORT AIME LE FAIT-MAISON

Au Riffelalp Resort 2222m, une approche privilégiant l'optimisation des flux logistiques et les préparations faites maison permet de réduire les déchets et les impacts carbone liés à la logistique en haute montagne.

En 2025, le Chef a notamment lancé un projet de sauces tomates maison réalisées à partir de tomates achetées en grands volumes en début de saison. Ces pots de sauces tomates ont été offerts aux clients comme cadeaux de fin d'année.

Dans la même logique, les accompagnements de la raclette sont commandés en grands contenants afin de limiter les emballages, tandis que le *Toblerone*, servi avec le café au bar, a été remplacé par une gourmandise faite maison. Ces initiatives contribuent à réduire les emballages, les livraisons répétées et les transports à 2222 mètres d'altitude !



Mamadou Diallo (Cuisine, CHO)

CHÂTEAU D'OUCHY & BEAU-RIVAGE PALACE : UNE INNOVATION QUI CONCILIE PERFORMANCE ET DURABILITÉ

L'investissement technologique dans une machine pour la filtration de l'huile de friture dans les restaurants du Pôle d'Ouchy en 2025 a permis une réduction significative des volumes d'huile, des coûts associés et de l'impact environnemental : 1500 litres d'huile de colza économisés, soit une économie totale d'environ 5900 francs.

Une initiative qui met en évidence que des solutions opérationnelles durables peuvent générer simultanément des bénéfices environnementaux, économiques et opérationnels.

ZOOM sur les initiatives 2025

UNE SECONDE VIE POUR LES UNIFORMES DU LAUSANNE PALACE

Au Lausanne Palace, l'équipe Housekeeping veille à donner une seconde vie aux ressources, en privilégiant systématiquement le don plutôt que leur élimination, dès lors qu'un objet peut encore être utile.

En 2025, cette initiative s'est traduite par de nombreuses actions, notamment le don de plus de 500 pièces d'anciens uniformes professionnels (chemises, vestes, pantalons, tabliers et jupes), collectés au fil des années. Ils seront revalorisés en 2026 grâce au travail de la coopérative Démarche.

Plus largement, différents équipements ont également été donnés, afin de soutenir des initiatives locales et des besoins en formation.

Ces actions illustrent une approche ancrée dans le quotidien des équipes, consistant à identifier des opportunités de réemploi au service de la communauté, tout en limitant le gaspillage.

PERSPECTIVES 2026

- **Audit de nos déchets incinérés, afin de déterminer les axes d'amélioration et les flux supplémentaires à intégrer sur nos sites (tels que le tri du film plastique étirable).**
- **Renforcement continu de notre suivi de données.**
- **Intégration de la gestion des déchets en amont, dès la décision d'achat via une collaboration active avec les fournisseurs : réduction des emballages, substitution de matériaux, etc...**
- **Formation en ligne obligatoire sur la gestion des déchets et leur valorisation.**
- **Veille active pour identifier une solution de recyclage des pantoufles mises à la disposition de nos clients en chambres et dans les spas.**
- **Recherche et tests d'innovations pour optimiser les pertes alimentaires.**
- **Finalisation de la digitalisation des check-in / check-out pour réduire la consommation de papier.**



BIODIVERSITÉ

La biodiversité, essentielle aux écosystèmes dont dépendent nos activités, est aujourd'hui menacée par le changement climatique, l'artificialisation des sols, la pollution et les espèces invasives.

Les hôtels peuvent contribuer activement à sa préservation, par l'aménagement paysager, les choix alimentaires, la gestion des eaux usées ou les partenariats avec des producteurs locaux. Nous considérons que c'est un véritable axe de différenciation auprès d'une clientèle de plus en plus sensible à cet enjeu.

APPROCHE

Préserver la biodiversité implique :

- de respecter les réglementations environnementales ;
- de réduire les impacts directs des opérations et de l'infrastructure ;
- d'exercer une sélection rigoureuse des fournisseurs pour limiter les impacts indirects.

Notre ambition va au-delà de la conformité. Nous visons des pratiques « nature positive », en soutenant la restauration des milieux naturels et en collaborant avec des experts et initiatives locales. Ces derniers nous ont permis de mettre en place, depuis plusieurs années, diverses actions telles que l'exploitation de ruches au Beau-Rivage Palace, le nettoyage du lac à l'hôtel Palafitte et le soutien à la « Alpgenossenschaft Riffelalp ».

Une attention particulière est portée aux sites à proximité d'habitats sensibles :

- le Riffelalp Resort en environnement alpin à 2222m ;
- le Beau-Rivage Palace et ses quatre hectares de jardins en bordure du lac Léman ;
- l'Hôtel Palafitte, construit sur le lac de Neuchâtel.

PROGRÈS

En 2025, nous avons poursuivi le développement de notre approche en biodiversité à travers des projets de terrain, notamment les actions de préservation autour du lac et de la montagne, le renforcement de nos critères et du suivi des achats responsables, ainsi que le lancement de travaux structurants visant à définir une stratégie biodiversité Groupe adaptée à nos différents sites et territoires. Nous avons également affiné nos indicateurs de biodiversité afin d'améliorer la collecte de données internes et le pilotage des objectifs publiés dans notre précédent rapport ESG.

Nos œufs minute 100% Suisse.

AVANCEMENT DES OBJECTIFS BIODIVERSITÉ 2025–2026

HUILE DE PALME

EN COURS

La quasi-totalité des références ont été supprimées, à l'exception de volumes limités maintenus dans certains établissements en raison des attentes clients (ex. Nutella). Les équipes poursuivent le travail engagé afin de finaliser leur suppression d'ici fin 2026.



ŒUFS & VOLAILLES

OBJECTIF ATTEINT

Une directive d'achats Groupe encadre désormais ces approvisionnements, sous réserve de contraintes ponctuelles de disponibilité des produits.



La pâte à tartine faite maison du buffet de petit-déjeuner au Lausanne Palace.

POISSONS DURABLES

MESURE EN COURS

La mesure consolidée de la performance sera finalisée en 2026 grâce au renforcement du suivi des données achats.

ZOOM

sur les initiatives 2025



Pavillon Lacustre de l'Hôtel Palafitte.

**SANDOZ FOUNDATION HOTELS :
STRUCTURER NOTRE STRATÉGIE BIODIVERSITÉ
AVEC L'APPUI DE L'EXPERTISE ACADÉMIQUE**

En partenariat avec HEC Lausanne (UNIL), trois étudiantes du programme Sustainability Strategy Project, Nil Keskin, Emilie Winter et Mihaela Subotin, ont conduit, sous la supervision de Christophe Fischer, une analyse de nos enjeux environnementaux, avec un focus particulier sur la biodiversité.

Combinant analyse de marché, matérialité et benchmarks sectoriels, leurs travaux ont abouti à des recommandations concrètes adaptées au positionnement de l'hôtellerie de luxe : restauration d'habitats, projets de biodiversité propres à chaque site, initiatives impliquant collaborateurs et clients.

Ce partenariat témoigne de la volonté du groupe de s'appuyer sur l'expertise académique locale pour structurer une approche ambitieuse et territorialement ancrée, tout en contribuant à la formation des talents locaux.



L'hôtel à insectes « Bee-Rivage ».

**BEAU-RIVAGE PALACE : BEE RIVAGE,
UN REFUGE POUR LA BIODIVERSITÉ**

Au Beau-Rivage Palace, le projet BEE Rivage, hôtel à insectes conçu par les architectes François Born et Adrien Clairac, offre un refuge dédié aux abeilles sauvages qui allie esthétique et fonctionnalité, en s'inspirant des quatre saisons et de la flore locale.

Implanté au cœur d'un bosquet fleuri du parc du Beau-Rivage Palace, il propose des structures de nidification adaptées à différentes espèces, contribuant à préserver des habitats essentiels pour ces pollinisateurs indispensables. Cette initiative s'inscrit également dans une démarche de sensibilisation des hôtes et du public à la protection de la biodiversité en partenariat avec Suisse Tourisme.



Francesco d'Avino et Riccardo de Piaggi (Cuisine, CHO) cueillent des herbes aromatiques du potager de l'hôtel.

PERSPECTIVES 2026

- Un projet de stratégie en biodiversité sera mené en collaboration avec des spécialistes, incluant une analyse des risques, des dépendances et des opportunités liés. Cette démarche permettra d'affiner la compréhension de notre impact et de définir une feuille de route adaptée à chaque établissement, en cohérence avec une approche groupe.
- Par ailleurs, des indicateurs de performance (KPIs) spécifiques à la biodiversité seront définis et suivis pour chaque propriété d'ici fin 2026, afin de structurer le pilotage et mesurer les progrès réalisés.

L'HUMAIN



Pia Fortunato forme Eileen Sauser (les deux Réception, PAL).





**« La Belle Hôtellerie, c'est celle
qui vient du cœur. »**

**Chez Sandoz Foundation Hotels,
nos collaborateurs sont le moteur de notre excellence.**

**Nous cultivons un environnement de travail
diversifié, inclusif et éthique, dans lequel
chaque membre de l'équipe est valorisé et pleinement
engagé dans une hospitalité responsable.**

**Un cadre respectueux et équitable, au service
d'expériences clients exceptionnelles.**



DIVERSITÉ ET INCLUSION

« La Belle Hôtellerie, c'est celle qui vient du cœur » est notre signature. Elle traduit l'une de nos convictions fondamentales : l'excellence hôtelière naît avant tout des femmes et des hommes qui la font vivre. Elle naît de la richesse des parcours, de la diversité des regards et d'une culture d'entreprise où chaque collaborateur se sent pleinement reconnu.

Un environnement inclusif et bienveillant n'est pas seulement une valeur, c'est un levier de performance.

APPROCHE

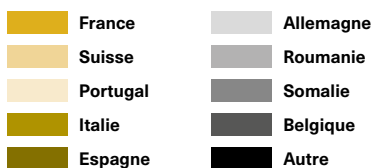
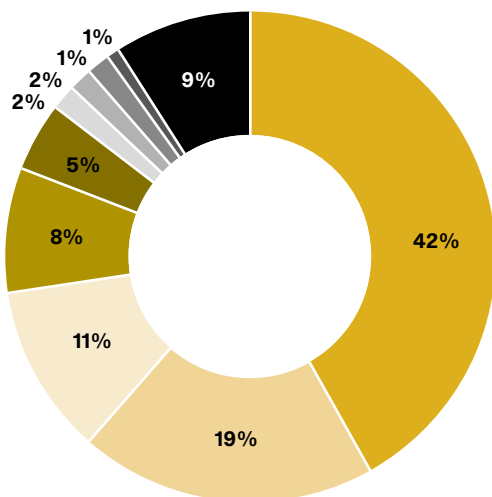
Nos collaborateurs sont accompagnés par des **politiques inclusives concrètes** : outils d'apprentissage linguistique en autonomie, modules d'orientation culturelle et mesures managériales flexibles pour tenir compte des besoins religieux ou culturels. La sensibilisation à la richesse de la diversité est également nourrie par des événements internes, favorisant l'implication de tous.

