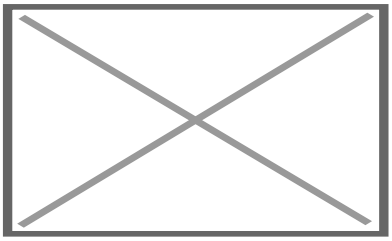
avril 2020

Groupe RG

Accueil / BBI / Distribution / Spécialiste EPI

RG Green, un nouvel outil pour la RSE

Désormais, les produits commercialisés par le Groupe RG sont accompagnés de zéro à quatre planètes traduisant l'engagement du fournisseur dans une démarche éco-responsable. Rgreen Concept est ainsi un nouvel outil proposé par le distributeur pour donner plus de visibilité à ses clients et sensibiliser le marché à une démarche plus vertueuse.



Zéro, une, deux, trois ou quatre planètes sont aujourd'hui susceptibles d'accompagner les produits proposés par le Groupe RG, le leader français de la distribution spécialisée en équipements de protection individuelle.

Le Concept RGreen, mis en place par le distributeur, est né il y a environ un an d'un constat clair : ses acheteurs étaient de plus en plus sollicités par des demandes de clients soucieux de répondre aux engagements RSE de leur entreprise mais parfois quelque peu désorientés quant au manque d'informations, voire de transparence, entourant les produits. Pour le Groupe RG, engagé lui aussi dans une démarche RSE, il n'était pas question de répondre à cette problématique par une réponse minimale. Au contraire, ce fut pour lui l'occasion de renforcer son approche sociétale qui s'exprime notamment à travers l'éthique, le développement d'une politique d'achat durable et responsable et bien entendu la réduction de son impact environnemental.

Le concept RGreen prend ainsi tout son sens dans cette stratégie. « *L'objectif est de tenir compte de la demande de nos clients en matière d'achats éco-responsables en leur donnant de la visibilité. RGreen Concept est pour nous un dispositif innovant pour accompagner au mieux les professionnels dans cette démarche. C'est un outil supplémentaire de la RSE* » explique Pierre Manchini, Pdg du Groupe RG.

Quatre critères

Concrètement, RG a mené un travail de fond sur son offre, afin d'établir une classification des produits, délivrée selon quatre critères dont l'incidence environnementale a été étudiée. Chacun de ces critères donne lieu à un pictogramme, une planète traduisant l'engagement du fournisseur dans une démarche éco-responsable, charge à ce dernier d'apporter la preuve de ce qu'il avance.

Le premier critère concerne l'origine de fabrication du produit, en France ou dans l'Union Européenne, la proximité du lieu de production impactant évidemment l'empreinte carbone. Le deuxième distingue les produits dont au moins 50% des éléments qui les composent sont fabriqués à partir de matière recyclée, ce qui met l'accent sur les filières de recyclage et de revalorisation. Sur certaines catégories de produits, comme les chaussures par exemple, l'enjeu est ambitieux ! Une chaussure de sécurité comporte en moyenne plus de 40 matériaux différents, ce qui évidemment complexifie quelque peu la donne côté recyclage. Le troisième critère prend en compte l'existence d'un label pour le produit, type Ecolabel ou Oeko-Tex, favorisant l'émergence de nouveaux matériaux et de nouvelles pratiques plus protecteurs de l'environnement. Pour finir, une quatrième planète traduit la démarche RSE du fabricant, évaluée par un organisme, de façon à soutenir les démarches sociales et sociétales (comme l'insertion et la protection des salariés) des entreprises.

Au total, quelque 70 000 références, y compris celles de la marque propre du distributeur, ont été passées au crible, un travail qui devrait aboutir au plus tard vers la mi-avril. « *La plupart des produits ont au moins une*

planète, car tous les fabricants que nous sélectionnons sont déjà dans une démarche RSE. En revanche, les produits qui ont trois ou quatre planètes traduisent un véritable engagement de l'entreprise et sa volonté d'aller plus loin dans cette stratégie. »

Un cercle vertueux

Le groupe RG n'a évidemment aucune ambition de jouer les chevaliers blancs de la RSE. D'ailleurs, les produits dont les fournisseurs n'ont pas été en mesure d'apporter les preuves des critères annoncés ne sont pas exclus du catalogue. Leur produit sera tout simplement dépourvu de pictogramme. « *Si les clients estiment qu'ils doivent passer une commande avec un produit qui a une seule planète ou pas du tout, on ne va pas empêcher la vente. Le but est simplement de favoriser la transparence. Mais c'est le client qui se créée son objectif. C'est le seul juge au final*. »

L'attribution d'un score à chaque produit permet aussi d'analyser un fabricant, un marché, un client et de mettre en adéquation des plans de progrès orientés éco-responsables. Si 80% de l'offre du fournisseur dispose de plus de trois planètes, il accède ainsi au statut Platinum. Entre 60 à 80%, il acquiert le statut Gold. Les statuts Silver et Bronze interviennent pour ceux dont, respectivement, 40 à 60% et 20 à 40% de l'offre est concernée.

Si l'objectif premier est d'être un outil au service du client, cette classification a aussi pour vocation de mettre en valeur les efforts des sociétés engagées dans des démarches responsables et de récompenser l'innovation et l'écoconception. Ce concept devrait ainsi inciter les acteurs à une prise de conscience pour faire croître la notation et contribuer donc à faire évoluer le marché vers une démarche plus vertueuse dès la création des produits. « *Notre objectif est de trouver des produits à quatre planètes, y compris pour notre marque propre.* »

Dans l'avenir, le distributeur envisage d'approfondir sa démarche, en allant par exemple plus loin dans le détail de ses critères. « *Nous sommes reconnus en tant qu'expert sur le marché des EPI, et à ce titre nous voulons aussi contribuer à donner de la transparence au marché. Plus nous ferons preuve de maîtrise quant aux produits que l'on distribue, plus cela rassurera nos clients. Et cela leur montre que si RG est le numéro un du marché, le groupe continue à bouger, à innover.* »

Agnès Richard