

Études & clubs

Rse 2024 : les enseignes toujours plus engagées

En 2022, Procos a fait paraître un livre blanc sur la RSE « *Responsabilité Sociétale et Environnementale du commerce spécialisé : 13 interviews de dirigeants engagés - 27 enjeux pour accélérer la transformation du commerce* ».

A cette occasion, une cinquantaine de chefs d'entreprises et de responsables de la fonction RSE au sein des enseignes avaient été interrogés sur l'état d'avancement de leur démarche et leurs attentes vis-à-vis des pouvoirs publics pour accélérer le développement de la RSE au sein de leur entreprise.

En 2024, le comité RSE de Procos animé par Sandrine MIGNAUX (Rituals), Sébastien HOURS (Keria), Nihel MOULOUA (Pylones) Thomas BURETTE (Courir) a souhaité mesurer les principales évolutions et tendances marquantes constatées depuis 2021 en questionnant à nouveau les enseignes. 50 dirigeants et responsables RSE ont répondu¹.

LES PREMIERS ENSEIGNEMENTS

UNE IMPLICATION ACCRUE DE LA DIRECTION DANS LA DECLINAISON DE LA POLITIQUE RSE AU SEIN DE LEUR ENSEIGNE.

44% ont déployé et décliné une politique RSE dans les différents services (+ 15% / 2021) soit une nette progression de l'intégration dans les entreprises en trois ans.

42% ont choisi de mettre en place un service ou une personne rattachée à la direction générale (+ 4 %/2021). Ainsi, la démarche RSE est de plus en plus structurée dans les entreprises.

En 2021, la RSE était majoritairement portée par un service spécifique (souvent les Ressources Humaines) ou déléguée aux différents services en fonction du sujet à traiter, mais non gérée par le plus haut niveau hiérarchique de l'entreprise. En 2023, l'implication de la direction générale s'est nettement accrue.

77% des sondés déclarent rendre des comptes sur l'avancement des actions RSE au comité de direction.

92% ont mis en place des actions engagées aussi bien dans le domaine environnemental que sociétal.

71% ont mis en place des actions engagées dans le domaine de la gouvernance.

La RSE est un sujet dont les enseignes se sont emparées. Si elle n'est pas toujours complètement structurée, il n'en reste pas moins que de nombreuses actions concrètes sont déclinées au sein des entreprises.

¹ Le sondage a valeur de tendance et ne se veut pas représentatif de l'ensemble du secteur.

UN SUIVI DE LA POLITIQUE RSE DANS L'ENTREPRISE EN STRUCTURATION

31% ont déjà mis en place un reporting RSE structuré.

Si la démarche reste encore minoritaire, elle devrait progresser rapidement puisque 16% des sondés sont en cours de définition.

En effet, si la CRSD (Directive européenne Corporate Sustainability Reporting Directive), nouvelles normes et obligations de reporting extra-financier entrée en vigueur depuis janvier 2024, n'est applicable pour le moment qu'aux grandes entreprises remplissant deux des critères suivants : plus de 500 salariés, plus de 50 millions € de chiffres d'affaires, plus de 25 millions € de total de bilan, l'élargissement du champ d'application s'instaurera progressivement en 2025 et 2026 pour finir par concerner les PME cotés en bourse de 10 salariés dont le total du bilan ne dépasse pas 450 000 € ou dont le montant net du chiffre d'affaires ne dépasse pas 900 000 €.

