



la
coopération
agricole
produisons l'avenir

RSE ALIMENTAIRE

MADE IN COOPÉRATIVES



www.lacooperationagricole.coop



La coopération agricole



@lacoopagricole



lacooperationagricole



DÉFINITION DE LA RSE

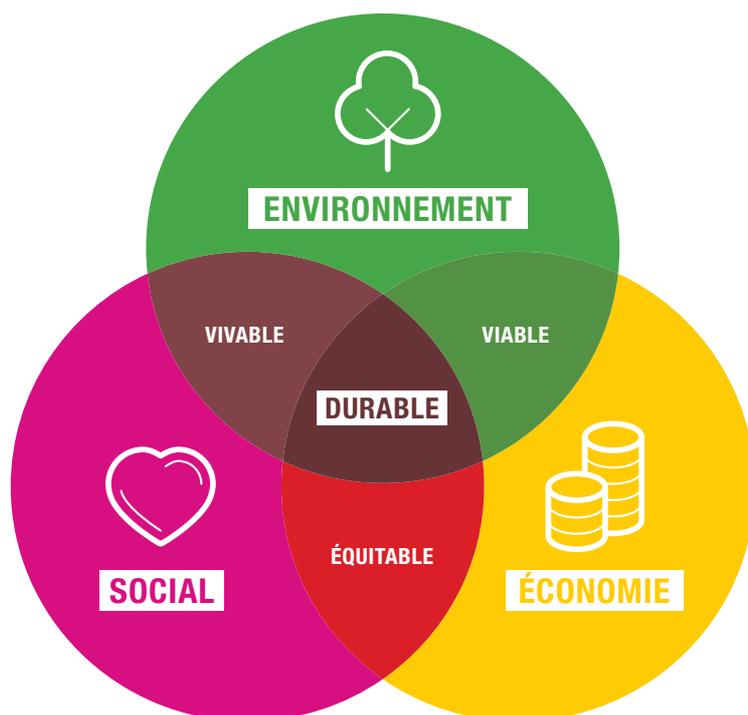
Selon l'ISO 26000, norme de référence internationale sur le sujet publiée en 2010, la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est la contribution des entreprises au développement durable.

C'est en 1987, à l'occasion du rapport Brundtland que la définition la plus communément admise à ce jour fut proposée pour le concept de développement durable :

“Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.”

Ce concept est souvent représenté comme l'intersection des trois piliers qui sont :

