

LE COMMERCE AU DÉFI DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

IMPACTS SUR LES MÉTIER S ET LES COMPÉTENCES

Synthèse de l'étude

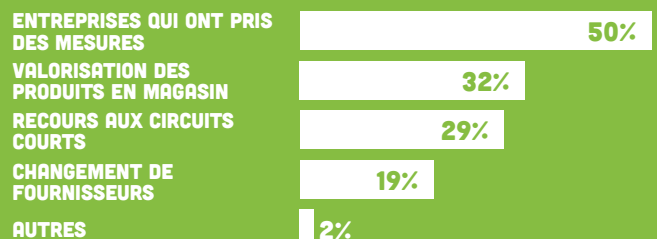
La pandémie actuelle a tendance à repousser au second plan une mutation structurelle de grande ampleur : la transition écologique de l'économie. Afin d'accompagner les commerces dans une adaptation de leur modèle, l'étude vise à mieux comprendre quels sont les impacts de la transition écologique sur les manières d'exercer dans le commerce, d'ici 2025.

UNE TRANSITION ÉCOLOGIQUE INÉVITABLE

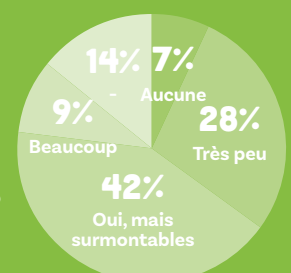
Changement climatique brutal, raréfaction des ressources naturelles, érosion de la biodiversité... les menaces environnementales obligent les commerces à s'adapter, ne serait-ce que parce qu'elles se traduisent par des évolutions économiques fortes :

- ◆ L'évolution de la demande : les consommateurs se tournent de plus en plus vers les commerces qui apparaissent les plus durables ;
- ◆ Les contraintes réglementaires : devant les aspirations citoyennes à mieux protéger l'environnement, les pouvoirs publics fixent des obligations de plus en plus strictes.
- ◆ La fragilisation du modèle économique classique : devant la hausse du coût des matières premières et des déchets, les modèles économiques classiques apparaissent de plus en plus onéreux.

Part des commerces qui ont pris des mesures sur les caractéristiques environnementales des produits



Pensez-vous rencontrer des difficultés liées à la transition écologique ?



35%

C'EST LA PROPORTION DES COMMERCE S QUI CONSIDÈRE QU'IL NE RENCONTRERA AUCUNE DIFFICULTÉ, OU TRÈS PEU DE DIFFICULTÉS, POUR S'ADAPTER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE, TANDIS QUE LA MAJORITÉ DES RÉPONDANTS S'ATTEND À DES DIFFICULTÉS SURMONTABLES



DE MULTIPLES DÉFIS DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE POUR LE COMMERCE

Que signifie, concrètement, la transition écologique pour un commerce ? Pour aider les acteurs interrogés à se projeter, 6 thématiques prioritaires ont été identifiées.



La seconde main

Le marché du réemploi et de l'occasion, qui consiste à donner une seconde vie aux produits, est en plein essor : le nombre de clients prêts à acheter d'occasion a doublé entre 2013 et 2016 selon l'Observatoire national des ressourceries.



Le faire soi-même

Les consommateurs se montrent de plus en plus enclins pour participer à l'élaboration du produit fini : 24% des Français déclarent fabriquer eux-mêmes au moins de temps en temps leurs produits ménagers (Observatoire E. Leclerc, 2020).



La logistique écologique

Face au défi de réduction des émissions de gaz à effet de serre, favoriser les mobilités écologiques devient un enjeu de plus en plus significatif : 6 Français sur 10 se déclarent sensibles à l'impact écologique de leurs livraisons (Stuart, 2018).



Les produits locaux et responsables

La consommation de produits locaux (ou Made in France pour les produits manufacturés) est en pleine croissance : 84% des Français se disent incités à acheter un produit s'il est issu des circuits courts en 2020, selon le Credoc.



La durabilité des produits

La transition écologique renforce la demande de produits robustes et réparables : 49% des Français citent la durabilité parmi leurs premiers critères d'achat, selon l'observatoire de la consommation responsable (Obsoco, Citeo, 2021).



La gestion des déchets

Les commerces tendent à être de plus en plus responsables des déchets qu'ils occasionnent. Lors de l'enquête « Agissons pour l'environnement » (2020), les emballages et déchets ont constitué le premier thème cité et plébiscité par les citoyens.

QUELLE THÉMATIQUE PRIORITAIRE POUR LES COMMERCES ?

L'enquête a proposé aux commerces de donner une « note d'impact » sur 10 à chacune des thématiques. La gestion des déchets, la logistique écologique et l'approvisionnement local sont les thématiques qui les plus fortement citées.

Impact de la TE par thématique (multibranches)

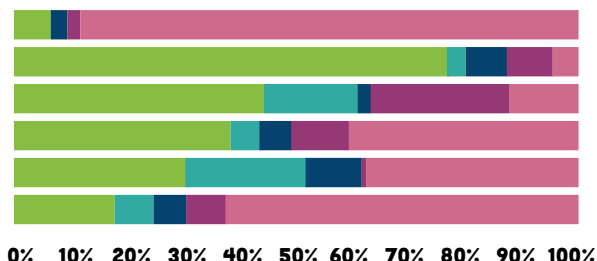
Notes d'impact/10





L'étude présente des monographies, branche par branche, qui permettent d'analyser les impacts attendus et les modes d'adaptation des commerces, selon leur activité et leur vision de l'avenir. Les thématiques privilégiées varient également selon la taille de l'entreprise.

