



Revue de Presse

Février 2022

Toute photocopie de ce document doit être impérativement déclarée au CFC



37B rue du sentier 75002 PARIS

www.comcorp.fr

Sommaire

Secteur de la propreté : le grand gagnant de la crise sanitaire Le Progrès Tarare - L'Arbresle - Monts du Lyonnais - Tarare - L'Arbresle - Monts du Lyonnais - 01/02/2022	2
RHÔNE. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène pro en France Le Journal de Saône et Loire Bresse - Bresse - 01/02/2022	3
RHÔNE. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène pro en France Le Progrès Bourg - Bresse - Val-de-Saône-Nord - Bourg - Bresse - Val-de-Saône-Nord - 01/02/2022	5
RHÔNE. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène pro en France Le Bien Public Beaune - Beaune - 01/02/2022	6
Le Covid-19 a changé le business du nettoyage Le Progrès Bourg - Bresse - Val-de-Saône-Nord - Bourg - Bresse - Val-de-Saône-Nord - 01/02/2022	7
Le Covid-19 a changé le business du nettoyage Le Journal de Saône et Loire Bresse - Bresse - 01/02/2022	8
Le Covid-19 a changé le business du nettoyage Le Bien Public Beaune - Beaune - 01/02/2022	9
covid 19 Le Progrès Est Lyonnais - Est Lyonnais - 01/02/2022	10
Le Covid-19 a changé le business du nettoyage Leprogres.fr - 31/01/2022	11
« Les collaborateurs ont pu acquérir une part du Groupe à partir de 15€ » (Damien Monier, DRH Paredes) rh.newstank.fr - 08/02/2022	13
Naissance d'un Club ETI en Auvergne-Rhône-Alpes LeJournalDesEntreprises.com - 22/02/2022	19
Naissance d'un Club ETI en Auvergne-Rhône-Alpes Le Journal Des Entreprises - Le Brief (Jde) Rhône-Alpes - Rhône-Alpes - 23/02/2022	23
Le niveau de performance de la politique RSE de PAREDES, souligné par l'obtention du label «Engagé RSE» d'Afnor Certification Hospitalia.fr - 25/02/2022	25

Secteur de la propreté : le grand gagnant de la crise sanitaire

chaque mardi



François Thuilleur, P-d. g du groupe Paredes. Photo fournie par Paredes

■

RHÔNE. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène pro en France

Franck BENSARD

Une croissance de chiffre d'affaires de + 30 % entre 2019 et 2020 pour atteindre les 221 millions d'euros, un chiffre d'affaires 2021 qui devrait être encore « en croissance », Paredes fait partie des gagnants de la crise sanitaire, puisque le numéro 2 du marché de distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle en France lorgne désormais tout simplement sur la place de numéro un français et un statut « de champion européen » déclare François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Des ambitions bien réelles selon le dirigeant qui souhaite atteindre les 500 millions d'euros de CA d'ici à 2030, dont 100 à 200 millions d'euros via des opérations de croissance externe et « la production de nouveaux produits ». « Nous réfléchissons aujourd'hui à des opérations de croissance externe dans les pays voisins comme la Suisse et pourquoi pas une grosse acquisition en Allemagne », assume François Thuilleur qui chapeaute un groupe de 650 collaborateurs dont 225 à Genas, 375 dans les régions françaises, une cinquantaine en Italie.

Réactifs par rapport aux besoins liés aux protocoles sanitaires, à la demande croissante sur la désinfection

De tels projets ont été rendus possibles bien évidemment par le boom de la demande liée à la crise sanitaire à laquelle « nous avons tout simplement répondu avec réactivité aux besoins liés aux protocoles sanitaires, à la demande croissante sur la désinfection, etc. ». Le patron de Paredes qui réalise 85 % du chiffre d'affaires avec des produits issus du négoce, le reste fabriqué dans son usine de Genas, a vu, en effet, sa politique « zéro rupture » couronnée de succès au plus fort de la pandémie. « Au début de la crise, nous avions pour 16 millions d'euros de stocks de produits importés : des gants, des masques, des charlottes, des blouses, des surchaussures, etc. que nous avons pu livrer très facilement », souligne-t-il. Et de poursuivre : « nous avons un stock estimé à 50 millions d'euros parce que nous sommes sur une logique long terme, nous sommes une entreprise familiale qui échappe à la dictature des prix bas. Je crois donc que la crise a réhabilité les stocks et mis en avant la sécurité des

approvisionnements ». Une stratégie donc coûteuse en immobilisations financières mais qui s'est révélée payante car Paredes, fournisseur notamment de 870 hôpitaux publics en France, n'a jamais été en rupture de stocks sur la majeure partie des 10 000 références proposées qui sont désormais toutes virucides.



François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Photo Progrès /Fr. BENSARD



Rhône. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène professionnelle en France

Franck Bensaïd

Une croissance de chiffre d'affaires de + 30 % entre 2019 et 2020 pour atteindre les 221 millions d'euros, un chiffre d'affaires 2021 qui devrait être encore « en croissance », Paredes fait partie des gagnants de la crise sanitaire, puisque le numéro 2 du marché de distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle en France lorgne désormais tout simplement sur la place de numéro un français et un statut « de champion européen » déclare François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Des ambitions bien réelles selon le dirigeant qui souhaite atteindre les 500 millions d'euros de CA d'ici à 2030, dont 100 à 200 millions d'euros via des...



<https://cdn-s-www.lejssl.com/images/ECB7B431-8837-4CE3-BB0C-96E5B5B72C5A/FB1200/photo-1643384590.jpg>

François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Photo Progrès /Franck BENSARD ■

RHÔNE. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène pro en France

Franck BENSAÏD

Une croissance de chiffre d'affaires de + 30 % entre 2019 et 2020 pour atteindre les 221 millions d'euros (1), un chiffre d'affaires 2021 qui devrait être encore « en croissance », Paredes fait partie des gagnants de la crise sanitaire, puisque le numéro 2 du marché de distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle en France lorgne désormais tout simplement sur la place de numéro un français et un statut « de champion européen » déclare François Thuilleur (2), PDG de l'entreprise Paredes. Des ambitions bien réelles selon le dirigeant qui souhaite atteindre les 500 millions d'euros de CA d'ici à 2030, dont 100 à 200 millions d'euros via des opérations de croissance externe et « la production de nouveaux produits ». « Nous réfléchissons aujourd'hui à des opérations de croissance externe dans les pays voisins comme la Suisse et pourquoi pas une grosse acquisition en Allemagne », assume François Thuilleur qui chapeaute un groupe de 650 collaborateurs dont 225 à Genas (3), 375 dans les régions françaises, une cinquantaine en Italie.

