

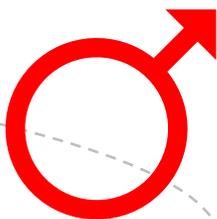
ÉTUDE 2023

**LES ENGAGEMENTS RSE
DES ENSEIGNES DE DISTRIBUTION
perçus par les moins de 25 ans**



PROFIL DES RÉPONDANTS

527 RÉPONDANTS



55 % sont des
HOMMES



45 % sont des
FEMMES

**ENGAGEMENTS RSE
DES ENSEIGNES
DE DISTRIBUTION
par les moins de 25 ans**



NIVEAU DE DIPLÔME

41 %
Bac +1, +2



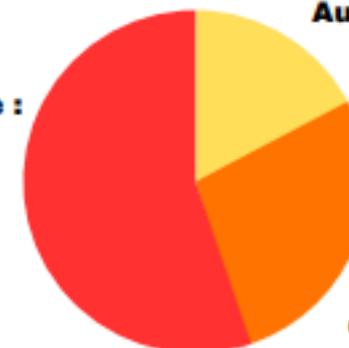
26,8% Bac +3

32,2%
MASTER



X %
D'ÉTUDIANTS

**Forte expérience :
55.3%**



**Aucune expérience :
17.3%**

**Faible
expérience : 27.5%**



Responsabilité Sociétale et Environnementale du commerce spécialisé

.....

13 INTERVIEWS DE DIRIGEANTS ENGAGÉS

27 ENJEUX ET ACTIONS

POUR ACCÉLÉRER LA TRANSFORMATION DU COMMERCE

[LivreBlanc2022.pdf \(procos.org\)](https://procos.org/LivreBlanc2022.pdf)



De fortes attentes...

Être une enseigne responsable signifie

| | Score /5 | Catégorie ayant obtenu la meilleure note |
|---|----------|--|
| Commercialisation | 4,18 | Vendre des produits dont l'argent est justement réparti entre les acteurs de la filière |
| Production | 4,37 | Contrôler la composition des produits |
| Gestion des déchets | 4,51 | Recycler |
| Gestion de l'immobilier | 4,11 | Améliorer l'efficacité énergétique des points de vente |
| Transport des marchandises | 4,09 | Réduire le transport des marchandises |
| Promotion de l'économie circulaire | 4,31 | Aider les consommateurs à donner une seconde vie à leurs produits |
| Ressources humaines | 4,41 | Améliorer les conditions de travail de ses collaborateurs |
| Engagements de l'enseigne auprès des tiers | 3,88 | S'engager dans l'aide aux plus démunis |
| Fonctionnement général | 4,31 | Réduire son empreinte carbone |

← Une forte attente écologique

← Une (relative) plus faible attente en tant qu'institution sociale

Les motivations et les freins liés à la RSE

Une vision très « utilitariste » de la RSE...

Les motivations perçues des entreprises reposent sur :



La loi : 3,96/5



L'image de marque : 4,12/5

Mais un frein identifié très clairement...

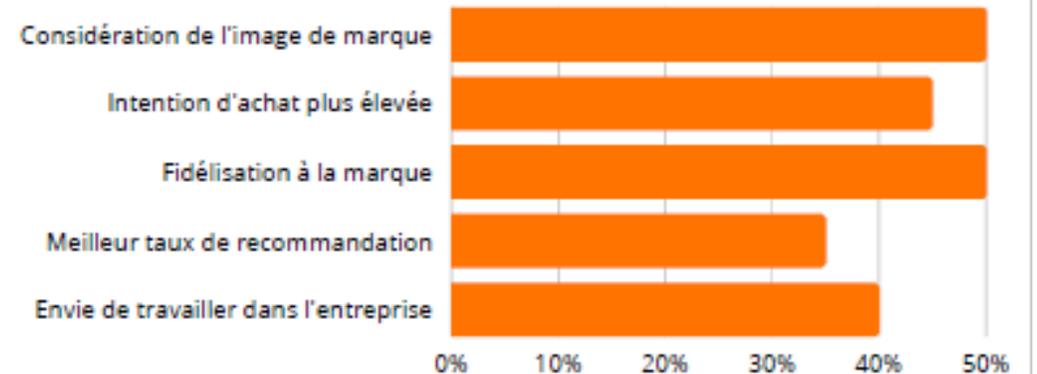


Les coûts : 72%

Des bénéfices attendus....

| | Score sur 5 |
|--|-------------|
| J'aurai une image positive de l'entreprise | 3,83 |
| J'achèterai ses produits/ses services | 3,62 |
| J'y serai fidèle | 3,44 |
| Je recommanderai cette entreprise à mes amis | 3,69 |
| Je recommanderai cette entreprise à des tiers | 3,68 |
| J'aurai envie travailler pour cette entreprise | 3,58 |

Face à une politique de RSE, voici le pourcentage de répondants prêts à envisager les faits suivants :



Un scepticisme...

D'après une étude réalisée auprès des enseignes adhérentes à Procos en juillet 2021, 65 % des enseignes interrogées déclarent avoir décliné leur politique RSE dans tous les secteurs de leur entreprise ou sont en passe de le faire.

Crédible : 3,55 Vraisemblable : 3,53 Sur-estime la réalité : 3,23

D'après une étude Havas Commerce / Paris Retail Week menée en mai-juin 2021, les Français sont 78% à penser que la surconsommation peut entraîner un effondrement de civilisation.

Crédible : 3,52 Vraisemblable : 3,44 Sur-estime la réalité : 3,07

Les leviers d'action....

| | Score sur 5 |
|--|-------------|
| Labels environnementaux | 3,79 |
| Labels sociaux | 3,65 |
| Certifications par un organisme tiers | 3,69 |
| Congruence entre l'engagement et le positionnement de l'entreprise | 3,45 |
| Engagement récurrent et sur le long terme de l'enseigne | 3,91 |
| Commentaires des autres clients | 3,68 |
| Visibilité des engagements de l'entreprise | 3,92 |
| Réputation sociale de l'entreprise | 3,73 |
| Image de l'entreprise dans la presse | 3,42 |
| Partenariats avec des ONG ou des associations | 3,62 |
| Prise des paroles des enseignes sur des sujets sociétaux | 3,48 |
| Proposition d'une offre cohérente et engagée | 3,85 |
| Association avec une personnalité reconnue (scientifique, politique, etc.) | 3,10 |



MERCI

PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION
DU COMMERCE SPÉCIALISÉ



DES QUESTIONS ?