

DISTRIBUTEURS-GROSSISTES EN BOISSONS

LABEL DÉVELOPPEMENT DURABLE

RAPPORT 2015-2021



« UN LABEL ACCESSIBLE À TOUS, PRATIQUE ET OPÉRATIONNEL. L'ENTREPRISE QUI S'ENGAGE GRÂCE À CET OUTIL GAGNE EN PERFORMANCE, MAIS AUSSI EN ATTRACTIVITÉ. »



Depuis 10 ans, nous construisons notre label RSE avec et pour nos adhérents. Nous avons été précurseurs en engageant toute notre profession dans le développement durable, convaincus qu'il fallait faire évoluer nos pratiques collectivement tout en prenant en compte les attentes de toutes les parties prenantes. Nous avons également été pionniers en pressant avant l'heure les atouts d'une approche sectorielle comme le préconisent les récents travaux commandités par le gouvernement.

En créant notre propre label, nous affirmons une priorité : développer un outil d'accompagnement engageant, pragmatique et adapté aux spécificités de la profession.

Convaincus que la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise est une valeur incontournable du développement et de la pérennité de notre profession, nous avons fait preuve d'ambition en définissant, dès 2015, un référentiel d'exigences inspiré de la norme ISO 26000, adapté à nos PME, accessible et évolutif.

Nous sommes aujourd'hui très fiers de compter plus d'un tiers de nos adhérents parmi les entre-

prises labellisées. Ils partagent une volonté commune : développer leurs activités dans un cadre durable, respectueux de l'environnement et des hommes. Nous continuerons de les accompagner en proposant de nouvelles pistes d'amélioration, une évolution du référentiel sectoriel et de nouveaux outils d'animation. Dans le même temps, nous poursuivrons la mobilisation afin d'engager de nouvelles entreprises.

Si ces deux années de crises (sanitaire, climatique, géopolitique) ont impacté notre profession et nos entreprises, elles n'ont paradoxalement pas freiné notre motivation. Au contraire, cette période a souligné, si elle était encore nécessaire, l'urgence d'agir différemment.

La labellisation est utile et génère de nombreux bénéfices. Les exemples et témoignages présentés ici en sont la preuve. Rejoignez-nous ! ●

Jean-Jacques Mespoulet
Président de la FNB



Aller plus loin





11 %

des salariés ont bénéficié d'au moins 1 journée de formation à la démarche



Plus de
1/3
des sites adhérents à la FNB sont labellisés

Plus
d'**1 milliard €**
de chiffre d'affaires cumulé



Soit
50 %
des salariés représentés par la FNB

70/100

C'est la note moyenne obtenue par les entreprises labellisées lors du premier audit d'évaluation



10 points

c'est la progression moyenne entre la 1^{ère} labellisation et l'audit de renouvellement à 3 ans



PRÉCAUTIONS DE LECTURE

Ce rapport d'impact s'appuie sur des données collectées entre 2015 et 2021. La sélection des thèmes, actions et indicateurs présentés dans ce rapport, a été effectuée selon des critères de représentativité significatifs et complets pour l'ensemble de la profession. D'autres indicateurs, à ce jour volontaires pour les entreprises labellisées, n'ont pas été retenus car non représentatif du périmètre. En outre, le rapport tient compte de la période Covid qui a impacté notre profession et toute la filière.

[Lire la note méthodologique sur les indicateurs](#)



UNE DYNAMIQUE FORTE, UNE PROFESSION ENGAGÉE

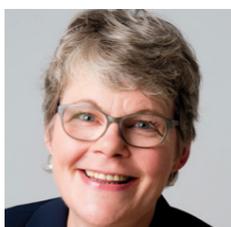
En 2015, la FNB initiait l'un des premiers labels sectoriels en France. Sa création résultait de la volonté à valoriser les efforts continus et historiques de la profession en matière de Développement Durable. À ce jour, plus de 50 entreprises ou groupe d'entreprises sont labellisés.

Toutes les entreprises sont volontaires et réalisent leur auto-diagnostic avant de s'engager et bénéficier d'une journée de formation. Chacune dispose ensuite de 12 mois avant de réaliser son premier audit annuel de labellisation. Ce dernier est mené par Ecocert Environnement, afin de garantir la valeur et la fiabilité selon le référentiel d'exigences de la profession.

Les entreprises ont accès à une boîte à outils complète. Chaque exigence fait l'objet d'une fiche de présentation nourrie d'exemples de bonnes pratiques. Un parcours de formation spécifique, accessible en distanciel et ouvert à tous les collaborateurs est aussi proposé. Enfin, une assistance téléphonique est mise à disposition de l'entreprise afin de l'aider dans la mise en place de ces actions et lui garantir la réussite lors de l'audit de labellisation.

