

Le Commerce
RESPONSABLE !

LIVRE BLANC – 2025 –



**LE COLLECTIF
GÉNÉRATION
RESPONSABLE®**
ENSEMBLE POUR UN COMMERCE ENGAGÉ



3



ANALYSE DES RÉSULTATS
COMMERÇANT
RESPONSABLE®

UN COMMERCE RESPONSABLE EN CONSTANTE ÉVOLUTION

Créé en 2019, le Label Commerçant Responsable® s'inscrit comme un outil clé pour encourager et valoriser les initiatives responsables des commerçants.

Depuis sa création, la démarche a permis de mener une analyse approfondie des résultats des évaluations réalisées au cours des trois dernières années. Cette étude offre une vision détaillée et structurée des démarches entreprises, allant de la prise de conscience initiale des enjeux à un engagement concret et durable.

Ces commerces démontrent une capacité remarquable à **répondre aux attentes et aux exigences croissantes des consommateurs modernes**, de plus en plus sensibles aux enjeux éthiques et environnementaux. Grâce à leurs engagements, ils participent activement à :

- **Réduire les impacts économiques, sociaux et environnementaux**, contribuant à une consommation plus responsable.
- **Améliorer le recrutement et la fidélisation des collaborateurs**, en favorisant un cadre de travail éthique et attractif.
- **Se différencier de la concurrence**, en offrant une valeur ajoutée qui séduit et fidélise la clientèle.
- **Renforcer leur rôle au sein de leur territoire**, en soutenant la dynamique locale et les initiatives communautaires.

Par ce label, ces commerces ne se contentent pas de suivre une tendance, mais incarnent un véritable changement de paradigme, à la fois ambitieux et porteur d'avenir.

LE LABEL COMMERÇANT RESPONSABLE®

Le Label Commerçant Responsable® vise à évaluer le niveau de performance atteint par les Points de Vente à l'aide d'un référentiel de performance établi par les parties prenantes associées. L'objectif de la démarche sectorielle est de déployer un dispositif de reconnaissance et de valorisation des engagements en matière d'environnement, des relations collaborateurs, de relations clients et d'intégration du point de vente à son territoire.



Cette démarche globale est dédiée au Commerce indépendant et au Commerce Organisé : affiliés, franchisés, coopératives, succursales...

Son Référentiel se compose de 38 engagements regroupés en trois piliers : Social, Environnemental, Local.

Il est aligné sur l'ISO 26000 et sur les Objectifs Mondiaux (ODD) adoptés par les Nations Unies en 2015.

label-commercant-responsable.com



UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE

La plateforme Commerçant Responsable constitue un outil indispensable pour soutenir les points de vente dans leur démarche d'amélioration continue.

Conçue pour répondre aux besoins spécifiques des commerçants, elle propose une approche flexible et personnalisée qui s'adapte aux ambitions et au rythme de chacun.

Grâce à cette plateforme, le commerçant dispose de ressources et d'accompagnement à chaque étape clé de son projet :

- **Sensibilisation** : des outils pédagogiques pour comprendre les enjeux du commerce responsable et mobiliser les équipes.
- **Évaluation** : un Espace Personnel d'Évaluation qui centralise vos documents et informations, permettant un suivi en temps réel pour une gestion organisée et efficace de votre audit.
- **Amélioration** : des parcours dédiés pour élaborer et déployer des actions concrètes en faveur de pratiques durables.
- **Communication** : des supports pour valoriser ses engagements auprès des clients et partenaires.
- **Animation** : des initiatives et événements pour fédérer et dynamiser son commerce tout en stimulant l'engagement continu.

En intégrant cette démarche structurée et proactive, les commerçants renforcent non seulement leur impact positif, mais également leur attractivité et leur compétitivité.