L'égalité salariale fait l'objet d'une analyse annuelle rigoureuse, conduite par nos équipes RH via l'outil fédéral Logib (module 1). Cette évaluation prend en compte le niveau de poste, l'ancienneté, la formation et le genre afin de mesurer l'écart salarial entre les femmes et les hommes.

Nos pratiques de recrutement sont fondées sur les compétences, sans discrimination de nationalité, de genre ou d'âge. L'accès équitable à l'évolution professionnelle et l'intégration dans les équipes opérationnelles comme dans la vie quotidienne de nos établissements sont au cœur de notre culture d'entreprise.

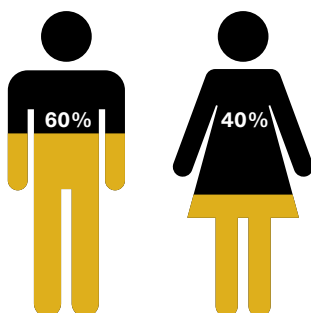
Enfin, **l'inclusivité des hôtes se traduit par une offre de services personnalisés** : documents multilingues, équipements adaptés et personnel formé à la diversité culturelle. Tous nos établissements, à l'exception du Riffelalp Resort, dont la localisation isolée le justifie, ont fait l'objet d'un audit d'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite. En tant qu'hôtels historiques, une accessibilité totale ne peut être garantie en toutes circonstances ; les informations mises à disposition via l'initiative OK:GO permettent néanmoins à chaque client d'évaluer si nos infrastructures répondent à ses besoins spécifiques.

NATIONALITÉS COLLABORATEURS 2025



RÉPARTITION HOMMES / FEMMES 2025

TOTAL



PAR NIVEAU HIÉRARCHIQUE

Collaborateurs (755)



Cadres (94)



Direction (19)



PROGRÈS

Nos équipes reflètent une grande richesse humaine et culturelle, avec **63 nationalités représentées au sein du Groupe**.

Les collaborateurs de moins de 50 ans représentent entre 63 % et 88 % des effectifs selon les niveaux hiérarchiques.

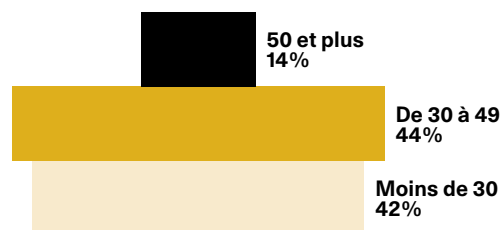
Les femmes représentent 40 % de l'ensemble des collaborateurs, 39 % des postes de management, 1/3 du Conseil d'administration, 1/3 du département RSE, et 42 % des ambassadeurs Colibris engagés dans le déploiement de notre démarche RSE au sein des équipes opérationnelles.

L'analyse de l'écart salarial ajusté entre les genres n'a révélé aucune discrimination salariale significative. Les variations observées s'expliquent principalement par des différences de responsabilités au sein d'un même niveau hiérarchique, d'ancienneté ou d'exigences de formation liées aux classifications de la Convention Collective Nationale de Travail (CCNT).

Cette analyse confirme notre engagement en faveur d'un environnement de travail équitable, transparent et respectueux, où chaque collaborateur peut évoluer et s'épanouir durablement.

PYRAMIDE DES ÂGES 2025

TOTAL



PAR NIVEAU HIÉRARCHIQUE

Collaborateurs (755)



Cadres (94)



Direction (19)



ACTIONS MISES EN PLACE EN 2025

- **La digitalisation de l'ensemble de nos processus administratifs RH via un nouveau système d'information (SIRH) garantit un accès équitable à l'information pour tous les collaborateurs en trois langues (français, anglais et allemand). Ce système permettra également un suivi automatisé de nos indicateurs DEI.**
- **En interne, nous avons lancé les Cafés Colibris : des espaces d'échange informels autour des thématiques RSE, pensés pour favoriser l'appropriation collective de ces sujets.**
- **Nous avons finalisé en 2025 la rédaction du Guide du Cadre qui sera publié en 2026. Il vise à formaliser les responsabilités managériales en matière d'inclusion.**
- **Sur le plan de l'insertion, nous renforçons nos partenariats avec des organisations locales afin d'ouvrir davantage nos portes aux personnes rencontrant des freins à l'emploi. En 2025, nous avons obtenu la certification « Entreprise Partenaire » décernée par l'AI Vaud pour nos hôtels Lausannois. Cette certification reconnaît l'engagement de Sandoz Foundation Hotels en faveur de la formation professionnelle, de l'intégration des personnes en situation d'invalidité et de la création d'un environnement de travail inclusif.**

ZOOM sur les initiatives 2025

LAUSANNE PALACE : DE NOUVEAUX UNIFORMES, SUR-MESURE, POUR VALORISER NOS ÉQUIPES

Conçus sur mesure, les nouveaux uniformes du Lausanne Palace allient esthétique et confort. Chaque tenue a été pensée pour s'adapter aux spécificités des différents métiers, tout en renforçant le sentiment de fierté et d'appartenance de nos équipes.



Liliane Duarte et Sandra Ribeiro (les deux Lingerie, LPA)



Laura Comas et Kevin Beauduin (les deux 57° Grill, CHO)



Olivia Wittmann et Marin Guillo (les deux Cuisine Brasserie du Grand-Chêne, LPA)

PERSPECTIVES 2026

- **La digitalisation de nos formations se poursuit, avec pour objectif de les rendre accessibles au plus grand nombre, dans des formats plus ludiques, en plusieurs langues et adaptés aux contraintes opérationnelles. Nous lancerons pour cela en 2026, le programme SFH Académie, qui sera accessible depuis notre outil de communication interne.**
- **Au-delà du *Guide du cadre*, nous travaillons à l'élaboration d'une politique « Diversité & Inclusion » intégrant des lignes directrices claires en matière de recrutement, de développement de carrière et de pratiques managériales. Ce document sera accessible à toutes nos parties prenantes.**
- **Un programme spécifique de soutien à la parentalité est en cours d'élaboration. Il comportera de nouvelles procédures visant à mieux adapter les postes de travail aux collaboratrices enceintes.**



SANTÉ, SÉCURITÉ ET BIEN-ÊTRE

Le secteur hôtelier nécessite des exigences spécifiques : tâches physiques, horaires décalés, pression du service. Dans ce contexte, la santé, la sécurité et le bien-être des collaborateurs ne sont pas une option car ce sont les garanties d'une organisation performante et durable. Une approche structurée dans ce domaine réduit le turnover, renforce la satisfaction au travail et nourrit une culture d'entreprise positive.

APPROCHE

Au cœur de notre culture d'entreprise, figure **un engagement global envers la santé, la sécurité et le bien-être de chaque collaborateur**. Sous la coordination de notre Responsable Qualité, Santé et Sécurité, en lien étroit avec les Ressources Humaines, nous veillons au plein respect des réglementations suisses en vigueur.

Tous les collaborateurs bénéficient d'une **assurance accidents obligatoire**. Les incidents sont systématiquement suivis dans l'ensemble de nos hôtels, de même que les jours d'absence liés aux accidents ou à la maladie.

Notre procédure « sécurité » repose sur des évaluations régulières des risques, des audits de conformité et des formations interactives, intégrant pleinement la gestion des urgences : incendie, produits dangereux et hygiène.

L'accompagnement du bien-être de nos équipes repose sur des dispositifs humains et structurés. **Deux personnes de confiance** sont disponibles pour offrir un soutien confidentiel à tout collaborateur qui en ressent le besoin. En parallèle, **le comité du personnel « D'CLIC »** anime la vie interne à travers une programmation d'activités, des initiatives de solidarité et une attention particulière à l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

PROGRÈS

VS 2024	STABLE	nombre d'accidents
	+21%	du nombre de jours d'absences liés*
VS 2023	-16%	du nombre d'accidents
	+10%	du nombre de jours d'absences liés*

* Les statistiques sur le nombre de jours d'absences liés aux accidents de travail ne comprennent pas les données du Riffelalp Resort pour une question de qualité et comparabilité des données entre les sites.

ACTIONS MISES EN PLACE EN 2025

→ Sécurité & conformité

Auto-audits de sécurité alignés aux directives HotellerieSuisse et SUVA, avec plan d'action pour un système de management unifié dans tous les établissements.
Règlement de mobilité professionnelle pour sécuriser les transports (santé physique et mentale).

→ Formation & sensibilisation

Développement de modules e-learning santé & sécurité au travail, hygiène et sécurité en cuisine.

Formation gestes et postures pour le Housekeeping, avec session de feedback intégrée.

Formation auto-défense mise en place pour les collaborateurs.

→ Bien-être & environnement de travail

Sélection d'un partenaire pour la conduite de l'enquête de satisfaction collaborateurs.

ZOOM sur les initiatives 2025

HOUSEKEEPING WEEK 2025



Cours de sport lors de la Housekeeping week à l'Hôtel Palafitte.



Coachés par les équipes du Beau-Rivage Palace, **Jennifer Roux**, **Cindy Reynaud** et **Julien Donzel** ont participé à un concours de rapidité de repassage organisé lors de la Housekeeping Week.



Sefka Tatic (Housekeeping, CHO) utilise un système de lève-lit permettant de réduire les contraintes ergonomiques liées à la préparation des chambres.

PERSPECTIVES 2026

- **Lancement de l'enquête Great Place to Work dans nos hôtels.**
- **Amélioration du suivi du taux d'absentéisme.**
- **Mise en place du suivi SwissChim adapté au service technique afin de conduire un audit complet de nos pratiques de stockage, de sécurisation et d'utilisation des produits chimiques.**
- **Mise en place d'un outil de communication interne digital offrant à tous les collaborateurs un accès facilité aux informations obligatoires ainsi qu'aux actualités des hôtels et du Groupe.**
- **Extension du système de lève-lit à d'autres établissements : d'ores et déjà déployé dans les chambres rénovées de l'Hôtel Angleterre et en cours d'étude de faisabilité pour le Beau-Rivage Palace et le Château d'Ouchy.**



FORMATION ET DÉVELOPPEMENT

Les collaborateurs sont au cœur de nos priorités. Leur passion et leur engagement sont essentiels à la réussite de chaque expérience client, et c'est pourquoi le développement des compétences constitue un axe stratégique du groupe.

La formation préserve l'excellence de service, renforce l'efficacité opérationnelle et favorise l'engagement des équipes. Elle ouvre également la voie à la mobilité interne et à la construction de parcours professionnels durables. Dans un secteur confronté à des défis persistants de recrutement et de fidélisation, investir dans le développement des compétences permet de combler les écarts, de renforcer la résilience des équipes et de les préparer aux enjeux de demain.