L'entreprise doit obtenir une note moyenne de 50 % sur les 30 points de contrôle pour être labellisée. Sur la période, on constate que la plupart des entreprises auditées atteignent le score de 70 % dès la première année et affichent une progression moyenne de 4 points par an. Le label a été conçu comme un véritable outil d'accompagnement pour les entreprises désireuses de s'engager dans une démarche de progrès continue. Il leur permet d'identifier les actions à mettre en place et les gains à en retirer. Les progressions observées d'une année à l'autre, au travers du système de notation mis en place, en témoignent. ●

Regard d'expert



« Si le transport et l'emballage restent les enjeux centraux de l'activité, d'autres pistes d'amélioration permettent aujourd'hui de compléter l'approche pour définir une démarche RSE globale pour l'ensemble du secteur ». ●

Nadia Boeglin,
Directrice de la Transition Écologique des Grands Comptes ADEME

Des professionnels impliqués

La Commission Développement Durable de la FNB, qui réunit des entreprises adhérentes, veille à l'adéquation du label avec les exigences normatives. En s'appuyant sur la norme ISO 26000, elle fait régulièrement évoluer le contenu du label. En 2021, la FNB a lancé une vaste consultation afin de recueillir les attentes et les perceptions de toutes ses parties prenantes.

Le futur comité de suivi du label décidera, en 2022, de l'évolution des outils et de la dynamique à destination des labellisés. L'organisme indépendant et expert en RSE, Ecocert Environnement, participe régulièrement aux réflexions sur l'évolution du label. ●



« Nos actions ont des répercussions sur notre écosystème. En tant qu'intermédiaire de la filière, notre profession doit mettre en place un système vertueux et bénéfique pour la planète, nos clients, nos fournisseurs, nos collaborateurs et nos entreprises ». ●

Loïc Latour,
PDG de France Boissons



UN OUTIL DE PILOTAGE PRAGMATIQUE ET ADAPTÉ

La Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, également appelée responsabilité sociale des entreprises, est définie comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et dans leurs relations avec les parties prenantes.

Cela consiste à développer et piloter son activité en prenant des initiatives respectueuses de l'environnement, mais aussi de ses collaborateurs, de ses clients et partenaires (fournisseurs, actionnaires...), ainsi que de la société de manière générale (riverains, collectivités, citoyens...). Le label permet d'initier une approche RSE adaptée au secteur, intégrée et pilotée, c'est-à-dire mesurée et suivie. L'ouverture aux parties prenantes, l'écoute de leurs attentes, la pédagogie et la transparence sont à la RSE, ce que l'étude de marché est au marketing. Indispensable !

Ce thème clé du label permet de préciser et formaliser l'engagement de l'entreprise, de construire une démarche organisée, de prioriser les enjeux, de planifier les actions à mettre en place et d'en suivre les résultats pour progresser régulièrement. La mise en place d'un système de management de la démarche facilite l'amélioration continue et l'appropriation par tous grâce au suivi des bons indicateurs de performance. ●



« L'engagement responsable implique le dialogue avec les parties prenantes et le leadership de la direction. Le Label RSE de la FNB intègre ces deux volets. » ●

Agnès Rambaud-Paquin,
Vice-Présidente Executive - Des Enjeux
et Des Hommes / Groupe Ecocert

Chiffres
clés

85 %

des labellisés ont réalisé
une cartographie des
parties prenantes
et s'impliquent avec
des partenaires locaux.

75 %

des labellisés ont mis
en place une revue
de direction et désigné
un référent RSE.

79 %

des labellisés affichent
des engagements
complémentaires
aux exigences fixées
par le label.



Bonnes pratiques

**| CRÉER UNE
MARQUE DÉDIÉE
POUR SUSCITER
L'ENGAGEMENT ET LE
FAIRE SAVOIR ! |**

Lorsque Cozigou s'est engagé dans sa démarche RSE, la direction cherchait un moyen efficace pour impliquer les 250 collaborateurs répartis sur 12 sites. La marque Ecozigou est née de cette ambition et permet d'identifier les actions mises en place, notamment sur les questions environnementales. ●

Philippe Guérin,
Directeur général adjoint
du groupe Cozigou

Aller plus loin  

»» Pistes de progrès 2022

À court terme :

- **AFFINER**
les exigences
et les critères
d'appréciation
sur ce volet.
- **DÉVELOPPER**
l'accompagnement en
amont de la labellisation.