RÉSULTATS DES ÉVALUATIONS COMMERÇANT RESPONSABLE®

La démarche Commerçant Responsable® favorise non seulement une vision partagée à long terme, mais constitue également un puissant moteur d'engagement et de fidélisation des collaborateurs. En s'appuyant sur cette initiative, une entreprise peut se démarquer efficacement sur le plan commercial, renforcer son image de marque et sa réputation, tout en optimisant sa productivité et en accroissant sa compétitivité.

Aujourd'hui, les attentes sont claires : les consommateurs, les collaborateurs, et même les partenaires souhaitent voir les commerçants s'affirmer comme des acteurs pleinement engagés. Chaque geste compte : réduire les déchets, économiser les ressources énergétiques, promouvoir les produits locaux ou encore adopter des pratiques éthiques. Ces actions, même modestes, participent à solidifier l'activité économique et à en assurer la durabilité.

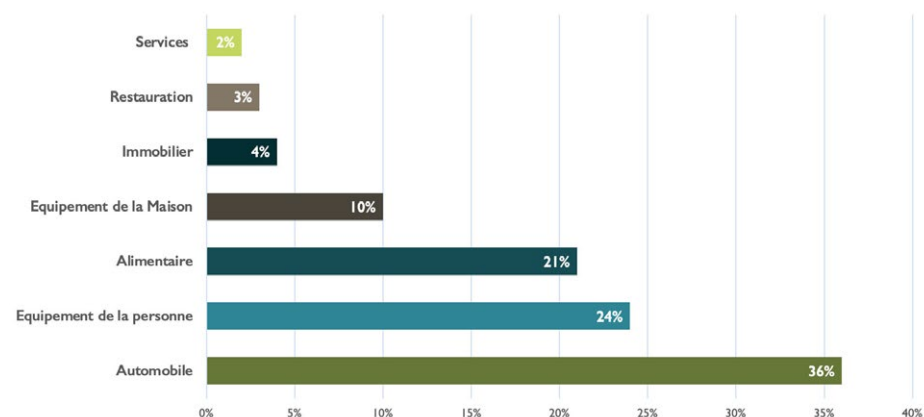
En adoptant cette démarche, les commerçants apportent du sens à leur activité tout en affirmant leur rôle dans la construction d'un avenir plus durable et responsable.

1 350 COMMERCE MOBILISÉS ET LABELLISÉS



LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les secteurs d'activités majoritairement représentés sont :



L'ORGANISATION PROFESSIONNELLE MOBILIANS

Grâce à son engagement indéfectible, Mobilians a non seulement redéfini les contours du paysage industriel et économique français, mais a également joué un rôle de pionnier dans la promotion de pratiques durables et responsables.

Acteur incontournable de la transformation du secteur automobile, Mobilians continue d'inspirer et de fédérer. Ces derniers mois, un nombre croissant d'entreprises œuvrant dans la distribution et les services de l'automobile, allant des garages et carrosseries aux casse-auto, en passant par les distributeurs de pièces automobiles, les concessions motos, et les agences de location de voitures, ont adhéré à la Démarche Service Responsable®. Cette initiative témoigne de la volonté des acteurs du secteur de s'inscrire dans une dynamique positive, ancrée dans les valeurs de responsabilité sociale et environnementale.

Les résultats parlent d'eux-mêmes : ce sont désormais **486 points de vente qui arborent fièrement le label « Commerce et Service Responsables® » !**

Ce chiffre impressionnant reflète la maturité et l'engagement des entreprises de l'automobile à répondre aux défis de demain tout en valorisant des pratiques durables.





LES TYPES DE COMMERCES

Il convient de distinguer trois types d'organisation de commerces : les commerces indépendants, les réseaux de franchisés (incluant affiliés, adhérents et coopératives) ainsi que les réseaux intégrés.

La répartition des commerçants labellisés se présente ainsi :

- Commerces indépendants 6%
- Commerces intégrés à un réseau 54%
- Commerces affiliés, franchisés 40%

LES NOTES MOYENNES

Une moyenne par point de vente est calculée suivant la grille d'évaluation et ses 38 engagements. Pour obtenir la labellisation, la note moyenne sur l'ensemble des engagements doit être supérieure à 2,5/ 4.