APPROCHE

Sandoz Foundation Hotels s'engage à développer un programme de formation de haut niveau, conçu pour accompagner les jeunes talents, préserver les savoir-faire du secteur et contribuer à la fois à la performance de l'organisation et au rayonnement de l'hospitalité suisse. **La formation occupe une place centrale dans notre culture d'entreprise afin de soutenir les parcours de carrière, favoriser l'excellence opérationnelle et assurer la transmission des compétences au sein du groupe.**

Les opportunités de développement sont ouvertes à l'ensemble des collaborateurs et placées sous la responsabilité des Ressources Humaines. Les thématiques de formation couvrent : management, communication, compétences techniques, excellence opérationnelle et durabilité.

Les sessions en présentiel tiennent compte des rythmes de travail, et un soutien financier peut être accordé pour l'accès à des certifications spécialisées.

La transmission intergénérationnelle, apprentissages, stages, mentorats, est également au cœur de notre culture d'entreprise, complétée par une mobilité interne structurée dès six mois d'ancienneté.

Les heures de formation, ventilées par genre et niveau hiérarchique, ainsi que l'ancienneté et le taux de rotation, constituent nos indicateurs clés d'engagement et de fidélisation. Ce dernier est présenté séparément pour les contrats fixes et l'ensemble des collaborateurs, compte tenu du caractère saisonnier de notre activité.

PROGRÈS

Formation & développement des compétences

- Au cours de l'année écoulée, plusieurs milliers d'heures de formation ont été dispensées, avec un catalogue centré sur nos métiers, la durabilité, les compétences numériques et le leadership.
- Un SIRH, appelé Espace Collaborateurs, a été lancé pour un meilleur suivi des parcours de carrière de nos collaborateurs et l'intégration des outils managériaux.
- La mise en ligne de notre plateforme de formation digitale SFH Académie est prévue pour 2026.

Apprentissage & transmission

Sandoz Foundation Hotels a obtenu en 2025 le label Top Entreprise Formatrice, reconnaissant notre engagement en faveur de l'apprentissage et de la transmission des savoir-faire hôteliers.

Fidélité & reconnaissance

Nous sommes fiers de la fidélité de nos collaborateurs : 56 % de nos collaborateurs en contrat fixe sont présents depuis trois ans ou plus, 27 % depuis six ans ou plus, et 15 % depuis plus de dix ans.

En 2025, 63 jubilaires ont été célébrés : dix-huit de 5 ans, douze de 10 ans, dix de 15 ans, neuf de 20 ans, huit de 25 ans, un de 30 ans, et cinq de 35 ans !

2731 heures de formation

245 000 CHF investis

30 stagiaires

34 apprentis

10,7 heures de formation en moyenne pour les responsables de départements

267 collaborateurs ont suivi une formation de base en durabilité

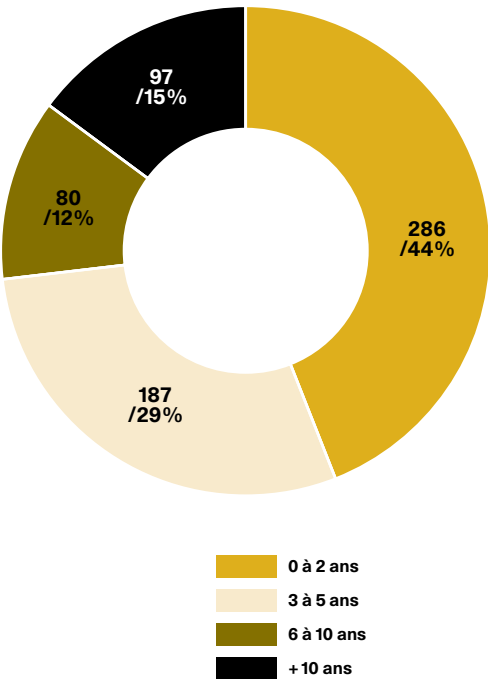
187 collaborateurs ont suivi une formation sur la protection des données personnelles

56% des collaborateurs sont présents dans le groupe depuis plus de 3 ans.

TAUX DE ROTATION

	CDI uniquement	Tous types de contrats
Taux de rotation annuel moyen	31%	68%
Taux de rotation annuel moyen du personnel recruté en 2025 <i>Nouvelles embauches uniquement</i>	3%	6%
Taux de rotation annuel moyen <i>Hommes uniquement</i>	29%	68%
Taux de rotation annuel moyen <i>Femmes uniquement</i>	35%	68%

ANCIENNETÉ DES COLLABORATEURS EN CDI (2025)



ZOOM sur les initiatives 2025



Notre équipe de recrutement : **Arnaud Fanuel**, **Charlotte Mall**, **Nicolas-Antonin Bracq**, **Claude Cinque** (Ressources Humaines, SFH)

NICOLAS-ANTONIN BRACQ

Chargé de recrutement et carrières

« Au sein des hôtels de la Fondation Sandoz, nous avons fait le choix d'accompagner activement l'évolution de nos collaborateurs. Grâce à un rôle dédié au développement de carrière, nous identifions les talents, valorisons les parcours et favorisons la mobilité interne, en cohérence avec les opportunités du groupe.

Cette approche, alignée avec nos engagements RSE, permet à chacun de s'épanouir durablement tout en contribuant à l'excellence de service. »



Nicolas-Antonin Bracq (Ressources Humaines, SFH)



Sébastien Custot (Finance, SFH)

SANDOZ FOUNDATION HOTELS : TRANSMETTRE LES SAVOIRS ET SOUTENIR LA FORMATION

Engagés dans la formation des talents de demain, nos cadres dirigeants interviennent auprès des étudiants de notre région pour partager leur expérience. Cette contribution illustre concrètement la volonté du groupe de placer la formation au cœur de ses priorités. En mettant à disposition ses compétences, l'entreprise participe activement au développement des jeunes professionnels.



Julien Donzel (Direction, BRP SA)

BEAU-RIVAGE PALACE, LAUSANNE PALACE & PALAFITTE : OBTENTION DE LA CERTIFICATION « TOP ENTREPRISE FORMATRICE »



Quentin Delohen (Direction, LPA)



Benjamin Chemoul (Direction, BRP SA)



Romy Razafindrazaka et Amandine Cavazzana (les deux Housekeeping, LPA)

PERSPECTIVES 2026

2026 sera l'année de lancement de SFH Académie qui regroupera l'ensemble de nos formations ainsi que les outils de suivi du développement de carrière. L'offre sera significativement enrichie et structurée à tous les niveaux hiérarchiques :

- des modules e-learning RSE spécifiques aux métiers du Housekeeping et du F&B viendront renforcer l'ancrage de la durabilité dans les pratiques opérationnelles ;
- les notions RSE seront intégrées aux programmes managériaux existants ;
- de nouvelles formations seront également lancées : prise de parole en public, cybersécurité, accueil de la clientèle asiatique.

Une nouvelle étape sera franchie avec le déploiement d'une mise en communication de nos métiers à l'échelle du groupe et dans chaque établissement. Ce dispositif vise à promouvoir les parcours de carrière et à mettre en lumière nos savoir-faire à travers le regard de nos collaborateurs.

LIVRE D'OR

2025

**BRAVO
À NOS ÉQUIPES!**

Les prix distinctifs attribués à nos collaborateurs ou à nos hôtels sont des indicateurs de qualité qui disent bien plus qu'une note ou un classement. Ces prix récompensent l'engagement et la passion de ceux qui incarnent nos valeurs, notre vision et notre mission.

Les distinctions attribuées à nos hôtels reconnaissent le travail d'une équipe exceptionnelle, la beauté de son site, de son histoire et de son âme. Au-delà de la fierté que nous en retirons, c'est un sentiment d'accomplissement de continuer à œuvrer à l'excellence transmise par ceux qui nous ont précédés, car nous le savons tous : le plus difficile est de durer et de maintenir le très haut niveau qui sert la réputation de nos maisons.

Chez Sandoz Foundation Hotels, nos collaborateurs sont soutenus et encouragés dans les défis professionnels qu'ils se fixent. De l'employé au directeur général, le parcours et l'épanouissement de nos collaborateurs sont une priorité pour servir « une Belle Hôtellerie qui vient du cœur » et valoriser l'ancienneté.



DISTINCTIONS 2025

BILANZ

BILANZ
En 2025, le Beau-Rivage Palace est classé 1^{er} hôtel de ville en Suisse par le magazine Bilanz. Une distinction qui salue l'excellence, le sens de l'accueil et l'engagement de nos équipes, dans un cadre où l'élégance rencontre l'histoire.

AHEAD
AWARDS FOR HOSPITALITY
EXPERIENCE AND DESIGN

AHEAD AWARD
En 2025, Tristan Auer a reçu le **AHEAD AWARD** de la meilleure décoration de restaurant en Europe pour le restaurant Pic au Beau-Rivage Palace.

Robb Report

ROBB REPORT
En 2025, le Beau-Rivage Palace est distingué par Robb Report parmi les 50 plus grands hôtels au monde. Unique hôtel suisse retenu – et l'un des 12 établissements en Europe – il incarne une hospitalité intemporelle, subtilement ancrée au bord du Léman.



SWISS LOCATION AWARD 2025
Le Beau-Rivage Palace a été distingué par le Swiss Location Award 2025 parmi les plus beaux lieux de mariage de Suisse. Cette reconnaissance confirme notre positionnement d'exception dans l'univers des célébrations privées.



DIE 101 BESTEN HOTELS
Classé meilleur hôtel dans la catégorie Grand Resort en 2025. Classé parmi les 9 meilleurs hôtels dans la catégorie Luxury City Resort en 2024.

DES ÉQUIPES EN OR

LES DISTINCTIONS OBTENUES PAR NOS COLLABORATEURS EN 2025



**Finaliste du concours « Créations
et saveurs Président Professionnel 2025 »**

Rémi Blanchet

Chef de partie
La Table du Lausanne Palace



Meilleur Jeune Sommelier de France 2025

Louis Le Conte

Sommelier Pic au Beau-Rivage Palace
Beau-Rivage Palace



Meilleur Sommelier Suisse Falstaff 2025

Dominique Peretti

Chef Sommelier Pic au Beau-Rivage Palace
Beau-Rivage Palace



**Classé parmi les 100 personnalités
qui font la suisse romande***

Franck Pelux

Chef 2 Étoiles
La Table du Lausanne Palace



Black Diamond Award 2025

Stephane Reumont

Directeur du Spa Guerlain
Beau-Rivage Palace



Meilleure Directrice d'accueil Bilanz 2025

Viktoria Schlegel

Responsable de l'accueil
Beau-Rivage Palace

* Classement Le Temps 2025

NOS JUBILAIRES 2025

FIDÈLES AU POSTE ET FIERES DE L'ÊTRE

Découvrez les visages de celles et ceux que nous avons mis à l'honneur en 2025 pour leur fidélité et leur engagement.