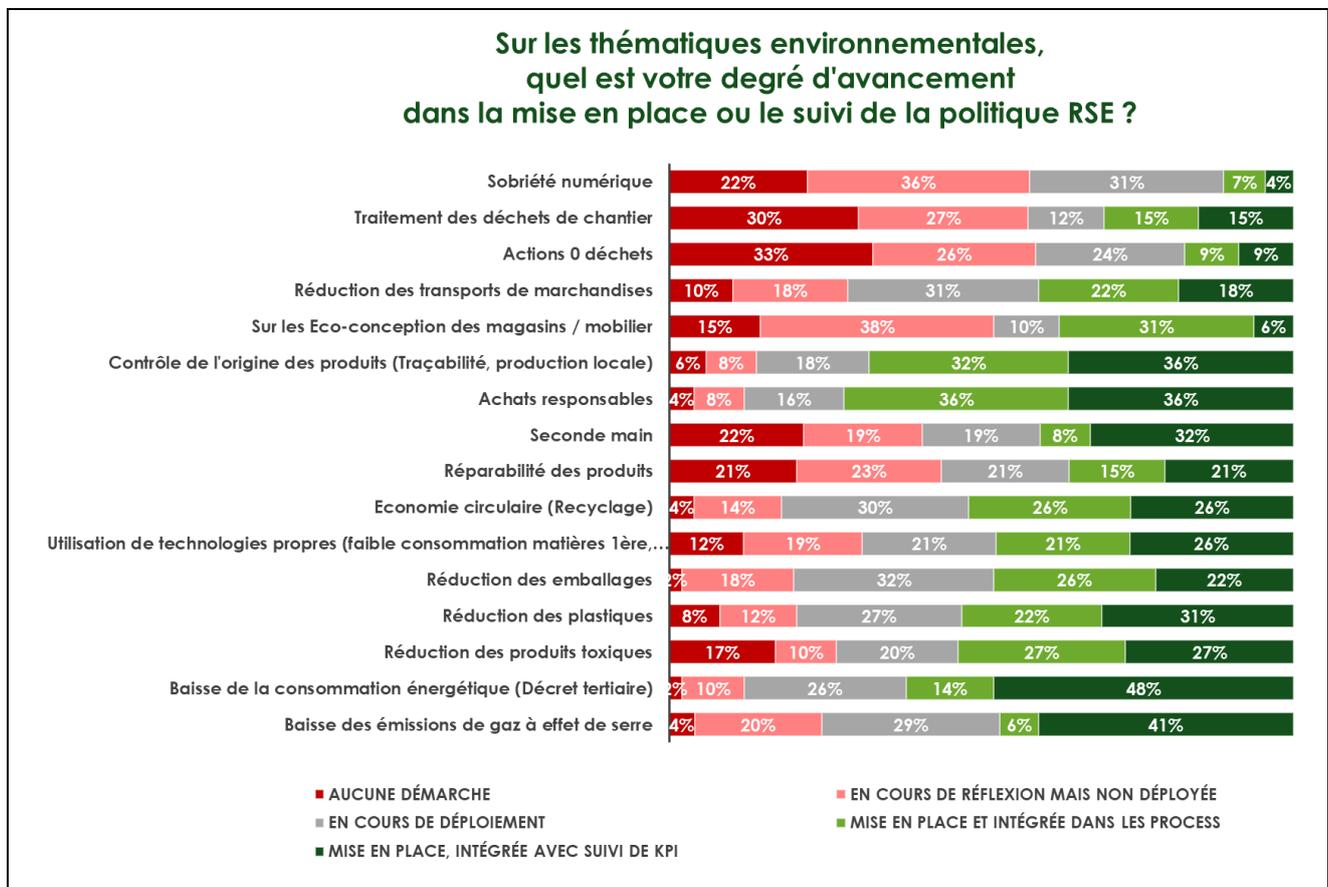
Les premières entreprises devront produire leur premier reporting en 2025 (pour l'année 2024).

UN FORT ENGAGEMENT DES ENSEIGNES SUR LES SUJETS ENVIRONNEMENTAUX

Les enseignes ont particulièrement avancé que ce soit dans la mise en place des actions et/ ou le suivi des kpi sur les sujets de contrôle de l'origine des produits et de réduction des produits toxiques et plastiques (53% et 54%) ainsi que sur la baisse de la consommation énergétique (47%).

Les évolutions sont particulièrement remarquables par rapport à 2021 concernant le [décret tertiaire](#) avec 52% de sondés ayant mis en place des actions et/ou avec suivi de kpi. Ils n'étaient que 27% en 2021 à suivre les kpi contre 48% en 2024.

Actions mises en place et intégrées dans les process avec suivi de KPI (en % des sondés).