La note moyenne des commerces est de 2,84/ 4

- Commerces indépendants 2,74/ 4
- Commerces intégrés à un réseau 2,93/ 4
- Commerces affiliés, franchisés 2,84/ 4

LA MOYENNE PAR PILIER

Les 38 engagements sont répartis sur les 3 piliers du référentiel Commerçant Responsable

- PILIER LOCAL 3,05/ 4
- PILIER ENVIRONNEMENTAL 2,84/ 4
- PILIER SOCIAL 2,83/ 4

Les actions territoriales se distinguent par une forte mobilisation, soulignant l'importance pour les commerces de jouer un rôle clé dans le dynamisme local et le développement de leur territoire.

Par ailleurs, les scores des initiatives sociales et environnementales sont très proches. Cela reflète la capacité des points de vente à intégrer des engagements environnementaux concrets visant à réduire leur impact économique. En parallèle, ces résultats témoignent d'une attention significative portée au bien-être des collaborateurs, à la qualité des relations en interne et au développement d'un lien de proximité avec les clients.

LA PROGRESSION : 13% SUR 18 MOIS !

La démarche Commerçant Responsable®, déployée sur une période de trois ans, s'inscrit avant tout comme un engagement de progrès. Elle offre aux commerçants un outil structurant pour améliorer les actions perfectibles qu'ils ont mises en œuvre. Avec une progression moyenne de 13 % sur 18 mois, ces résultats illustrent leur volonté constante d'amélioration sur l'ensemble des domaines d'action qu'ils se sont fixés.

- PILIER LOCAL Progression 15%
- PILIER ENVIRONNEMENTAL Progression 12%
- PILIER SOCIAL Progression 14%

LE TOP DES ENGAGEMENTS ET LES MEILLEURES PERFORMANCES

TOP 5 des engagements SOCIAUX

AFFILIÉS

3,35 - Favoriser une bonne intégration du collaborateur au sein du PDV.

3,22 - Taux de satisfaction des clients. Une analyse menée qui donne lieu à un plan d'actions et des objectifs d'amélioration.

3,20 - Des valeurs d'entreprise partagées. Le PDV anime ses valeurs et travaille à leur approbation par les collaborateurs.

3,08 - Des rémunérations responsables. Le PDV travaille sur la mise en place d'une grille de rémunération et d'avantages.

3,03 - Résoudre rapidement les réclamations clients.

TOP 5 des engagements SOCIAUX

INDÉPENDANTS

3,82 - Taux de satisfaction des clients. Une analyse menée qui donne lieu à un plan d'actions et des objectifs d'amélioration.

3,45 - Résoudre rapidement les réclamations clients.

3,18 - Des rémunérations responsables. Le PDV travaille sur la mise en place d'une grille de rémunération et d'avantages.

3,09 - Favoriser une bonne intégration du collaborateur au sein du PDV.

3,09 - Assurer un parcours professionnel aux collaborateurs.



LES MEILLEURES PERFORMANCES suite

TOP 4 des engagements ENVIRONNEMENTAUX

AFFILIÉS

3,23 - Biovaloriser les déchets.

3,18 - Trier et recycler efficacement les déchets.

3,18 - Maintenir les performances du bâtiment. Matériel, contrats maintenance...

3,10 - Assurer la sécurité du point de vente.

TOP 4 des engagements ENVIRONNEMENTAUX

INDÉPENDANTS

4,00 - Biovaloriser les déchets.

3,73 - Maintenir les performances du bâtiment. Matériel, contrats maintenance...

3,27 - Trier et recycler efficacement les déchets dangereux. (Secteur automobile).

3,09 - Trier et recycler efficacement les déchets.

TOP 4 des engagements TERRITORIAUX

AFFILIÉS

3,35 - Favoriser une bonne intégration du collaborateur au sein du PDV.

