

## Le commerce sur le chemin de la transition écologique



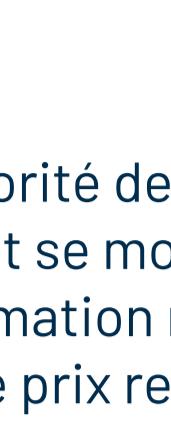
### Une étude pour...



Cerner les évolutions liées à la transition écologique au sein du secteur du commerce depuis 2021



Caractériser et mesurer les impacts sur les compétences dans la chaîne de valeur des entreprises du commerce



Mettre en exergue les spécificités des différentes branches

### De qui parle-t-on ?

**160 000**

entreprises adhérentes

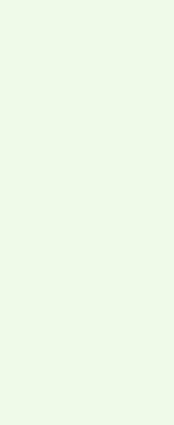
**1,7**

million de salariés

**1/4**

1 jeune sur 4 débute sa vie professionnelle dans le commerce

### Le commerce au croisement d'enjeux forts



Environnement : diviser par quatre l'empreinte carbone des Français d'ici 2050



Une majorité des Français déclarent se mobiliser pour la consommation responsable, mais le critère prix reste prépondérant



Des modèles économiques qui s'essoufflent dans certains secteurs face à une concurrence forte