À moyen terme :

- **INSTAURER**
un véritable comité de
gouvernance ouvert et
composé des différentes
parties prenantes de la
profession.

DE NOUVEAUX SERVICES CRÉATEURS DE VALEURS AU SEIN DES TERRITOIRES

Face aux évolutions législatives et aux nouveaux enjeux de toute la filière en matière de consommation responsable, notre place d'intermédiaire entre fabricants et professionnels de la consommation hors domicile (cafés, hôtels, restaurants, discothèques, associations culturelles et sportives, restauration collective...) confère à la profession un rôle majeur. La RSE peut être un levier d'innovation bénéfique pour l'ensemble des acteurs, pour l'environnement ainsi que pour nos territoires. C'est le cas par exemple du service de reprise des emballages en verre à usage unique, qui s'appuie sur la logistique inversée pratiquée également pour gérer les emballages réemployables : un service utile, concret et positif qui favorise le recyclage des matériaux en proposant un service de collecte « porte à porte » adapté, en complément du recours aux emballages réemployés qui permet d'économiser l'équivalent de 500 000 tonnes de déchets à traiter par an. Le label et ses exigences facilitent l'intégration de la RSE dans l'offre produits et de services, au cœur de la relation client, et contribue à faire connaître la création de valeur de nos entreprises au sein des territoires. ●

La consommation responsable : un enjeu majeur pour toute la filière



Laure Bomy,
Directeur général de la FNB
Pour en savoir plus [+](#)

« Les distributeurs-grossistes en boissons conseillent leurs clients dans leurs choix et développent de nombreux services. Ils incitent à développer des pratiques plus vertueuses en matière d'achats responsables, d'écoconception ou encore de gestion des déchets. » ●



Frédéric Pouliquen,
Président de Ouest Boissons

« Reprendre les emballages en verre à usage unique est un service pour nos clients et une action en faveur de la réduction de nos déchets, comme le recours au réemploi. C'est un service incontournable et un élément de différenciation que nous devons mettre en avant. » ●



Chiffres clés

100 %

des labellisés encouragent le réemploi et la réutilisation dans leurs pratiques commerciales et le font savoir.

79 %

des labellisés s'engagent dans la sensibilisation des clients et consommateurs à l'économie circulaire.

93 %

des labellisés, ont observé une progression régulière de la part des clients ayant opté pour le service de récupération des emballages en verre à usage unique.



Bonnes pratiques | DES OUTILS DE PROMOTION |

« Chez Souchon Boissons Services, la reprise du verre à usage unique est un service proposé à l'ensemble de nos clients. Nous avons créé une plaquette dédiée pour sensibiliser nos clients aux bénéfices de la démarche afin de les inciter à la mettre en place avec nous. » ●

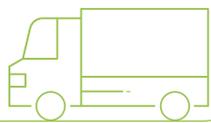
Rémi Souchon,
Directeur général, Souchon Boissons Services

Pour en savoir plus [+](#)

>>> Pistes de progrès 2022

- **RENFORCER** le volet Économie circulaire en privilégiant les exigences en lien avec la Stratégie 3R (réduction, réemploi, recyclage).

LIMITER



LIMITER NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

Les organisations et les schémas logistiques s'adaptent pour maintenir leur niveau de service tout en répondant aux exigences sociétales croissantes.

Face au réchauffement climatique, réduire l'empreinte carbone de nos activités de distribution est une priorité absolue. Le renouvellement des flottes de véhicules, le recours à des énergies alternatives aux énergies fossiles, la formation à l'écoconduite, l'optimisation des tournées... sont autant d'actions concrètes prises en compte par le label et qui répondent à cet enjeu.

La préservation de l'environnement passe également par une meilleure gestion des déchets issus de nos propres activités. (tri, suppression des suremballages, réemploi...) ou encore la réduction des nuisances sonores.

D'une manière générale, le label invite à questionner l'ensemble de ses pratiques pour renforcer son efficacité énergétique, pour adopter des écogestes en faveur d'une plus grande sobriété (diminution de la consommation d'eau, mise en place d'une politique d'achats responsables, réduction de l'empreinte numérique, éclairage naturel...). ●

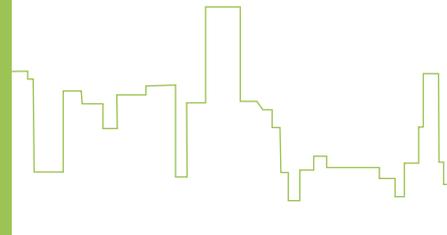
Chiffres clés

65 %

Entre 2015 et 2021, s'agissant des activités de livraison, la consommation de carburant des entreprises labellisées, ramenée au chiffre d'affaires, a baissé de 65 %.

