

La Fédération Nationale des Boissons publie le premier rapport RSE du label dédié aux grossistes en boissons



Engagée depuis 2015 avec la création d'un Label RSE sectoriel dédié à la profession des distributeurs-grossistes en boissons, la Fédération Nationale des Boissons (FNB) publie son premier rapport.

La FNB a été l'une des premières fédérations professionnelles à avoir développé un outil d'accompagnement engageant, pragmatique et adapté à toutes les tailles d'entreprises du secteur. Ce rapport est l'occasion de faire le point sur l'engagement RSE des distributeurs-grossistes en boissons.

« En s'appuyant sur des chiffres clés et sur les témoignages d'entreprises labellisées, le rapport rend compte de l'engagement de toute une filière. Il invite les dirigeants à s'engager activement dans la démarche et, dans une logique de progrès, annonce les pistes d'évolutions du référentiel. »

Laure Bomy, directeur général de la FNB

Le rapport est disponible en téléchargement par ce lien : [cliquez-ici](#)

Un label RSE conçu avec et pour les professionnels, grossistes en boissons.

Au-delà des 8 entreprises pionnières qui ont initié la démarche dès 2015, ce sont aujourd'hui plus de 50 entreprises ou groupes qui sont labellisés. Cette dynamique confirme l'engagement de toute une filière.

« La fédération a fait preuve d'ambition en définissant, dès 2015, un référentiel d'exigences inspiré de la norme ISO 26000, contrôlé annuellement par un organisme extérieur. Nous sommes aujourd'hui très fiers de compter plus d'un tiers de nos sites adhérents labellisés. Leurs dirigeants partagent une volonté commune qui consiste à développer leurs activités dans un cadre durable, respectueux de l'environnement et des hommes », précise **Jean-Jacques Mespoulet, Président de la FNB.**

Cette dynamique est aussi l'expression d'une reconnaissance du travail porté par la FNB qui élabore et développe ce label RSE avec et pour ses adhérents. Une co-construction qui assure l'adéquation des exigences du label avec les besoins des entreprises et de l'ensemble des parties prenantes.

Des actions concrètes, lisibles et reconnues.

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.



Ainsi :

79 % des labellisés ont pris des engagements complémentaires aux exigences du label.

Par exemple, chez Cozigou, la direction a créé une marque destinée à sensibiliser et impliquer les 250 collaborateurs de l'entreprise répartis sur 12 sites. En interne, les actions mises en place, notamment sur les questions environnementales, sont immédiatement identifiées par tous.

93 % des labellisés ont observé une augmentation du nombre de clients optant pour leur service de récupération des emballages en verre à usage unique.

Chez Souchon Boissons Services, comme pour d'autres, la reprise du verre est désormais un service proposé systématiquement à tous les clients. Il a ainsi collecté près de 100 tonnes de verre à usage unique en 2021 !

La qualité du dialogue social s'est renforcée : 89 % des labellisés déclarent attacher une importance particulière à la qualité du dialogue social au sein de leur entreprise.

Hubert Nicolas, Prolidis, nous explique avoir pris conscience, au travers de la labellisation, de la part importante du pilier social et de la gouvernance dans le développement et la valorisation de son entreprise.

2023 : de nouvelles exigences et plus d'accompagnement.

Le label a évolué régulièrement et doit désormais devenir une véritable vitrine pour les entreprises engagées. Au regard des attentes exprimées par les différentes parties prenantes lors d'une grande consultation organisée au cours du premier semestre 2022, et des nouvelles exigences législatives et sociétales, la FNB a lancé, en septembre dernier, une vaste transformation de son label.

Courant 2023, une nouvelle version sera présentée. Structurée autour de 5 engagements forts, le nouveau référentiel affichera un niveau d'exigences plus élevé et sera accompagné par la création d'une nouvelle plateforme de marque, visant à apporter plus de lisibilité aux performances et engagements de la profession.

« 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. 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 », déclare Laure Bomy, directeur général de la FNB.

Quelques chiffres à retenir sur la période 2015-2021 :

- 20 041 tonnes de verre à usage unique collectées et recyclées entre 2016 et 2021 par les entreprises labellisées ;
- 100 % des labellisés encouragent le réemploi et la réutilisation dans leurs pratiques commerciales et le font savoir à travers leurs outils de communication ;
- 79 % des labellisés s'engagent dans la sensibilisation des clients (CHR) et consommateurs à l'économie circulaire ;
- 85 % des labellisés ont mis en place des actions visant à réduire les nuisances sonores et échangent avec le voisinage et la collectivité pour tenir compte de leurs attentes ;
- 68 % des labellisés ont mis en place des indicateurs dédiés au pilotage de la santé et sécurité des collaborateurs.

Découvrez d'autres exemples et témoignages dans le rapport et sur le site de la FNB

À propos du Label RSE :

Le parcours de chaque adhérent commence par un auto-diagnostic, suivi d'un temps de formations. L'audit annuel de labellisation est contrôlé par Ecocert Environnement, tiers indépendant. L'évaluation porte sur 30 points de contrôle. Pour être labellisée, l'entreprise doit obtenir une note moyenne de 50 %.

À propos de la FNB - fnb-info.fr

La Fédération Nationale des Boissons est le syndicat professionnel qui fédère les distributeurs-grossistes en boissons. Elle rassemble plus de 400 sites ou entreprises, soit 7 000 salariés. La vocation de la FNB est de rassembler, favoriser les échanges, soutenir les initiatives individuelles ou collectives de ses membres, éclairer au gré des évolutions réglementaires et des enjeux sociétaux. Seule organisation reconnue représentative afin de conduire les négociations collectives de branche (Convention Collective IDCC 1536, elle a également un rôle primordial de veille législative et de promotion des métiers de la branche auprès des pouvoirs publics et de toutes les parties prenantes de la chaîne de valeur.