

Trois fois plus de cadres dirigeants qu'il y a un an reconnaissent l'intérêt économique du développement durable

Cette meilleure compréhension du retour sur investissement ne s'est pas encore traduite par une augmentation des investissements, mais les entreprises ont progressé ces 12 derniers mois sur leurs feuilles de route en matière de durabilité et l'évolution de leurs modèles économiques

Paris, 22 novembre, 2023 – Dans un contexte de températures record et de multiplication des catastrophes climatiques¹, trois fois plus de cadres dirigeants que l'année dernière sont désormais convaincus de l'intérêt économique que représente le développement durable pour les entreprises, tous secteurs confondus. Un nombre croissant d'entre eux reconnaissent également l'intérêt d'intégrer des pratiques et de processus durables, selon la deuxième édition du rapport du [Capgemini Research Institute](#), '[A World in Balance 2023](#)' (Un Monde en Equilibre 2023). Toutefois, si les niveaux d'investissement restent inchangés, l'impact concret sera limité.

La rentabilité du développement durable devient plus claire avec l'accroissement des catastrophes climatiques et de la pression réglementaire

63 % des cadres dirigeants reconnaissent que le développement durable présente un intérêt économique clair. Ce pourcentage a triplé par rapport à [l'été 2022, où seuls 21 % partageaient cet avis](#). En outre, le pourcentage de cadres dirigeants qui affirment que les initiatives durables coûtent plus qu'elles n'apportent de bénéfices est passé de 53 % à 24 % et ceux qui estiment que les initiatives durables constituent un fardeau financier ont diminué de plus de la moitié (de 53 % à 22 %).

L'aggravation des phénomènes météorologiques extrêmes sur tous les continents et la hausse des coûts associés jouent certainement un rôle important dans ce changement de perception. En outre, le rapport révèle que la pression réglementaire et le retour sur investissement attendu sont des facteurs clés qui encouragent les entreprises à adopter des stratégies et initiatives environnementales et/ou sociales : les trois quarts (74 %) des cadres dirigeants espèrent que cela augmentera leurs revenus futurs (contre 52 % en 2022), et 64 % citent la conformité à la réglementation en vigueur (contre 51 % en 2022).

Les entreprises se sont concentrées sur les fondamentaux en 2023, mais des enjeux clés tels que l'investissement ou le reporting sont encore à la traîne

Les entreprises ont considérablement progressé dans la définition de leurs feuilles de route en matière de durabilité depuis l'année dernière : 61 % des cadres dirigeants déclarent aujourd'hui que leur entreprise a défini une liste prioritaire d'initiatives durables à mettre en œuvre au cours des trois prochaines années (contre 49 %), et 57 % indiquent que leur entreprise est en train de revoir son modèle économique ou ses opérations afin de les rendre plus durables (contre 37 %).

¹ Une étude récente estime qu'entre 2000 et 2019, les événements météorologiques tels que les tornades, les inondations et les vagues de chaleur ont coûté 2 860 milliards de dollars dans le monde, soit en moyenne 143 milliards de dollars par an, et que le coût global des dommages climatiques se situera entre 1 700 et 3 100 milliards de dollars par an d'ici 2050 (Nature Communications, "The global costs of extreme weather that are attributable to climate change", 29 septembre 2023).



Malgré cette évolution positive, il faut s'attendre à un impact limité en l'absence d'une hausse des investissements portant sur des mesures d'atténuation du changement climatique. En 2023, la part de l'investissement annuel moyen des entreprises de tous secteurs dans les initiatives de durabilité environnementale par rapport au chiffre d'affaires n'a augmenté que de 0,01 point comparé à l'année dernière. Les entreprises restent également à la traîne en termes de reporting, en particulier en ce qui concerne la mesure et la collecte des émissions de scope 3. La part des cadres dirigeants qui déclarent que leur entreprise est en capacité de mesurer et de collecter des données sur leurs émissions de scope 1 et 2 reste inchangée d'une année sur l'autre. Pour les émissions de scope 3, cette part a même diminué, passant de 60 % en 2022 à 51 % en 2023. De même, les mesures relatives à la conception de produits durables n'ont que peu progressé. Par ailleurs, davantage d'entreprises font appel à des tiers pour auditer leurs données en matière de durabilité (54 %, soit une hausse de 4 points par rapport à l'année dernière), mais paradoxalement, elles sont moins nombreuses à faire de même pour publier et comparer les progrès réalisés.