85 %

des labellisés ont mis en place des actions visant à réduire les nuisances sonores (équipements adéquats : hayon, tampon, diables roues pleines, transpalettes électriques...) et échangent avec le voisinage et la collectivité pour tenir compte de leurs attentes.



Bonnes pratiques

| MESURER SES ÉMISSIONS |

En complément de la charte Objectif CO₂, le label invite les entreprises à s'engager dans le dispositif Fret21, qui a pour objectif d'inciter les entreprises agissant en qualité de donneurs d'ordre des transporteurs à mieux intégrer l'impact des transports dans leur stratégie de développement durable. Pour Xavier Fiorina, le dispositif permet de « mesurer l'impact carbone, de mettre en place un plan d'actions concret et ambitieux tout en échangeant avec des entreprises de différents secteurs également impliquées ». ●

Xavier Fiorina,
Directeur Supply chain de France
Boissons

Pour en savoir plus



>>> Pistes de progrès 2022

• RENFORCER

les exigences en matière de « logistique durable » et de mesure de l'empreinte carbone des activités de distribution de boissons.



IMPLIQUER, VALORISER ET RESPONSABILISER LES COLLABORATEURS

Les enjeux de recrutement du secteur et les nouvelles aspirations des salariés en matière d'équilibre vie privée, vie professionnelle questionnent. La profession est amenée à repenser ses organisations de travail et à modifier ses pratiques afin d'attirer de nouveaux talents et fidéliser.

Le développement des compétences, l'amélioration des conditions de travail, de la santé et de la sécurité des salariés ou encore la diminution de l'exposition aux facteurs de pénibilité sont au cœur des préoccupations majeures des entreprises du secteur. En s'engageant dans la démarche de labélisation, les entreprises sont invitées, plus encore, à porter une attention particulière à ces sujets et à l'employabilité de leurs équipes en renforçant l'accès à la formation, ou encore par le développement d'initiatives qui favorisent la prévention et réduisent l'exposition aux risques professionnels. Elles ont, pour beaucoup, structuré et repensé leurs pratiques RH et managériales en privilégiant le dialogue et l'implication de leurs salariés. Ces changements, qui favorisent les échanges, l'innovation et, plus globalement, une meilleure prise en compte des attentes des salariés sont des forces en faveur d'un dialogue social plus ouvert et collaboratif, créateur de valeur pour tous. ●



« Je suis fière de faire partie d'une entreprise qui a des valeurs fortes et les concrétise. Au fil des années, nous avons remarqué de nombreux changements positifs générés grâce au Label. Dans notre contexte environnemental, il est plus que nécessaire que les entreprises de notre

secteur s'impliquent dans le Développement Durable » ●
Maëva Forest,
Assistante Logistique Développement et Méthodes au sein
d'Atlantique Boissons

Chiffres
clés

68 %

des labellisés ont mis en place des indicateurs de pilotage en matière de santé et sécurité des collaborateurs.

89 %

des labellisés attachent une importance particulière à la qualité du dialogue social au sein de l'entreprise.

79 %

des labellisés mènent des actions de sensibilisation au développement durable.

IMPLIQUER



Bonnes pratiques

| MARQUE
EMPLOYEUR |

« En comprenant la démarche RSE, nous avons davantage pris conscience de la part importante du social et de la gouvernance, qui sont souvent oubliés par rapport au volet écologie.

Ces questions étaient au cœur de l'ADN de Prolidis et la démarche nous a permis de mettre en valeur nos atouts. Donner la parole à nos collaborateurs et prendre en compte leurs attentes, c'est une manière de les rendre acteurs du changement à nos côtés. » ●

Hubert Nicolas,
Dirigeant de Prolidis

Pour en savoir plus



>>> Pistes de progrès 2022

• DÉVELOPPER

nos outils de mesure des actions mises en œuvre en faveur de la réduction de la pénibilité ou encore d'une plus grande prise en compte de la diversité, de l'égalité professionnelle et de la qualité de vie au travail.



5 BONNES RAISONS DE S'ENGAGER

1

DES OUTILS ADAPTÉS À LA PROFESSION ET À LA TAILLE DES ENTREPRISES

Nos entreprises labellisées témoignent régulièrement de l'adéquation de ce Label RSE sectoriel avec leurs réalités quotidiennes.