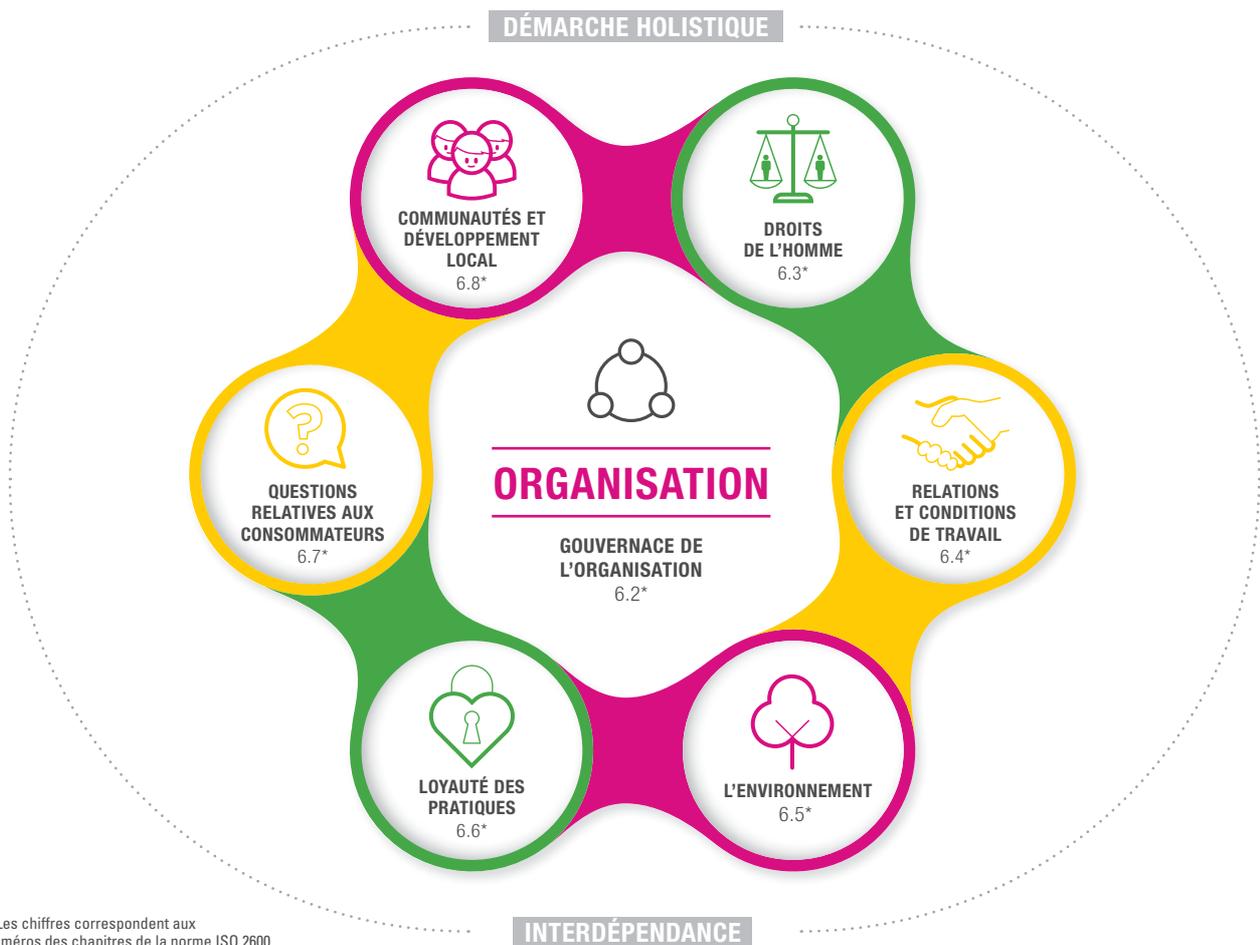
- Environnement,
- Social,
- Économie.



La norme ISO 26000 propose aux organisations souhaitant mettre en place une démarche RSE des lignes directrices. Elle contient 7 questions centrales de responsabilité sociétale que toute organisation doit aborder :

- **Gouvernance ;**
- **Droits de l'Homme ;**
- **Relations et conditions de travail ;**
- **Environnement ;**
- **Loyauté des pratiques ;**
- **Questions relatives aux consommateurs ;**
- **Communautés et développement local.**

Une autre notion importante de cette norme est la **reconnaissance des intérêts des parties prenantes**, individus ou groupes ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation (salariés, actionnaires, fournisseurs, clients...).



* Les chiffres correspondent aux numéros des chapitres de la norme ISO 26000

POURQUOI METTRE EN PLACE UNE DÉMARCHE RSE ?

De nombreux avantages ont été démontrés suite à la mise en place d'une démarche RSE :

- La différenciation sur le marché
- L'amélioration de la notoriété / image de l'organisation
- La mobilisation accrue des salariés
- L'amélioration de sa compétitivité
- Une meilleure connaissance et meilleure réponse aux attentes des parties prenantes dont les consommateurs.
- La conformité aux dispositions réglementaires



**DE GAIN DE PERFORMANCE
POUR LES ENTREPRISES
ENGAGÉES EN RSE**

Responsabilité sociale des entreprises et compétitivité - Évaluation et approche stratégique, France Stratégie, Janvier 2016



CONTEXTE AGROALIMENTAIRE

La RSE prend une place particulièrement importante dans le secteur agroalimentaire qui connaît depuis plusieurs années, de profonds bouleversements en raison d'**attentes sociétales de plus en plus fortes**. Les consommateurs en quête de transparence sur les processus de production, les impacts environnementaux ainsi que le déploiement de bonnes pratiques agricoles et industrielles, évoluent dans leurs actes d'achat. L'étude annuelle réalisée par **Ethicity/Greenflex** depuis 10 ans, souligne leur engouement pour la consommation responsable en identifiant 4 tendances en 2016.

