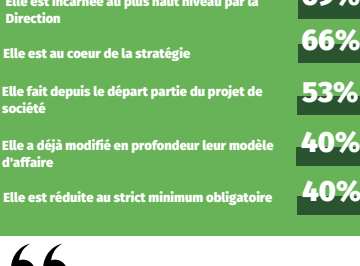


Enquête Adetem-OpinionWay

“Les enjeux des marketeurs face aux défis de la transition sociale et environnementale des entreprises” *

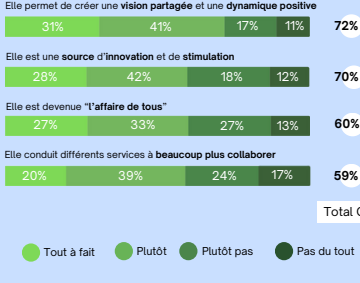
Concernant la place du RSE dans leur entreprise...



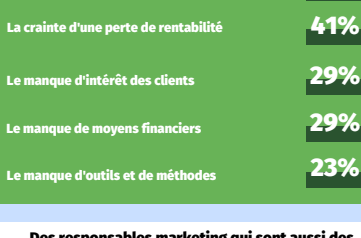
“En fait, c'est d'abord la raison d'être, la stratégie, qui est portée par le Top management, qui va ruisseler sur l'entreprise.”

“Il est nécessaire d'aligner le top management vers un projet d'entreprise.”

Une démarche stimulante qui profite à toute l'entreprise en termes de vision, dynamique et innovation...



Elle se professionnalise sur le plan des outils et méthodes mais... des freins persistent



Des responsables marketing qui sont aussi des citoyens préoccupés face aux défis posés par les changements...

53% sont préoccupés mais motivés

44% sont déterminés à agir

“Il y a forcément de la frustration à ne pas aller assez vite, à ne pas être là où on voudrait être, alors qu'on sait qu'une organisation, à fortiori de grande taille, prend du temps à changer.”

“C'est une schizophrénie du quotidien, c'est assez fort comme terme mais c'est vraiment comme ça que j'en parle.”

Il faut cependant composer avec les discordances liées à la temporalité et aux priorités de rentabilité dans les entreprises

80% ont l'impression d'être coincés dans du court terme alors que la RSE s'inscrit sur du long terme

73% disent ne pas aller assez en profondeur dans leur transformation

72% ressentent souvent des injonctions contradictoires entre RSE et impératifs de rentabilité

71% observent que c'est toujours la rentabilité qui gagne quand il faut choisir entre responsabilité et rentabilité

Le rôle important des responsables marketing dans la construction de nouveaux imaginaires et offres responsables... permettant à chacun d'agir/consommer selon son budget

Le marketing doit construire des offres pour donner à chacun le choix d'avoir une consommation plus responsable selon ses possibilités et son budget

96%

Le marketing occupe une place centrale pour imaginer de nouveaux modèles à la fois plus responsables et économiquement viables

85%

“Le marketing à un rôle important à jouer pour faire s'accorder les consommateurs et les producteurs sur la réduction des impacts.”

“Il faut une démarche qui s'engage au niveau de toute la profession.”

* Sondage réalisé par questionnaire auto-administré en ligne auprès de 187 dirigeants d'entreprises d'au moins 1 salarié, du 25 avril au 21 mai 2024.

En complément de cette étude quantitative, le collectif RESPONSABLES ! by Adetem a mené un « focus group » auprès de 6 marketeurs dont les verbatims permettent d'illustrer les résultats.

A propos du Collectif RESPONSABLES ! by Adetem

#Rassembler #Réfléchir #Agir

Consciente des enjeux majeurs qui s'imposent aux entreprises face à la situation sociale, sociétale et environnementale actuelle, l'Adetem s'engage en faveur d'un marketing plus responsable et a lancé en 2021 le Collectif RESPONSABLES ! by Adetem.

Ce Collectif pluridisciplinaire est composé de membres passionnés et engagés qui réfléchissent aux responsabilités du marketing et aux moyens d'agir pour transformer les entreprises.