

Procos publie le livre blanc « Responsabilité Sociétale et Environnementale du commerce spécialisé : 27 enjeux et actions pour accélérer la transformation du commerce »

Sensibiliser aux impératifs de mutations du commerce, partager leurs expériences, proposer des pistes de réflexion pour aller plus vite et plus loin sont les ambitions partagées par les 300 enseignes adhérentes de la fédération.

A l'appui du témoignage de treize dirigeants ou direction RSEi d'enseignes et d'une enquête menée auprès d'une cinquantaine de réseaux adhérents représentant plus de 17 000 magasins, **le livre blanc a pour vocation de mettre en lumière les initiatives inspirantes des enseignes**, relever les contraintes et limites pour mettre en place les stratégies RSE au sein des entreprises et soumettre des pistes d'amélioration au profit des consommateurs, du secteur, de l'emploi, de la filière et des pouvoirs publics.

Aujourd'hui, plus de 90 % des enquêtés déclarent avoir mis en place des actions environnementales et sociales. Ils sont 65 % à les avoir déclinées sous forme de politique RSE globale. Les enseignes du retail sont particulièrement avancées dans les domaines de la réduction des produits toxiques. 71 % ont pris des mesures opérationnelles et 68 % sur le contrôle de l'origine des produits. Réduction de la pollution, économie circulaire, contrôle de traçabilité, limitation des transports font partie intégrante des objectifs que se fixent les enseignes. Cependant, ces mesures impliquent un temps d'adaptation, des compétences spécifiques et des investissements lourds qui ralentissent le déploiement de ces avancées.

Sur le volet social, 86% des entreprises ont mis en place des politiques de formations suivies et mesurées. L'amélioration des conditions de travail et la mixité sont développées et contrôlées par plus de 80% des enseignes. En recrutant tout type de profils en termes d'âge, de diplôme, d'expérience, de nationalité et de handicap, les enseignes s'emploient à favoriser la diversité, limiter les freins à l'embauche et donner des opportunités d'évolutions professionnelles. Mais le commerce se trouve confronté à des difficultés de recrutement que la pandémie n'a fait qu'accentuer.

Les 27 enjeux et actions présentés dans le livre blanc n'ont pas vocation à être exhaustifs mais correspondent à des besoins et attentes opérationnels identifiés par les enseignes de tout secteur.

Les actions sont déclinées autour de thèmes environnementaux comme la réglementation, la traçabilité, le recyclage... et sur les thèmes sociétaux tels que le recrutement, la formation, la solidarité...

A titre d'exemple, les enseignes ont besoin de stabilité réglementaire et législative pour décliner rapidement les politiques environnementales sur le terrain. Un guichet unique centralisant l'ensemble des dispositifs les y aiderait.

Contacts presse :

Emmanuel LE ROCH, Délégué Général - emmanuel.le.roch@procos.org – 06.07.21.57.02

Sophie MADIGNIER, Directrice Marketing - sophie.madignier@procos.org

31, rue du 4 septembre - 75002 Paris - Tél. : 01 44 88 95 60

club@procos.org ■ www.prococos.org

Comme évoqué, le coût de la transition écologique est un frein à son développement, un mécanisme simple de crédit d'impôts ou de subvention en accélérerait l'application.

Sur le volet social, le commerce a besoin d'attirer les talents alors qu'il connaît des difficultés de recrutement. Une campagne de communication sur les métiers du commerce serait un moyen de valoriser les opportunités d'emplois du secteur. Par ailleurs, les changements structurels du secteur : développement du e-commerce, nouveaux modes de livraison... impliquent le recrutement de nouveaux profils souvent très demandés. Par des aides, l'Etat favoriserait ces embauches.

Le commerce est une chance pour la France. Il tient une place centrale dans la société que ce soit pour le dynamisme des villes, la création d'emplois non délocalisables, son rôle d'ascenseur social ou sa capacité d'innovation. Les 27 enjeux et actions présentés sont une première étape vers un commerce plus performant, créatif et innovant dans le respect de l'avenir de la planète et des générations futures.

[**Télécharger le livre blanc**](#)

ⁱ Courir, Etam, Eram, Fnac Darty, Jeff de Bruges, Keria, Kiabi, Micromania-Zing, Monoprix, Petit Bateau, Pylones, Rituals, Salad&Co