73%

DES FRANÇAIS PENSENT QUE LES INDIVIDUS ONT UN RÔLE IMPORTANT POUR AGIR CONCRÈTEMENT EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

85%

PRIVILÉGIENT LES ENTREPRISES AYANT PRÉSERVÉ UNE IMPLANTATION LOCALE

89%

CHOISISSENT LEURS ALIMENTS POUR RESTER EN BONNE SANTÉ

LES TENDANCES 2016 DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE



▶ **CONSOMMER AUTREMENT**



▶ **BIEN-ÊTRE ET SANTÉ**



▶ **LOCAL ET SOCIAL**



▶ **DES RAISONS D'ESPÉRER**



Ces différentes tendances ont été confirmées par une étude prospective réalisée sous l'égide du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt en partenariat avec Coop de France, l'ANIA, CGAD, CGI, FCD et France Agrimer. Plusieurs fiches permettent de décrypter les **tendances des comportements alimentaires en 2025**.

L'alimentation durable permet de noter la montée des préoccupations sociales, écologiques et éthiques, depuis plusieurs décennies, conduit les consommateurs à rechercher une alimentation plus durable et en particulier à se tourner vers des produits alimentaires durables. Si les perceptions de ce qu'est la durabilité diffèrent d'un individu à l'autre, la diversité des pratiques et des attentes des consommateurs a permis de développer une offre alimentaire alternative.

Le contrat de filière alimentaire signé en juin 2013 par Coop de France, l'ANIA, la FNSEA et la CGAD, sous la tutelle du Ministère de l'Agriculture, prévoit dans son plan d'actions, la mise en place d'un "**Programme d'accompagnement à la démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)**" avec pour objectif de favoriser la mise en œuvre de la norme ISO 26000 pour le secteur de l'agroalimentaire.

DES MOTEURS DE TENDANCE LIÉS À :



L'ENVIRONNEMENT

Une prise en compte toujours plus importante en situation d'achats alimentaires



LA SANTÉ

Une préoccupation des consommateurs en quête de santé et de bien-être



L'ÉCONOMIE

Une préoccupation des consommateurs pour une rémunération plus juste des producteurs et des acteurs des filières agricoles



L'ÉTHIQUE

Une volonté de connaître les modes de production des aliments pour les choisir en conscience



ENJEUX RSE

DES COOPÉRATIVES AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES

Dès 2012, Coop de France, l'AFNOR et l'ANIA ont souhaité adapter la norme ISO 26000 aux spécificités agroalimentaires afin de la rendre plus opérationnelle. « *L'accord AFNOR AC X30-030, Développement durable et responsabilité sociétale - Guide d'utilisation de la norme ISO 26000 : 2010 pour le secteur de l'agroalimentaire* », devient un outil important permettant d'appréhender les attentes consommateurs et de mieux y répondre.

Cet accord donne une illustration de bonnes pratiques pour chacune des 7 questions centrales de l'ISO 26000 et précise les enjeux liés au secteur agroalimentaire.

Les coopératives présentent un certain nombre de spécificités. Ce sont des organisations économiques d'agriculteurs qui ont décidé de mutualiser leurs moyens de production, de transformation et de commercialisation de leurs produits agricoles. Ces particularités sont à souligner dans le cadre de la mise en place d'une démarche RSE :

- La **gouvernance** d'une coopérative est démocratique car fondée sur le principe « 1 personne, 1 voix ». Chaque associé coopérateur dispose donc d'une voix pour influencer les orientations stratégiques de la coopérative lors des assemblées générales ;

- L'associé coopérateur est une **partie prenante** centrale de la coopérative puisqu'il prend part aux choix et décisions stratégiques.
- 74% des sièges sociaux de coopératives sont situés en zone rurale, ce qui induit leur rôle déterminant dans le **développement local** et le **maintien des emplois de proximité**.
- Les notions de « **long terme** » et de « **transmission aux générations futures** » font directement écho à la définition du développement durable.
- La **transition agro-écologique** est soutenue par le lien fort entre la coopérative et l'associé coopérateur. Dans le cadre de sa démarche RSE, la coopérative accompagne ses adhérents dans la mise en place de la transition agroécologique.

L'ensemble de ces illustrations démontre que les coopératives sont **porteuses de réponses originales** en matière de RSE qui **font partie de leur ADN**.

Coop de France a identifié **5 enjeux prioritaires** pour déployer la RSE dans les coopératives agricoles et agroalimentaires :

▶ **GOUVERNANCE**

- **Renforcer, valoriser et utiliser les spécificités de la gouvernance coopérative** pour assurer la redevabilité et la transparence dans les prises de décision.

