



Produits et impact carbone : une priorité pour 2022

Nantes, le 10 février 2022 - *L'empreinte carbone : la bête noire en cette année 2022. La majorité des utilisateurs aujourd'hui recherchent bien plus qu'un produit correspondant à leurs besoins, mais une transparence totale quant à ses informations : il en va de même pour ses émissions carbone. En réponse à cela, les entreprises ont pris conscience de l'importance de contrôler cet impact carbone des produits, et ont déjà engagé certaines démarches.*

Prendre en compte l'impact du carbone des produits sur l'environnement fera la différence pour les entreprises en 2022. Les utilisateurs s'informent à présent plus et mieux, sur tous les aspects de la supply chain lors de leurs achats produits. Les informations produits jouent alors un rôle essentiel durant la prise de décision des consommateurs, intéressés de connaître l'engagement des marques, leurs valeurs, leurs certifications et positions vis-à-vis du respect de l'environnement. Ces dernières se doivent d'être transparentes avec les utilisateurs sur l'empreinte carbone de leurs produits et services pour leur propre bien et celui de la planète.

L'écologie a la cote !

Plus coûteux à produire, les produits écologiques se vendent tout de même mieux que leurs équivalents "moins verts", les consommateurs étant disposés à payer plus cher un produit à faible empreinte carbone. En effet, selon les chiffres d'une [enquête Akeneo menée avec Opinion Way](#) l'an dernier, 52 % des consommateurs se disaient prêts à payer plus lorsque les valeurs de la marque concernée font partie des informations produits partagées. Cette étude démontre bien que les niveaux d'implication écoresponsable des marques ont une incidence directe sur l'image que véhiculent ces dernières. Et influencent fortement les utilisateurs quant à la confiance et l'attachement accordés à ces marques, ainsi qu'à leur échelle d'engagement envers celles-ci.

Pour être le plus transparent possible, et assurer aux clients une visibilité des objectifs de la marque, les entreprises doivent clairement afficher leurs engagements environnementaux via des certifications et labels officiels de bas niveau de carbone. En effet, toujours d'après la même enquête, 62 % des utilisateurs dans le monde

souhaitent la présence de certificats et labels de qualité dans l'information produit, et 49 % souhaiteraient voir afficher le respect de l'environnement et du développement durable dans la fiche produit. Accorder au client le droit de connaître et de comprendre l'empreinte carbone de ses achats est un réel atout concurrentiel pour les entreprises en 2022.

Agir pour la planète : les colis de demain

La pandémie a augmenté de façon spectaculaire le nombre d'expéditions des commandes, il en a résulté que 8 % des émissions mondiales de carbone étaient causées par le transport de marchandises. Pour contrer cette tendance, des programmes respectueux de l'environnement ont été élaborés par certaines entreprises et sont à privilégier, tels que les envois neutres en carbone via la compensation carbone, la facturation numérique, les colis adaptés au format de l'article (plus de gros cartons pour de petits objets), les expéditions à mobilité durable (vélos, véhicules électriques), ou la toute dernière mode des colis recyclables.

Afin de participer encore plus dans cette démarche de réduction de l'impact écologique, et de continuer dans cette amorce efficace et à bas-carbone, les entreprises du e-commerce proposent, en amont, aux utilisateurs de grouper les commandes de chacun en un seul envoi, et de choisir un point de relais proche de ces derniers. Cette solution offre la possibilité de déposer en un seul arrêt plusieurs commandes, plutôt que de les remettre à chaque client individuellement. Et grâce à cela, les utilisateurs ont tout de suite les informations de méthode de livraison, sans devoir attendre les choix d'expédition post-validation de leurs paniers.

La finalité pour les entreprises et les clients est aujourd'hui de se tourner vers la réduction des déchets inutiles et de l'empreinte carbone. En plus de réduire significativement l'impact écologique, cela permettra aux entreprises de fidéliser les clients et d'assurer une transparence et une visibilité totale de ses produits.

À propos d'Akeneo

Akeneo, leader mondial en Product Experience Management (PXM), permet aux entreprises de multiplier leurs opportunités de croissance grâce à une expérience produit cohérente et convaincante sur tous les canaux de vente : eCommerce, marketplaces, mobile, print, points de vente, etc. Avec sa plate-forme open-source, son PIM de pointe, ses modules complémentaires, ses connecteurs et sa marketplace, Akeneo PXM Studio améliore considérablement la qualité et la précision des données produit, simplifie la gestion des catalogues et accélère le partage des informations produit sur tous les canaux de distribution et dans toutes les régions.

Des leaders internationaux, fabricants, distributeurs ou retailers, comme Accor, Air Liquide, Franprix, Nature et Découverte, Staples Canada, Fossil... font confiance aux

solutions Akeneo pour adapter et personnaliser leurs stratégies de vente omnicanales et internationales. En utilisant Akeneo, les marques et retailers optimisent l'expérience client qu'ils proposent, augmentent leurs ventes, réduisent les délais de mise sur le marché, s'internationalisent et améliorent la productivité de leurs équipes. Pour plus d'informations : <https://www.akeneo.com>

Contact presse

Fabien Carré

01 445 345 00

fabien.carre@serda.com