PRODUITS DURABLES
LOGISTIQUE
GESTION DES DÉCHETS
PRODUITS LOCAUX
SECONDE MAIN, RÉPARATION,...
FAIRE SOI-MÊME



◆ De 1 à 5 salariés ◆ De 6 à 9 salariés ◆ 10 à 19 salariés ◆ 20 à 49 salariés ◆ 50 salariés et plus

IMPACTS SUR LES MÉTIERS ET LES COMPÉTENCES

L'impact de la transition écologique se traduit par de nouvelles manières de travailler dans le commerce. Si l'impact de la sobriété n'est pas à écarter à plus long terme, c'est surtout en développant de nouvelles compétences que les commerces parviendront à prospérer dans ce contexte.

S'agit-il de nouveaux métiers dans le commerce ? Comme la grande majorité des études sur les emplois de la transition écologique, l'impact réside davantage dans le « verdissement des métiers » que dans la création de nouveaux métiers verts. Quelques métiers ont toutefois été qualifiés d'émergents : démonstrateur, responsable économie circulaire, opérateur de tri, maître composteur, chef de projet valorisation des invendus, concepteur d'espaces de vente de seconde main, technicien de réparation...

LES MÉTIERS REPRÉSENTATIFS DU COMMERCE ET LES COMPÉTENCES ASSOCIÉES

L'étude a passé au crible de la transition écologique 19 métiers représentatif du commerce. Pour ces métiers, en quoi les compétences évolueront-elles demain et, partant, en quoi les formations devront intégrer de nouveaux modules ?

Sur la base des réponses à l'enquête, les compétences les plus stratégiques à développer ont été croisées avec les métiers représentatifs du commerce.



Top 3 des compétences les plus attendues par les répondants

Top 3 des métiers les plus concernés

COMPÉTENCES ÉVOLUTIVES

Pour la première fois, l'étude dresse une cartographie des métiers transverses et des compétences évolutives dans le cadre de la transition écologique.



**CONNAÎTRE LES LABELS
ET CERTIFICATIONS**



**OPTIMISER LA CONSOMMATION
ÉNERGÉTIQUE**



**VALORISER
LES INVENDUS**



**ORGANISER
DES ATELIERS**



**VALORISER LES PRODUITS
DURABLES**



**TISSER DES PARTENARIATS
POUR LA FIN DE VIE**



GÉRER LES PRODUITS EN VRAC



**IDENTIFIER LE POTENTIEL
DE RÉEMPLOI**



**SOURCER LES PRODUITS
LOCAUX ET DURABLES**



**DÉVELOPPER DES
PARTENARIATS SUR LA
LOGISTIQUE DOUCE**



**RÉPARER
LES PRODUITS**



**MAÎTRISER LES NOUVELLES
NORMES**

DE FORTS BESOINS EN FORMATION

L'identification des compétences émergentes à acquérir ou renforcer pour chacun de ces métiers a permis d'en déduire une offre de briques de formations à mettre en place pour accompagner les commerces dans cette transition :

- ◆ **les modules de formation plus transversaux** de sensibilisation aux impacts environnementaux des filières et produits
- ◆ **les modules de formation ciblant plus spécifiquement les achats** et l'approvisionnement durable
- ◆ **les modules de formation permettant une meilleure gestion de la fin de vie** des produits

Encadré méthodologique

L'étude a été conduite de juin 2020 à avril 2021 à la demande de l'observatoire prospectif du commerce, pour le compte de 16 branches représentant 73 000 entreprises, dans le cadre d'un EDEC (Engagement Développement et Compétences) signé avec l'Etat. L'approche méthodologique s'appuie sur :

- ◆ Des recherches bibliographiques
- ◆ 40 entretiens menés auprès de différents experts
- ◆ Un atelier des experts relatif à la transition écologique
- ◆ Une enquête en ligne adressée à 16500 commerces, pour 810 réponses, diffusée en octobre 2020 puis en début d'année 2021.

L'étude est complétée par le guide « 21 bonnes pratiques pour un commerce écologique ». L'étude a été réalisée par les cabinets Auxilia et In Numeri.

L'Observatoire Prospectif du Commerce a pour mission :



De réaliser un état des lieux quantitatif des emplois, des qualifications et de la formation.



De contribuer à adapter l'offre de formation et à faire évoluer l'offre de certification.



D'assurer une veille sur l'évolution des métiers, des qualifications et détecter les métiers en tension ou émergents.

Les 16 branches commanditaires

Bricolage, Commerce succursaliste de la chaussure, Commerce à distance, Commerce à prédominance alimentaire, Commerces de détail non alimentaires, Commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, Entreprises de distribution, importation, exportation en chaussures, jouets, textiles et mercerie, Commerce de détail des fruits et légumes, épicerie et produits laitiers, Grands magasins et Magasins populaires, Commerce succursaliste de l'habillement, Horlogerie bijouterie, Jardineries et graineteries, Optique-lunetterie de détail, Papeterie et fournitures informatiques, Photographie, Commerce des articles de sport et équipements de loisirs.

Auteurs

Direction de rédaction : Fanny Coste.

Rédaction : Samuel Sauvage, Lucie Bouvier, Laurence Haeusler, Saghar Saïdi Boroujeni et Alexandre Fernandes (cabinets Auxilia et In Numeri).

Graphisme : www.bernatfont.com

Etude complète à retrouver sur :

www.ltopcommerce.com