



**11 ème Congrès RIODD du 6 au 8 juillet 2016  
« Energie, environnement et mutations sociales »  
Ecole des Mines de St-Etienne Institut Henri Fayol**

**L'opportunité du Supply Chain Rating (SCR) : un examen de la sensibilité du consommateur à l'éco-performance de chaîne**

**Frank GUERIN**

Maître de conférences, Normandie Univ, UNIHAVRE, NIMEC  
frank.guerin@univ-lehavre.fr

**Claire CAPO**

Maître de conférences, Normandie Univ, UNIHAVRE, NIMEC  
claire.capo@univ-lehavre.fr

**MORVAN Nélida**

Maître de conférences, IUT de Saint Malo, Université de Rennes 1  
nelida.morvan@univ-rennes1.fr



## CONTEXTE

*Le Supply Chain Management (SCM) vise à coordonner, par la coopération (Horvath, 2001), des entreprises indépendantes qui concourent au processus de fabrication et de distribution d'un bien ou service, dans l'intérêt du consommateur final (Chen et Paulraj, 2004).*

- 🌐 Crises à répétition des supply chains dues notamment à l'opportunisme des acteurs
- 🌐 Réactions des consommateurs
- 🌐 2 voies d'action :
  - réorganisation des systèmes
  - Introduire un arbitrage éclairé des consommateurs sur l'organisation des chaînes



**La démarche de SUPPLY CHAIN RATING est-elle pertinente ?**

## LES LIMITES DU SCM

- 🌐 **Apports du SCM : intégration des processus d'affaires, concilier décentralisation et intégration verticale, mettre l'accent sur la collaboration entre les acteurs comme mode de gouvernement**
- 🌐 **Impacts notables sur les projets collaboratifs (Daugherty et al., 2006)**
- 🌐 **Une vision du SCM limitée : intégration des processus internes (Fawcett et al., 2002), vision centrée sur la firme et non sur le produit fini, efforts d'intégration collaborative limités aux fournisseurs et clients de rang A...**
- 🌐 **Un consommateur quasiment absent (Guérin et al., 2014) qui perçoit la chaîne de façon parcellaire et n'est pas au centre de la réflexion des entreprises (Richey et al., 2010).**

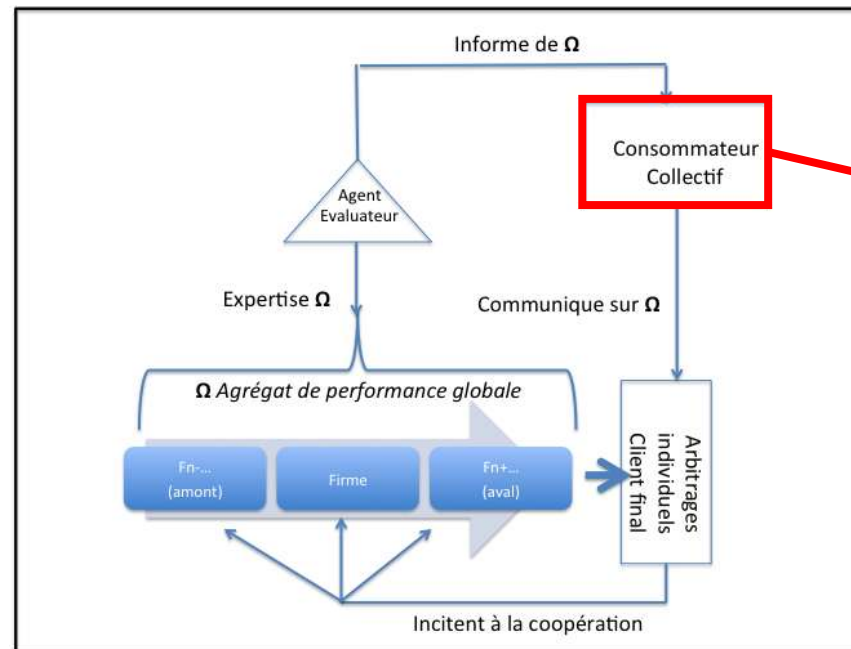
## LE SCR

🌐 **Tendance forte à l'asymétrie d'information et faiblesse de la confiance entre acteurs.**

🌐 **SCR :**

- émettre de l'information sur le niveau de coordination, coopération intra-chaine, via un agrégat significatif, accessible au consommateur final
- introduction d'une alternative (économique et durable) sur le marché influe sur la légitimité des autres pratiques, plus classiques, aux yeux des consommateurs (Anagnostou et al., 2015).