« Nous avons tout simplement répondu avec réactivité aux besoins liés aux protocoles sanitaires, à la demande croissante sur la désinfection, etc. »

De tels projets ont été rendus possibles bien évidemment par le boom de la demande liée à la crise

sanitaire à laquelle « nous avons tout simplement répondu avec réactivité aux besoins liés aux protocoles sanitaires, à la demande croissante sur la désinfection, etc. ». Le patron de Paredes qui réalise 85 % du chiffre d'affaires avec des produits issus du négoce (4), le reste fabriqué (5) dans son usine de Genas, a vu, en effet, sa politique « zéro rupture » couronnée de succès au plus fort de la pandémie. « Au début de la crise, nous avions pour 16 millions d'euros de stocks de produits importés : des gants, des masques, des charlottes, des blouses, des surchaussures, etc. que nous avons pu livrer très facilement », souligne-t-il. Et de poursuivre : « nous avons un stock estimé à 50 millions d'euros parce que nous sommes sur une logique long terme, nous sommes une entreprise familiale qui échappe à la dictature des prix bas. Je crois donc que la crise a réhabilité les stocks et mis en avant la sécurité des approvisionnements ». Une stratégie donc coûteuse en immobilisations financières mais qui s'est révélée payante car Paredes, fournisseur notamment de 870 hôpitaux publics en France, n'a jamais été en rupture de stocks sur la majeure partie des 10 000 références proposées qui sont désormais toutes virucides.

(1) Paredes qui avait fait le choix de sortir du CHR à la fin des années 2010, réalise 45 % de son CA avec la santé, 30 % avec l'industrie, le reste avec les collectivités publiques et les entreprises de propreté.

(2) Il détient 15 % du capital ; le reste est détenu par les héritiers de Simon Paredes, le fondateur du Groupe, à hauteur de 82 % et 3 % par les salariés.

(3) L'organisation logistique du groupe Paredes est déployée sur 9 sites régionaux du groupe et le Hub Paredes de 20 000 m² à Saint-Quentin-Fallavier (38).

(4) 80 % des produits fabriqués sont achetés en Europe. Les gants (550 millions d'unités écoulées en 2020) sont importés pour l'instant de Malaisie et de Chine. Paredes table sur un stock asiatique de 5 mois d'avance pour éviter la rupture.

(5) Paredes fabrique à Genas du papier toilette, du papier essuie-main et des draps à usage unique.



François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Photo Progrès /Fr. BENSAÏD

RHÔNE. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène pro en France

Franck BENSARD

Une croissance de chiffre d'affaires de + 30 % entre 2019 et 2020 pour atteindre les 221 millions d'euros, un chiffre d'affaires 2021 qui devrait être encore « en croissance », Paredes fait partie des gagnants de la crise sanitaire, puisque le numéro 2 du marché de distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle en France lorgne désormais tout simplement sur la place de numéro un français et un statut « de champion européen » déclare François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Des ambitions bien réelles selon le dirigeant qui souhaite atteindre les 500 millions d'euros de CA d'ici à 2030, dont 100 à 200 millions d'euros via des opérations de croissance externe et « la production de nouveaux produits ». « Nous réfléchissons aujourd'hui à des opérations de croissance externe dans les pays voisins comme la Suisse et pourquoi pas une grosse acquisition en Allemagne », assume François Thuilleur qui chapeaute un groupe de 650 collaborateurs dont 225 à Genas, 375 dans les régions françaises, une cinquantaine en Italie.

Réactifs par rapport aux besoins liés aux protocoles sanitaires, à la demande croissante sur la désinfection

De tels projets ont été rendus possibles bien évidemment par le boom de la demande liée à la crise sanitaire à laquelle « nous avons tout simplement répondu avec réactivité aux besoins liés aux protocoles sanitaires, à la demande croissante sur la désinfection, etc. ». Le patron de Paredes qui réalise 85 % du chiffre d'affaires avec des produits issus du négoce, le reste fabriqué dans son usine de Genas, a vu, en effet, sa politique « zéro rupture » couronnée de succès au plus fort de la pandémie. « Au début de la crise, nous avions pour 16 millions d'euros de stocks de produits importés : des gants, des masques, des charlottes, des blouses, des surchaussures, etc. que nous avons pu livrer très facilement », souligne-t-il. Et de poursuivre : « nous avons un stock estimé à 50 millions d'euros parce que nous sommes sur une logique long terme, nous sommes une entreprise familiale qui échappe à la dictature des prix bas. Je crois donc que la crise a réhabilité les stocks et mis en avant la sécurité des

approvisionnements ». Une stratégie donc coûteuse en immobilisations financières mais qui s'est révélée payante car Paredes, fournisseur notamment de 870 hôpitaux publics en France, n'a jamais été en rupture de stocks sur la majeure partie des 10 000 références proposées qui sont désormais toutes virucides.



François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Photo Progrès /Fr. BENSARD

Le Covid-19 a changé le business du nettoyage

La crise économique et sanitaire a bousculé le marché de la propreté, en première ligne contre la pandémie sur les lieux de travail. Les entreprises se sont adaptées, au point, pour certaines d'entre elles, d'y voir des opportunités de développement.

Frank VIART

Les entreprises du secteur du nettoyage et de la propreté font preuve, peut-être plus que d'autres, de beaucoup de résilience depuis le début de la crise économique et sanitaire, il y a maintenant deux ans. Leurs clients, comme leurs salariés, ont dû répondre dès les premiers jours de la crise à la recherche du maximum de sécurité sanitaire sur les lieux de travail, à commencer par les bureaux, qui représentent plus de 35 % du chiffre d'affaires du secteur. Les entreprises l'ont fait, comme d'autres, sans y être préparées, sans disposer d'une quelconque expérience face au coronavirus, mais en étant sur le front, en première ligne, les plus exposées.

En première ligne

Deux ans plus tard et après cinq vagues de la pandémie, le secteur de la propreté commence à se stabiliser et à y voir un peu plus clair. Le premier confinement, brutal et inattendu, qui a bousculé voire

bouleversé l'activité, a depuis fourni de l'expérience aux entreprises. Elles se sont tant bien que mal adaptées, au point pour certaines d'entre elles d'y trouver des opportunités de développement, comme pour la plupart des crises économiques. C'est par exemple le cas de la société Paredes. Basée dans le Rhône, spécialisée dans la distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle, elle a changé de dimension, au point d'envisager d'atteindre la première marche de son secteur d'activité en France. L'enquête que nous publions ce mardi montre aussi que des entreprises ont profité de la crise, dans le bon sens du terme, pour développer des innovations, pour développer des compétences aussi, inconnues avant la crise économique et sanitaire.