▶ **DÉVELOPPEMENT LOCAL**

- **Valoriser l'ancrage territorial des coopératives** comme facteur de pérennisation et de développement de l'activité économique et sociale sur l'ensemble des territoires. Conduire des actions pour que les coopératives s'emparent pleinement de cette opportunité.

▶ **ENVIRONNEMENT**

- **Valoriser et dynamiser le lien privilégié entre la coopérative et ses adhérents** pour la diffusion de pratiques d'agriculture durables,
- **Promouvoir les bonnes pratiques sur l'ensemble de la filière** en matière de gestion des pollutions, d'utilisation durable des ressources et de préservation de la biodiversité.

▶ **SOCIAL**

- **Développer et conserver l'attractivité des métiers des coopératives sur l'ensemble des filières et des régions**, grâce au développement des compétences.

▶ **LOYAUTÉ DES PRATIQUES ET RÉPONSES AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS**

- **Adopter des comportements d'achats responsables** vis-à-vis de l'ensemble des fournisseurs et sous-traitants ;
- **Assurer la sécurité des denrées alimentaires ainsi que la mise sur le marché d'une offre de produits diversifiés et de qualité** sur les plans gustatifs et nutritionnels
- **Éduquer le consommateur-citoyen** aux enjeux d'une consommation responsable.

Une autre spécificité du secteur des coopératives agricoles et agroalimentaires est la cartographie des parties prenantes. **L'associé coopérateur**, partie prenante caractéristique d'une coopérative, fait partie de la sphère d'influence de celle-ci du fait de son triple rôle pour la coopérative : copropriétaire, fournisseur et client à la fois.

LES PARTIES PRENANTES D'UNE COOPÉRATIVE



PARTIES PRENANTES INTERNES

salariés, saisonniers, adhérents...



PARTIES PRENANTES ÉCONOMIQUES

fournisseurs, banques, assurances, clients...



SOCIÉTÉ

médias, ONG...



PARTIES PRENANTES TERRITORIALES

collectivités, riverains...



CONSOMMATEURS



PARTIES PRENANTES TECHNIQUES

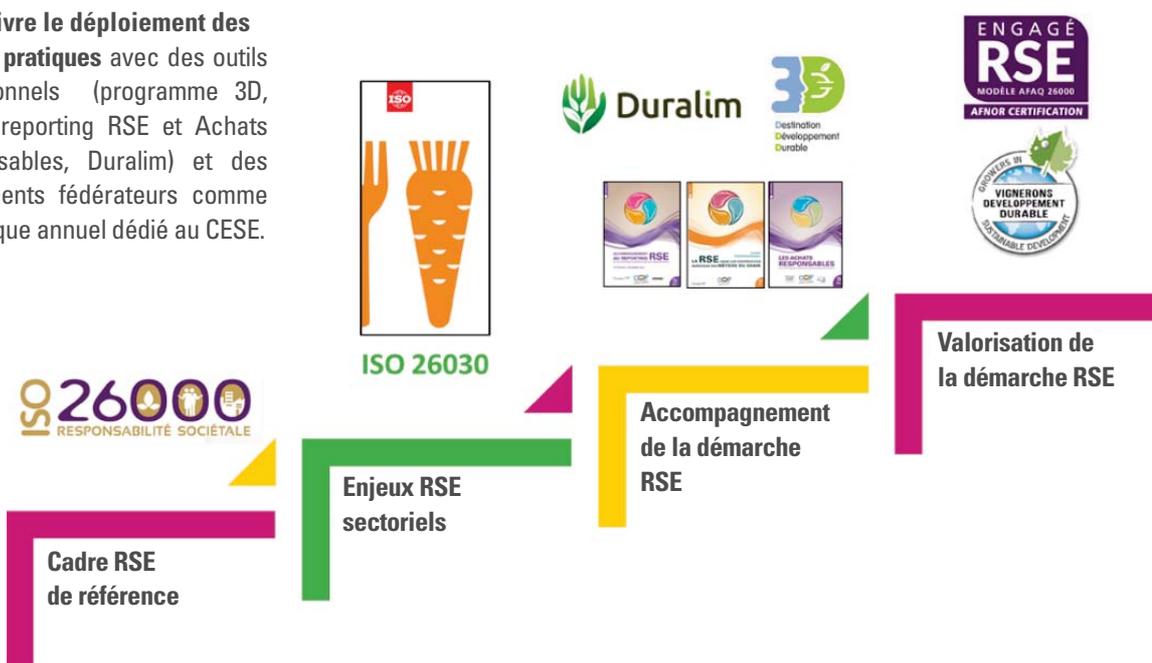
interprofessions, fédérations, recherche, instituts techniques...