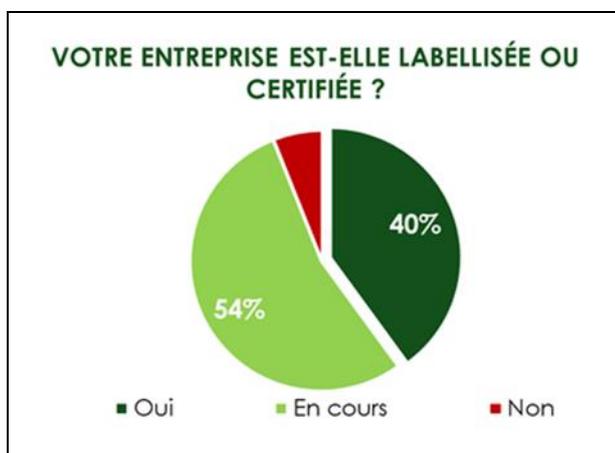


UNE VOLONTE ET UNE AMBITION MARQUEES DE REDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE L'ENTREPRISE.

70% des sondés déclarent avoir réalisé leur bilan carbone couvrant les 3 scopes.

49% se sont fixés plus de 26% de réduction de GES d'ici 2023 dont 19% avec un objectif de plus de 40%.

Pour rappel, en France, le décret de juillet 2022 impose de faire un bilan de gaz à effet de serre complet, scopes 1 à 3, aux entreprises de plus de 500 salariés à partir du 1er janvier 2023.



94% des entreprises sont labellisées ou certifiées (B Corp, enseigne responsable, Lucie...) en nette progression. **Elles n'étaient que 39% en 2021.**

L'engagement environnemental se manifeste dans plusieurs domaines clés, avec des actions orientées vers la réduction des émissions de CO₂, l'optimisation de la consommation énergétique, la circularité des produits et une gestion durable des ressources. Ces efforts se retrouvent dans différents domaines stratégiques comme la sensibilisation des consommateurs et l'éco-conception, la sobriété énergétique, l'allongement de la durée de vie des produits, l'optimisation des transports et verdissement des flottes, des politiques d'achats durables et des engagements fournisseurs.

RESPONSABILITE SOCIETALE : FORMATION, DIVERSITE ET CLIMAT SOCIAL EN PREMIERE LIGNE DES ACTIONS PORTEES PAR LES ENTREPRISES.

Les thématiques les plus avancées, c'est-à-dire que les processus sont mis en place et/ou mesurés par des Kpi, sont **la formation (80%), la diversité (78%) et le climat social (76%)**.

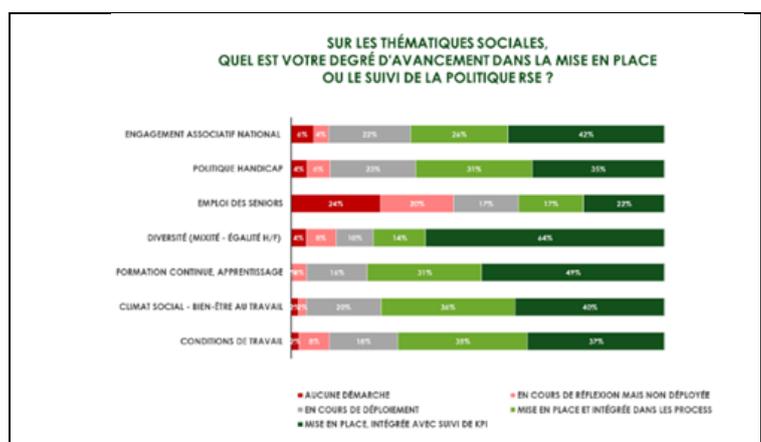
La **diversité** (mixité – égalité) et **la formation** sont les sujets pour lesquels les indicateurs de performance sont particulièrement suivis respectivement 64% sur et 49%.

LA SENSIBILISATION AUX ENJEUX RSE DES SALARIES SUR LE TERRAIN EST UN AXE FORT DES ENSEIGNES.

38% des sondés **forment leurs salariés à la RSE.**

47% ont développé une politique d'**ambassadeurs**.

La politique d'ambassadeurs en boutiques tend à se généraliser. Les employés sont formés et se font le relai opérationnel de la stratégie et des actions RSE définie par l'entreprise. Les ambassadeurs sensibilisent les équipes et diffusent les bonnes pratiques.

