

ÉTUDES & CLUBS

Colloque Etienne THIL / 11 octobre 2023

Depuis plusieurs années déjà, **Procos est partenaire du Colloque Etienne THIL** qui vise à réunir les chercheurs universitaires travaillant sur le commerce et la distribution avec des entreprises du commerce.



Ce fut l'occasion d'échanger et confronter des points de vue théoriques aux réalités stratégiques ou opérationnelles des entreprises ([support de présentation complet ici](#)).

Comme les années précédentes, une étude a été réalisée auprès de jeunes étudiants.

L'étude met en évidence **le haut niveau d'attente des étudiants sur les nombreux aspects de la RSE** notamment environnementaux.

Elle montre également que, plus les jeunes ont vécu des expériences en entreprise (stages...) plus les attentes portant sur les aspects collaborateurs, démarche employeur prennent de l'importance de même que la cohérence entre le discours de l'enseigne et le vécu interne des collaborateurs.

Niveau d'attente très élevé mais, paradoxalement, la jeune génération n'est pas prête à payer plus cher les produits même « plus vertueux ».

Les principales attentes portent toutefois sur l'engagement des enseignes à long terme ainsi que sur la visibilité des actions de l'entreprise à l'extérieur. A l'inverse, peu d'attente sur une démarche de labellisation qui pourrait attester d'une démarche vertueuse.

Les moins de 25 ans et la RSE

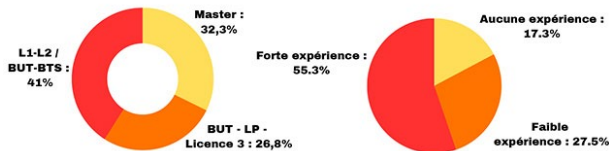
Profil des répondants



Âge moyen 21 ans



Niveau d'études



Cette fois-ci, la thématique portait sur « **Les engagements RSE des enseignes de la distribution, la perception des jeunes de moins de 25 ans.** ».

La démarche consistait à produire un questionnaire administré par internet à partir du livre blanc réalisé par Procos en 2022 « **Responsabilité Sociétale et Environnementale du commerce spécialisé** » ([lire par ailleurs « Livre Blanc Procos »](#)).

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