STRATÉGIE RSE DE COOP DE FRANCE

► STRATÉGIE RSE DE COOP DE FRANCE

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est un **axe majeur** de la stratégie de Coop de France qui se mobilise sur **deux enjeux** de taille pour mettre en avant le savoir-faire coopératif :

- **Valoriser le savoir-faire des coopératives** auprès de leurs clients (distributeurs, grossistes, IAA, RHD...) afin de démontrer qu'elles apportent des réponses adaptées à leurs attentes.
- **Poursuivre le déploiement des bonnes pratiques** avec des outils opérationnels (programme 3D, guides reporting RSE et Achats Responsables, Duralim) et des événements fédérateurs comme le colloque annuel dédié au CESE.





TOP 3



FILIÈRES

- 1 ▶ Vin
- 2 ▶ Fruits & légumes
- 3 ▶ Viandes



RÉGIONS

- 1 ▶ Nouvelle Aquitaine
- 2 ▶ Occitanie
- 3 ▶ PACA



MOTIVATIONS RSE

- 1 ▶ Attentes des parties prenantes externes
- 2 ▶ Amélioration de l'image
- 3 ▶ Gain de compétitivité



FREINS

- 1 ▶ Existence d'autres priorités
- 2 ▶ Manque de temps
- 3 ▶ Résistance aux changements



BÉNÉFICES

- 1 ▶ Meilleure image
- 2 ▶ Différenciation par rapport à la concurrence
- 3 ▶ Meilleure mobilisation du personnel

PROGRAMME 3D



Créé il y a dix ans en Nouvelle Aquitaine en collaboration avec le Groupe AFNOR, le programme 3D propose un accompagnement aux entreprises, dans la mise en place d'une démarche RSE. Cet outil est basé sur la norme ISO 26000 et sa déclinaison sectorielle AC X30-030. Le cœur de ce programme repose sur le **pack 3D** constitué d'une formation à la RSE et d'un diagnostic de la démarche mise en place. Celui-ci permet d'**identifier les pratiques** de la coopérative en lien avec la RSE, ainsi que les points forts et les pistes d'amélioration. La coopérative dispose d'**un plan d'actions** pour améliorer sa démarche. Des **collectifs régionaux 3D** réunissent les entreprises engagées dans une démarche de Responsabilité Sociétale pour progresser et échanger. Les collectifs 3D organisés en région permettent de développer des partages d'expériences sur les bonnes pratiques, très appréciés des entreprises.



+ DE **200**

DIAGNOSTICS
3D RÉALISÉS



+ DE **3/4**

RÉALISÉS
DANS LES PME



GUIDES OPÉRATIONNELS (REPORTING RSE ET ACHATS RESPONSABLES)

Afin d'accompagner les coopératives agricoles et agroalimentaires sur des sujets spécifiques de la RSE, Coop de France a publié deux outils opérationnels :

Le **guide des Achats responsables** en 2016 : permet de guider les coopératives dans la mise en place d'une démarche d'**approvisionnement réfléchi et structurée** autour des 3 piliers économique, environnemental et social. Au-delà de la recherche de performances économiques indispensables pour la pérennité des coopératives, Coop de France encourage ses adhérents à mettre progressivement en place une démarche d'achats responsables en proposant une méthode simple et accessible, adaptable à la taille de la coopérative.

Le **guide de reporting RSE** en 2015 : accompagne les coopératives dans la publication des informations RSE et les aide à mieux valoriser leurs engagements en faveur du développement durable. Au-delà de la recherche de conformité aux dispositions légales et réglementaires, Coop de France encourage l'ensemble de ses adhérents à mettre progressivement en place un reporting RSE en proposant une sélection d'indicateurs environnementaux, sociaux, sociétaux et de gouvernance, adaptés à leur activité. Cette démarche met en perspective des informations comptables et extra-financières afin de permettre aux organes de gouvernance, et aux administrateurs en particulier, de disposer d'une **vision globale de la performance** de l'entreprise et d'**optimiser le pilotage** de leur stratégie.

