juillet 2021

Groupe Fair

Accueil / BBI / Distribution / Fair

Responsabilité sociétale des entreprises

Une suite naturelle de la démarche qualité

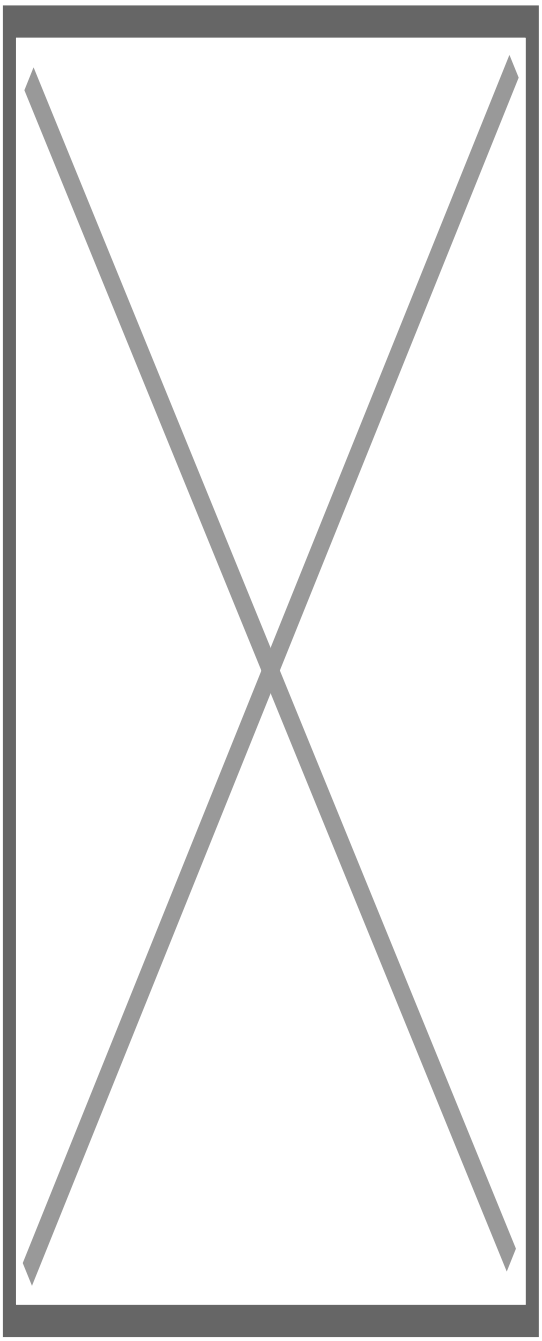
La responsabilité sociétale des entreprises est stratégique pour le groupe Fair et ses membres. Concrètement, le réseau a engagé sa démarche RSE début 2020 en s'appuyant sur le guide du référentiel 26000 qui recouvre en partie les trois référentiels ISO 9001, ISO 14001 et ISO 45001, en collaboration avec Ecovadis. Pendant de nombreuses années, les membres ont su s'appuyer sur les démarches Qualité, et forts de cette expérience, ils ont à présent intégré le volet environnemental et sociétal afin de consolider leur vision à long terme et leur culture RSE.

BBI : Quelle place donnez-vous à la RSE au sein de Groupe Fair ?

Sylvie Pierotti, André Lopez & Philippe Gomez : La démarche RSE doit faire partie de la culture de l'entreprise. Lorsque nous avons entamé il y a vingt-cinq ans nos travaux sur le sujet de la qualité, cela semblait être une exigence administrative et lourde bien éloignée de l'opérationnel. Aujourd'hui, cette notion de qualité est complètement intégrée par nos équipes. Elle a été structurante et notre objectif est qu'il en soit de même pour la RSE, qui devient une réalité quotidienne et positive pour notre activité.

Il faut préciser qu'une partie des exigences de la RSE est déjà couverte par le cadre légal, donc déjà en place et mesurée, telle l'égalité hommes/femmes, la prévention des accidents du travail, etc. Charge à nous de mettre en place les autres volets, comme ceux liés aux consommations d'énergie et à l'empreinte carbone. La politique RSE fait aussi de fait partie de notre ADN de sociétés familiales et impliquées dans les économies locales qui s'appliquent à être exemplaires en termes de responsabilité environnementale et d'éthique, de bien-être de leurs équipes, de services aux clients Nous pouvons ici citer le recyclage associé au Tri 5 flux, la collecte des produits périmés, le broyage des papiers et des cartons pour le calage, la mise en veille de ordinateurs, les stages d'éco-conduite de nos technico-commerciaux, etc. il s'agit désormais de formaliser et documenter ces démarches, au départ individuelles à chaque entreprise, pour les dupliquer et les mesurer dans l'ensemble du réseau Fair.

Nous devons également impliquer nos clients, nos fournisseurs et nos équipes, les sensibiliser, mais surtout, les informer et communiquer sur l'avancement de nos démarches. Ainsi, lorsqu'une société nous demande une livraison quotidienne là où un groupage hebdomadaire suffit, nous l'avertissons que cela n'a de sens ni sur le plan économique ni sur le plan environnemental. Nous pouvons aussi ajouter que nous sommes engagés à long terme avec nos clients pour optimiser la durée de vie des composants et générer des économies d'énergie – nous traçons ces bénéfices via des fiches de gains : un savoir-faire et des réflexes qui sont notre quotidien depuis longtemps et qui s'inscrivent dans la RSE.



BBI : Quelles sont vos priorités actuelles ?

Sylvie Pierotti, André Lopez & Philippe Gomez : Un des principaux enjeux de notre engagement RSE actuel est de formaliser l'existant. Nous possédons déjà un grand nombre d'indicateurs qui découlent de notre démarche qualité, comme par exemple les taux d'accidents du travail, les taux de gravité et les taux de fréquence pour la sécurité au travail ou l'égalité salariale hommes/femmes pour les indicateurs sociaux. Nous devons les intégrer dans notre communication RSE. D'autres résultats environnementaux sont à l'étude comme l'estimation de notre empreinte carbone que nous ne mesurons pas encore.

Dans tous les cas, il faut veiller à ce que la RSE ne soit pas une charge administrative, mais un outil pragmatique intégré au cœur de notre organisation. Elle doit être banalisée. A nous de l'organiser pour rendre sa gestion la plus légère possible et faire en sorte que nos équipes soient actives sur le sujet. Aujourd'hui, ce challenge est sur la bonne voie. Nous voyons que le thème RSE correspond aux...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter. Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue