



LE PRIX DE L'ENTREPRISE CITOYENNE COTÉE EN BOURSE

LES DÉTAILS DU PROJET



LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE



L'INCLUSION SOCIALE



LE DÉVELOPPEMENT
DES TERRITOIRES



easybourse

Groupe La Banque Postale

LE PROJET PRÉSENTÉ PAR

REXEL

ZOOM SUR LES CONTOURS DU PROJET

Quel est le nom de la marque valorisée par le projet ?

Le Carbon Tracker.

Depuis quand ce projet existe-t-il ?

Le projet existe depuis 2020 et est opérationnel depuis Mars 2022.

En quoi consiste le projet ?

Grâce au Carbon Tracker, les clients de Rexel peuvent connaître les impacts environnementaux (CO2 et ressources naturelles) des produits achetés chez Rexel, à chaque étape de leur cycle de vie. Cette information précise, basée sur des analyses de cycle de vie (ACV), une méthodologie validée par Bureau Veritas et des algorithmes évolutifs, permet d'intégrer l'environnement dans la décision d'achat.

Quel est le périmètre géographique de ce projet ?

France (Q1-2022), puis déploiement européen sur Q2/Q3-2022

De quelle manière ce projet a-t-il été enrichi depuis sa création ?

A sa première version (Mars 2022), le Carbon Tracker ne donnait que les impacts CO2 des produits, pour chaque phase du cycle de vie, par client. Il évolue depuis continuellement : possibilité d'accéder aux impacts sur les ressources naturelles, résultats par fournisseur, amélioration du périmètre de produits couverts, ajout des PEP de nouveaux fournisseurs...

De nombreux développements sont prévus, notamment en lien avec l'amélioration de la qualité et de la quantité de données disponibles sur les produits.

LE DÉPLOIEMENT DU PROJET

De quelle manière s'est déroulée l'activation du projet ?

Fin 2019 : Rexel esquisse dans un « cahier de prospective durable » les services responsables à initier rapidement pour répondre aux nouvelles demandes-clients. Parmi les idées retenues apparaît le Carbon Tracker, sorte de Yuka des électriciens.

Mi-2020 : quatre clients demandent à disposer de l'empreinte carbone des produits achetés, pour différentes raisons : conformité, volonté de réduire leurs émissions, réponse à un appel d'offre exigeant... Le projet est lancé, avec Rexel France comme pilote.

Quelles ont été les principales étapes du déploiement de ce projet ?

S2-2020 : implication des parties prenantes internes (DD, data, marketing, BI, commerce), définition des besoins et budget ; lancement du projet.

S1-2021 : développement de la méthodologie de calcul avec un consultant spécialisé sur les ACV, revue critique par Bureau Veritas. Présentation du projet aux fournisseurs stratégiques de Rexel et début de la collecte des données auprès de ces fournisseurs.

S2-2021 : intégration des algorithmes dans les systèmes informatiques de Rexel France et présentation des 1ers résultats aux fournisseurs. Développement d'un fichier de collecte des données avec les fournisseurs, et commun à la filière.

Mars 2022 : livraison des 1ers clients. Développement du tableau de bord des résultats sur la base des retours clients.

Mai 2022 : début du déploiement sur Autriche, Pays-Bas, Allemagne

Quels moyens humains et financiers ont-ils été mobilisés ?

Le projet mobilise des moyens financiers et de nombreuses personnes.

En interne :

- Equipe Data : 3 personnes sont mobilisées pour la gestion du projet, le développement d'un process de collecte standardisé des données et la collecte effective des données auprès des fournisseurs.
- Equipes Business Intelligence et IA : 1 personne mobilisée pour le développement des algorithmes, l'intégration dans les systèmes informatiques et le développement des interfaces clients. Plus de ressources seront prochainement allouées pour ajouter une couche intelligence artificielle au Carbon Tracker.
- Equipes commerciales et services : 4 personnes mobilisées pour la gestion du projet, le suivi client et la gestion des relations fournisseurs.
- Budget de développement : le projet a nécessité l'embauche au sein de la direction développement durable d'un chargé de projet + expertise externe sur les ACV + certification de la méthode + divers éléments de communication

En externe :

- Fournisseurs : rendez-vous avec les partenaires stratégiques à raison de 1 à 3 réunions par semaine depuis plus d'un an.
- Clients : rendez-vous tous les 2 à 3 mois pour présenter les avancées auprès de clients pilotes.

Quelle suite envisagez-vous de donner au déploiement de ce projet ?

Prochaines étapes :

- Déploiement dans 3 pays européens d'ici fin 2022
- Développement de la base de données environnementales en partenariat avec les fournisseurs de Rexel
- Intégration du Carbon Tracker dans les solutions d'intelligence artificielle existantes
- Développement d'une version simplifiée pour sensibiliser les artisans-électriciens.

VALEUR AJOUTÉE DU PROJET

En quoi ce projet est-il innovant ?

Le Carbon Tracker est le premier calculateur d'impacts environnementaux pour le matériel électrique, et veut devenir une référence pour toute la filière. Pour Rexel, c'est une brique essentielle de son plan de neutralité carbone, qui passe par une réduction de 45% des émissions de CO2 sur le scope 3 d'ici 2030 (vs. 2016). Pour fournir à ses clients des informations environnementales pertinentes et claires, quel que soit le produit, le Carbon Tracker doit innover sur les points suivants :

1. Développer des algorithmes pour couvrir tous les produits électriques : une partie seulement du matériel électrique dispose de PEP (Product Environmental Profile). Pour les autres produits, il a fallu développer des algorithmes évolutifs capables de recréer automatiquement des PEP sur la base de données techniques des produits.
2. Collaborer avec les fournisseurs pour accéder aux ACV des produits : Rexel encourage ses fournisseurs à développer les données d'impact environnemental de leurs produits (PEP) pour améliorer continuellement les algorithmes et résultats fournis aux clients.
3. Faire évoluer les pratiques 'data' entre fournisseurs et distributeurs : Rexel considère que les données environnementales vont devenir un critère usuel de choix des produits électriques à l'avenir. Les données environnementales doivent donc être traitées comme toute donnée technique et commerciale. Rexel a créé, avec ses fournisseurs stratégiques, un format d'échange des données environnementales, qui est partagé avec l'ensemble de la profession (y compris les concurrents) afin de devenir la référence de la filière.

Quelle valeur ce projet crée-t-il pour la marque et les parties prenantes ?

- Le Carbon Tracker montre que l'intégration du développement durable au cœur de la filière électrique est créatrice de valeur pour toute la chaîne de valeur :
- Les clients disposent d'un outil précis et revu par tiers externe pour analyser leurs achats et dimensionner un plan de réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre et de leurs consommations de ressources naturelles.

- 2. Les fournisseurs déjà engagés dans une démarche ACV peuvent mettre en valeur leurs produits sur la base d'informations environnementales fiables.
- 3. Les autres fournisseurs, souvent de taille plus modeste et désireux d'engager une démarche environnementale robuste, sont accompagnés par Rexel pour initier un programme d'écoconception.
- 4. Rexel renforce sa position d'expert environnemental de la chaîne de valeur électrique, et donc sa position de tiers de confiance. C'est un élément clé pour bâtir une relation commerciale de long-terme et profitable avec ses clients et ses fournisseurs.

En quoi ce projet nourrit-il le positionnement Citoyen de la marque ?

Depuis près de quinze ans, le Groupe intègre dans sa démarche de responsabilité la lutte contre le dérèglement climatique en agissant en interne (88 ktCO₂e, soit 0,3% des émissions) mais, surtout, en impulsant une dynamique vertueuse pour accélérer la transition énergétique, associant ses partenaires, ses clients et plus largement la filière électrique, à sa feuille de route vers un monde décarboné. Aujourd'hui plus que jamais, Rexel porte, de fait, une double exemplarité.

La stratégie climat du Groupe repose sur deux objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES), validés par l'initiative Science Based Targets et en ligne avec l'Accord de Paris :

- Diminuer de 35 % ses émissions de GES liées à la consommation d'énergie dans ses opérations (scopes 1 et 2) d'ici 2030, par rapport à 2016 ;
- Diminuer de 45 % les émissions de GES liées à la consommation des produits vendus, par euro de chiffre d'affaires (scope 3) d'ici 2030, par rapport à 2016.

Le Carbon Tracker est une brique essentielle pour atteindre l'objectif de réduction des émissions liées aux produits vendus. D'abord, Rexel dispose maintenant d'un outil précis d'analyse pour orienter son plan d'offre vers les produits les plus efficaces.

Ensuite, le Carbon Tracker montre que Rexel investit sur l'innovation environnementale, quitte à devoir repenser son organisation : le Carbon Tracker est intégré dans les systèmes informatiques de vente de Rexel France, et a nécessité de repenser en profondeur l'organisation des certaines bases de données produits (PIM).