3,22 - Taux de satisfaction des clients. Une analyse menée qui donne lieu à un plan d'actions et des objectifs d'amélioration.

3,20 - Des valeurs d'entreprise partagées. Le PDV anime ses valeurs et travaille à leur approbation par les collaborateurs.

3,08 - Des rémunérations responsables. Le PDV travaille sur la mise en place d'une grille de rémunération et d'avantages.

3,03 - Résoudre rapidement les réclamations clients.

TOP 4 des engagements TERRITORIAUX

INDÉPENDANTS

3,82 - Taux de satisfaction des clients. Une analyse menée qui donne lieu à un plan d'actions et des objectifs d'amélioration.

3,45 - Résoudre rapidement les réclamations clients.

3,18 - Des rémunérations responsables. Le PDV travaille sur la mise en place d'une grille de rémunération et d'avantages.

3,09 - Favoriser une bonne intégration du collaborateur au sein du PDV.

3,09 - Assurer un parcours professionnel aux collaborateurs.



LA SYNTHÈSE DES ENGAGEMENTS

Construite sur la base des engagements du Référentiel Commerçant Responsable®, nous développerons globalement les points suivants en mettant l'accent sur les points forts et les points perfectibles proposés par les auditeurs. Chacune des synthèses présentées inclut des exemples concrets, chiffrés ou qualitatifs, pour illustrer ces engagements.

1. Engagements sociaux

- **Valorisation des collaborateurs** : initiatives en faveur du bien-être au travail, des formations, ou des politiques inclusives.
- **Engagement communautaire** : participation à des actions locales ou mécénat en faveur de causes sociales.
- **Politique de diversité et d'inclusion** : promotion de l'égalité des chances et intégration des minorités.

2. Engagements environnementaux

- **Réduction de l'empreinte et mesures prises pour diminuer les émissions** (mobilité douce, équipements économes en énergie, etc.).
- **Gestion des déchets** : tri, recyclage, réduction des emballages plastiques ou mise en place de systèmes de consigne.
- **Consommation responsable** : utilisation de matériaux écoresponsables ou sourcing auprès de fournisseurs locaux.

3. Engagements territoriaux

- **Promotion du local** : mise en avant des artisans et producteurs de la région.
- **Contribution au dynamisme économique** : création d'emplois locaux, partenariats avec des acteurs économiques régionaux.
- **Participation à des projets territoriaux** : implication dans des initiatives pour améliorer la vie de la collectivité (urbanisme, festivals, événements sportifs ou culturels).



LES POINTS FORTS SOULIGNÉS

Cette synthèse met en lumière des initiatives exemplaires et variées qui traduisent une démarche sincère et structurée en matière de RSE, reflétant ainsi leur volonté d'allier responsabilité sociale, satisfaction client, ancrage local et préservation de l'environnement.

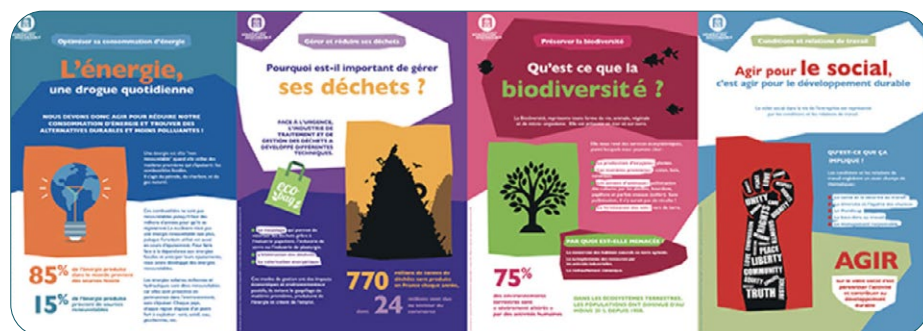
L'engagement des commerçants en matière de RSE se distingue par plusieurs points forts.