La consommation doit être revisitée

Des attentes parfois contradictoires

Un contexte parfois difficile

### Un impact déjà réel de la transition écologique\*

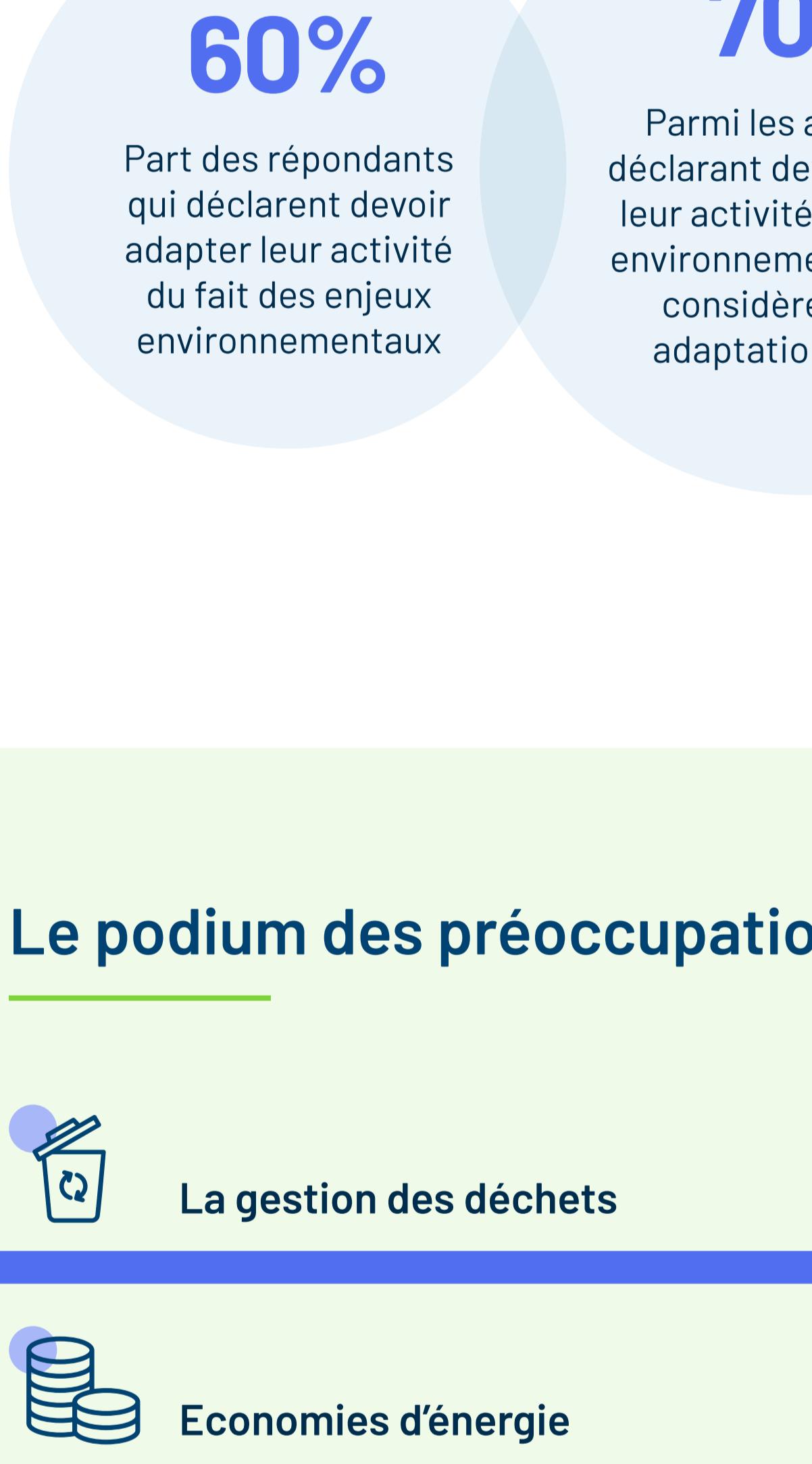
**54%**

Part des répondants qui déclare un **impact fort de la transition écologique sur leur entreprise**. En 2021, seuls 38% des commerçants déclaraient anticiper un impact fort de la transition écologique sur leur activité.

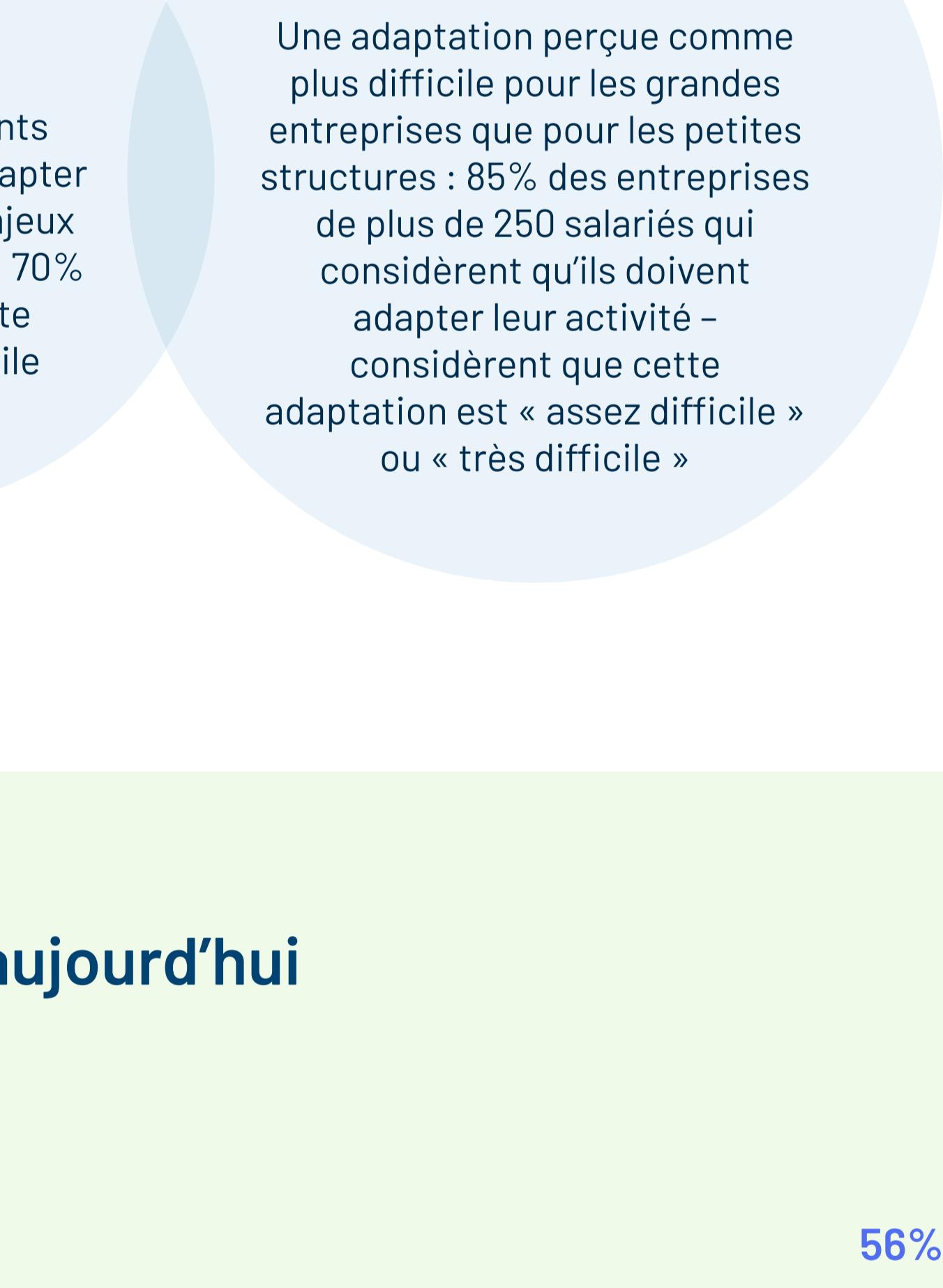
**81%**

Part des répondants des entreprises de + 250 salariés qui considèrent que **l'impact est fort ou assez fort**, contre 31% pour les entreprises de moins de 4 salariés.