Surtout, le Carbon Tracker est un outil pédagogique, dont un des objectifs est d'amener les clients à repenser leur stratégie d'achats, en y intégrant des critères environnementaux. Car la neutralité carbone ne peut être l'œuvre de quelques-uns, et ne peut se concevoir que dans des stratégies de collaboration et/ou de filières.

A quels objectifs du développement durable le projet répond-t-il ?

Le groupe Rexel est membre du Pacte mondial des Nations unies et s'est donc engagé à faire progresser les principes universellement acceptés relatifs aux Droits de l'Homme, aux normes du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Pour plus d'informations sur la contribution de Rexel aux objectifs de développement durable :

[Notre soutien au Pacte Mondial et aux Objectifs de Développement Durable](#) | Rexel

Le Carbon Tracker, projet conduit par Rexel en partenariat avec ses clients et fournisseurs, contribue plus particulièrement aux ODD 12, 13, 17 et 7.



INCIDENCES ÉVENTUELLES DU PROJET

Quels impacts négatifs potentiels liés à ce projet avez-vous identifiés ? De quelle manière les avez-vous appréhendés ?

Pas d'impact négatif identifié à ce stade.

SUIVI OPÉRATIONNEL DU PROJET

Quelles métriques avez-vous établi pour évaluer l'efficacité de ce projet ?

Des indicateurs, suivis de manière hebdomadaire, ont été établis pour suivre l'efficacité et le déploiement du projet. Ils sont de trois natures :

1. Indicateurs de couverture : ils donnent un état de l'avancement du déploiement du projet
→ nombre de fournisseurs participant à la démarche, nombre de Profils Environnementaux de Produits disponibles dans le Carbon Tracker, part du chiffre d'affaires couvert...
2. Indicateurs de performance : ils permettent de suivre la réduction des impacts environnementaux.
→ émissions de gaz à effet de serre et épuisement des ressources naturelles sur le périmètre couvert

3. Indicateurs de qualité : la méthode permet de calculer pour chaque produit un indicateur de qualité, en fonction de son mode de calcul et de la qualité des données disponibles. Un indicateur de qualité global est calculé sur cette base, et fournit une évaluation régulière de la qualité de la méthode et des calculs réalisés.

De quelle manière ces métriques ont-elles été déterminées ?

Les indicateurs de couverture et de performance ont été définis en interne.

Les indicateurs de qualité ont été définis avec le tiers vérificateur de la méthode, Bureau Veritas.

Comment conduisez-vous concrètement cette évaluation ?

L'évaluation des métriques est automatisée, et les indicateurs sont suivis via un tableau de bord se mettant à jour quotidiennement et automatiquement. Chaque lundi, le tableau de bord est affiché pour l'équipe et les résultats analysés en regard des objectifs fixés sur chaque indicateur.

Quels aspects clés de ce projet feront l'objet d'un suivi régulier ?

Le projet est évalué selon les 3 dimensions : couverture, performance et qualité. Ces 3 dimensions sont évaluées chaque semaine.

Par ailleurs, le Carbon Tracker est un nouveau service et son succès sera également évalué commercialement

(nombre de clients adhérents au service) à partir de septembre 2022.

Rencontrez-vous des difficultés à effectuer cette évaluation ?

Pas de difficulté spécifique, l'évaluation ayant été intégrée aux outils dès leur conception.

MISE EN AVANT DU PROJET

Quelle campagne de communication avez-vous défini pour ce projet ?

Le Carbon Tracker a été lancé en Mars 2022 auprès d'entreprises grands comptes qui constituaient un public test

: présentation en avant-première de l'outil, de la méthode et des résultats, retours clients permettant d'améliorer la version bêta.

La communication nationale aura lieu au cours du Rexel Expo, salon destiné aux professionnels de la filière électrique et réunissant environ 20 000 personnes du 20 au 24 juin. Des démonstrations du Carbon Tracker seront proposées aux clients et fournisseurs.

Par ailleurs, le Carbon Tracker est, au-delà d'un outil, une démarche visant à faire évoluer en profondeur la filière électrique (promotion de l'écoconception, intégration de l'affichage environnemental, sensibilisation des artisans, normalisation des référentiels data et des méthodes ACV...). Il a donc été choisi de faire la promotion de l'outil via une reconnaissance par tiers externes : d'abord via la revue critique de la méthode (Bureau Veritas), puis par la participation à des prix reconnus. La reconnaissance obtenue par le Carbon Tracker permettra ainsi de valoriser la démarche auprès des parties prenantes externes, mais surtout de valoriser en interne les équipes ayant participées au projet.

Enfin, à la suite du Rexel Expo, une campagne de communication, ciblée clients grands comptes, sera organisée.