🌐 **Boucle vertueuse, potentiellement fondatrice d'une nouvelle dynamique de chaîne :**



Agent qui communique auprès du consommateur via un support perçu comme légitime

Figure 1 : La boucle vertueuse du Supply Chain Rating  
Source : Adaptée de Guérin et al. (2012, 2015)

# LA SENSIBILITE DU CONSOMMATEUR A L'ECO-PERFORMANCE

- 🌍 **Sensibilité du consommateur ?**
- 🌍 **Performance écologique : un levier de différenciation / visibilité superficielle de la performance**
- 🌍 **Performance économique : souvent perçue comme antimonique / performance écologique**
- 🌍 **La coopération des entreprises : un critère intégratif d'éco-performance**

# METHODOLOGIE

 **Questionnaire administré à 700 consommateurs français et américains**

 **Analyses en Composantes Principales**

 **3 composantes :**

- **Composante 1 : sensibilité à la coopération.**
- **Composante 2 : contrainte cognitive perçue.**
- **Composante 3 : contrainte financière perçue.**

## PRINCIPAUX RESULTATS

### 3 profils de consommateurs :

Consommateurs peu sensibles à la coopération des entreprises et peu impliqués de manière cognitive

Consommateurs sensibles à la coopération des entreprises et impliqués de manière cognitive

Consommateurs sensibles à la coopération des entreprises mais dont l'implication dépend de l'effort financier à fournir

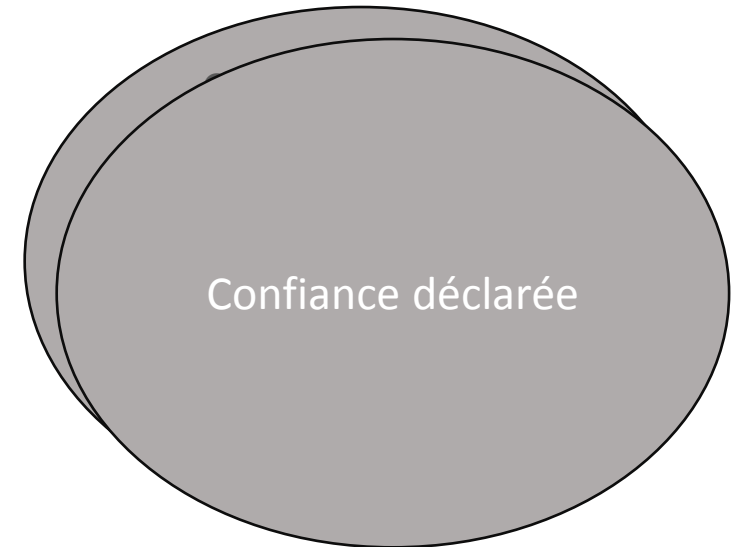
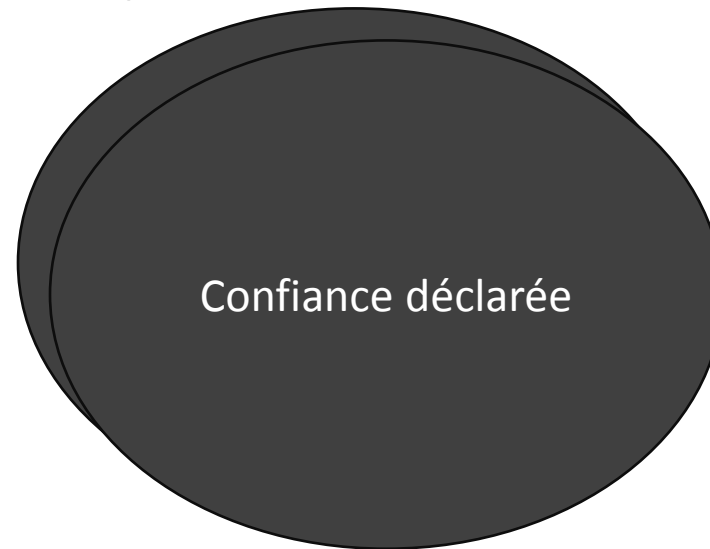
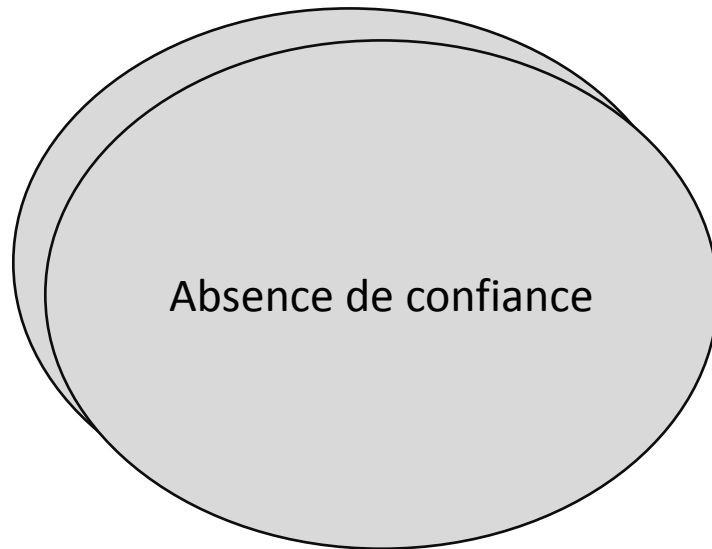
### 2 relations explicatives : l'âge (échantillon français et américain) et le niveau de formation (échantillon américain)