5 ans



Ahmad Abdi
Stewarding
Beau-Rivage Palace



Arianna Baraldo
Cuisine
Riffelalp Resort 2222m



Sarah Benahmed
Service – La Table du Palace
Lausanne Palace



Nene Camara
Spa
Lausanne Palace



Trani Crescenzo
Cuisine
Riffelalp Resort 2222m



Joseph Di Donato
Accademia
Hôtel Angleterre



Marie Fouchard
Service – La Table du Palace
Lausanne Palace



Olivier Glain
Technique
Pôle d'Ouchy & Hôtel Palafitte



Anthony de Haay
Comptabilité
Sandoz Foundation Hotels



Sophie Kozacenkova
Brasserie du Grand Chêne
Lausanne Palace



Pauline Laurent
Direction
Hôtel Palafitte



Mario Jaye Malonzo
Cuisine principale
Beau-Rivage Palace



Mélissa Mayet
Spa Guerlain
Beau-Rivage Palace



Giuseppe Meli
Cuisine – La Table du Palace
Lausanne Palace

5 ans



Adan Omar
Stewarding
Beau-Rivage Palace



Franck Pelux
Cuisine – La Table du Palace
Lausanne Palace



Laurence Vaucher
Cuisine principale
Beau-Rivage Palace



Ni Nyoman Yuniari
Spa
Lausanne Palace

10 ans



Komi Amados
Technique
Beau-Rivage Palace



Larry Andino
Cuisine – Kaigan
Beau-Rivage Palace



Pedro Gomes de Andrade
Lieux Publics
Lausanne Palace



Bárbara Capelo
Housekeeping
Beau-Rivage Palace



Théophile Djihounouk
Cuisine – 57 Grill
Château d'Ouchy



Amr El Shafei
Lieux Publics
Beau-Rivage Palace



Sandra Fabre
Technique
Pôle d'Ouchy



Diogo Lima da Silva
Conciergerie
Beau-Rivage Palace



Afonso Mampasi Mbiyavanga
Stewarding
Lausanne Palace



Susete Mendes
Lingerie
Lausanne Palace



Eloïse Preau
Logistique
Beau-Rivage Palace



Sandra Ribeiro Teixeira
Lingerie
Lausanne Palace

15 ans



Rossana de Fátima Soares Coelho
Housekeeping
Riffelalp Resort 2222m



Suleiman Gasim
Stewarding
Hôtel Palafitte



Adrien Giraud
Achats
Sandoz Foundation Hotels



Laurent Guignard
Pâtisserie
Beau-Rivage Palace



Camelia Herrmann
Réception
Hôtel Palafitte



Luigi Lafranco
Cuisine
Riffelalp Resort 2222m



Guylain Litzler
Logistique
Lausanne Palace



Pascal Lorquin
RSE
Sandoz Foundation Hotels



Fernando Sciascia
Technique
Lausanne Palace



Nipaporn de Weck
Cuisine – 57 Grill
Château d'Ouchy

20 ans



Sonia de Almeida
Housekeeping
Beau-Rivage Palace



Kidusahman Ayele
Banquets
Lausanne Palace



Gustavo Bernasconi
Night Audit
Beau-Rivage Palace



Yves Boncourt
Stewarding
Lausanne Palace



Jérôme Delamaison
Cuisine Production
Lausanne Palace



Damien Fruhauf
Revenue Management
Sandoz Foundation Hotels



Hervé Lecardonnel
Cuisine – Oasis
Beau-Rivage Palace



Tony Rocha de Almeida
Conciergerie
Riffelalp Resort 2222m



Esperanta Saint Lot
Housekeeping
Beau-Rivage Palace

25 ans



Bernhard Biner
Technique
Riffelalp Resort 2222m



Raphaël Breton
Cuisine Principale
Pôle d'Ouchy



**Dina (Maria Graciete)
Da Costa Pereira**
Housekeeping
Riffelalp Resort 2222m



Yann Dupertuis
Guide de Montagne
Riffelalp Resort 2222m



Ibrahim Siraji Maxamed
Pâtisserie
Beau-Rivage Palace



Denis Ruffieux
Restauration
Riffelalp Resort 2222m



Claudia Walther
Direction
Riffelalp Resort 2222m



Hans-Jörg Walther
Direction
Riffelalp Resort 2222m

30 ans



Samuel Seyoum
Cuisine – Café Beau-Rivage
Beau-Rivage Palace

35 ans



Manuel de Figueiredo
Stewarding
Beau-Rivage Palace



Sylvie Gonin
Conciergerie
Beau-Rivage Palace



Christian Landmann
Pâtisserie
Hôtel Angleterre



Didier Mazaurin
Banquets
Hôtel Angleterre
& Château d'Ouchy



Graça Martins de Freitas
Fleuriste
Beau-Rivage Palace



Marie Fouchard (La Table, LPA)



Hervé Lecardonnell (Cuisine, BRP SA)



Christian Landmann (Cuisine, ANG)



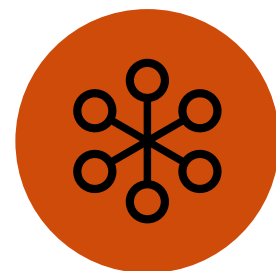
Esperanta Saint-Lot (Housekeeping, BRP)

LES JUBILAIRES 2025
UN GRAND MERCI
POUR VOTRE FIDÉLITÉ!



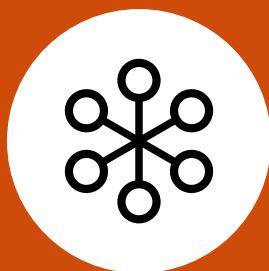
ANNÉES D'ANCIENNETÉ
CUMULÉES

LES COMMUNAUTÉS



Nathan Bourroux (Logistique, BRP)





Profondément ancrés dans leurs territoires, les hôtels du groupe Sandoz Foundation Hotels entretiennent des liens étroits avec les communautés locales. À travers une politique d'approvisionnement de proximité, des partenariats avec les artisans régionaux et la promotion d'un tourisme responsable, nous contribuons à la vitalité économique et culturelle de nos destinations tout en offrant à nos hôtes une immersion sincère dans la richesse des lieux qui nous accueillent.

ACHATS RESPONSABLES

Les chaînes d'approvisionnement hôtelières, souvent complexes et mondialisées, génèrent des impacts environnementaux et sociaux qui dépassent largement ceux des seules opérations directes. Elles représentent pourtant une formidable opportunité de transformation positive : en choisissant des fournisseurs qui partagent nos valeurs, nous limitons les effets négatifs tout en créant de la valeur économique, sociale et environnementale.

Dans un secteur où l'alimentation et les boissons constituent une part significative des achats, privilégier les produits locaux et de saison permet à la fois de réduire les émissions de carbone, de renforcer la fiabilité des approvisionnements, de soutenir les économies locales et de valoriser la gastronomie régionale : autant d'atouts qui enrichissent l'expérience culinaire de nos hôtes.

APPROCHE

Nos achats doivent être à l'image de nos valeurs : respect des personnes, des communautés et de la planète.

Notre politique d'achats responsables privilégie les produits locaux et de saison, réduisant notre empreinte environnementale tout en soutenant les économies locales et en enrichissant l'expérience de nos hôtes. Elle tient également compte des risques liés aux achats hôteliers, aux relations fournisseurs et à l'origine des denrées. Les fournisseurs (partenaires, prestataires ou sous-traitants) sont sélectionnés selon **un processus intégrant la durabilité comme critère central**. Chaque appel d'offres réunit au moins trois candidats, avec une préférence affirmée pour les acteurs locaux et certifiés.

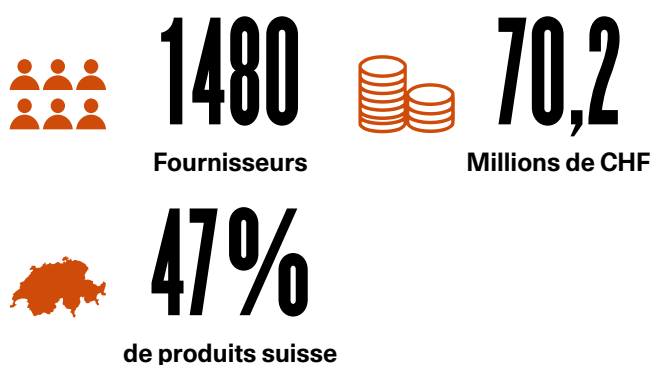
Une équipe Achats dédiée pilote ces engagements à l'échelle du groupe en s'appuyant sur notre **Charte d'Achats**. Tout nouveau fournisseur est tenu de signer notre **Code de Conduite**, qui fixe des exigences claires en matière de conformité légale, de droits du travail, de responsabilité environnementale et de transparence. Nous nous réservons le droit d'auditer nos partenaires et pouvons, en cas de non-conformité, engager des mesures correctives allant jusqu'à la résiliation du contrat.

Enfin, **une approche fondée sur les données et des partenariats stratégiques** nous permettent de mieux suivre nos impacts, d'optimiser la logistique et de réduire les émissions liées aux transports et livraisons.

PROGRÈS

L'adhésion à la **Charte d'Achats et au Code de Conduite Fournisseurs de Sandoz Foundation Hotels** est désormais intégrée dans nos processus. Une signature est exigée pour chaque nouveau partenaire. Une première étape importante, complétée par la mise en place courant 2026 d'une charte de mobilité durable intégrant la mobilité logistique.

NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT



DES OBJECTIFS EN COURS DE RÉALISATION POUR FIN 2026!

100% de fournisseurs alimentaires dans un rayon de 55 km

50% produits Suisse

100% œufs frais et volailles issus d'élevages en plein air

80% ingrédients de saison

3% produits certifiés BIO ou Fairtrade

90% produits de la mer issus de sources durables

0% huile de palme dans nos opérations

ZOOM sur les initiatives 2025



Matis Labauve et Emmanuel Lahille (Banquets, LPA)

NOS HÔTELS À LAUSANNE : DES ACHATS RESPONSABLES POUR RÉDUIRE NOTRE IMPACT

En s'appuyant sur des partenaires innovants, le groupe s'engage dans une démarche continue d'amélioration de ses pratiques d'achat, avec pour ambition de réduire progressivement son impact environnemental, sans jamais transiger sur l'exigence opérationnelle.

Dans ce cadre, le renouvellement du mobilier de banquet et conférence au Beau-Rivage Palace, à l'hôtel Angleterre, au Château d'Ouchy et au Lausanne Palace constitue une première étape concrète : des solutions sans nappe qui contribuent à réduire l'utilisation de textiles et les besoins en blanchisserie.



Pierre-Emmanuel Collin (Logistique, PAL)

PERSPECTIVES 2026

- Finalisation d'une stratégie de pilotage interne de la performance environnementale de nos partenaires principaux.
- Mise à disposition de la charte de mobilité durable, incluant la mobilité logistique à tous nos partenaires.



