



RSE & Marketing: des alliés pour un développement durable



RSE

La **Responsabilité Sociétale des Entreprises** est définie comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes.



Impact+

L'**Impact positif** est né de la conviction que performances financière et sociale doivent se conjuguer. Il est la prolongation de l'engagement RSE. S'engager dans une démarche impact+, c'est adopter un modèle plus respectueux des hommes et de l'environnement, donc plus durable et économiquement plus viable.



Marketing Responsable

Le **marketing qualifié de « responsable »** a pour but d'encourager un comportement responsable ou de valoriser des produits / services dits « verts » (faible impact sur l'environnement), équitables (assurant le progrès économique et social), socialement responsables.

Quelle est la situation en France ?

Les entreprises françaises sont **4e rang** mondial pour leur politique de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) (2017)

70% des PME et ETI françaises disposent d'un système de gestion de la RSE " adapté ", voire " exemplaire ". (2019)

Depuis 2006 c'est près de **100 entreprises** de toutes tailles et secteurs, qui ont été lauréates du Trophée RSE Provence-Alpes-Côte-d'Azur.

Le marketing au service de la RSE :

49% des consommateurs cherchent des informations environnementales ou de santé directement sur le packaging des produits qu'ils achètent.

67% des entreprises qui engagent des actions sérieuses de marketing responsable sur leurs produits constatent une augmentation **des ventes de 10% en moyenne**. (2018)

Près de deux tiers des consommateurs (65%) choisissent d'acheter (ou de boycotter !) une marque en fonction de ses prises de position. (2018)

56% des Français pensent d'ailleurs que les entreprises devraient communiquer sur leur engagement jusque dans le point de vente !

Pour 58% des consommateurs tricolores, ce serait même plus efficace que d'actions de communication, marketing ou publicitaires (2018)

Les sociétés révèlent obtenir :



✓ **Une réduction des coûts** : - 50 % notamment en coûts de transports, soit 4 000 T/an de PET* économisé. (*"polyéthylène téréphtalate" qui n'est autre que le plastique utilisé pour ces bouteilles en raison de sa capacité à retenir le CO2).



✓ **Un rattrapage significatif sur la concurrence** : les marques à dimension écologique ont gagné des parts de marché de l'ordre de 0,5 à 3 points. Un produit est même passé d'une décroissance de - 7 points à + 9 % en un an.



✓ **Une visibilité décuplée** : certaines marques ont été référencées chez de nouveaux distributeurs grâce à leurs efforts environnementaux, d'autres ont eu jusqu'à 260 retombées presse.

Quels sont les avantages de la RSE sur la marque employeur ?

63% précisent que les équipes ayant travaillé sur des solutions responsables développent une certaine fierté et embarquent les autres services en interne. (2018)

55% des collaborateurs disent que l'engagement social ou environnemental d'une entreprise est un critère plus important que le salaire. Un nombre qui atteint 76 % chez les millennials. (2017)

Seuls **15% des gens** sont impliqués dans la stratégie RSE de leur entreprise. Pourtant, ils sont **70% à vouloir l'être davantage**. D'une part pour comprendre les besoins et actions de leur entreprise sur le sujet, d'autre part pour pouvoir progresser. **33%** voudraient une vraie formation sur le sujet. (2017)

Comment intégrer la RSE à votre stratégie marketing ?



Limitier le packaging



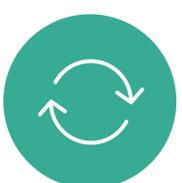
Limitier la distribution de prospectus papier



Imprimer au plus juste



Cibler finement sa campagne d'e-mailing pour limiter le spam



Favoriser le circuit court (local)



Acheter des fournitures provenant de matériaux recyclés, etc.