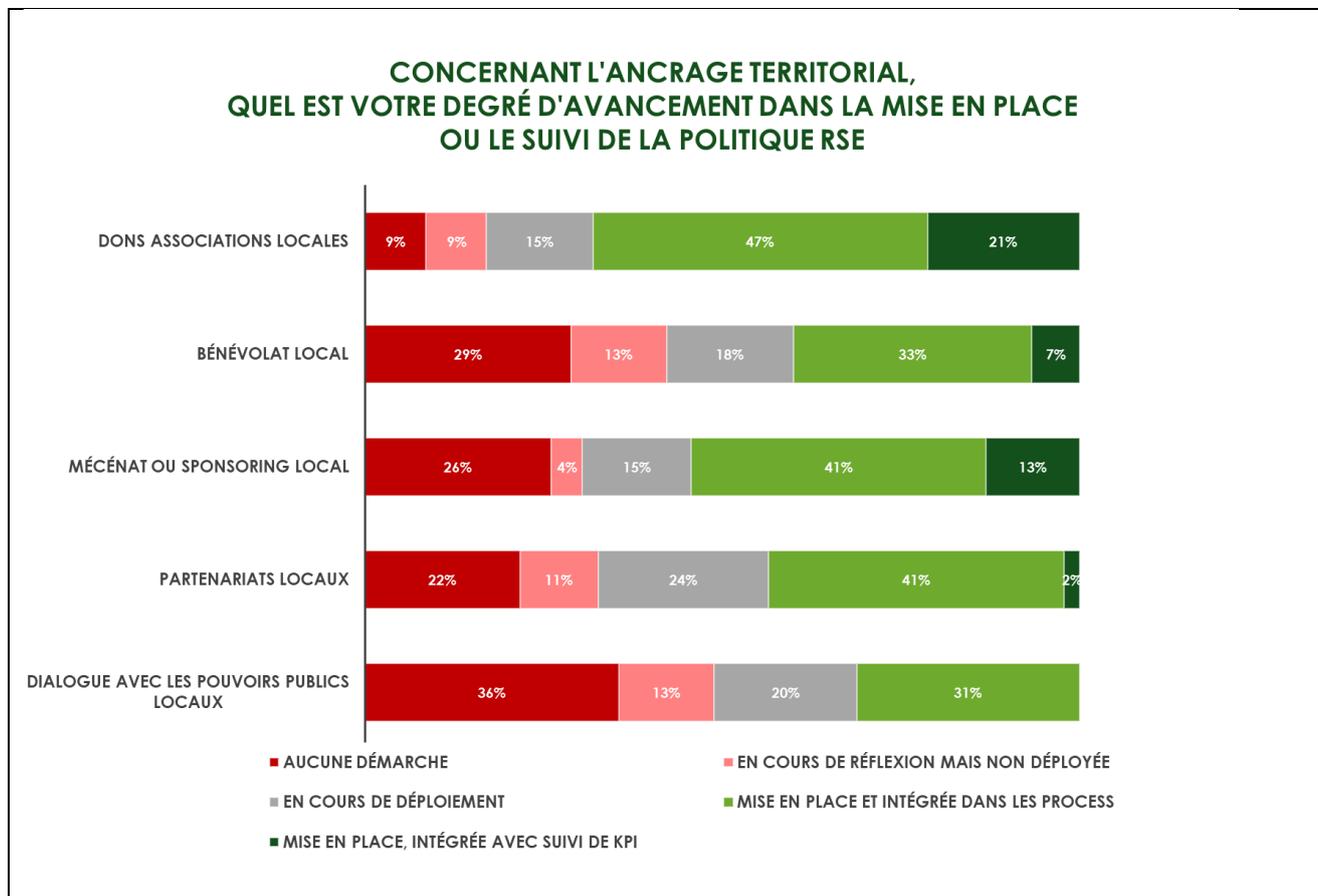


En outre, les entreprises observent que l'engagement RSE est un levier fort pour fédérer et mobiliser les équipes en interne ainsi qu'un facteur de différenciation et d'attractivité pour recruter de nouveaux talents.

ANCRAGE TERRITORIAL : LES MAGASINS SONT PAR ESSENCE AU CŒUR DES TERRITOIRES

Les réseaux d'enseignes sont des acteurs engagés localement, leur maillage assure une présence dans tout type de villes garantissant ainsi une présence active et une forte proximité avec les territoires et villes de toutes tailles.

Dons aux associations et mécénat et/ou sponsoring sont les engagements les plus développés et suivis par les enseignes.