PARTENARIATS RÉGIONAUX

Un engagement sincère auprès de nos parties prenantes est un fondement de notre démarche : il favorise la transparence, renforce la confiance et garantit la richesse de regards croisés pour éclairer nos décisions.

Le dialogue continu avec l'ensemble de nos parties prenantes (nos collaborateurs, hôtes, fournisseurs, associations professionnelles, communautés locales, autorités et actionnaires) nous permet de mieux comprendre les attentes émergentes, d'identifier les risques et les opportunités, et de construire ensemble des réponses durables.

Ce dialogue n'est pas seulement une exigence de légitimité : il est un levier de résilience, d'innovation et d'alignement avec des standards ESG en constante évolution.

APPROCHE

À l'image du colibri, symbole de notre conviction que chacun, à son échelle, peut contribuer au changement, nous croyons profondément à la valeur des partenariats pour façonner un avenir positif et partagé. Un engagement authentique est le socle de tout impact durable.

Nous favorisons des échanges ouverts qui intègrent des perspectives diverses à nos processus de décision, à travers des comités dédiés, des groupes de travail et des espaces d'échanges. Notre réseau de partenaires régionaux constitue ainsi un appui précieux pour relever des défis complexes et saisir de nouvelles opportunités.

PROGRÈS

En 2025, nous avons renforcé nos partenariats régionaux. Au-delà des exigences de conformité, ces collaborations font vivre la culture, la créativité et le tissu local.

Notre lien avec l'**École Hôtelière de Lausanne (EHL)** est à ce titre emblématique. Partenaire de longue date, le groupe entretient avec l'EHL des liens historiques profonds : nous avons participé à sa fondation en 1893, faisant de cette collaboration l'une des plus anciennes et des plus structurantes du secteur hôtelier suisse et international. Cet ancrage se traduit aujourd'hui par des échanges continus entre nos équipes au service de la transmission des savoir-faire et de l'innovation.



Lancement presse, les 30 Chasselas au verre,
à la Brasserie du Grand Chêne au Lausanne Palace

Le **Lausanne Palace** a renforcé cette année ses liens avec le tissu sportif de la ville à travers des partenariats avec le Lausanne Hockey Club et le Lausanne-Sport. L'établissement s'est également distingué par son soutien aux vignerons suisses, avec la mise en place d'une offre unique en Suisse de **30 chasselas au verre** et par l'implication de partenaires régionaux pour une programmation événementielle de fin d'année. Le public a par ailleurs pu se retrouver chaque mois lors des **Squad Comedy Club**, mettant en lumière de nouveaux talents de la scène humoristique. L'hôtel a également soutenu les **Fondations Terre des Hommes Suisse** et **Fondation Theodora** à l'occasion d'un match de football caritatif.



Pierre-Marie (Sommellerie, SFH) à l'origine de l'offre des 30 chasselas
au verre à la Brasserie du Grand Chêne du Lausanne Palace.

Au **Beau-Rivage Palace**, nous avons soutenu plusieurs événements culturels régionaux majeurs, tels que le festival de cinéma **Les Rencontres du 7^e Art**, le concours international de danse **Le Prix de Lausanne**, le festival littéraire **Le Livre sur les Quais**, le **Week-end Musical de Pully**, ainsi que plusieurs événements organisés dans le cadre de **Lausanne à Table**. Le lobby accueille également des **scénographies mettant en avant des partenaires culturels et des artisans locaux**, comme par exemple les chocolatiers de la région à l'occasion de Pâques. Des événements, tels que le **marché de Noël**, valorisent les métiers d'art et les savoir-faire régionaux.

En partenariat avec l'association L'Art d'Inclure, **une visite sensorielle du patrimoine a également été développée et adaptée aux personnes en situation de handicap visuel**. Le Beau-Rivage Palace soutient par ailleurs plusieurs associations locales et initiatives solidaires, notamment actives dans les domaines de l'enfance et de l'inclusion.



Les pâtisseries **Anthony Bayle** et **Aurélie Casale** (Cuisine, BRP) finalisent leur sculpture en chocolat pour les fêtes de Pâques.



Scénographie « Le Prix de Lausanne » composée des tutus de leur collection.



Samuel Hirsch, violoniste lausannois, participe au dîner de la soirée du Patrimoine.



Chef Kevin Curty (Cuisine, BRP), accompagné de **Cindy Reynaud** (Projets, BRP) et **Benjamin Chemoul** (Direction, BRP), anime la partie découverte des goûts de la visite sensorielle du Beau-Rivage Palace.



Pauline Laurent (Direction, PAL) et Jacques Froidevaux, fondateur du collectif **Plonk et Replonk**.



Préparation de la traditionnelle absinthe de Neuchâtel par **Florent Champanay** (F&B, PAL).

À l'**Hôtel Palafitte**, des **musiciens locaux** se produisent régulièrement en soirée et l'**exposition annuelle** met à l'honneur un artiste reconnu du canton de Neuchâtel, soutenant ainsi la diffusion de la culture régionale, comme ce fut le cas avec **Plonk & Replonk** en 2025.

Les points de vente de l'hôtel invitent également les clients à découvrir **les richesses du terroir neuchâtelois**, notamment à travers une sélection d'absinthes et une carte des vins mettant en avant les crus de la région.



La sélection de jeux et notre menu du bar à jeux du Château d'Ouchy.



Cinéfestival dans les jardins du Château d'Ouchy, en partenariat avec les Rencontres du 7^e Art : rencontre avec le réalisateur **Patrice Leconte**.

Au **Château d'Ouchy**, le bar se transforme en espace ludique grâce à un menu de jeux à découvrir autour d'un cocktail. Cette offre est enrichie par **une programmation d'événements réalisée avec des partenaires régionaux**, tels que des soirées Loup-Garou en collaboration avec Ludopoly, la première édition du Cinéfestival organisée avec Les Rencontres du 7^e Art, ainsi que des soirées jeux mensuelles avec des acteurs locaux comme le Musée Suisse du Jeu ou la Ludothèque Pinocchio. L'établissement met également en lumière des **artistes locaux**, tels que lors de l'exposition de Gael Epiney en 2025.



Soirées « Meurtres et Mystères » au Château d'Ouchy.



Œuvre d'art de **Gael Epiney** exposée à l'hôtel en collaboration avec Murs Porteurs.



Jennifer Roux (RSE, SFH), Chloé Farret (Réservations, SFH), Emma Tsala (RH, SFH), Célestin Rolex (Réception, BRP) et Eliane Vieira Mendes (F&B, LPA) participent à la distribution de la soupe préparée par les équipes de cuisine à l'occasion de la Journée de la Soupe.



Notre équipe de volontaires autour de Paola Möhl, Directrice de « Fondation Planète Enfants Malades » lors du goûter de Noël à l'hôpital de l'enfance.

Au **Riffelalp Resort 2222m**, nos partenaires locaux peuvent faire découvrir leurs produits grâce à notre vitrine à l'accueil ou proposer des expériences « clients » organisées au sein de l'hôtel.

Nos collaborateurs s'engagent également, sur la base du volontariat, dans des **actions de bénévolat** – notamment au profit de Planète Enfants Malades ou de la Journée de la Soupe avec Table Suisse et le Lions Club de Lausanne, témoignant d'une solidarité qui dépasse les murs de nos établissements.

ZOOM sur les initiatives 2025



CINDY REYNAUD

**Responsable du développement
et de la coordination de projets**

Beau-Rivage Palace, Château d'Ouchy, Hôtel Angleterre

« Renforcer notre ancrage local,
créer des synergies avec les talents
de la région et ouvrir
nos établissements aux locaux :
chaque initiative est pensée pour
faire vivre nos maisons autrement.
Des expériences et scénographies
immersives aux visites
inclusives, jusqu'aux événements
fédérateurs, nous souhaitons créer
du lien et faire de nos hôtels
de véritables lieux de vie au cœur
de leur territoire »

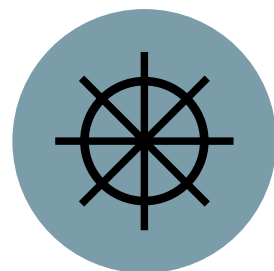


Chloé Casoli (La Terrasse, BRP)

PERSPECTIVES 2026

- Nouvelle étape dans la structuration de notre engagement territorial.
- Définition d'un processus de suivi et de mesure de l'impact extra-financier du Groupe.
- Publication d'un rapport d'impact sur la région, traduisant notre volonté de rendre compte de manière transparente et rigoureuse de la valeur créée – pour les communautés, les partenaires et les territoires qui nous accueillent – au-delà des seuls résultats financiers.

GOUVERNANCE



Gérald Lygrisse (Cuisine, BRP) et Pascal Lorquin (RSE, SFH)





**La transparence, l'intégrité
et le leadership éthique ne sont pas seulement
des principes directeurs, ils constituent
les fondations d'une gouvernance exemplaire
qui intègre activement les valeurs
ESG au cœur de son processus décisionnel.**

**Cela garantit non seulement le respect
des normes internationales de durabilité,
mais aussi la promotion de pratiques responsables,
et tournées vers l'avenir, capables d'inspirer
la confiance et de créer de la valeur partagée
sur le long terme.**



ÉTHIQUE DES AFFAIRES ET INTÉGRITÉ

Dans un secteur où la réputation est un actif fondamental, la conduite éthique des affaires et l'intégrité constituent un socle de confiance qui engage notre responsabilité auprès de nos hôtes, de nos collaborateurs et de nos partenaires.

Transparence, équité et responsabilité dans les prises de décision permettent de prévenir la corruption, de cultiver une culture d'entreprise saine et de garantir le respect des exigences légales et des normes du secteur. Ces principes ne sont pas seulement une obligation, ils sont un levier de résilience financière, de fidélité client et d'engagement durable des équipes.

APPROCHE

Les principes d'éthique des affaires et d'intégrité s'appliquent à l'ensemble des opérations, des collaborateurs et des partenaires du groupe. Notre **Charte d'Éthique**, fondée sur l'intégrité, le respect et la transparence, promeut la concurrence loyale, la lutte contre la corruption, le respect des droits humains et la durabilité. Une politique d'alerte professionnelle offre aux collaborateurs un canal anonyme pour signaler toute préoccupation au Comité Éthique et tout nouveau collaborateur signe un code de conduite lors de son intégration.

Des audits internes et externes réguliers assurent **la conformité dans les domaines financier, sanitaire et environnemental**, appuyés par un registre législatif couvrant l'ensemble de nos obligations. En l'absence de réglementation locale, nous appliquons les meilleures pratiques internationales. La formation continue, notamment sur la prévention du harcèlement, reste un pilier de notre culture éthique.

La transparence guide également notre relation client, dans nos tarifs, nos communications et notre marketing, avec un niveau de service suivi par des enquêtes de satisfaction, des avis en ligne et des audits mystères. Notre programme d'audit inter-hôtels, dans lequel les établissements s'évaluent mutuellement de manière anonyme, témoigne de notre engagement collectif à élever toujours plus haut nos standards d'excellence.