ACHATS RESPONSABLES



PRINCIPALE MOTIVATION

Développement du territoire



PRINCIPAL FREIN

Direction des Achats récemment créée



MODES D'ÉVALUATION DES FOURNISSEURS DANS LE CADRE DES ACHATS RESPONSABLES

Déclaration sur l'honneur

REPORTING RSE



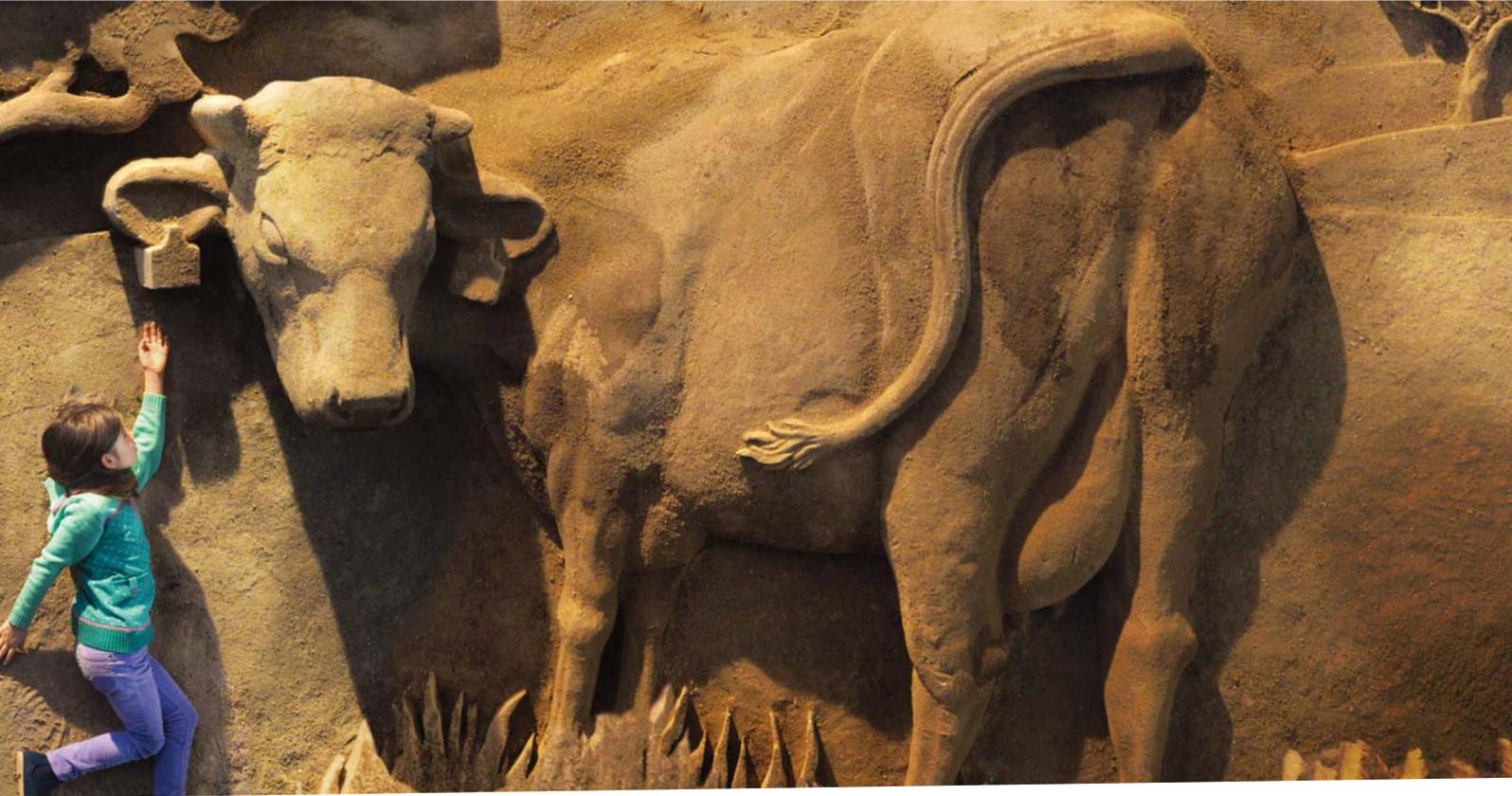
FINALITÉ PREMIÈRE REPORTING RSE

- Outil de pilotage interne des actions RSE
- Outil de valorisation externe de ces actions



INDICATEURS LES PLUS PERTINENTS

- **Social** : santé et sécurité au travail, formation
- **Environnement** : réduction des GES, prévention de la pollution, utilisation durable des ressources, biodiversité
- **Sociétal** : ancrage territorial, gouvernance.



