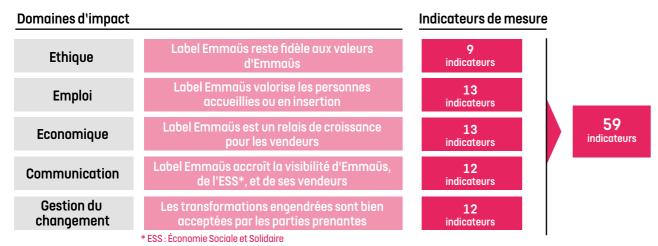
Zoom: Evaluation impact social et environnemental

Un des enjeux majeurs de Label Emmaüs concerne l'évaluation et la quantification de manière rigoureuse, de l'**impact** aussi bien **social** qu'**environnemental**. Pour ceci, nous avons mené deux études en interne : une **évaluation d'impact social** et un **Bilan Carbone**®.

Impact social

L'évaluation de l'impact social s'est concentrée sur la mise à jour des indicateurs de l'évaluation effectuée par KIMSO en 2017, de sorte à analyser l'évolution, avec comme priorité, d'obtenir des données chiffrées sur la création d'emplois, la valorisation et la suite du parcours des personnes en insertion ou accueillies dans les structures vendeuses sur le site Label Emmaüs.

Référentiel de l'évaluation



Outils de collecte : 3 questionnaires



Resultats de l'évaluation

ETHIOUE Label Emmaüs reste fidèle aux valeurs d'Emmaüs **357** personnes | **62** des acheteurs préfèrent des transactions **56** services acheter sur Label Emmaüs donnent lieu à soutiens ont acheté jours-hommes ont que sur des plateformes un coup de été effectués civiques se sont des parts d'un commerciales concurrentes pouce solidaire montant moyen de | bénévolement engagés auprès (ebay, Amazon, etc.) pour Label École des vendeurs 386€

L' image positive associée à Label Emmaüs se caractérise par des actes d'achats « solidaires », et un engagement externe fort pour les structures vendeuses et pour Label Emmaüs. Ces indicateurs restent positifs, mais n'ont pas beaucoup évolué.

Label Emmaüs valorise les personnes accueillies ou en insertion

405 personnes au total ont travaillé sur l'activité Label, dont 152 personnes accueillies ou en insertion

45 emplois en insertion ont été spécifiquement créés pour l'activité

et 46% ne seraient pas d'accord pour changer de poste si on leur proposait

opérateurs

se déclarent

satisfaits

Organisation
Autonomie
Débrouillardise
Prévenance
Prise d'initiative
Acceptation de la critique

4,7/5* tâches réalisées en moyenne par opérateurs

des responsables déclarent que l'activité Label a joué un rôle important ou déterminant pour la suite du parcours des opérateurs

EMPLOI

*choix des produits, mise en ligne d'annonces, gestion de stocks, emballage et envoi, SAV

Label Emmaüs contribue à la valorisation des personnes accueillies et en insertion. La majorité d'entre eux a acquis de nouvelles compétences de savoir-être. Depuis 2017, le taux de formation a augmenté, ainsi que le nombre de tâches réalisées par opérateurs, dont celles reproductibles dans tous les autres métiers du e-commerce. Le taux de satisfaction reste cependant inchangé.

Label Emmaüs est un relais de croissance pour les vendeurs

ECONOMIQUE



28% des responsables déclarent que leur boutique en ligne attire de nouveaux clients et 75% considèrent que Label permet de vendre des produits qui n'auraient pas trouvé

d'acheteur en espace de vente physique

des clients ont acheté pour la première fois chez Emmaüs via Label Emmaüs

des acheteurs en retrait sur place ne s'étaient jamais rendu en espace de vente auparavant

Label Emmaüs est depuis 2017 de plus en plus complémentaire des espaces de vente. Il facilite la vente de produits difficiles à vendre localement, et permet d'attirer de nouveaux clients. Les 3500 retraits en boutique ont généré du trafic, et fait découvrir l'espace de vente à 34% d'entre eux. La situation économique des vendeurs évolue de manière très positive.

Label Emmaüs accroît la visibilité d'Emmaüs, de l'Économie Sociale et Solidaire, et de ses vendeurs

COMMUNICATION





réemploi ou au mouvement Emmaüs 1/12 en 2017

La communication s'est renforcée sur les réseaux sociaux, on comptabilise **plus de 30 000 abonnés**, cumulés sur Facebook et Instagram, et les **retombées presse ne cessent d'augmenter**. L'impact ressenti chez les vendeurs reste cependant encore faible.

Les transformations engendrées sont bien acceptées par les parties prenantes

GESTION DU CHANGEMENT







continuer voire s'impliquer dayantage en

les autres membres de leur structure

Les responsables se déclarent satisfaits de Label Emmaüs et souhaitent continuer, voire s'impliquer davantage en parrainant d'autres structures (32%). Le niveau d'acceptation a nettement augmenté et le projet suscite de plus en plus d'intérêt puisqu'en 2019, 250 structures ont participé à des réunions d'information pour se lancer en ligne avec Label Emmaüs.

