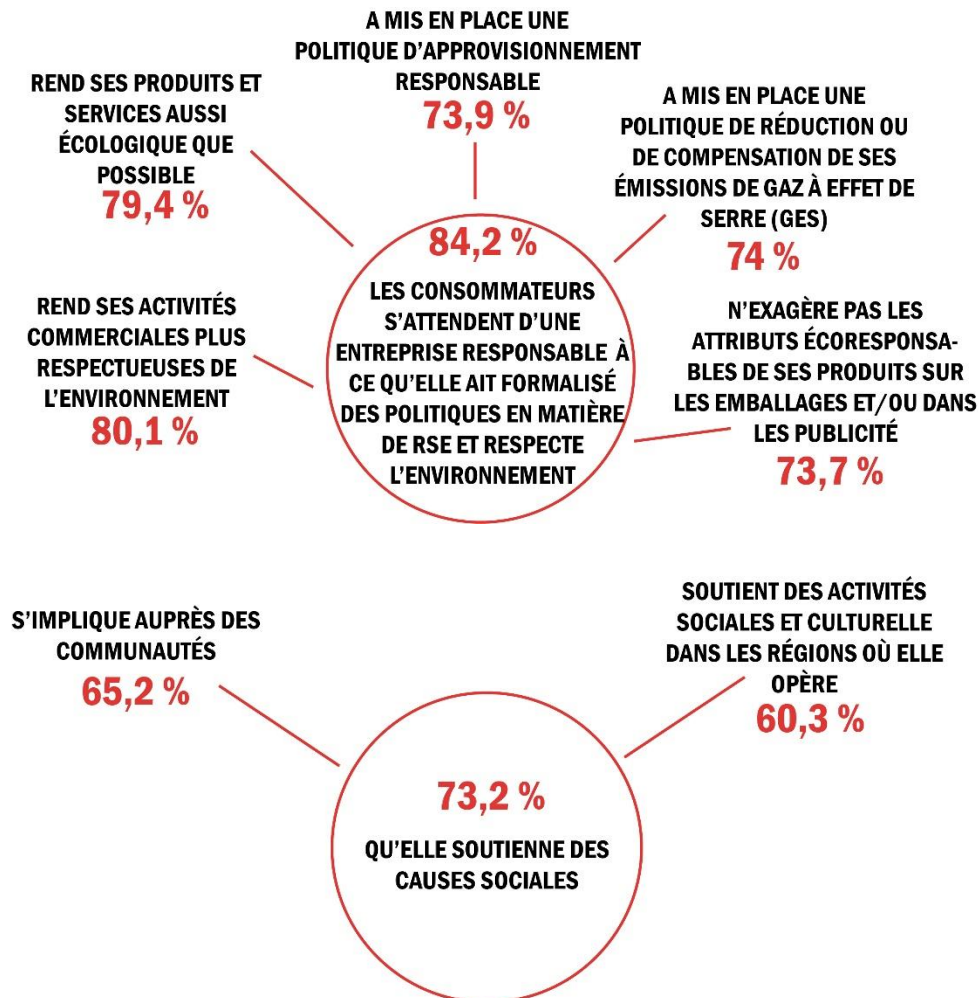
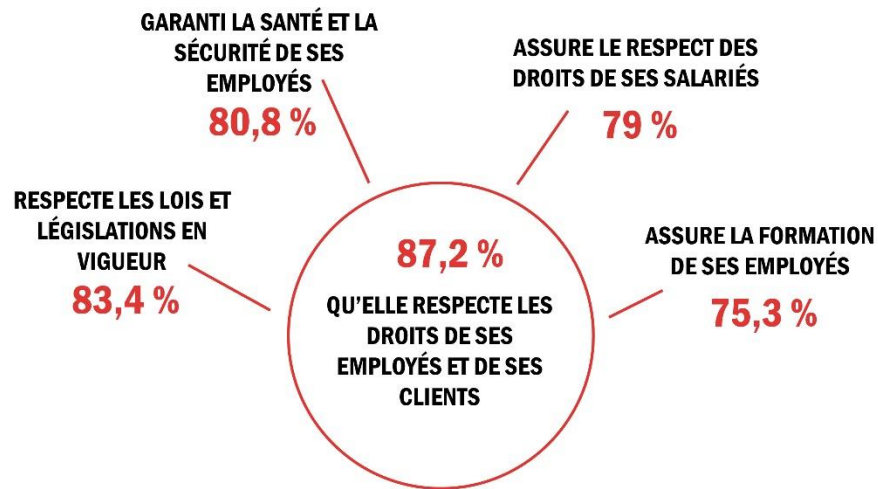


L'Observatoire de la consommation responsable de l'École des sciences de la gestion de l'UQAM a publié, le 21 novembre dernier, l'édition 2017 du Baromètre de la consommation responsable. Cette enquête révèle le portrait de la consommation durable au Québec. Au total, ce sont 1 002 personnes qui ont répondu à l'enquête. Les consommateurs Québécois ont notamment été questionnés sur leurs attentes en matière de responsabilité sociale d'entreprise et de développement durable. Il en est ressorti qu'une entreprise est jugée responsable avant tout par son respect des droits des employés et des clients, sa protection de l'environnement et par son implication sociale et communautaire. Que cela veut-il dire plus concrètement ?

Le positionnement responsable des organisations

Selon l'enquête, 84,2 % des consommateurs Québécois s'attendent qu'une entreprise responsable ait formalisé ses engagements en matière de responsabilité sociale et de respect de l'environnement. De plus, les consommateurs s'attendent à ce que ce type d'entreprise ait mis en place une politique d'approvisionnement responsable (73,9 %) et une politique de réduction ou de compensation de ses émissions de gaz à effet de serre (74 %). Voici quelques autres faits saillants liés aux attentes des consommateurs en matière de responsabilité sociale et de développement durable en entreprise.





Selon Anne Gaboury, conseillère en développement durable et communication au Centre québécois de développement durable (CQDD), « il faut interpréter ces résultats comme un signal clair que les consommateurs ont des attentes en matière de responsabilité sociale envers les entreprises et que ces dernières ont avantage à se doter d'une stratégie de développement durable qui permet de répondre à ces nouvelles préoccupations ». Droits des employés, santé, équité, éthique, développement des compétences, implication dans la communauté, approvisionnement responsable et de bonnes pratiques environnementales sont au nombre des attentes qu'on associe étroitement à une stratégie de développement durable en entreprise.

Les attentes des consommateurs ont beaucoup changé ces dernières années. Ils recherchent des produits et des services plus durables et plus en lien avec leurs convictions et leurs valeurs. Des opportunités d'affaires attendent les entreprises qui sauront y répondre. Qu'attendez-vous pour amorcer une démarche de développement durable ?

Article publié le 30 novembre 2017