► DURALIM



Duralim est une démarche volontaire et collaborative. Lancée officiellement en juin 2016, elle fédère l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire en France pour une **alimentation durable des animaux d'élevage**.

Duralim repose sur des engagements communs issus d'une charte partagée et reconnue par l'ensemble de la filière. En signant la charte Duralim, chacun s'engage à faire connaître ses **pratiques durables pour la production de matières premières et l'alimentation des animaux d'élevage**, mais aussi à poursuivre les efforts.

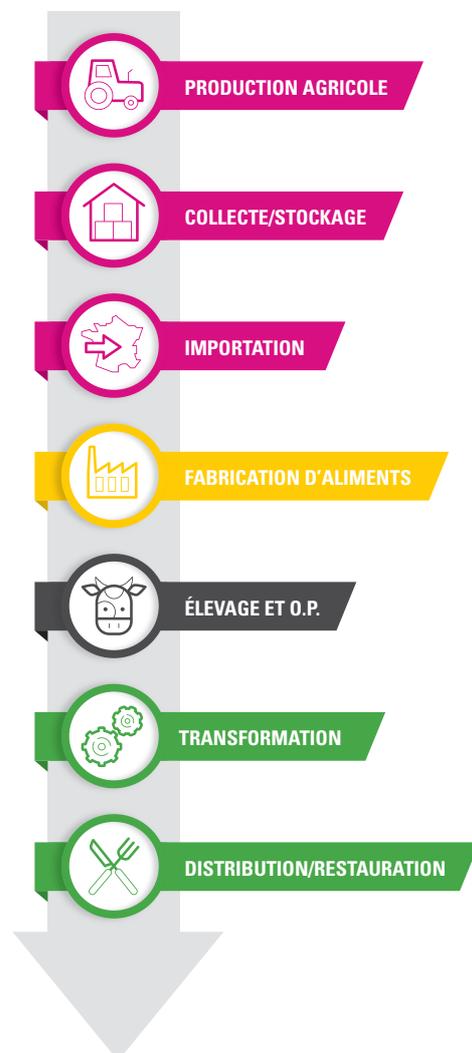
Duralim, c'est...

- la 1^{ère} Charte ouverte à tous les maillons de la chaîne alimentaire
- 9 engagements de valorisation et de progrès

Rejoindre Duralim, c'est...

- reconnaître, soutenir et valoriser une alimentation animale durable
- encourager, accroître, améliorer la durabilité de l'alimentation animale
- faire de l'alimentation durable des animaux d'élevage un repère de confiance
- une réponse aux attentes de reconnaissance pour l'amont, de préférence pour l'aval, de confiance pour la société
- rejoindre 45 membres qui agissent pour une alimentation durable des animaux d'élevage

TOUS LES MAILLONS DE LA CHAÎNE ALIMENTAIRE SONT CONCERNÉS





LA COOPÉRATION AGRICOLE EN CHIFFRES



2 600

**ENTREPRISES COOPÉRATIVES
UNIONS ET SICA**

DANS LE SECTEUR AGRICOLE,
AGROALIMENTAIRE ET AGRO-INDUSTRIEL



40%

**DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE
L'AGROALIMENTAIRE FRANÇAIS**

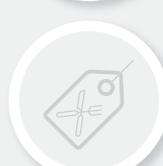


**LES ENTREPRISES
COOPÉRATIVES
SONT COMPOSÉES DE**

15 GRANDS
GROUPES

146 ETI

90% DE PME
OU TPE



1 MARQUE
ALIMENTAIRE
SUR **3**

EST COOPÉRATIVE



85,9

**MILLIARDS D'€
DE CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL**

DES COOPÉRATIVES ET DE LEURS FILIALES
(hors unions de commercialisation - Données HCCA au 31/12/2015)



+ 165 000

**DE
SALARIÉS**

RETROUVEZ CES EXEMPLES CONCRETS DE BONNES PRATIQUES

www.lacooperationagricole.coop

[f](#) La coopération agricole

[t](#) @lacoopagricole

[i](#) lacooperationagricole



la
coopération
agricole
produisons l'avenir