Impact environnemental

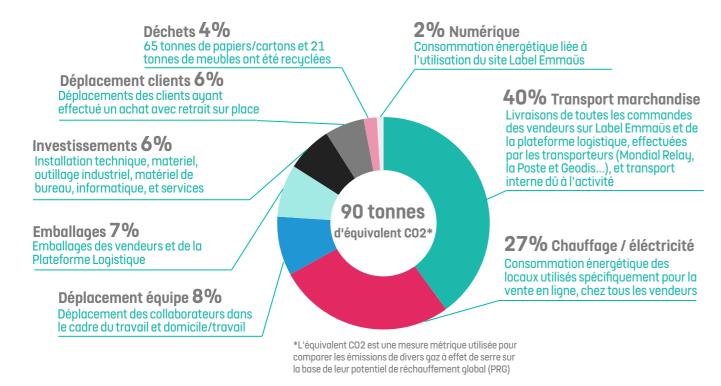
Dans le cadre d'une **démarche stratégique et volontaire**, Label Emmaüs a réalisé son **Bilan Carbone**® pour l'année 2019. Son objectif est d'**évaluer son impact environnemental**, par l'estimation des émissions de gaz à effet de serre (GES) générées par ses activités, mais aussi de **hiérarchiser les impacts**, de manière à pouvoir **réduire les émissions de GES** par la suite.

Périmètre de l'évaluation

Wue par activités MARKETPLACE PLATEFORME Livre Meubles pro Technique SAV Location Bazar activité/domaine pris en compte dans le Bilan Carbone® activité/domaine non pris en compte dans le Bilan Carbone®



Résultats de l'évaluation



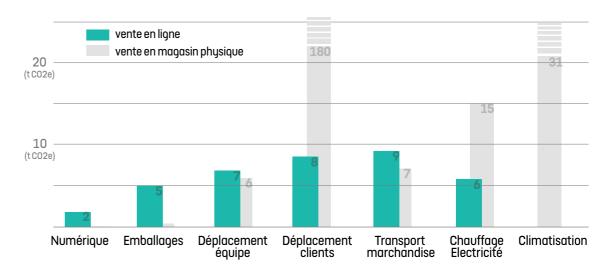
Pour comparer l'activité en ligne de Label Emmaüs à celle qu'il aurait pu y avoir en vendant uniquement par le biais de magasins physiques, **deux modèles** ont été étudiés grâce aux outils Bilan Carbone® :

- D'une part, le modèle actuel, avec l'activité de Plateforme Logistique.
- D'autre part, une **activité de vente physique**, identique à l'organisation actuelle en amont de la vente (collecte, transport, tri...), à laquelle nous ajoutons les hypothèses suivantes : Label Emmaüs vend uniquement par le biais d'un magasin de 500 m², chauffé à l'électricité, climatisé pendant les mois d'août et juillet, et est implanté à coté des locaux actuels de Label Emmaüs. La moitié des clients se rend au magasin en transport en commun, et l'autre en voiture personnelle.





Empreinte carbone des catégories ayant une évolution significative entre le modèle d'activité en ligne, et celui en magasin



La vente de produits en ligne a pour principal avantage de limiter les déplacements des clients. L'impact dépend essentiellement de la livraison finale des marchandises, les «livraisons express» augmentant la consommation de carburant et les émissions de gaz à effet de serre. Label Emmaüs ne propose pas ce type de livraison et donc réduit considérablement son impact par rapport à d'autres marketplaces, ou à un magasin où les clients se rendent par leurs propres moyens. La vente en ligne consomme plus d'emballages que la vente en magasin, et requiert une connexion à internet. Cependant ces données restent négligeables comparées à l'impact du chauffage, de l'électricité, et de la climatisation qui seraient nécessaires pour alimenter un magasin de 500m².

Chiffres clés



48 tonnes de meubles collectées

27 tonnes réutilisées/réemployées



30% des produits de la Marketplace sont **expédiés avec La Poste** qui assure une **neutralité carbone** grâce à des actions de compensation



96 tonnes de livres collectées

43 tonnes réutilisées/réemployées



60% des vendeurs de la Marketplace conditionnent leurs produits uniquement avec des **emballages récupérés***



Seulement **770 m²** d'entrepôt chauffés pour les vendeurs, soit nettement moins que si ces produits étaient vendus en boutique physique*

*question issue du questionnaire opérateurs (61 structures)

Les prochains enjeux seront liés à la détermination collective d'axes de solutions, et la mise en place d'un plan d'action pour réduire nos émissions de gaz à effet de serre, et améliorer notre impact social.

3