En conclusion, selon vous, la transition écologique va-t-elle impacter fortement votre activité ?



Selon vous, à quel point la transition écologique impacte-t-elle votre entreprise ?



\* Voir méthodologie de l'enquête à la fin.

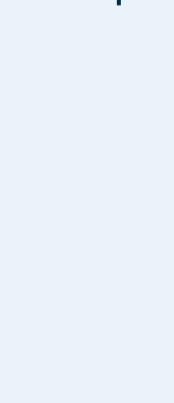
### Les branches inégalement touchées

Entreprises de distribution, importation, exportation...  
Grands magasins et Magasins populaires  
Entreprises de la filière Sport-Loisirs  
Jardineries et Graines  
Professions de la photographie  
Commerce de détail et de gros à prédominance...  
Métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé  
Bricolage  
Entreprises du bureau et du numérique...  
Commerce succursaliste de la chaussure  
Commerce de détail alimentaire non spécialisé  
Commerces et services de l'audiovisuel...  
Commerce à distance  
Négoce de l'ameublement  
Import-Export et Commerce international  
Commerces de Détail Non Alimentaires  
Optique-lunetterie de détail  
Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie



Population : 854 répondants  
Lecture : 62% des entreprises de la branche bricolage déclarent être fortement ou très fortement impactés par la transition écologique

### Des évolutions législatives



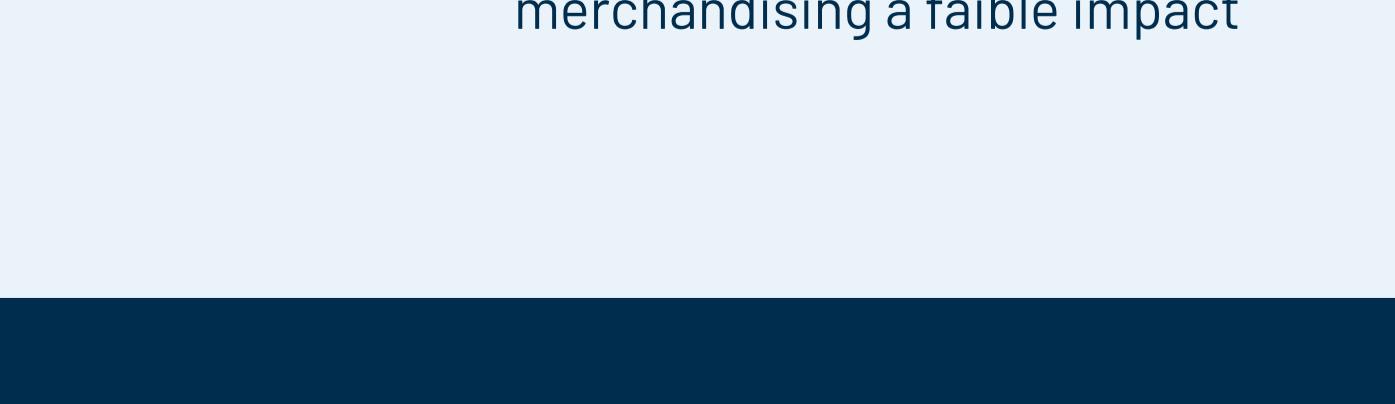
Loi Anti-Gaspillage Economie Circulaire 2020  
Loi Climat et résilience 2021



2024/825 – Obligations de transparence sur l'obsolescence programmée  
2024-825 – Renforcement de la responsabilité partagée dans les chaînes d'approvisionnement et du devoir de vigilance  
CSR – reporting extra-financier pour les grandes entreprises

### Des évolutions de la demande

Avez-vous constaté une évolution de la demande de vos clients pour des produits plus écologiques ?



