

82 % des entreprises prévoient désormais d'augmenter leurs investissements environnementaux au cours des 12 à 18 prochains mois afin de préparer l'avenir

La majorité des entreprises ont été affectées par le dérèglement climatique, mais les cadres dirigeants peinent à se préparer activement à l'intensification des risques climatiques

Paris, le 18 septembre 2025 – D'après la quatrième édition du rapport du *Capgemini Research Institute*, « [A world in balance 2025: Unlocking resilience and long-term value through environmental action](#) », publiée aujourd'hui, les entreprises restent engagées en faveur de la durabilité malgré les incertitudes à l'échelle mondiale. En effet, trois quarts d'entre elles considèrent la durabilité comme une stratégie clé pour renforcer leur compétitivité, leur capacité d'innovation et leur résilience à long terme. Toutefois, le rapport met en lumière un écart entre le sentiment de préparation et la résilience réelle, suggérant que les entreprises confondent planification et adaptation climatique concrète.

Les entreprises continuent de prioriser la durabilité malgré les incertitudes

Plus de 4 entreprises sur 5 prévoient d'augmenter leurs investissements dans la durabilité environnementale, soit une hausse de 8 points de pourcentage par rapport à l'année dernière. La conformité réglementaire reste le principal moteur des initiatives durables, suivie par la création de valeur – notamment la profitabilité, les économies de coûts et l'efficacité opérationnelle. Malgré ces avantages, deux tiers des cadres dirigeants déclarent être soumis à une pression croissante pour démontrer des progrès crédibles et fondés sur la science. Pourtant, seulement 21 % des entreprises ont élaboré des plans de transition détaillés avec des objectifs intermédiaires et une allocation de capital. En interne, les progrès sont freinés par des contraintes budgétaires, des systèmes de données et de mesure inadéquats, ainsi qu'un manque de transversalité opérationnelle. En externe, près de deux tiers des cadres dirigeants estiment que le contexte géopolitique actuel ralentit les investissements et projets liés à la durabilité, une proportion stable par rapport à l'année dernière.

Les stratégies climatiques existent, mais sont insuffisamment mises en œuvre

Les entreprises ressentent les effets du réchauffement climatique et des catastrophes naturelles : plus de sept cadres dirigeants sur dix signalent des perturbations dans les chaînes d'approvisionnement, des interruptions de production et des pénuries de matières premières. Deux tiers d'entre eux anticipent par ailleurs des difficultés à gérer les risques financiers ou liés aux assurances. Bien que la majorité affirme prioriser l'adaptation au changement climatique, plus de la moitié considère leur entreprise comme insuffisamment préparée à ses impacts. Ce décalage entre le sentiment de préparation et la résilience réelle suggère que peu d'entreprises prennent suffisamment de mesures concrètes : seulement 38 % modernisent leurs infrastructures, 31 % déplacent leur production vers des régions moins vulnérables au climat, et seulement 26 % repensent leurs produits.

« Bien que la pression réglementaire s'allège en matière de durabilité, les cadres dirigeants considèrent toujours la durabilité comme un moteur essentiel de création de valeur. Cependant, face aux incertitudes de la conjoncture et aux contraintes budgétaires, de nombreuses entreprises doivent faire des choix difficiles,



déclare Cyril Garcia, responsable mondial des offres 'Sustainability' et de la RSE et membre du Comité de Direction générale du groupe Capgemini. *Alors que les entreprises se préoccupent de plus en plus des risques climatiques, les cadres dirigeants doivent adopter une approche pragmatique et opérationnelle, et mettre en œuvre de toute urgence des mesures concrètes et financées de transition et d'adaptation. Cela permettra non seulement de bâtir une véritable résilience, mais aussi de stimuler l'innovation et la compétitivité.* »

L'empreinte environnementale de l'IA fait l'objet d'une attention accrue

L'intelligence artificielle joue un rôle important pour faire progresser la durabilité, près de deux tiers des cadres dirigeants déclarant que leur entreprise utilise l'IA pour atteindre leurs ambitions en la matière. Toutefois, malgré la capacité de l'IA à traiter les données, réduire la consommation de ressources et améliorer l'efficacité, elle a elle-même un impact environnemental. 57 % des cadres dirigeants confirment que l'impact environnemental de l'IA générative est un sujet de discussion au sein de leur conseil d'administration, mais moins d'un tiers indiquent avoir pris des mesures pour le limiter. L'étude montre une prudence croissante vis-à-vis de son empreinte environnementale, la proportion de cadres dirigeants estimant que l'IA générative apporte des bénéfices qui dépassent son coût environnemental est passée de 67 % en 2024 à 57 % en 2025.

Les consommateurs font de moins en moins confiance aux marques

Du côté des consommateurs, le scepticisme augmente fortement : plus de six sur dix (62 %) estiment que les entreprises pratiquent le *greenwashing*, contre un tiers en 2023 et plus de la moitié en 2024. Par ailleurs, plus de trois quarts pensent que les entreprises devraient faire davantage pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Cela souligne la nécessité d'une communication en matière de durabilité qui soit transparente et fondée sur des preuves. De plus, seuls un quart des consommateurs jugent les produits durables abordables, et seulement 16 % estiment disposer d'informations suffisantes sur leur durabilité.

Pour lire le rapport complet : <https://www.capgemini.com/insights/research-library/sustainability-trends-2025>

Méthodologie du rapport

Le *Capgemini Research Institute* a mené une enquête mondiale en juin et juillet 2025, auprès de 2 146 cadres dirigeants issus de 716 entreprises, chacune générant plus d'un milliard de dollars de chiffre d'affaires annuel (pour un total combiné d'environ 10 700 milliards de dollars), réparties dans 13 pays en Amérique du Nord, en Europe et en Asie-Pacifique, et couvrant 12 secteurs d'activité. En parallèle, l'équipe a interrogé 6 566 consommateurs âgés de 18 ans et plus dans les mêmes pays, et réalisé des entretiens avec 15 cadres dirigeants de grandes entreprises internationales.

À propos de Capgemini

Capgemini, partenaire de la transformation business et technologique de ses clients, les accompagne dans leur transition vers un monde plus digital et durable, tout en créant un impact positif pour la société. Le Groupe, responsable et multiculturel, rassemble 350 000 collaborateurs dans plus de 50 pays. Depuis plus de 55 ans, ses clients lui font confiance pour répondre à l'ensemble de leurs besoins grâce à la technologie. Capgemini propose des services et solutions de bout en bout, allant de la stratégie et du design jusqu'à l'ingénierie, en tirant parti de ses compétences de pointe en intelligence artificielle et IA générative, en cloud, et en data, ainsi que de son expertise sectorielle et de son écosystème de partenaires. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 22,1 milliards d'euros en 2024.

Get The Future You Want* | www.capgemini.com

*Capgemini, le futur que vous voulez

À propos du Capgemini Research Institute

Le *Capgemini Research Institute* est le groupe de réflexion interne de Capgemini sur tout ce qui touche au numérique. L'Institut publie des recherches sur l'impact des technologies numériques sur les grandes entreprises traditionnelles. L'équipe s'appuie sur le réseau mondial d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec des partenaires universitaires et technologiques. L'Institut dispose de centres de recherche dédiés à Paris, en Inde, au Royaume-Uni, à Singapour et aux États-Unis. Il était récemment classé



n°1 au monde pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants six années consécutives – une première.

Pour plus d'informations : <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>