« L'été et l'automne 2023 ont été les plus inquiétants en termes de records de températures et d'événements météorologiques extrêmes qui ont causé des dégâts sans précédent sur tous les continents. Il devient impossible d'ignorer les conséquences du changement climatique, tout comme le coût futur de l'inaction, déclare Cyril Garcia, Responsable mondial des offres « Sustainability » et de la RSE de Capgemini et Membre du Comité de Direction générale du Groupe. Il faut vraiment que dans les mois à venir, les entreprises investissent dans des initiatives durables qui les préparent à l'avenir et qu'elles fassent évoluer leur modèle économique vers des produits et des services durables. C'est le moment ou jamais pour les entreprises : seules celles qui auront investi suffisamment tôt et placé le développement durable au centre de leur stratégie seront en mesure d'en tirer véritablement profit. »

La dimension sociale du développement durable prend sa place à l'ordre du jour

Plus de la moitié des cadres dirigeants (56 %) affirment que leur entreprise se concentre de plus en plus sur la dimension sociale de l'ESG (qui couvre les dimensions Environnement, Sociale et Gouvernance), et que les salariés de l'entreprise en sont les premiers bénéficiaires. Toutefois, les entreprises pourraient faire davantage pour soutenir ceux qui travaillent au sein de leur chaîne d'approvisionnement, puisque près des deux tiers (64 %) des cadres dirigeants affirment que leur entreprise tient compte des évaluations ESG et des engagements environnementaux pris par les fournisseurs lors de la sélection de ces derniers, mais que seulement 38 % déclarent ne travailler qu'avec des fournisseurs qui versent un salaire décent.

Un décalage de perception en matière de greenwashing

Il existe un écart de perception entre cadres dirigeants et consommateurs en ce qui concerne le greenwashing, puisque seuls 17 % des cadres dirigeants estiment que les consommateurs sont préoccupés par le greenwashing, tandis que 33 % des consommateurs au niveau mondial pensent que les entreprises et les marques font du greenwashing sur leurs initiatives en matière de durabilité. Les consommateurs indiens (45 %) et canadiens (43 %) sont les plus méfiants à l'égard des déclarations relatives à la durabilité, contrairement aux consommateurs britanniques (16 %). De même, la génération Z est beaucoup plus méfiante à l'égard de ces allégations (50 %) que les baby-boomers (18 %). Au final, 49 % des consommateurs ne font jamais, rarement ou seulement parfois confiance à une allégation environnementale concernant un achat qu'ils envisagent, et le scepticisme atteint 65 % chez les consommateurs de la génération Z.

L'IA générative devrait être un élément central des stratégies en durabilité

Les organisations placent leurs espoirs dans les technologies numériques et, en particulier, dans l'IA générative, pour les aider à atteindre leurs objectifs de durabilité. Ainsi, plus de la moitié (59 %) des cadres dirigeants estiment qu'elle jouera un rôle clé dans les efforts de transformation durable de leur entreprise.



En parallèle, la même proportion (57 %) déclare que leur organisation a commencé à prendre des mesures pour atténuer l'impact environnemental de l'utilisation des modèles d'IA générative.

Méthodologie:

Pour cette étude, le Capgemini Research Institute a mené une enquête auprès de 2 151 cadres dirigeants, travaillant pour 718 entreprises réalisant chacune plus d'un milliard de dollars de chiffre d'affaires annuel dans 13 pays d'Amérique du Nord, d'Europe et d'Asie-Pacifique (Allemagne, Australie, Canada, Espagne, États-Unis, France, Inde, Italie, Japon, Norvège, Pays-Bas, Royaume-Uni et Suède) et dans 11 secteurs d'activité, en août et septembre 2023. Les cadres interrogés étaient de niveau directeur ou supérieur et 50 % d'entre eux étaient issus de fonctions support, telles que la stratégie, le développement durable, les ventes et le marketing, tandis que l'autre moitié étaient issus de fonctions de la chaîne de valeur, telles que la conception de produits, la R&D, les achats et la logistique. Le Capgemini Research Institute a également mené une enquête auprès de 6 500 consommateurs âgés de plus de 18 ans dans les 13 pays concernés.

Pour accéder au rapport, cliquez ici: <https://www.capgemini.com/insights/research-library/sustainability-trends-2023>

A propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial, responsable et multiculturel, regroupant près de 350 000 personnes dans plus de 50 pays. Partenaire stratégique des entreprises pour la transformation de leurs activités en tirant profit de toute la puissance de la technologie, le Groupe est guidé au quotidien par sa raison d'être : libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Fort de 55 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, Capgemini est reconnu par ses clients pour répondre à l'ensemble de leurs besoins, de la stratégie et du design jusqu'au management des opérations, en tirant parti des innovations dans les domaines en perpétuelle évolution du cloud, de la data, de l'Intelligence Artificielle, de la connectivité, des logiciels, de l'ingénierie digitale et des plateformes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 22 milliards d'euros en 2022.

*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 a récemment été classé n°1 au monde pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants.

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