Les entreprises ont pour la plupart réussi à traverser une période compliquée en comptant aussi sur leurs employés, que la crise économique et sanitaire a rendu plus visibles, alors même que leurs

conditions de travail, encore souvent liées à des horaires décalés, sont très exigeantes sur le plan professionnel et personnel.



Les bureaux représentent plus de 35 % du marché de la propreté, devant les immeubles et l'industrie (source : le Monde de la Propreté). Photo d'illustration Progrès/CHOPARD PHOTOGRAPHYC

Le Covid-19 a changé le business du nettoyage

La crise économique et sanitaire a bousculé le marché de la propreté, en première ligne contre la pandémie sur les lieux de travail. Les entreprises se sont adaptées, au point, pour certaines d'entre elles, d'y voir des opportunités de développement.

Frank VIART

Les entreprises du secteur du nettoyage et de la propreté font preuve, peut-être plus que d'autres, de beaucoup de résilience depuis le début de la crise économique et sanitaire, il y a maintenant deux ans. Leurs clients, comme leurs salariés, ont dû répondre dès les premiers jours de la crise à la recherche du maximum de sécurité sanitaire sur les lieux de travail, à commencer par les bureaux, qui représentent plus de 35 % du chiffre d'affaires du secteur. Les entreprises l'ont fait, comme d'autres, sans y être préparées, sans disposer d'une quelconque expérience face au coronavirus, mais en étant sur le front, en première ligne, les plus exposées.

En première ligne

Deux ans plus tard et après cinq vagues de la pandémie, le secteur de la propreté commence à se stabiliser et à y voir un peu plus clair. Le premier confinement, brutal et inattendu, qui a bousculé voire

bouleversé l'activité, a depuis fourni de l'expérience aux entreprises. Elles se sont tant bien que mal adaptées, au point pour certaines d'entre elles d'y trouver des opportunités de développement, comme pour la plupart des crises économiques. C'est par exemple le cas de la société Paredes. Basée dans le Rhône, spécialisée dans la distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle, elle a changé de dimension, au point d'envisager d'atteindre la première marche de son secteur d'activité en France. L'enquête que nous publions ce mardi montre aussi que des entreprises ont profité de la crise, dans le bon sens du terme, pour développer des innovations, pour développer des compétences aussi, inconnues avant la crise économique et sanitaire.

Les entreprises ont pour la plupart réussi à traverser une période compliquée en comptant aussi sur leurs employés, que la crise économique et sanitaire a rendu plus visibles, alors même que leurs

conditions de travail, encore souvent liées à des horaires décalés, sont très exigeantes sur le plan professionnel et personnel.



Les bureaux représentent plus de 35 % du marché de la propreté, devant les immeubles et l'industrie (source : le Monde de la Propreté). Photo d'illustration Progrès/CHOPARD PHOTOGRAPHYC

Le Covid-19 a changé le business du nettoyage

La crise économique et sanitaire a bousculé le marché de la propreté, en première ligne contre la pandémie sur les lieux de travail. Les entreprises se sont adaptées, au point, pour certaines d'entre elles, d'y voir des opportunités de développement.

Frank VIART

Les entreprises du secteur du nettoyage et de la propreté font preuve, peut-être plus que d'autres, de beaucoup de résilience depuis le début de la crise économique et sanitaire, il y a maintenant deux ans. Leurs clients, comme leurs salariés, ont dû répondre dès les premiers jours de la crise à la recherche du maximum de sécurité sanitaire sur les lieux de travail, à commencer par les bureaux, qui représentent plus de 35 % du chiffre d'affaires du secteur. Les entreprises l'ont fait, comme d'autres, sans y être préparées, sans disposer d'une quelconque expérience face au coronavirus, mais en étant sur le front, en première ligne, les plus exposées.

En première ligne

Deux ans plus tard et après cinq vagues de la pandémie, le secteur de la propreté commence à se stabiliser et à y voir un peu plus clair. Le premier confinement, brutal et inattendu, qui a bousculé voire

bouleversé l'activité, a depuis fourni de l'expérience aux entreprises. Elles se sont tant bien que mal adaptées, au point pour certaines d'entre elles d'y trouver des opportunités de développement, comme pour la plupart des crises économiques. C'est par exemple le cas de la société Paredes. Basée dans le Rhône, spécialisée dans la distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle, elle a changé de dimension, au point d'envisager d'atteindre la première marche de son secteur d'activité en France. L'enquête que nous publions ce mardi montre aussi que des entreprises ont profité de la crise, dans le bon sens du terme, pour développer des innovations, pour développer des compétences aussi, inconnues avant la crise économique et sanitaire.

Les entreprises ont pour la plupart réussi à traverser une période compliquée en comptant aussi sur leurs employés, que la crise économique et sanitaire a rendu plus visibles, alors même que leurs

conditions de travail, encore souvent liées à des horaires décalés, sont très exigeantes sur le plan professionnel et personnel.



Les bureaux représentent plus de 35 % du marché de la propreté, devant les immeubles et l'industrie (source : le Monde de la Propreté). Photo d'illustration Progrès/CHOPARD PHOTOGRAPHYC

covid 19

Pages 2 à 4

Au début de la crise, nous avions pour 16 millions d'euros de stocks de produits importés : des gants, des masques, des charlottes, des blouses, des surchaussures, etc. que nous avons pu livrer très facilement

François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes



François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes (Genas), numéro 2 du marché de distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle en France, lorgne désormais tout simplement sur la place de numéro un français. Photo fournie par Paredes



Le Covid-19 a changé le business du nettoyage

Frank Viart

La crise économique et sanitaire a bousculé le marché de la propreté, en première ligne contre la pandémie sur les lieux de travail.

Les entreprises se sont adaptées, au point, pour certaines d'entre elles, d'y voir des opportunités de développement.

Les entreprises du secteur du nettoyage et de la propreté font preuve, peut-être plus que d'autres, de beaucoup de résilience depuis le début de la crise économique et sanitaire, il y a maintenant deux ans. Leurs clients, comme leurs salariés, ont dû répondre dès les premiers jours de la crise à la recherche du maximum de sécurité sanitaire sur les lieux de travail, à commencer par les bureaux, qui représentent plus de 35 % du chiffre d'affaires du secteur. Les entreprises l'ont fait, comme d'autres, sans y être préparées, sans disposer d'une quelconque expérience face au coronavirus, mais en étant sur le front, en première ligne, les plus exposées.