### S'adapter : une nécessité !

**60%**

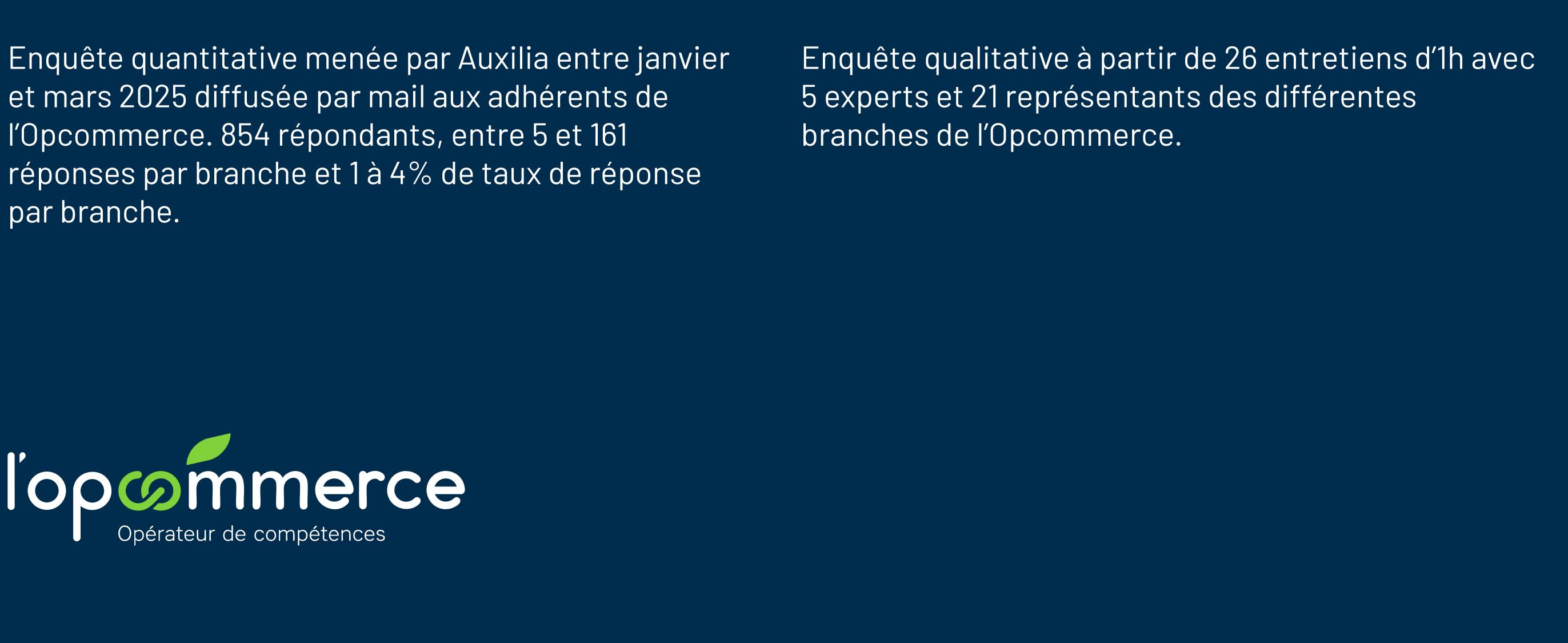
Part des répondants qui déclarent devoir adapter leur activité du fait des enjeux environnementaux

**70%**

Parmi les adhérents déclarant devoir adapter leur activité aux enjeux environnementaux, 70% considèrent cette adaptation difficile

**85%**

Une adaptation perçue comme plus difficile pour les grandes entreprises que pour les petites structures : 85% des entreprises de plus de 250 salariés qui considèrent qu'ils doivent adapter leur activité - considèrent que cette adaptation est « assez difficile » ou « très difficile »



\* Part des répondants qui placent cette thématique parmi les 3 principales aujourd'hui

### Des sujets qui montent en puissance



**Logistique écologique**  
De 22% à 30%\*

Structurer une politique d'achats responsables  
Assurer la traçabilité de chaque produit  
Comprendre l'impact écologique des produits



**Seconde main**  
De 15% à 20%

Savoir renseigner le consommateur sur l'impact des produits  
Gérer les modalités de vente alternatives (vrac, réemploi, consigne...)  
Anticiper et valoriser les invendus



**Adaptation au changement climatique**  
De 11% à 18%

Valoriser les produits éco-responsables  
Maîtriser la réglementation sur la communication responsable  
Développer des outils de merchandising à faible impact

\* Part des répondants qui placent cette thématique parmi les 3 principales aujourd'hui (premier chiffre) ou demain (second chiffre)

### Le podium des préoccupations aujourd'hui



**La gestion des déchets**

56%

Population : 854 répondants

Lecture : 62% des entreprises de la branche bricolage déclarent être fortement ou très fortement impactés par la transition écologique

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

Enquête quantitative menée par Auxilia entre janvier et mars 2025 diffusée par mail aux adhérents de l'Opcommerce, 854 répondants, entre 5 et 161 réponses par branche et 1 à 4% de taux de réponse par branche.

Enquête qualitative à partir de 26 entretiens d'1h avec 5 experts et 21 représentants des différentes branches de l'Opcommerce.

&lt;p