PROGRÈS

Transparence & conformité

Aucun incident de corruption ni tentative n'a été signalé via notre processus d'alerte éthique en 2025, un résultat stable par rapport à 2024 qui témoigne de la solidité de notre culture d'intégrité. Une auto-analyse légale conduite via Lexplus a permis d'établir un plan d'action structuré pour le suivi de notre conformité réglementaire.

Certifications & reconnaissance

2025 a été une année de consolidation de nos accréditations. L'ensemble de nos établissements a obtenu la recertification EarthCheck, confirmant notre engagement environnemental.

Nos services événementiels ont par ailleurs obtenu la certification VenueCheck, alignée à la norme ISO 20121.

Notre premier rapport ESG, portant sur l'exercice 2024, a également été publié en juillet 2025, marquant une étape importante dans notre démarche de transparence.

Gouvernance & rayonnement

Jennifer Roux, responsable du département RSE, a été élue Head of Circle « Quality & Sustainability » au sein de Swiss Deluxe Hotels, renforçant l'influence du groupe dans les instances sectorielles. Elle a représenté nos hôtels dans plusieurs conférences RSE telles que le Swiss Impact Forum, ainsi que les semaines de sensibilisation de nos partenaires IMD et EHL Business School lors de leurs Sustainability Week, pour partager notre modèle de gouvernance.



Philippe Radojkovic (Technique, Hôtel Palafitte)

PERSPECTIVES 2026

- Poursuite du renforcement de notre culture éthique en intégrant ces valeurs aux journées d'accueil des nouveaux collaborateurs afin d'assurer une sensibilisation dès leur arrivée au sein du groupe.
- Uniformisation de notre logiciel de contrôle d'hygiène dans l'ensemble des cuisines du Groupe afin de garantir des standards cohérents entre les établissements.
- Publication de notre analyse de double matérialité développée en 2025 dans le rapport ESG 2026 du groupe.



LEADERSHIP RESPONSABLE

Le leadership responsable est le fondement sur lequel reposent conduite éthique, résilience organisationnelle et création de valeur à long terme. Il est la condition d'une gouvernance efficace, transparente et équitable et le principal vecteur d'alignement de nos pratiques sur nos engagements ESG.

Un leadership fort et exemplaire renforce la confiance des parties prenantes, ancre les comportements éthiques dans la culture du groupe et oriente les décisions vers un impact durable.

APPROCHE

Le leadership responsable englobe la gouvernance interne, la redevabilité externe et l'engagement auprès des parties prenantes. La responsabilité de nos dirigeants est formalisée par la Charte d'Éthique et la politique d'alerte professionnelle, qui constituent ensemble un cadre clair d'exigences et de recours. Nos programmes de formation au leadership couvrent le développement managérial, la prévention du harcèlement, la sensibilisation aux enjeux environnementaux et l'ensemble des comportements attendus dans une organisation éthique et durable.

PROGRÈS

En 2025, notre engagement en faveur d'un leadership responsable s'est traduit par plusieurs avancées concrètes :

- **le Guide du Cadre**, outil de référence pour l'ensemble de nos managers, a été finalisé et sera publié début 2026 ;
- **notre système de contrôle et d'audit interne** a par ailleurs été renforcé à l'échelle du groupe, consolidant notre capacité à piloter la conformité et à identifier les risques de manière proactive ;
- **notre conseil d'administration s'est enrichi d'un nouveau membre spécialisé dans la gestion des risques et les systèmes de contrôle interne**, une expertise précieuse qui renforce notre gouvernance tout en améliorant la représentation féminine au sein de l'instance.

ZOOM

sur les initiatives 2025

**NICOLE BEINER**

Membre du conseil d'administration

« Je suis convaincue qu'une stratégie ESG performante repose sur des dispositifs robustes de gouvernance, de gestion des risques et de contrôle interne. Le renforcement de ces dispositifs est essentiel pour soutenir la croissance du Groupe tout en garantissant une démarche durable, cohérente et crédible vis-à-vis de l'ensemble des parties prenantes. »

PERSPECTIVES 2026

- Finalisation de l'enrichissement de notre système de pilotage des risques et mise en place d'un référentiel d'audit interne au niveau du groupe.
- Automatisation de la collecte des données ESG, notamment celles du pilier « L'Humain », grâce à la finalisation de la digitalisation de nos processus administratifs RH.
- Déploiement des programmes de formation au leadership, enrichis de modules dédiés à la RSE et à l'éthique, afin d'ancrer davantage ces enjeux au cœur des pratiques de management.
- Formalisation et signature d'un Code de conduite Sandoz Foundation Hotels, par le Conseil d'administration ainsi que les comités de direction du Groupe et des hôtels, afin de renforcer notre cadre commun en matière d'éthique, d'intégrité et de gouvernance responsable.

ANNEXES

Noura Ait-Hadi (Réception CHO et ANG)



A.1 ORGANISATION LÉGALE

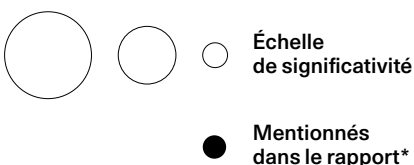
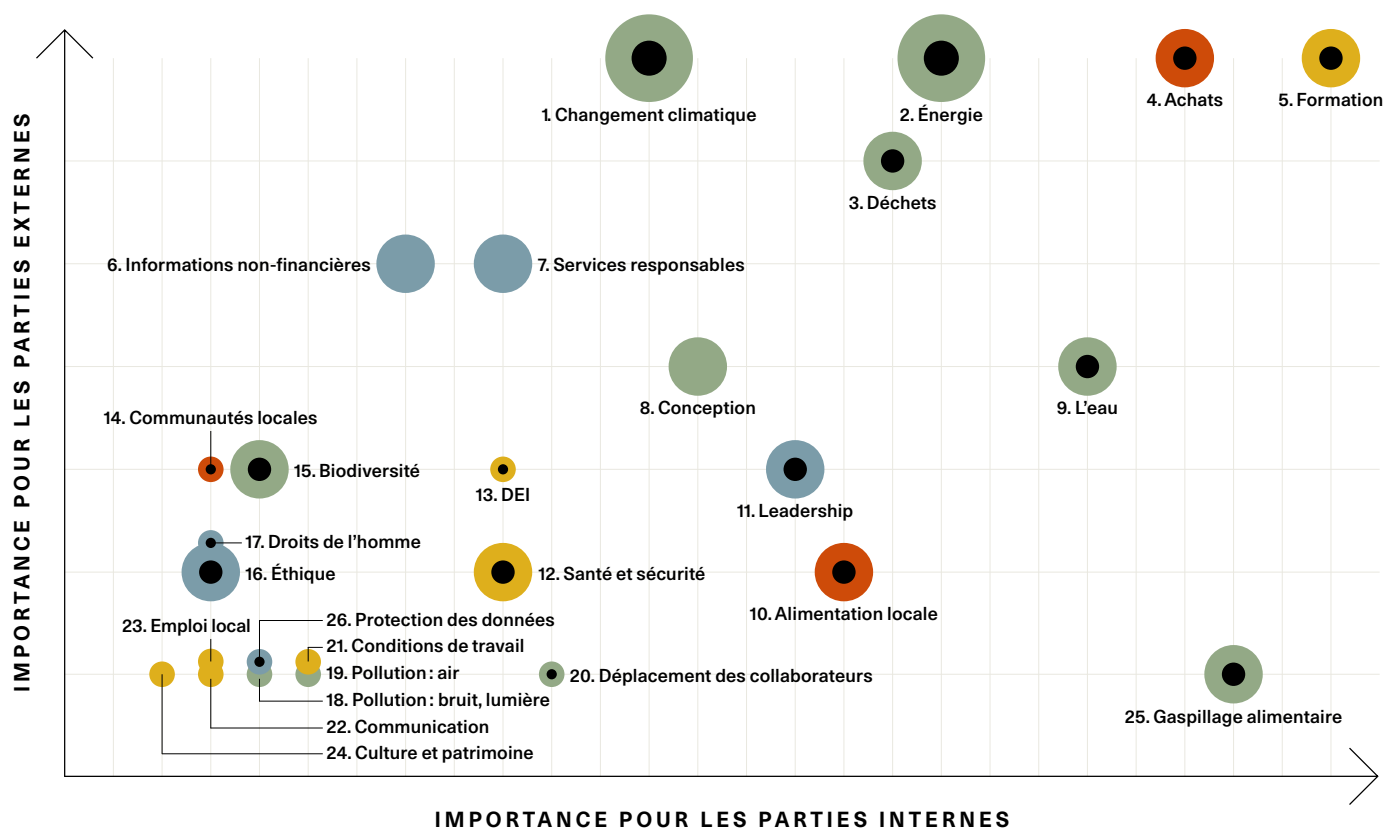


SANDOZ FOUNDATION HOTELS (SFH)

MARQUE DÉPOSÉE PAR
SANDOZ FONDATION DE FAMILLE HOLDING S.A. (SFFH)
SOCIÉTÉ ANONYME INSCRITE LE 30.09.1980



A.2 ANALYSE DE MATÉRIALITÉ SFH – 2023



1	Changement climatique
2	Réduction des besoins en énergie
3	Réduction et gestion des déchets
4	Achats responsables
5	Formation et reconnaissance
6	Intégration de l'information non-financière
7	Positionnement et offre de services responsables
8	Conception et construction durables
9	Gestion durable de l'eau
10	Alimentation durable, locale et de saison
11	Leadership responsable et gouvernance transparente
12	Santé et sécurité au travail
13	Diversité, inclusion et égalité des chances

14	Communautés locales
15	Biodiversité
16	Éthique des affaires et intégrité
17	Gestion responsable des droits de l'homme
18	Nuisances sonores et pollutions lumineuses
19	Impacts environnementaux de l'exploitation
20	Mobilité des employés
21	Conditions de travail et garanties financières pour les employés
22	Dialogue avec les parties prenantes
23	Emploi local
24	Protection du patrimoine et de la culture locale
25	Gaspillage alimentaire
26	Sécurité et protection des données

A.3 CORRESPONDANCE ENTRE NOS PILIERS RSE ET LES ODD DE L'ONU



	LA PLANÈTE			L'HUMAIN			LES COMMUNAUTÉS		GOUVERNANCE	
	Changement climatique, énergie et eau	Réduction des déchets	Biodiversité	Diversité et inclusion	Santé, sécurité et bien-être	Formation et développement	Achats responsables	Partenariats régionaux	Éthique des affaires et intégrité	Leadership responsable
1 PAS DE PAUVRETÉ				●						
2 FAIM «ZÉRO»		●								
3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE	●	●	●		●					
4 ÉDUCATION DE QUALITÉ				●		●				
5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES				●		●				
6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT	●	●								
7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE	●									
8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE				●	●	●	●			
9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE	●	●					●			
10 INÉGALITÉS RÉDUITES				●		●				
11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES	●	●			●		●	●		
12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES	●	●					●			
13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES	●	●	●				●			
14 VIE AQUATIQUE	●	●	●				●			
15 VIE TERRESTRE	●	●	●				●			
16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES				●	●		●		●	●
17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS	●	●						●	●	●

A.4 MÉTHODOLOGIE DE COMPTABILISATION DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Les émissions de gaz à effet de serre (GES) ont été calculées en s'alignant au *Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard* ainsi qu'au *GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Standard*.