GOUVERNANCE : UN PARTAGE QUASI-ÉGAL ENTRE DES RÉSEAUX AYANT DEVELOPPÉ DES ACTIONS ET CEUX QUI N'EN SONT QU'AUX PRÉMICES DE LA RÉFLEXION.

% des sondés déclarant avoir mise en place un process et/ou de mesure de kpi sur les items suivants :

53% pour la **concertation**

45% pour les **indicateurs RSE dans la politique salariale**

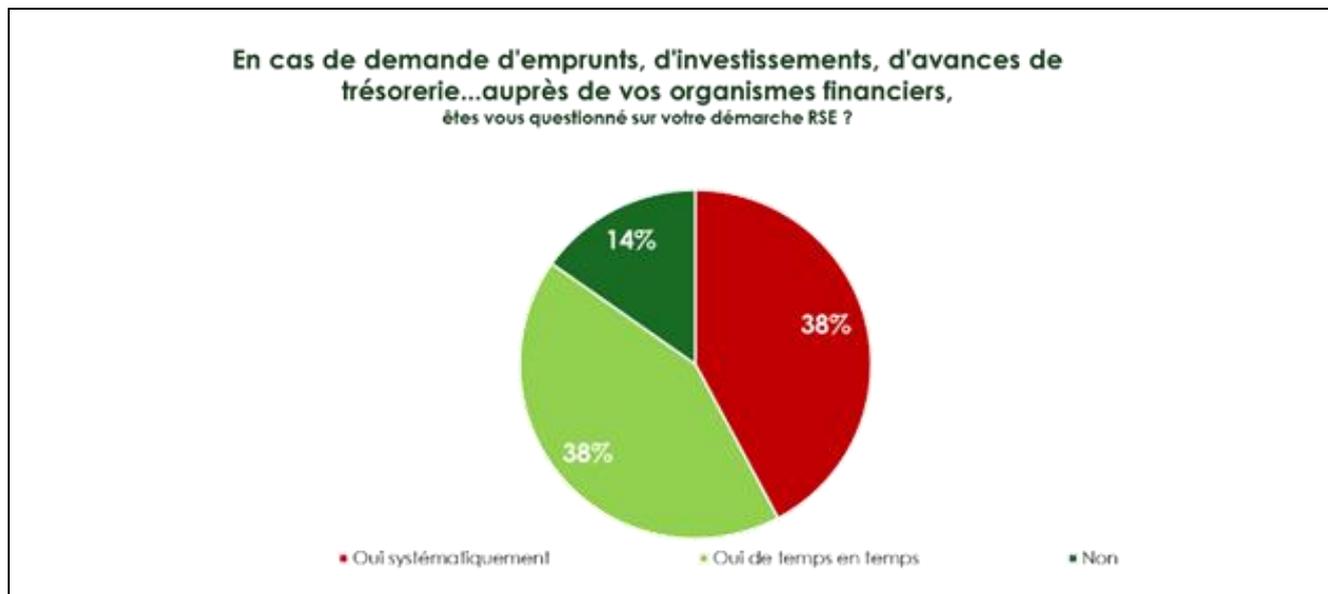
42% pour l'**intéressement / actionariat des salariés**

D'autres actions comme la création d'un comité RSE, la part des femmes dans le conseil d'administration, l'inclusion de critères extra-financiers dans l'information à la presse sont citées.

OBTEINTION DE FINANCEMENT : LE DEPLOIEMENT DE LA RSE EST UN CRITERE POUR OBTENIR LES FINANCEMENTS.

Les enseignes déclarent être de plus en plus questionner sur leur engagement RSE pour obtenir des financements à des conditions avantageuses.