En première ligne

Deux ans plus tard et après cinq vagues de la pandémie, le secteur de la propreté commence à se stabiliser et à y voir un peu plus clair. Le premier confinement, brutal et inattendu, qui a bousculé voire bouleversé l'activité, a depuis fourni de l'expérience aux entreprises. Elles se sont tant bien que mal adaptées, au point pour certaines d'entre elles d'y trouver des opportunités de développement, comme pour la plupart des crises économiques. C'est par exemple le cas de la société Paredes. Basée dans le Rhône, spécialisée dans la distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle, elle a changé de dimension, au point d'envisager d'atteindre la première marche de son secteur d'activité en France. L'enquête que nous publions ce mardi montre aussi que des entreprises ont profité de la crise, dans le bon sens du terme, pour développer des innovations, pour développer des compétences aussi, inconnues avant la crise économique et sanitaire.

Les entreprises ont pour la plupart réussi à traverser une période compliquée en comptant aussi sur leurs employés, que la crise économique et sanitaire a rendu plus visibles, alors même que leurs conditions de travail, encore souvent liées à des horaires décalés, sont très exigeantes sur le plan professionnel et personnel.

JURA. Ces sociétés sœurs ont su rebondir face à la crise sanitaire

Mars 2020. Après l'apparition de la Covid-19, les professionnels comme les particuliers sont à la recherche de gel hydroalcoolique. Aartugo, une entreprise jurassienne spécialisée en produits d'entretien et d'hygiène, décide alors de produire une solution en utilisant la formule de l'OMS. La distribution, elle, est gérée par Jura Clean. À la tête de ces deux sociétés, se trouve Franck Moriconi. « Quand il y a eu le premier confinement, nous ne savions pas trop à quoi nous attendre, retrace-t-il. Nous avions prévu de tout arrêter. Puis, il y a eu cette pénurie de gel pour une raison simple : il y avait peu d'offre et beaucoup de demande. »

Au-delà de la solution hydroalcoolique, Aartugo développe de nouveaux produits de désinfection pour les professionnels. Le succès est au rendez-vous : « Entre fin 2019 et début 2022, le chiffre d'affaires a augmenté de 45 % et le personnel a doublé. »



Des sociétés en développement

Pendant la crise sanitaire, Franck Moriconi a pourtant dû composer avec des pénuries de matières premières et d'importantes fluctuations d'activité. « Nous avons profité d'un pic, puis souffert pendant la fermeture des cafés, hôtels et restaurants, se souvient-il. À l'époque, ils représentaient 80 % de nos clients. »

Après quelques sueurs froides, les équipes se sont adaptées. « Au niveau commercial, nous sommes allés voir d'autres typologies de clients : des institutionnels, des industriels, etc., poursuit le dirigeant.

Aujourd'hui, nous avons cette nouvelle clientèle, tout en ayant récupéré l'ancienne »

Les sociétés sœurs sont en plein développement. Elles ont quitté Courlaoux pour s'installer à Dompierre-sur-Mont où, avec 3 500 m, elles ont plus d'espace pour développer leurs activités.

De nouvelles embauches sont prévues dans l'administration et la communication. Du côté des produits, une gamme destinée aux professionnels du bâtiment vient d'être élaborée. Depuis sa création, Aartugo veille également à réduire les emballages. « Nous avons senti une ferveur, conclut Franck Moriconi.

Nous sommes sortis de ce système où les produits viennent de Chine. Les gens ont besoin de savoir à qui ils s'adressent. »

C. L.

Orapi se recentre sur son cœur de métier

« Nous avons eu des périodes plus difficiles par le passé d'un point de vue purement financier. Notre endettement était au cœur de nos préoccupations. » En 2019, un accord a été passé avec un fonds d'investissement pour renforcer la trésorerie d'Orapi et restructurer sa dette. « Portant sur un financement destiné à financer l'exploitation, et le rachat de l'ensemble de l'endettement bancaire, aujourd'hui nous avons remboursé près de 75 % de notre dette, nous sommes optimistes sur l'avenir », nous confie le président du directoire.

Une action en bourse qui n'évolue pas

« Les valeurs des secteurs traditionnels comme le nôtre ne font pas rêver les investisseurs. Je reste persuadé que nous sommes sous-cotés. La valeur de l'action ne reflète pas nos efforts : désendettement effectué, recherche active, chiffre d'affaires en évolution, tous les feux sont au vert. »

Stratégie 2025

Dans le cadre du recentrage sur son cœur de métier d'acteur industriel, Orapi a conclu un protocole de cession de sa filiale Phem. « Cette filiale détenue à 100 % par le groupe est spécialisée dans le négoce, ainsi que des services associés, alors que notre cœur de métier est centré sur les produits d'hygiène et la maintenance. Après la cession de DACD, cette nouvelle opération s'inscrit dans le cadre de notre feuille de route 2025. Elle va surtout nous permettre de disposer de moyens supplémentaires pour le développement de nouveaux produits et va servir à l'amélioration de notre structure financière ». Ainsi répond Henri Biscarrat à d'éventuelles critiques sur le bilan financier de la société Orapi.

Un engagement national

Jean-Pierre Minjard est impliqué depuis longtemps sur les sujets de RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale). Il s'occupe ainsi de ce sujet depuis près de 15 ans pour le compte de la Fédération Régionale des entreprises de propreté. Depuis l'année dernière, il est aussi le secrétaire général du FARE, le fonds d'innovation destiné à soutenir le développement économique et social des entreprises de propreté.



<https://cdn-s-www.leprogres.fr/images/B8A42402-B5CA-45F5-BB21-15B5B8B67123/FB1200/photo-1643642208.jpg>



https://cdn-s-www.leprogres.fr/images/B8A42402-B5CA-45F5-BB21-15B5B8B67123/NW_detail/title-1643642208.jpg



« Les collaborateurs ont pu acquérir une part du Groupe à partir de 15€ » (Damien Monier, DRH Paredes)

69 % des 600 collaborateurs français du Groupe Paredes • Créée à Lyon dans les années 1940, la société puis le Groupe Paredes conçoit, fabrique et distribue des produits et des solutions en matière d'hygiène et de protection professionnelles. Il est le... (qui a une filiale en Italie) ont décidé d'investir « plus de 1,1 M€ de leur épargne pour devenir propriétaires d'une partie de leur entreprise. L'intéressement donne du sens au travail des collaborateurs et renforce leur sentiment d'appartenance au Groupe », déclare Damien Monier DRH @ Paredes, DRH du Groupe Paredes, dans un entretien à News Tank, le 07/02/2022.

« L'accord d'intéressement signé en 2019 et entré en vigueur en 2020 avait pour ambition d'aligner les intérêts des parties prenantes : les salariés, l'entreprise et ses actionnaires. Le partage la valeur créée par notre entreprise se fait selon la règle des trois tiers entre ces trois parties ».