### 2/3 des consommateurs en attente de coopération des acteurs de la chaîne

## PRINCIPAUX RESULTATS

🌍 **Quid du consommateur collectif et du support de diffusion de l'information : un label comme solution ?**

🌍 **Niveau de confiance dans les labels des répondants :**



🌍 **Quel agent ?**

- (1) une association de consommateurs**
- (3) le gouvernement**

- (2) un institut de recherche**
- (4) une organisation internationale**



## CONCLUSION : NOTRE PROGRAMME DE RECHERCHE

- 🌐 **Démarche SCR / en adéquation avec la demande d'information sur les coopérations des acteurs de la chaîne du consommateur**
- 🌐 **Les populations les plus sensibles : les individus les plus âgés (plus de 45 ans) et les plus formés (études supérieures) → maturité liée à l'expérience de consommation**
- 🌐 **Nécessité de travailler sur le processus de légitimation d'une labellisation**
- 🌐 **Limites méthodologiques**
- 🌐 **Recherches futures : trois étapes jusqu'en 2019.**
  1. **Des focus groups permettront d'identifier auprès des clients finaux les conditions d'acceptabilité et d'efficacité du SCR**
  2. **Analyse quantitative sur un panel large et international**
  3. **Présentation de la démarche à des industriels et des distributeurs afin de tester leur intérêt pour le SCR**



**11 ème Congrès RIODD du 6 au 8 juillet 2016  
« Energie, environnement et mutations sociales »  
Ecole des Mines de St-Etienne Institut Henri Fayol**

**L'opportunité du Supply Chain Rating (SCR) : un examen de la sensibilité du consommateur à l'éco-performance de chaîne**

**Frank GUERIN**

Maître de conférences, Normandie Univ, UNIHAVRE, NIMEC  
frank.guerin@univ-lehavre.fr

**Claire CAPO**

Maître de conférences, Normandie Univ, UNIHAVRE, NIMEC  
claire.capo@univ-lehavre.fr

**MORVAN Nélida**

Maître de conférences, IUT de Saint Malo, Université de Rennes 1  
nelida.morvan@univ-rennes1.fr