- Tout d'abord, un accent particulier est mis sur les collaborateurs, avec **un management collaboratif et participatif qui favorise leur bien-être**, leur santé et leur sécurité. De nombreux efforts sont déployés pour garantir une intégration réussie des nouveaux employés, tout en valorisant la diversité, l'égalité des chances et la sensibilisation aux handicaps. Par ailleurs, le suivi régulier des indicateurs RH et la mise en œuvre d'actions concrètes témoignent d'un souci constant d'amélioration.

- Dans leur relation avec les clients, ces commerçants excellent également en offrant **un accueil de grande qualité qui se traduit par un haut niveau de satisfaction mesuré avec soin**. Leur engagement envers les communautés locales est tout aussi remarquable : ils participent activement à la vie économique et culturelle de leur territoire à travers des partenariats, des réseaux d'entrepreneurs et des actions de mécénat de compétences.

- Sur le plan environnemental, les initiatives sont nombreuses et variées, allant de la gestion optimisée des déchets à l'utilisation des énergies renouvelables, telles que l'installation de panneaux solaires et de récupérateurs d'eau de pluie. **Certaines entreprises adoptent une approche exemplaire en minimisant leur impact écologique grâce à des actions préventives et correctives** intégrées dans leurs activités, notamment dans le cadre de l'économie circulaire.

- Enfin, une attention particulière est portée à **l'accueil et à l'accompagnement des jeunes**, avec l'intégration de stagiaires et d'alternants, ainsi que la valorisation des pratiques favorisant leur insertion professionnelle. Certaines entreprises se démarquent également par leur engagement dans des projets innovants, tels que l'exploration des potentialités de l'hydrogène et l'introduction de véhicules électriques dans leurs parcs.



LES PISTES D'AMÉLIORATION PROPOSÉES

Ces pistes d'amélioration offrent une véritable opportunité pour les commerçants de consolider leur démarche RSE, d'en étendre la portée et d'en maximiser les bénéfices pour leurs collaborateurs, leurs clients et leur territoire.

Les commerçants disposent de nombreuses opportunités pour renforcer et structurer davantage leur démarche RSE.

- **L'élaboration de feuilles de route ou de chartes RSE permettrait de formaliser leurs engagements** et de les communiquer efficacement, tant en interne qu'en externe. Ce cadre pourrait inclure des objectifs concrets et des plans d'action précis, notamment en matière de gestion environnementale et de promotion de la biodiversité, afin de maximiser leur impact.

- Par ailleurs, **la sensibilisation des collaborateurs aux enjeux de la RSE** apparaît comme un levier essentiel. Des formations régulières, la Fresque du climat ou des actions dédiées au développement durable pourraient enrichir la compréhension et l'engagement des équipes.

- Sur le volet social, les commerçants pourraient **renforcer leurs actions en faveur de l'insertion professionnelle des personnes éloignées de l'emploi ou des travailleurs en situation de handicap**, par exemple en collaborant avec des structures spécialisées ou en participant à des initiatives comme le Duo Day. En parallèle, mener régulièrement des enquêtes de qualité de vie au travail (QVT) et suivre les indicateurs de bien-être des collaborateurs permettrait d'assurer leur épanouissement et leur développement professionnel.

- **Les enjeux liés à la protection de la vie privée et à la sécurité des données** mériteraient également d'être intégrés aux pratiques des entreprises, notamment à travers des actions de sensibilisation.

- En complément, des efforts peuvent être faits pour **mieux exploiter l'engagement RSE comme un vecteur de communication envers les clients**, en mettant en avant des chiffres clés tels que la réduction de la consommation énergétique ou les achats locaux.

- Enfin, sur le plan territorial et environnemental, les entreprises pourraient **multiplier leurs actions en faveur de la biodiversité**, explorer des projets locaux avec des associations ou collectivités, et poursuivre leurs réflexions autour des mobilités douces, du covoiturage ou encore de l'énergie photovoltaïque. Ces initiatives permettraient à la fois de renforcer leur ancrage territorial et de contribuer activement à la transition écologique.