Le Groupe Paredes conçoit, fabrique et distribue des produits et des solutions en matière d'hygiène et de protection professionnelles. « 2020 a été une année d'activité forte, portée par une crise sanitaire durant laquelle les salariés se sont fortement mobilisés pour fournir leurs clients en solutions et produits. La mise en place cette année-là de notre système de redistribution a permis de verser, à la fin du premier semestre 2021, près de 2 M€ de primes d'intéressement d'un montant unique de 4.247€ pour chaque collaborateur, quel que soit son niveau hiérarchique, de l'ouvrier au directeur », ajoute le DRH.

Damien Monier répond aux questions de News Tank

Votre politique de partage des bénéfices s'inscrit-elle dans la « culture familiale » du Groupe Paredes ?

Le Groupe Paredes est en effet fortement marqué par son histoire. Cette importante ETI située à Lyon, aujourd'hui numéro 2 sur son secteur a été créée dans les années 1940 par un couple d'immigrés espagnols (Simon et Jeanne Paredes). Elle emploie aujourd'hui 650 collaborateurs et affiche un chiffre d'affaires de 220 M€. La raison d'être de cette entreprise (de chiffonniers à l'origine) était de nourrir la famille et petit à petit elle s'est développée, dans le domaine de l'hygiène. Leur fille Jeanne a pris la succession et a développé la société avec son mari André Lerond. Celui-ci était capitaine de l'équipe de football de Lyon et il a arrêté sa carrière internationale pour s'impliquer totalement dans la gestion de l'entreprise familiale. Ces entrepreneurs dans l'âme ont fait ce qu'était le Groupe Paredes en 2018.

Mais le Groupe a eu besoin de se réinventer pour s'adapter aux évolutions de son environnement et aux besoins nouveaux de ses clients. Il était nécessaire de mettre en place un plan de transformation qui s'est matérialisé avec le Plan Défis 2022 initié en 2018, au moment où je suis moi-même arrivé dans l'entreprise.

Qu'est-ce qui caractérise le Plan Défis 2022 ?

Le Comex a suivi près de 90 % des préconisations des équipes de Paredes »

Ce plan a été amorcé avec un cabinet extérieur qui a réalisé plusieurs audits contextuels. Il était important d'avoir ce regard neutre et challengeant sur nos organisations et nos process. Toutefois, ce plan a été une véritable coconstruction avec

les équipes de Paredes. Des « sponsors » ont émergé des différentes directions régionales du Groupe, ils ont mené des réflexions et projections durant plusieurs mois, et fait des préconisations sur l'avenir de Paredes. Le Comex a suivi près de 90 % d'entre elles. Plusieurs chantiers ont été ouverts : quelle était notre stratégie commerciale, quels étaient les marchés que nous priorisions, quelle était notre relation clients, notre politique logistique, etc. ?

Un des enjeux du plan Défi 2022 était de défendre notre modèle social. Nous étions déjà sur un modèle social mieux-disant par rapport à la moyenne de nos concurrents : notre politique de rémunération est, par exemple, supérieure de 20 % par rapport aux entreprises qui sont sur le même marché. Si nous avions décidé d'entrer dans une guerre des prix sur notre marché, nous savions que nous nous exposerions à une concurrence féroce, face à laquelle nous prenions le risque potentiel de ne pouvoir valoriser notre modèle.

Nos commerciaux deviennent des apporteurs de conseils »

Notre modèle ne pouvait se défendre que par notre forte expertise qu'il fallait valoriser sur des marchés à haute valeur ajoutée. D'où le choix, par exemple, de renforcer notre leadership sur le marché de la santé qui est un marché à hautes exigences et spécificités. Cela implique que notre force de vente ne soit pas uniquement dans un rôle de vente mais dans une position de véritable partenaire de nos clients, afin que nos commerciaux deviennent des apporteurs de conseils.

L'un de nos autres enjeux sociaux était la préservation de l'esprit familial de Paredes dans une période de forte transformation. Cette valeur forte a toujours été très présente et trouve ses racines dans l'histoire de notre Groupe.

Le baromètre d'image interne montre que + 90 % des collaborateurs sont en phase avec la stratégie du groupe »

Aujourd'hui encore, le niveau d'appartenance à la société est très fort. Les collaborateurs se sentent très concernés par la vie de l'entreprise. Nous avons mis en place un baromètre d'image interne qui est publié trois fois par an.

Il montre que plus de 90 % des collaborateurs sont tout à fait en phase avec la stratégie du groupe et que 75 % sont totalement satisfaits.

Dans notre secteur, ces niveaux de satisfaction sont très importants et marquent une vraie rupture entre Paredes et ses concurrents. C'est une vraie force dont nous sommes très fiers.

La mise en place du plan a-t-elle entraîné de nombreuses transformations ?

Le début du plan Défi 2022 a été marqué par un changement d' ERP

Enterprise resource planning ou PGI (Progiciel de Gestion Intégré) est un système d'information intégré qui doit permettre de gérer et suivre au quotidien des informations et des services... qui comme toute migration d'ERP a entraîné de nombreuses transformations. Cette migration a été pour nous également l'opportunité de challenger nos process pour les rendre encore plus efficaces et toujours plus orientés vers nos clients et leur satisfaction. Cette évolution technologique a été le début de notre accélération digitale.

Le plan Défi 2022 a également amené à une réorganisation de nos métiers. Pour exemple, afin de permettre une meilleure prise en charge de nos clients, nous avons fait le choix de spécialiser notre organisation commerciale par marché, ce qui a nécessité un accompagnement de la force de vente concernée. C'est dans ce cadre que l'université Paredes a été créée et que deux formateurs œuvrent aujourd'hui quotidiennement à l'élaboration et à la dispense de programmes de formation spécialisés permettant

d'accompagner la montée en expertise de nos collaboratrices et collaborateurs. Sur l'année 2021, ce sont plus de 2.800 heures de formations internes qui ont été délivrées.

Paredes se prépare à devenir le futur leader de son marché en France »

Ces transformations ont eu lieu à tous les étages de la société, au sein des directions métiers mais également des directions régionales. Nous avons réussi en quatre années à transformer profondément notre société, qui aujourd'hui ne cache plus ses ambitions, se positionne et se prépare à devenir le futur leader de son marché en France. Tous ces changements n'auraient pas pu se faire sans la capacité de résilience et l'engagement sans faille des collaborateurs Paredes. Nous les avons tenus informés quotidiennement des projets, réalisations et réussites de la société avec un vaste plan de communication interne.

C'est à ce moment-là que vous avez mis en place votre système de redistribution de la richesse ?

Tous les salariés participent activement à la réussite de l'entreprise. Il était donc, à nos yeux, tout à fait normal qu'ils puissent bénéficier de cette réussite. Nous avons signé un accord d'intéressement en 2019, un an après le démarrage du Plan Défi 2022.