Le périmètre de reporting couvre l'ensemble des hôtels placés sous le contrôle opérationnel de Sandoz Foundation Hotels au cours de l'exercice de reporting. Il exclut les bâtiments ne faisant pas partie de l'activité hôtelière proprement dite.

Scope 1

Les émissions du Scope 1 comprennent les émissions directes liées à la combustion fixe et mobile de carburants. Les données de consommation de combustibles – notamment le gaz naturel, le diesel, le GPL, l'essence et le fuel lourd – sont intégrées dans la plateforme de calcul carbone EarthCheck. Celle-ci convertit les quantités consommées en unités énergétiques (MJ) puis calcule les émissions fossiles associées de CO₂, CH₄ et N₂O à l'aide de facteurs d'émission et de potentiels de réchauffement global reconnus au niveau international.

Les émissions biogéniques de CO₂ associées à la part biosourcée des carburants sont exclues du total du Scope 1 et présentées séparément, conformément aux recommandations du GHG Protocol. Elles sont calculées manuellement à l'aide de facteurs d'émission biogéniques reconnus.

Scope 2

Les émissions du Scope 2 comprennent les émissions indirectes liées à l'électricité achetée et consommée au sein du portefeuille. Les données de consommation d'électricité ainsi que les facteurs d'émission spécifiques des fournisseurs d'énergie sont intégrés dans la plateforme EarthCheck afin de calculer les émissions du Scope 2. Lorsque des facteurs spécifiques fournisseurs ne sont pas disponibles, des facteurs d'émission issus du mix résiduel ou du réseau national sont appliqués, lorsque pertinent (c'est le cas pour l'hôtel Riffelalp qui a un fournisseur local à Zermatt).

Scope 3

Les émissions du Scope 3 sont calculées à l'aide d'une combinaison de méthodologies basées sur les données d'activité, les données massiques, les approches hybrides et les approches monétaires (spend-based), selon la disponibilité et la matérialité des données. Les facteurs d'émission proviennent de bases de données et référentiels internationalement reconnus, notamment :

- DEFRA/BEIS ;
- les lignes directrices du GIEC (IPCC) ;
- la base de données EXIOBASE ;
- les bases de données de l'EPA ;
- Ecoinvent ;
- Climatq ;
- CarbonCloud ;
- IFEU ;
- ainsi que de publications scientifiques revues par des pairs.

Lorsque des données d'activité primaires étaient disponibles, les approches basées sur les données massiques ou les données d'activité ont été privilégiées. Les facteurs d'émission monétaires (spend-based) ont été utilisés lorsqu'aucune donnée plus granulaire n'était disponible. Des approches hybrides combinant données d'achats et catégories représentatives de produits ont également été appliquées à certaines catégories.

Qualité des données et hypothèses

Le Groupe SFH applique les principes de comptabilisation des GES définis par le GHG Protocol : pertinence, exhaustivité, cohérence, transparence et exactitude.

La qualité des données varie selon les catégories du Scope 3 en raison des différences de maturité des fournisseurs et de disponibilité des données. Dans certains cas, des hypothèses, données proxy ou facteurs d'émission sectoriels moyens ont été utilisés. Le Groupe SFH reconnaît que les méthodologies monétaires (spend-based) ainsi que les bases de données input-output peuvent entraîner un niveau d'incertitude plus élevé, notamment lorsque des moyennes sectorielles sont appliquées.

La méthodologie et les facteurs d'émission sont amenés à évoluer progressivement, au fur et à mesure de l'amélioration de la qualité des données, de la publication de nouvelles références scientifiques et de la montée en maturité de l'exercice en interne.

A.5 INDEX STANDARDS GRI

Cet index de contenu GRI est présenté en anglais afin de préserver la cohérence avec les standards GRI et de faciliter sa compréhension :

This GRI content index has been prepared with reference to the GRI Standards 2021. It covers disclosures relating to the organisation, governance, strategy, stakeholder engagement and the material topics aligned with our four CSR pillars. As Sandoz Foundation Hotels group is made up of four distinct legal entities, we have used separate columns, where relevant, to distinguish information specific to each one.

Organisation and its Reporting Practices					
2-1a	Legal name	Sandoz Foundation Hotels is made up of four legal entities. All entities are managed at a group level by the same standards described in the report.			
		Beau-Rivage Palace SA Lausanne-Ouchy.	Lausanne Palace SA.	Palafitte SA.	Riffelalp Resort AG.
2-1b	Ownership and legal form	Public limited company registered on 31.03.1883.	Public limited company registered on 18.10.1902.	Public limited company registered on 09.12.1998.	Public limited company registered on 21.10.1968.
2-1c	Location of headquarters	Lausanne, Switzerland.	Lausanne, Switzerland.	Pully, Switzerland.	Zermatt, Switzerland.
2-1d	Countries of operation	Switzerland.			
2-2.	Entities included in sustainability reporting	Beau-Rivage Palace SA Lausanne-Ouchy, Lausanne Palace SA, Palafitte SA, Riffelalp Resort AG; all entities are managed at a group level by the same standards described in the report.			
2-3a, b	Reporting period and frequency	1st January 2025 to 31st December 2025, annual.			
2-3c	Report publication date	30th June 2026.			
2-3d	Contact point for questions regarding the report	Jennifer Roux (Sustainability Manager), rse@sandoz-hotels.ch.			
2-4.	Restatements of information	No restatements of information reported in previous reporting periods were made during the reporting year. Certain methodologies and data collection processes were improved in 2025; however, historical data could not be recalculated due to data availability limitations. They are explained pages 20 - 21 and 80.			
2-5.	External assurance	None.			
2-6.	Activities, value chain and other business relationships	Active in hospitality sector, see pages 7 - 10, 59 - 61 (supply chain), 62 - 69 (local partnerships).			
2-7.	Employees	Pages 7 and 37, data reported as head count.			
2-8.	Workers who are not employees	Page 7.			
Governance					
2-9.	Governance structure	Page 12-13: this governance structure is applied at a group-level. The executive committee reports to the highest governance body which is our board of directors, via our CEO, and during board meetings. This board of directors is the same for all legal entities (with the exception of Riffelalp Resort AG who has one additional member).			
2-10a	Nomination and selection of the highest governance body	Every year, during the General Assembly, the members are elected or re-elected for all companies. The mandates are always for one year.			
2-10b	Criteria for nominating and selecting highest governance body members	Confidential.			
2-11.	Chair of the highest governance body	Onno Poortier - Chairman of the Board.			
2-12.	Role of highest governance body in overseeing the management of impacts	Approval on an annual basis of the strategic plans of the hotels (including CSR strategy at a group level). Reviewal of progress three times a year during board meetings. Elaboration of long-term business plans with the Executive Management Committee of the hotels.			

A.5 INDEX STANDARDS GRI

2-13.	Delegation of responsibility for managing impacts	The CEO is responsible for implementing any strategic decisions taken by the Board, including those related to sustainability and ESG impacts. Operational responsibility is delegated to the executive committee of each legal entity, and, depending on the topic, to specific managers. Coordination of sustainability topics takes place at the group level to ensure alignment across all legal entities.
2-14.	Role of the highest governance body in sustainability reporting	Approval and review.
2-15.	Conflicts of interest	Ethics charter & ethics council for the hotel group applies to our Board members as well.
2-16.	Communication of critical concerns	Issues of critical concern are communicated on a quarterly basis during board meetings, or by our CEO when needed.
2-17.	Collective knowledge of the highest governance body	Members of the Board bring diverse expertise in hospitality, finance, operations, and strategy. While there is no formal ESG training program currently in place for Board members, they are regularly briefed on key sustainability topics by the executive committee, and ESG issues are included in strategic planning discussions.
2-18.	Evaluation of the performance of the highest governance body	Specific to each legal entity and confidential.
2-19.	Remuneration policies	Board members receive a fixed annual remuneration. There are no variable or performance-based components. Remuneration is set based on the role and responsibilities of each member.
2-20.	Process to determine remuneration	Board member remuneration is determined by the ultimate shareholder.
2-21.	Annual total compensation ratio	Not available.
Strategy		
2-22.	Statement on sustainable development strategy	Pages 3, 6, 7, 8 and 11.
2-23.	Policy commitments	Pages 12 - 14 (Sustainable Frameworks), 72 - 73 (Business Ethics), and within each material topic subsection where relevant.
2-24.	Embedding policy commitments	Pages 12 - 14 (Sustainable Frameworks), 59 - 61 (Supply Chain), 72 - 73 (Business Ethics), and within each material topic subsection where relevant.
2-25.	Processes to remediate negative impacts	Details within each material topic subsection on the management and remediation of actual and potential impacts.
2-26.	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Pages 72 - 73 (Business Ethics): we have a whistleblowing policy.
2-27.	Compliance with laws and regulations	Operations were fully compliant: no fines or non-monetary sanctions during 2025 (page 73).
2-28.	Membership associations	Page 10: our hotels are part of different industry affiliation programs and sustainability programs and organizations. Our hotels are also members of industry organizations at a national-level (Swiss Tourism, Hotelleriesuisse, GastroSuisse) and state-level (Lausanne Tourism, Zermatt Tourism, Jura Trois-Lacs, GastroVaud / GastroNeuchâtel / GastroValais).
Stakeholder engagement		
2-29.	Approach to stakeholder engagement	Appendix A.2 page 78 (Materiality), Appendix A.6 page 86 (Table of Stakeholder Engagement Platforms) & pages 11 (Framework), 12 - 13 (Governance & Feedback Mechanism), 62 - 68 (Regional Partnerships), 74 (Leadership) describe our approach to and engagement with Stakeholders as a core component of our sustainability strategy
2-30.	Collective bargaining agreements	Page 37 (National Collective Labour Agreement for hotels, restaurants and cafes – called CCNT in French, CLA in English and L-GAV in German).
Disclosures on material topics		
3-1.	Process to determine material topics	Page 11 & Appendix A.2 page 78. The detailed methodology remains unchanged from 2024; refer to the 2024 ESG Report for the full description.
3-2.	List of material topics	Page 11. See Appendix A.2 (page 78) of this report for detailed list - remains unchanged from 2024.
3-3.	Management of material topics	Page 11, and within each material topic subsection.

