

# Les moins de 25 ans et la RSE

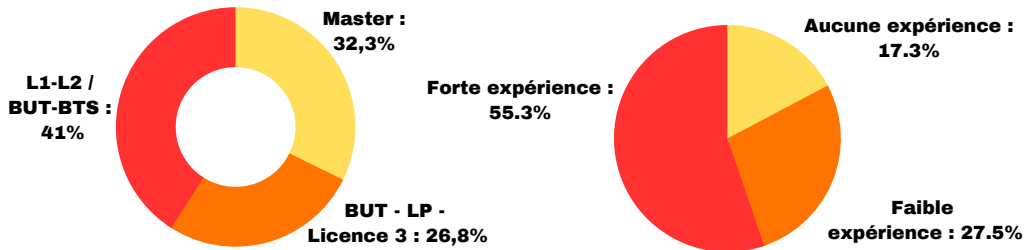
## Profil des répondants



## Âge moyen 21 ans



## Niveau d'études



## Expérience dans le commerce et perception de la RSE

### GÉNÉRAL



Environnement, Durable, RSE

### AUCUNE EXPÉRIENCE



Responsabilité, Environnement, Respect

### FAIBLE EXPÉRIENCE



Environnement, Durable, Respect

### FORTE EXPÉRIENCE



Environnement, Écologie, Engagement

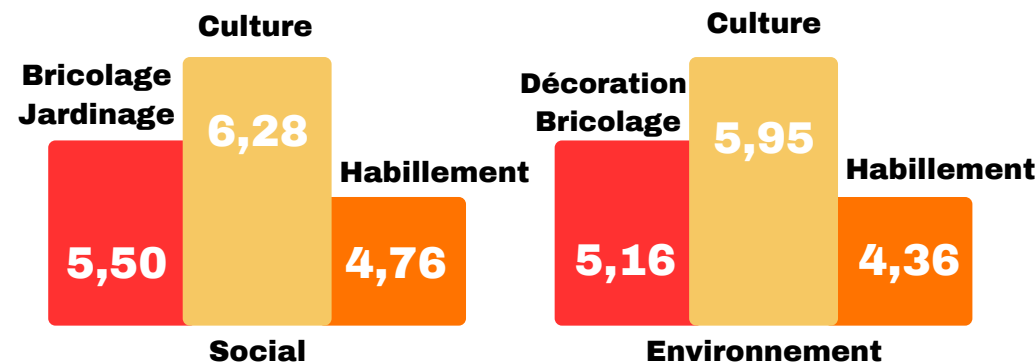
# Être une enseigne responsable signifie

	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

## Engagement perçu, noté sur 10, en fonction du secteur

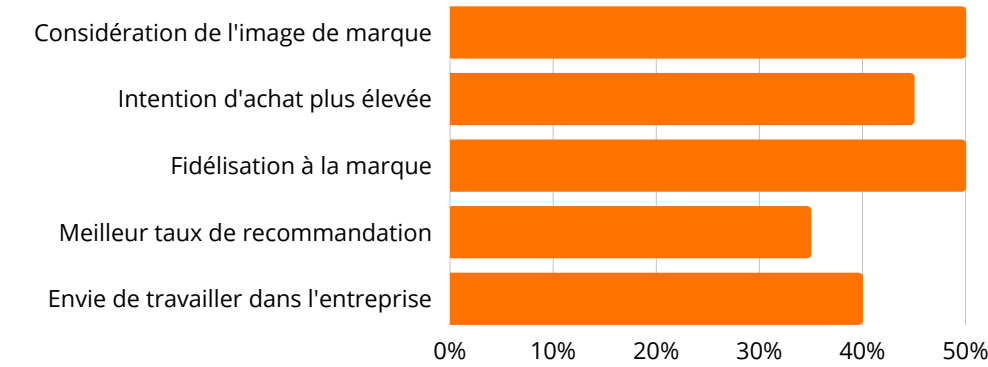
Enseignes du secteur	Sport	Habillement	High-Tech	Culture	Cosmétique Beauté	Décoration Maison	Bricolage Jardinage
Environnement	5,01	4,36	4,37	5,95	5,07	5,16	5,79
Social	6,18	4,76	5,00	6,28	5,18	5,20	5,50

## Les gagnants et les perdants :



# Réactions des répondants face à une politique de RSE

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



## Distribution : entre prise de conscience sociétale et pragmatisme



Les apprenis avec une expérience de moins de 6 mois ont un regard plus sévère de la RSE dans les secteurs suivants :

- Commercialisation de l'offre
- Production de l'offre
- Promotion de l'économie circulaire
- Politique des RH

## Les motivations perçues des entreprises reposent sur :



La loi : 3,96/5



L'image de marque : 4,12/5

## Les freins à s'engager des entreprises reposent sur :



Les coûts : 72%



PROCOS