L'ambition de cet accord était d'aligner les intérêts des parties prenantes : les salariés, l'entreprise et ses actionnaires. Pour y parvenir nous souhaitons un système très lisible et en connexion direct avec la vie de l'entreprise. C'est dans ce cadre que notre accord WinWin (gagnant-gagnant) a vu le jour. Son principe est simple : le partage la valeur créé par notre entreprise se fait selon la règle des trois tiers entre actionnaires, salariés et l'entreprise.

2020, année d'entrée en vigueur de notre accord d'intéressement a été une année d'activité forte »

L'année 2020, entrée en vigueur de notre accord, a été pour nous une année d'activité forte, portée par une crise sanitaire durant laquelle les salariés de Paredes se sont fortement mobilisés pour fournir leurs clients en solutions et produits.

La mise en place, cette année-là, de notre système de redistribution a permis de distribuer, à la fin du premier semestre 2021, près de 2 M€ de primes d'intéressement d'un montant unique de 4.247€ pour chaque collaborateur, quel que soit son niveau hiérarchique « de l'ouvrier au directeur ».

En quoi consiste le Fonds Commun de Placement Entreprise (FCPE) mis en place ?

L'opération d'actionnariat qui a été ouverte en 2021 se fait via le Fonds Commun de Placement Entreprise (FCPE) Paredes qui a été créé à cet effet avec notre partenaire CIC Lyonnaise de banque et agréé par l'Autorité des marchés financiers (AMF). Il est hébergé au sein du Plan d'épargne Groupe Paredes. Les collaborateurs qui le souhaitent ont pu acquérir une part du Groupe à partir de 15€. Il était important pour nous de permettre à tous les salariés de pouvoir, avec un ticket d'entrée réduit, de devenir actionnaire de leur entreprise.

À ce jour, 69 % des 600 collaborateurs français ont décidé d'investir plus de 1,1 M€ de leur épargne pour devenir propriétaires d'une partie de leur entreprise. Nous ne pouvons qu'être fiers de cette réussite qui illustre la singularité de notre entreprise.

Le fait de devenir actionnaire permet aux salariés de bénéficier d'un regard encore plus aigu sur le fonctionnement de leur entreprise. Cette transparence est importante et permet à chacun des acteurs de la société de disposer des éléments de compréhension et de contextualisation des changements qui s'opèrent.

L'intéressement donne du sens au travail des collaborateurs et cela renforce leur sentiment d'appartenance au Groupe.

C'est pour ces raisons que nous travaillons cette année à la mise en place d'un système similaire au sein de notre filiale italienne.

Nous pratiquons cette transparence également avec nos CSE

Comité social et économique qui disposent des mêmes informations financières que celles qui sont partagées lors de nos Comex. Cet alignement et ce partage sont primordiaux à un dialogue social responsable et de qualité.

Allez-vous reconduire le Plan Défi 2022 ?

Nous arrivons en effet à la fin du plan 2022. Nous en projetons un deuxième mais dans un nouveau contexte de croissance organique et externe. Nous avons de plus en plus de clients implantés à l'étranger. Cela donnera des opportunités de mobilité à des collaborateurs du Groupe que nous commençons à identifier.

Dans le cadre du Plan Défi 2022, nous avons créé un nouvel entretien pour les collaborateurs avec l'équipe RH, en plus des entretiens d'évaluation et des entretiens professionnels. C'est l'occasion de parler de ces nouvelles opportunités avec certains d'entre eux. Nous devons en effet anticiper ces mobilités, ne serait-ce qu'en termes d'apprentissage de nouvelles langues mais aussi de prises de responsabilités. Compte tenu de nos enjeux de croissance, ce plan ne sera pas sur trois ans. Il devrait permettre de se projeter jusqu'en 2030.

Damien Monier

DRH @ Paredes

Date de naissance : Consulter la fiche dans l'annuaire

Parcours

Depuis février 2018

Paredes

DRH

Janvier 2012 - janvier 2018

Invest in group

Responsable ressources humaines

Juin 2011 - décembre 2011

RLD

Responsable ressources humaines régional

Juin 2007 - juin 2010

Groupe Bernard

Responsable ressources humaines

Juin 2003 - juin 2007

Vinci Construction

Responsable ressources humaines régional

Établissement & diplôme

Université de Lille - sciences et technologies

Magistère DRH, Ressources Humaines, Droit social

Actualités

Paredes : Damien Monier, directeur des ressources humaines

Damien Monier est nommé directeur des ressources humaines du groupe Paredes, spécialiste des...

Fiche n° 31550, créée le 27/06/2018 à 12:01 - MàJ le 29/06/2018 à 18:41

Paredes

- Créée à Lyon dans les années 1940, la société puis le Groupe Paredes conçoit, fabrique et distribue des produits et des solutions en matière d'hygiène et de protection professionnelles. Il est le n° 2 du marché de l'hygiène professionnelle en France et en Italie.
- Il emploie plus de 650 collaborateurs et affiche un CA de 221 millions d'euros en 2020.
- PDG : François Thuilleur.
- Contact presse : Kelly Leotardi, kleotardi@comcorp.fr , tél. :

Catégorie : Entreprises de Taille Intermédiaire

Adresse du siège 1 rue Georges Besse

69740 Genas France Consulter la fiche dans l'annuaire

Fiche n° 7311, créée le 27/06/2018 à 09:56 - MàJ le 07/02/2022 à 12:02

Une question, une précision ou un avis ?



Naissance d'un Club ETI en Auvergne-Rhône-Alpes

Alors que la Nouvelle-Aquitaine, l'Île-de-France, le Grand Est ou la Normandie disposent de leur Club ETI régional, les ETI d'Auvergne-Rhône-Alpes n'avaient pas encore fait cause commune.

C'est désormais chose faite avec le lancement d'une antenne en Auvergne-Rhône-Alpes, avec la "bénédiction" de l'institution régionale.

Un Club ETI vient de voir le jour en Auvergne-Rhône-Alpes. Dans le sillage du premier club créé en 2015 en Nouvelle-Aquitaine, il rejoint celui d'Île-de-France, du Grand Est, du Centre-Val de Loire et du Club ETI Normandie. La structure associative est indépendante de toutes organisations et apolitique, bien qu'elle compte collaborer avec le Mouvement des entreprises de taille intermédiaires (Meti) ou le Medef. Ce club est lancé sous l'impulsion de Valérie Lorentz-Poinsot, directrice générale des Laboratoires Boiron (CA 2021 : 513,6 M€ ; 2 311 salariés en France et 1 000 dans le monde) et de Jean-Matthieu Biseau, fondateur et PDG d'Opteven, assureur BtoB spécialiste de l'assistance et de la garantie panne mécanique (CA 2020 : 224 M€), qui en prennent la coprésidence.