A.5 INDEX STANDARDS GRI

Material topics - Environmental		
Climate Change, Energy and Water		
103-3	Management of material topics	Pages 17 - 24.
302-1	Energy consumption within the organisation	Pages 18 - 19.
302-2	Energy consumption outside the organisation	Reported as part of Scope 3 emissions, pages 21 and 80.
302-3	Energy intensity	Pages 18 - 19.
302-4	Reduction of energy consumption	Pages 18 - 19 and 24.
305-1	Direct (Scope 1) GHG Emissions	Pages 20 - 21.
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG Emissions	Pages 20 - 21.
305-3	Other indirect (Scope 3) GHG Emissions	Page 21.
305-4	GHG emissions intensity	Page 20.
305-5	Reduction of GHG emissions	Pages 20, 21, and 24.
305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	Our operations are free from ozone-depleting substances (ODS) such as CFCs.
305-7	Nitrogen oxides, sulfur oxides and other significant air emissions	Not reported.
303-1	Water withdrawal by source	Page 23.
303-2	Water sources significantly affected by withdrawal of water	Information not available, but not water extracted from high-stress areas.
303-3, 5	Water withdrawal and water consumption	Page 23.
Waste		
103-3	Management of material topics	Pages 25 - 29.
306-2	Management of significant waste-related impacts	Pages 25 - 26.
306-3	Waste generated	Pages 25 - 26.
306-4	Waste diverted from disposal	Page 26.
306-5	Waste directed to disposal	Page 26.
Biodiversity		
103-3	Management of material topics	Pages 30 - 33.
304-1	Operational sites in or adjacent to protected areas and areas of high biodiversity value	Page 30 - 31.
304-2	Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	We apply the precautionary principle to minimise impact, supported by projects with local community partners to protect habitat. We are finalizing a detailed assessment of biodiversity (species and ecosystems) and potential risks, impacts and opportunities in 2026.
304-3	Habitats protected or restored	Pages 32 - 33.
304-4	IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	Information not yet available; biodiversity strategy and KPIs planned for 2026, pages 32 - 33.
	Sustainable certified fish (%)	Page 31: we track this metric as a measure to reduce possible impact.
	Palm oil-free products (%)	Page 31: we track this metric as a measure to reduce possible impact.

A.5 INDEX STANDARDS GRI

Material topics - Social		
Diversity and Inclusion		
103-3	Management of material topics	Pages 36 - 39.
405-1	Diversity of governance body and employees	Page 37.
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Page 37.
Health, Safety and Well-being		
103-3	Management of material topics	Pages 40 - 42.
403-1	Occupational health and safety management system	Pages 40 - 42.
403-9	Work-related injuries	Page 42.
403-3	Occupational health services	Pages 40 - 42.
Training and Recognition		
103-3	Management of material topics	Pages 43 - 47, plus recognition pages 48 - 56.
404-1	Average hours of training per year per employee	Page 44.
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Page 43 - 47.
401-1	New employee hires and employee turnover	Page 44.
Material topics - Community		
Responsible Purchasing		
103-3	Management of material topics	Page 59 - 61.
204-1	Proportion of spending on local suppliers	Page 4 and 60, defined as Swiss, with plans to measure and increase local procurement.
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	Pages 59 - 60.
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	None.
408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labour	None.
409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labour	None.
Regional Partnerships		
103-3	Management of material topics	Pages 62 - 69.

A.5 INDEX STANDARDS GRI

Material topics - Governance		
Business Ethics and Integrity		
103-3	Management of material topics	Pages 72 - 73.
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	Corruption risks are managed through the Group's ethics, compliance and governance processes, including the Ethics Charter, whistleblowing mechanism and compliance monitoring.
205-2	Communication and training about anti-corruption	No formal trainings, communication via our Ethics Charter published in 2024. See pages 72 - 73, and leadership training page 75.
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	No reported incidents of corruption or attempted corruption (page 73).
Responsible Leadership		
103-3	Management of material topics	Pages 74 - 75.

A.6 TABLEAU DES PLATEFORMES D'ÉCHANGES

Groupe de parties prenantes	SUJETS DE PRÉOCCUPATION	CANAUX DE COMMUNICATION	FRÉQUENCE D'ENGAGEMENT
Collaborateurs (actuels)	Rémunération équitable, développement de carrière, bien-être, DEI, raison d'être au travail.	Intégration des nouveaux collaborateurs, signalétique RSE dans l'ensemble de l'hôtel, réunions internes, application digitale de communication interne, réseaux sociaux internes et externes, courriels d'information et newsletters, formations spécifiques sur le développement durable, enquêtes de satisfaction internes, relations presse, événements et animations internes.	Quotidiennement, canaux de communication ouverts disponibles, enquête formelle annuelle.
Collaborateurs (futur)	Rémunération équitable, développement de carrière, bien-être, DEI, raison d'être au travail.	Réseaux sociaux internes et externes, salons de l'emploi, courriels, presse, site web.	Selon les besoins.
Hôtes	Service de haute qualité, pratiques de durabilité, approvisionnement éthique, bien-être et sécurité; découverte des éléments uniques de la destination.	Confirmations de réservation, courriels, interactions avec le personnel, enquêtes de satisfaction auprès des clients, informations sur le développement durable dans les chambres, site web, réseaux sociaux externes, bulletins d'information, signalisation RSE dans l'ensemble de l'hôtel, presse, événements, newsletters.	Communication permanente pour la signalisation interne, communication numérique systématique (contenu basé sur le projet et image de marque), e-mailing mensuel, enquêtes formelles après chaque séjour.
Agences de voyages et organisateurs locaux de séjours	Préoccupations des visiteurs et valeur ajoutée par rapport aux concurrents.	Salons de vente, courriels, brochures, appels de vente, presse.	Selon les besoins.
Fournisseurs	Partenariats à long terme, conditions de paiement équitables, transparence, approvisionnement durable.	Interactions avec l'équipe des Achats, Charte d'Achats, audits des fournisseurs, ateliers pour les fournisseurs, communications ciblées, presse, événements.	Contractuellement et annuellement pour les audits.
Partenariats communautaires	Contribution économique, embauche locale, préservation et soutien de la culture et de l'environnement local, soutien aux associations régionales dans les domaines de la culture, de l'inclusion et de l'enfance.	Rapport ESG, événements culturels, bénévolat, bourses d'études, échanges, communication événementielle multi-canal des hôtels.	Relations communautaires permanentes adaptées aux besoins des différents projets.
Organismes gouvernementaux et réglementaires	Conformité légale, transparence, contributions fiscales, tourisme durable.	Rapports, participation à des consultations sectorielles, audits de certification annuels (par exemple, audits de durabilité EarthCheck, audits d'hygiène, audits de qualité, audits de sécurité, etc.).	Selon les besoins.
Associations faitières de notre secteur et affiliations de qualité	Partage des meilleures pratiques, plaidoyer commun, innovation et inclusion dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration.	Réunions et tables rondes annuelles, initiatives de collaboration, audits de qualité et d'accessibilité, courriels, plateforme de communication numérique.	Selon les besoins. Les audits de qualité sont réalisés chaque année, tandis que les audits de classement ont lieu tous les cinq ans.
Organisation non gouvernementales (ONG)	Action pour le climat, protection de la biodiversité, opérations durables.	Rapport ESG.	Selon les besoins.
Propriétaires / Conseil d'administration	Performance financière, réputation, gestion des risques ESG, stratégie à long terme, performance RH.	Réunions du conseil d'administration, rapport ESG, newsletters externes, interactions avec les collaborateurs.	Communication régulière. Réunions trimestrielles (BRP SA, LPA SA, PAL SA) ou semestrielles (RIF AG) du conseil d'administration.

A.7 ACRONYMES ET UNITÉS

AI Vaud	Assurance Invalidité Vaud	ODD	Objectifs de Développement Durable
ANG	Hôtel Angleterre	ONU	Organisation des Nations Unies
BRP	Beau-Rivage Palace	PAL	Hôtel Palafitte
BRP SA	Beau-Rivage Palace SA (entité juridique incluant le BRP, ANG et CHO)	RH	Ressources Humaines
CDD	Contrat à Durée Déterminée	RIF	Riffelalp Resort 2222m
CDI	Contrat à Durée Indéterminée	RSE	Responsabilité sociétale de l'entreprise
CEO	Chief Executive Officer	SFH	Sandoz Foundation Hotels
CH₄	Méthane	SIRH	Système d'Information des Ressources Humaines
CHF	Franc suisse	SUVA	Assurance suisse contre les accidents
CHO	Château d'Ouchy	SwissChim	Outil suisse de gestion des produits chimiques
CO₂	Dioxyde de carbone	tCO₂e	Tonne équivalent CO ₂
CO₂e	Équivalent dioxyde de carbone	UNIL	Université de Lausanne
COMEX	Comité Exécutif		
D'CLIC	Comité du personnel interne		
DEI	Diversité, équité et inclusion		
ESG	Environnement, Social, Gouvernance		
F&B	Food & Beverage, qui signifie restauration et boissons		
GHG	Greenhouse Gas		
GRI	Global Reporting Initiative		
HEC	Hautes Études Commerciales (section de l'UNIL)		
HGT	Hôtellerie, Gastronomie et Tourisme		
KPI	Key Performance Indicator / Indicateur de performance clés		
kgCO₂e	Kilogramme équivalent CO ₂		
L	Litre		
LMS	Learning Management System / Plateforme numérique de gestion de la formation		
LOGIB	Outil fédéral suisse d'analyse de l'égalité salariale		
LPA	Lausanne Palace		
MANCOM	Management Committee		
MAP/JUMP	Junior & Senior Management Program / Formations de management		
MJ	Mégajoules		
m³	Mètre cube		
N₂O	Protoxyde d'azote		

IMPRESSUM

Crédits photos

Mike Wolf : 1, 46 (bas), 50, 51, 52, 53, 54

Anthony Demierre: 65 (haut)

Sébastien Agnetti: 63

Anoush Abrar: 3

Enric Sanchez: 22

Riffelalp Resort: 28 (gauche)

Sandoz Foundation Hotels : 5, 13, 15, 28 (droite),
31, 33, 34, 38, 41, 42, 45, 46 (haut), 47, 55,
57, 60, 61, 64, 65 (bas), 66, 67, 68, 69, 70, 73, 76

DR: 75

Graphisme

Atelier Cocchi, Lausanne



LAUSANNE BEAU-RIVAGE PALACE – LAUSANNE PALACE
CHÂTEAU D'OUCHY – HÔTEL ANGLETERRE **NEUCHÂTEL** HÔTEL PALAFITTE
ZERMATT RIFFELALP RESORT 2222M

UNE PUBLICATION COORDONNÉE PAR LE DÉPARTEMENT RSE
JUN 2026

RSE@SANDOZ-HOTELS.CH
CHEMIN DE BEAU-RIVAGE 21 CH-1006 LAUSANNE