« Le processus par étapes, la formation des équipes et l'auto-évaluation avant la vérification par un tiers externe est particulièrement bien adaptée aux TPE / PME du secteur. »

2

UN OUTIL DE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE

Les labellisés sont unanimes : « La RSE et le label portent de nombreux fruits dans nos entreprises : réduction des coûts, amélioration du suivi de la qualité de vie au travail, fidélisation des collaborateurs, développement commercial par la mise en place de nouveaux services ou encore acquisition de nouveaux clients attentifs à ce type de démarche. »

3

UNE DÉMARCHÉ CONCRÈTE QUI FAVORISE LA PROGRESSION

De nombreuses actions concrètes ont été mises en œuvre. La boîte à outils mises à disposition des candidats à la labellisation regorge de bonnes pratiques qui vous feront gagner du temps. La communauté des labellisées facilite l'échange d'expérience entre pairs et l'essaimage d'actions emblématiques.

4

UN PROJET ENGAGEANT POUR LES ÉQUIPES

L'implication des équipes dans la démarche que ce soit lors de la formation en amont ou par un dialogue régulièrement nourri, permet de faire de la labellisation un projet transverse à toute l'entreprise ou à l'échelle d'un site. « Cela renforce la marque employeur et permet à chaque dirigeant de réaffirmer son projet d'entreprise. Les initiatives mises en place via la labellisation répondent aussi aux préoccupations des collaborateurs et permettent d'attirer de nouveaux talents. »

5

UNE DÉMARCHÉ INNOVANTE

« S'interroger sur son modèle, être proactif, identifier de nouvelles attentes clients, développer de nouveaux services, anticiper les contraintes légales sont autant d'approches innovantes qui modernisent la profession et nos entreprises en répondant aux enjeux environnementaux et sociaux de notre monde. »



« 2023 SERA L'OCCASION D'UN NOUVEAU RÉFÉRENTIEL ET D'UNE NOUVELLE COMMUNICATION POUR LE LABEL RSE DE LA PROFESSION. RENDEZ-VOUS DANS QUELQUES SEMAINES. »



DE NOUVEAUX ENGAGEMENTS

Depuis sa création en 2015, notre label RSE a régulièrement fait l'objet d'évolutions mineures. Après deux années de crise sanitaire sans précédent, qui ont durablement transformé le paysage de la consommation hors domicile, il était important de repreciser nos priorités et vérifier l'adéquation de nos engagements avec les nouvelles attentes de la société. Ce bilan et le dialogue engagé avec nos parties prenantes afin de connaître leurs attentes et leur perception du label doit faciliter l'identification et la reconnaissance des engagements de la profession auprès de chacun (clients, labellisés ou non, institutionnels, industriels...) et permettre de mieux mesurer sa contribution à la construction d'un avenir durable.

« Nous renforcerons ainsi nos engagements en faveur du climat, de la qualité de vie au travail, de l'économie circulaire et de l'ancrage territorial, qui sont déjà exprimés dans notre référentiel RSE sectoriel » annonce Laure Bomy, Directeur Général de la FNB.

Penser l'évolution du label et de nos engagements pour demain, c'est prendre aussi en compte les attentes en matière de communication. « L'un des enjeux du label est la communication et la valorisation des pratiques. Le label doit gagner en lisibilité et en visibilité. Nous devons afficher plus clairement les réalisations de la profession, mieux expliquer notre démarche pour inciter les adhérents à s'engager, mais aussi valoriser les bonnes pratiques de chacun pour faciliter leur essaimage. » poursuit-elle.

Et de conclure : « pour les nouveaux labellisés, comme pour les pionniers, nous souhaitons aussi renforcer nos outils d'accompagnement en amont et pendant le processus de labellisation en mettant en place une véritable politique d'animation de la communauté engagée. Nous privilégierons un label fort, crédible et non opposable. Nous souhaitons embarquer chacun dans une démarche de progrès exemplaire et reconnue, car nous sommes conscients des attentes et de l'urgence. » ●



REJOIGNEZ-NOUS

Initier la démarche de labellisation RSE et engager son entreprise est une décision impactante pour toutes les équipes. Tous les labellisés l'affirment unanimement : les bénéfices pour l'entreprise sont nombreux et dépassent largement le temps nécessaire à la mise en place. Le label RSE de la profession valorise le progrès et la transformation des pratiques. En étant plus compétitifs, en créant de nouveaux services, en développant le capital humain, en valorisant l'offre, vous créez de la valeur et réalisez des économies. Ce label est un moyen efficace pour se différencier, attirer de nouveaux talents et faire connaître vos performances. ●



Vous souhaitez en savoir plus sur le label sectoriel porté par la FNB ou engager votre entreprise dans la démarche de labellisation ?

Rendez-vous sur notre site : www.fnb-info.fr