"Nous avons été sollicités par le Meti et le Club ETI Île-de-France pour créer un club en Auvergne-Rhône-Alpes, note la directrice générale des Laboratoires Boiron. En raison du contexte et des enjeux pour nos entreprises de taille intermédiaire (pesant plus de 250 salariés et de 50 M€ à 1,5 Md€ de CA, NDLR), nous avons trouvé la proposition pertinente".

La première assemblée générale statutaire de création s'est tenue le 9 février dernier et a désigné Alexis Giloppe comme délégué général du Club ETI. Il est l'ancien DG de l'Agence Régionale de Développement de l'Innovation et de l'Économie (ARDIE) et l'ancien directeur industrie, compétitivité et territoire à la CCI Auvergne-Rhône-Alpes.

4 commissions thématiques

Le Club ETI, qui sera officiellement lancé le 10 mars au sein des Laboratoires Boiron à Messimy (Rhône), veut réunir les ETI régionales au sein d'une structure qui puisse répondre aux enjeux de ces entreprises. Sur les 5 400 ETI en France, 702 ETI ont été identifiées en Auvergne-Rhône-Alpes. Le club, qui fonctionnera à partir des cotisations de ses membres et d'aides de la Région, devrait rassembler au moins 10 % d'entre elles au démarrage, selon Jacques Blanchet, conseiller régional en charge des partenariats, qui disposera d'une place au conseil d'administration. "C'est important que les ETI soient mieux identifiées en France, elles ont des besoins spécifiques qui ne sont pas traités par d'autres instances telles que le Medef ou les syndicats interprofessionnels, et ont besoin de travailler ensemble pour avancer", insiste-t-il.

Un sentiment partagé par les deux coprésidents : "Les dirigeants d'ETI ont besoin d'échanger, de partager leurs expériences et leurs bonnes pratiques et trouver des réponses à leurs problématiques", souligne Jean-Matthieu Biseau.

"Agir sur la question des taxes à la production et la transmission"

Pour cela, l'association vient de créer quatre commissions thématiques afin d'apporter une expertise sur certains sujets aux ETI régionales : une commission RH présidée par Nicolas Cuynat, PDG de Mare Nostrum, une commission Digitale présidée par François Thuilleur, PDG de Paredes, une commission Économie présidée par Boris Lechevalier, dirigeant d'Altios, et une commission RSE présidée par



Sébastien Hours, DG de Keria.

En parallèle, la coprésidence souhaite accompagner les grosses PME à passer le cap et les soutenir sur certaines problématiques comme le financement, l'internationalisation ou la croissance externe. Et Valérie Laurentz-Poinsot de pointer : "Nous souhaitons agir aussi sur deux problématiques souvent mises en avant par les ETI : la question des taxes à la production et la transmission".

Soutien de la Région

"Les ETI n'avaient pas de représentation au niveau régional, cette création va dans le sens de ce que souhaitent conduire Laurent Wauquiez, président du conseil régional, et Stéphanie Pernod, vice-présidente à l'Economie, c'est-à-dire pousser ces entreprises à grandir et à se projeter encore davantage à l'international", expose Jacques Blanchet.

Ce Club, proche de la Région, devrait percevoir des aides pour travailler de concert avec l'Agence Auvergne-Rhône-Alpes Entreprises. "Ce lien doit être direct et rapide avec l'Agence", souligne l'élu. Un avis partagé : "Nous allons travailler main dans la main pour faire avancer nos ETI, trop souvent oubliées entre les PME et les grands groupes du CAC 40, alors que nous formons un quart des emplois en France et 34 % des exportations", partage Valérie Lorentz-Poinsot.



https://www.lejournaldesentreprises.com/sites/lejournaldesentreprises.com/files/styles/twitter_card/public/2022-02/Valrie-Lorentz-Poinsot-et-Jean-Matthieu-Biseau-o-1343466.png?h=4a7d1ed4&itok=saC6b9Y_

Valérie Lorentz-Poinsot et Jean-Matthieu Biseau ont pris la coprésidence du nouveau Club ETI Auvergne-Rhône-Alpes. — Photo : DR (Olivier Guerrin - Laboratoire Boiron / Opteven).



https://www.lejournaldesentreprises.com/sites/lejournaldesentreprises.com/files/styles/landscape_web/public/2022-02/Valrie-Lorentz-Poinsot-et-Jean-Matthieu-Biseau-o-1343466.png?h=021ea8a3&itok=qO-ye_uo

■



Naissance d'un Club ETI en Auvergne-Rhône-Alpes

Audrey Henrion

Alors que la Nouvelle-Aquitaine, l'Île-de-France, le Grand Est ou la Normandie disposent de leur Club ETI régional, les ETI d'Auvergne-Rhône-Alpes n'avaient pas encore fait cause commune. C'est désormais chose faite avec le lancement d'une antenne en Auvergne-Rhône-Alpes, avec la "bénédiction" de l'institution régionale.



Valérie Lorentz-Poinsot et Jean-Matthieu Biseau ont pris la coprésidence du nouveau Club ETI Auvergne-Rhône-Alpes. — Photo : DR (Olivier Guerrin - Laboratoire Boiron /

Un Club ETI vient de voir le jour en Auvergne-Rhône-Alpes. Dans le sillage du premier club créé en 2015 en Nouvelle-Aquitaine, il rejoint celui d'Île-de-France, du Grand Est, du Centre-Val de Loire et du Club ETI Normandie. La structure associative est indépendante de toutes organisations et apolitique, bien qu'elle compte collaborer avec le Mouvement des entreprises de taille intermédiaires (Meti) ou le Medef. Ce club est lancé sous l'impulsion de Valérie Lorentz-Poinsot, directrice générale

des Laboratoires Boiron (CA 2021 : 513,6 M€ ; 2 311 salariés en France et 1 000 dans le monde) et de Jean-Matthieu Biseau, fondateur et PDG d'Opteven, assureur BtoB spécialiste de l'assistance et de la garantie panne mécanique (CA 2020 : 224 M€), qui en prennent la coprésidence.

"Nous avons été sollicités par le Meti et le Club ETI Île-de-France pour créer un club en Auvergne-Rhône-Alpes, note la directrice générale des Laboratoires Boiron. En raison du contexte et des enjeux pour nos entreprises de taille intermédiaire (pesant plus de 250 salariés et de 50 M€ à 1,5 Md€ de CA, NDLR), nous avons trouvé la proposition pertinente".

La première assemblée générale statutaire de création s'est tenue le 9 février dernier et a désigné Alexis Giloppe comme délégué général du Club ETI. Il est l'ancien DG de l'Agence Régionale de Développement de l'Innovation et de l'Économie (ARDIE) et l'ancien directeur industrie, compétitivité et territoire à la CCI

Auvergne-Rhône-Alpes.