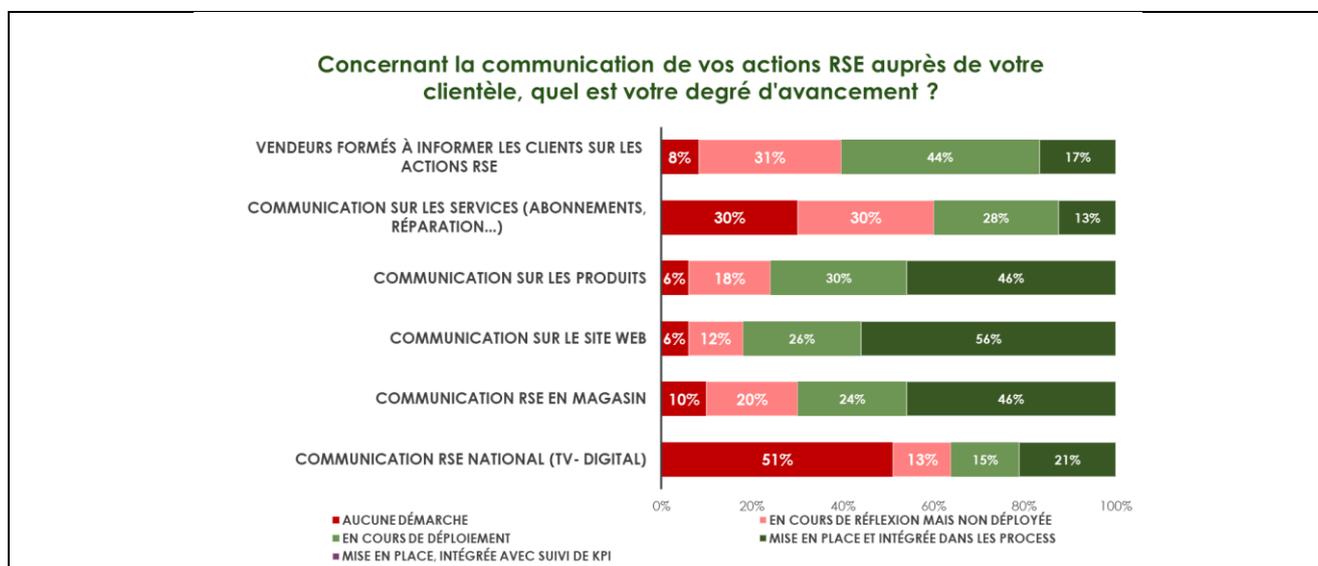
76% des sondés font l'objet de questionnements par les organismes de financement sur la démarche RSE de l'entreprise pour l'obtention d'un prêt et/ou investissement.



A contrario, les enseignes sont peu nombreuses à demander des aides ou financements publics au service du déploiement de la RSE dans leur entreprise

26% des sondés ont demandé ou obtenu des financements publics pour déployer une démarche RSE dans les entreprises (Score faible)

INFORMATION SUR LES ACTIONS RSE À DESTINATION DU CLIENT FINAL : UNE COMMUNICATION MESURÉE NON SUJETTE À CONTROVERSE.



La communication concernant la thématique RSE est largement diffusée sur les sites web et en magasin en veillant toutefois à éviter les accusations de greenwashing par des informations vérifiables et transparentes.

LES CONTRAINTES FREINANT LE DEPLOIEMENT DE LA RSE EN ENTREPRISE

Les dirigeants d'entreprises appellent à une série d'actions et réformes des pouvoirs publics pour lever certaines contraintes, faciliter et amplifier l'intégration des démarches de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE). Parmi les points évoqués, à noter :

- **L'Allègement des contraintes réglementaires** et moins de lourdeurs administratives et réglementaires qui imposent des normes souvent complexes, limitant les initiatives au profit d'exigences de conformité.
- **Une harmonisation européenne** des lois et normes et un alignement entre les positions françaises et européennes pour éviter des réglementations redondantes.
- **Une aide au tri et traitement des biodéchets**
- **Un soutien pour la transition énergétique et le passage aux flottes de véhicules**
- **Des aides pour rendre l'éco-conception des boutiques plus accessible**
- **Des aides financières pour la R&D et des formations RSE spécifiques** pour intensifier leurs démarches
- **Plus de flexibilité dans l'atteinte des objectifs**, des subventions et incitations plutôt qu'un cadre strict ne permettant pas de s'adapter et répondre aux enjeux les plus pertinents.

Ces propositions visent à permettre aux entreprises de prendre des initiatives concrètes et ciblées, tout en allégeant les obstacles administratifs pour mieux répondre aux défis environnementaux et sociétaux actuels.

UN PLAN D'ACTION AMBITIEUX MALGRÉ LES CONTRAINTES

Malgré les freins, les dirigeants tracent une feuille de route volontariste pour renforcer leur impact environnemental et social, s'appuyant sur des actions clés comme l'écoconception, la décarbonation et la mise en place d'outils de pilotage pour une gestion fiable des données de RSE.

