



ARCHIVES FLD

La RSE, facteur de création de valeur pour la tomate

De plus en plus d'entreprises et coopératives tomates s'engagent dans la responsabilité sociétale. Une démarche bénéfique au niveau interne et qui peut devenir un avantage concurrentiel.

▲ Une grande majorité d'opérateurs tomate se sont engagés dans la RSE.

Après Rougeline en 2008, Océane en 2012, Savéol et Solarenn se sont engagés dans la responsabilité sociétale des entreprises ou RSE. « La RSE désigne la contribution des entreprises au développement durable, explique Benjamin Perdreau, responsable RSE à Coop de France. La démarche consiste à prendre en compte les impacts sociaux, sociétaux et environnementaux

de l'entreprise pour adopter des pratiques favorables au développement durable, à la santé et au bien-être de la société et avoir un comportement éthique et transparent. » Si les obligations réglementaires sont encore limitées, la RSE est depuis quelques années un thème qui monte. Selon Ethicity, la RSE et le développement durable sont de plus en plus pris en compte dans la décision d'achat des Français. Être engagé dans la RSE permet aussi de se différencier auprès des acheteurs. Si aucun distributeur n'impose d'avoir une démarche RSE, ils sont de plus en plus nombreux à s'y intéresser, comme Carrefour. Un partenariat Coop de France-FCD est en projet pour mieux connaître les attentes des distributeurs français en la matière. Et à l'export, si certains pays comme l'Allemagne y sont peu sensibles, la transparence liée à la RSE peut rassurer sur la sécurité alimentaire, essentielle pour les distributeurs allemands. Selon France Stratégie, avoir une démarche RSE augmente ➤

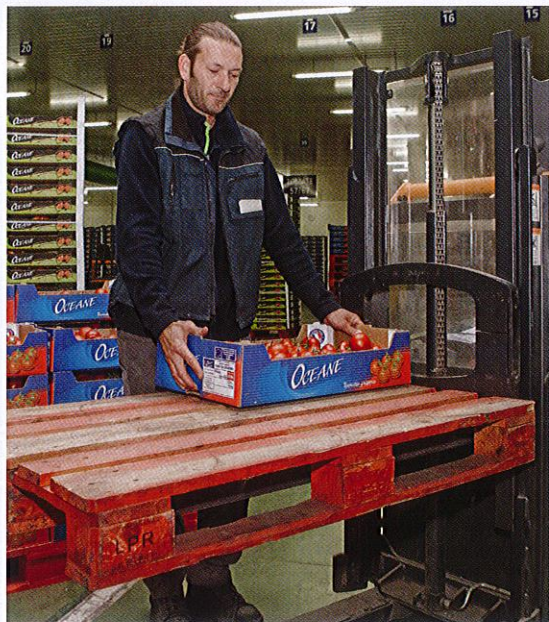


Arnaud Letac, responsable Qualité environnement chez Solarenn

« Répondre aux demandes de certains clients »

« La RSE intéresse certains clients. Un axe stratégique pour nous est la qualité, avec aujourd'hui 60 % de tomates de diversification et, en 2016, la

certification IFS de notre site de conditionnement. Un autre axe est l'énergie, avec 60 % du parc en cogénération et deux installations de méthanisation. Nous avons aussi fait évoluer nos emballages vers le flowpack, qui utilise moins de plastique, et développons la tomate cerise vrac pour réduire les emballages. Nous communiquons davantage vers le grand public, par des manifestations, des serres ouvertes, la presse. Et nous travaillons sur l'emploi saisonnier; à travers notamment la charte de l'emploi saisonnier créée dans le programme 3D. »



« Au-delà des préoccupations économiques et d'environnement, la RSE met l'accent sur les aspects sociaux, notamment sur les relations et conditions de travail.

aussi la compétitivité d'une entreprise de 13 %. Enfin, la RSE permet d'élargir l'analyse des risques et est un projet fédérateur au sein d'une entreprise.

Y ALLER PAS À PAS

Depuis 2010, la norme Iso 26000 définit les principes de comportement de la RSE: redevabilité, transparence, comportement éthique, reconnaissance des intérêts des parties prenantes, respect de la légalité, des normes internationales de comportement et des droits de l'homme. Elle indique aussi les questions à examiner: gouvernance, droits de l'homme, relations et conditions de travail, environnement, bonnes pratiques des affaires, protection du consommateur et contribution au développement local. Les domaines à aborder sont nombreux.

Pour aider les coopératives et entreprises à aller vers la RSE, un programme, 3D (Destination Développement Durable), porté par Coop de France et l'Afnor, a donc été mis en place. Initié en Aquitaine en 2006, il a été mené dans plusieurs régions, dont récemment les Pays de la Loire, de 2012 à 2015, et la Bretagne, de 2013 à 2017. Il propose d'aider l'entreprise à faire un diagnostic initial de ses pratiques en développement durable et à définir un plan d'action et permet un échange entre les structures. Le but étant de construire sa démarche RSE, de communiquer dessus et éventuellement de la faire reconnaître par l'Afnor à travers l'évaluation Afaq 26000. Rougeline a réalisé un diagnostic 3D en 2008 et publié un rapport Développement durable en 2010. Océane y a adhéré en 2012, a publié en 2014 un rapport Développement durable qui sera mis à jour en 2017 et a été évalué au niveau confirmé de la RSE par l'Afaq 26000. Savéol et Solarenn s'y sont engagés en 2014 et Savéol annonce la publication d'un rapport RSE en 2017. ■

Dominique Calais, directeur d'Océane

« Un cadre intéressant pour le management »

« Océane s'est engagé dans la RSE en 2013, à l'occasion de ses vingt ans, pour montrer son passage à l'âge adulte. Nous avons publié un rapport Développement durable et avons choisi de nous faire évaluer par l'Afnor pour officialiser notre démarche. La RSE a créé une grande dynamique en interne, avec les salariés et producteurs. C'est un cadre intéressant pour le management. Cela nous oblige à raisonner à long terme et à chercher à nous améliorer dans tous les domaines. Le recensement et l'échange avec les parties prenantes sont intéressants. Nous avons établi une charte d'achat et travaillons avec des fournisseurs proches et axés RSE. Nous avons aussi créé une charte éthique et sociale. Nous travaillons davantage avec les acteurs du territoire, par du sponsoring, en recevant des écoles, des associations..., ce qui permet aussi de toucher des consommateurs. Nous invitons nos clients et leur expliquons notre démarche. La plupart y sont

sensibles, pour leur image notamment, et certains commencent à intégrer la RSE dans leurs questionnaires. Ce n'est pas un critère obligatoire, mais quand l'offre est abondante, cela peut faire la différence. À long terme, cela peut nous aider à gagner des parts de marché. C'est aussi une démarche rentable. Nous économisons l'énergie. En triant nos déchets, nous limitons le tout-venant qui nous coûte et vendons le papier, le carton. La formation éco-conduite des chauffeurs a permis d'économiser 8 000 €/an. Et comme les salariés sont mieux formés, que nous veillons aux conditions de travail, que l'ambiance est bonne, ils sont plus motivés et sans doute plus productifs. Le fait que beaucoup de structures s'engagent dans la RSE est bon pour l'image des légumes français. »