4 commissions thématiques

Le Club ETI, qui sera officiellement lancé le 10 mars au sein des Laboratoires Boiron à Messimy (Rhône), veut réunir les ETI régionales au sein d'une structure qui puisse répondre aux enjeux de ces entreprises. Sur les 5 400 ETI en France, 702 ETI ont été identifiées en Auvergne-Rhône-Alpes. Le club, qui fonctionnera à partir des

cotisations de ses membres et d'aides de la Région, devrait rassembler au moins 10 % d'entre elles au démarrage, selon Jacques Blanchet, conseiller régional en charge des partenariats, qui disposera d'une place au conseil d'administration. "C'est important que les ETI soient mieux identifiées en France, elles ont des besoins spécifiques qui ne sont pas traités par d'autres instances telles que le Medef ou les syndicats interprofessionnels, et ont besoin de travailler ensemble pour avancer", insiste-t-il.

Un sentiment partagé par les deux coprésidents : "Les dirigeants d'ETI ont besoin d'échanger, de partager leurs expériences et leurs bonnes pratiques et trouver des réponses à leurs problématiques", souligne Jean-Matthieu Biseau.

"Agir sur la question des taxes à la production et la transmission"

Pour cela, l'association vient de créer quatre commissions thématiques afin d'apporter une expertise sur certains sujets aux ETI régionales : une commission RH présidée par Nicolas Cuynat, PDG de Mare Nostrum, une commission Digitale présidée par François Thuilleur, PDG de Paredes, une commission Économie présidée par Boris Lechevalier, dirigeant d'Altios, et une commission RSE présidée par Sébastien Hours, DG de Keria.

En parallèle, la coprésidence souhaite accompagner les grosses PME à passer le cap et les soutenir sur certaines problématiques comme



le financement, l'internationalisation ou la croissance externe. Et Valérie Laurentz-Poinsot de pointer : "Nous souhaitons agir aussi sur deux problématiques souvent mises en avant par les ETI : la question des taxes à la production et la transmission".

Soutien de la Région

"Les ETI n'avaient pas de représentation au niveau régional, cette création va dans le sens de ce que souhaitent conduire Laurent Wauquiez, président du conseil régional, et Stéphanie Pernod, vice-présidente à l'Economie, c'est-à-dire pousser ces entreprises à grandir et à se projeter encore davantage à l'international", expose

Jacques Blanchet. Ce Club, proche de la Région, devrait percevoir des aides pour travailler de concert avec l'Agence Auvergne-Rhône-Alpes Entreprises. "Ce lien doit être direct et rapide avec l'Agence", souligne l' élu. Un avis partagé : "Nous allons travailler main dans la main pour faire avancer nos ETI, trop souvent oubliées entre les PME et les grands groupes du CAC 40, alors que nous formons un quart des emplois en France et 34 % des exportations", partage Valérie Lorentz-Poinsot. ■



Le niveau de performance de la politique RSE de PAREDES, souligné par l'obtention du label « Engagé RSE » d'Afnor Certification



Rédigé par Rédaction le Vendredi 25 Février 2022 à 14:34 | Lu 27 fois PAREDES, n°2 du marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France, obtient, après évaluation de l'ensemble de ses activités, siège et directions régionales, le niveau confirmé du label « Engagé RSE » décerné par Afnor Certification.

Cette distinction récompense la mobilisation du groupe en faveur du développement durable, le niveau de performance ainsi que la cohérence de sa politique RSE et conforte les efforts de chacun pour l'améliorer.

PAREDES annonce avoir reçu le label « Engagé RSE » décerné par l'organisme de certification Afnor. N°1 français de la certification, l'Afnor évalue, sur une base de 50 critères, le niveau d'intégration d'une démarche durable dans la stratégie et le management de l'organisation et l'efficacité des mesures mises en place dans les entreprises, ainsi que les rapports qu'elles fournissent sur leur engagement environnemental et social.

Ainsi, PAREDES fait désormais partie d'une communauté qui réunit plus de 200 entreprises les plus engagées en matière de politique RSE. Cette distinction reconnaît le niveau de performance des pratiques responsables du groupe, qui répondent aux objectifs de développement durable des Nations-Unies, en ligne avec la norme internationale ISO 26000.

« L'obtention de cette certification est une fierté pour PAREDES car elle reconnaît notre engagement et la performance de notre démarche RSE initiée depuis plusieurs années. Nous avons tenu nos promesses et tous nos efforts sont ainsi récompensés. Nous tenons à développer notre démarche RSE et l'étendre jusqu'à nos clients pour qui cette distinction est un critère de sélection important. Ce résultat nous motive d'autant plus à inscrire nos actions dans la durée. Nos axes d'amélioration sont déjà inscrits dans un plan de progrès », déclare Gaëtan BREE, Responsable HSE/RSE chez PAREDES.

PAREDES renforce ainsi tous ses efforts, les moyens et les actions mis en œuvre dans le cadre de sa démarche RSE « Vert l'avenir ». Pour obtenir ce label, le groupe a fait l'objet d'une évaluation sur site, menée pendant 5 jours et renouvelable tous les 18 mois. Cette dernière repose sur 7 piliers fondamentaux : la gouvernance, les droits de l'homme, les relations et les conditions de travail, l'environnement, la loyauté des pratiques, les questions relatives aux consommateurs, les communautés et le développement local.

Une politique RSE performante en cours d'évolution

Le Groupe s'engage depuis plusieurs années à faire évoluer sa démarche de responsabilité sociétale en mettant en place des actions en faveur du développement durable. En effet, plus de 70 % des déchets générés par PAREDES sont aujourd'hui valorisés (dont 100 % pour son usine de transformation de ouate, PAREDES Fab), 100 % des essuie-mains rouleaux issus de PAREDES Fab sont certifiés Ecolabel, et plus de 3000 heures de formations ont été dispensées en interne via l'Université PAREDES. De plus, la mise en place d'un COPIL dédié aux projets RSE et enfin le travail mené autour de l'évaluation au plus proche de l'impact carbone de ses activités, sont autant d'initiatives concrètes envisagées par PAREDES pour faire évoluer sa politique actuelle.

Le Groupe, conscient des enjeux et des attentes du marché, ambitionne de renforcer continuellement sa politique RSE. L'humain et le développement durable seront encore au cœur de sa stratégie à venir avec une prise en compte et une écoute encore plus forte de l'interne, tant au niveau des pratiques managériales, de la parité que de la formation.

« Cette distinction reconnaît notre mobilisation continue autour du développement durable. Elle met en lumière notre engagement et les moyens que nous avons développés en faveur de l'environnement et de nos salariés et nous encourage à aller plus loin », conclut François THUILLEUR, PDG du Groupe PAREDES.