Intégrer l'écoconception et encourager la consommation durable figurent parmi leurs priorités, avec des initiatives destinées à intégrer des produits plus respectueux de l'environnement et à renforcer la circularité, notamment par la mise en place de services de seconde main et de réparation pour prolonger la durée de vie des produits.

La transition vers un modèle de consommation circulaire est soutenue par des mesures concrètes : la mise en conformité avec la directive européenne CSRD, un affichage environnemental plus transparent pour les clients, et l'éco-score des produits qui permet d'informer les consommateurs sur l'impact de leurs choix. Pour optimiser la gestion énergétique et réduire les déchets, des investissements dans des panneaux photovoltaïques et un outil de suivi des consommations d'électricité et d'eau sont également en cours de mise en place par certaines enseignes. Ces dispositifs s'accompagnent dans de nombreux cas du tri des biodéchets et de la formation des collaborateurs au changement climatique grâce à des ateliers comme la Fresque du Climat.

Les projets incluent aussi un plan de décarbonation visant à une réduction de 30 % de l'empreinte carbone d'ici 2030, %. Pour atteindre cet objectif, les entreprises misent sur des changements structurants, comme le développement d'un modèle d'affaires plus serviciel et circulaire. Cela comprend des pratiques d'achats responsables, l'accompagnement des partenaires pour la mise en œuvre de bonnes pratiques, et une utilisation accrue de matériaux recyclés, tant pour les produits que pour le packaging.

En parallèle, un effort de communication vers les consommateurs et la formation continue des équipes se poursuivront pour renforcer l'ancrage des valeurs durables au sein de l'entreprise.

Pour rappel, la majorité des actions et idées préconisées dans le livre blanc de 2021 reste d'actualité :

- **Une clarification des lois & réglementations**, définir des normes partagées (guichet unique, centralisation de l'information...).
- En effet, si la réglementation a été un accélérateur depuis 2021 pour la mise en place d'actions concrètes et le suivi de KPI, il est important de ne pas intensifier les contraintes et imposer de nouvelles normes afin de laisser le temps aux enseignes de poursuivre la structuration de leur démarche à l'aune des mesures déjà prises mais aussi d'adapter et affiner leur stratégie RSE pour une meilleure efficacité.
- **Un accompagnement fiscal et financier de la transformation écologique** des entreprises (que ce soit sur l'offre, les transports, des aides à la réalisation du bilan carbone...).
- **Une structuration des démarches liées à la logistique et au transport** (exemple des hubs urbains...).
- **Des incitations à mieux produire et consommer** (TVA réduite sur la réparation, allègement de charges sur les emballages durables...).
- **Des infrastructures pour traiter et recycler plus, plus vite et mieux** (mise en place de filière de recyclage, mutualisation des collectes...).
- **La mutualisation et une meilleure communication des mesures pour assurer le contrôle et la traçabilité des produits** (harmoniser les normes, une plateforme pour le ACV).
- **Des aides à la formation pour recruter mieux, plus et plus vite** (aides à l'apprentissage, relancer les formations techniques...).
- **Un plan de communication sur les métiers du commerce** pour attirer de nouveaux talents.

En conclusion, la démarche RSE des enseignes du commerce spécialisé en France évolue rapidement, portée par une prise de conscience croissante et une structuration progressive au sein des entreprises. L'implication de la direction générale, la mesure des impacts et la mise en place d'indicateurs clés témoignent d'un changement en faveur d'une RSE ambitieuse et intégrée dans le quotidien des entreprises. Ces avancées reflètent également les attentes croissantes des clients et des organismes de financement pour un engagement clair et mesurable. Toutefois, la généralisation de pratiques structurées reste un défi, particulièrement pour les petites entreprises, alors que les nouvelles réglementations incitent tout le secteur à progresser. Les enseignes sont prêtes à accélérer leur transformation mais ont besoin de soutiens et d'une politique gouvernementale volontariste pour accompagner les entreprises dans ce sens.

Liens utiles :

Retrouvez les webinaires animés par Procos sur la thématique RSE :

- [Le livre blanc RSE par Procos](#)
- [Webinaire les labels RSE](#)
- [Webinaire CRSD, obligations et délais](#)
- [Webinaire bilan carbone et scope 3](#)

Pour 2025, un programme est en cours sur les thématiques de double matérialité et le financement de la démarche RSE.