

Étude IBM : Le développement durable reste un impératif pour les entreprises, mais les démarches actuelles ne suffisent pas

- Les trois quarts (75% en France / 76 % dans le monde) des dirigeants interrogés reconnaissent que le développement durable est au cœur de leur activité, mais près de la moitié (43% en France / 47 % globalement) déclarent avoir du mal à financer des investissements dans ce domaine.
- Les organisations qui incluent le développement durable dans l'ensemble de leurs activités sont plus susceptibles d'en tirer des avantages financiers, mais seulement 32 % des personnes interrogées en France (31% dans le monde) indiquent qu'elles intègrent dans une large mesure les données et les informations sur le développement durable dans les améliorations opérationnelles.



Paris, France, le 06 mars 2024 – Une nouvelle étude mondiale réalisée par l'Institute for Business Value d'IBM (NYSE : IBM) a révélé que si une majorité d'organisations reconnaissent l'importance du développement durable dans leur stratégie commerciale, de nombreux dirigeants ont du mal à financer leurs investissements durables. Les données recueillies auprès de 5 000 dirigeants ont montré que les organisations qui incluent le développement durable dans leurs activités obtiennent de meilleurs résultats en matière de développement durable et financiers, tout en dépensant moins d'argent que leurs homologues.

L'étude*, intitulée "[Beyond checking the box - how embedded sustainability creates business value](#)" a révélé que plus d'un tiers (31% des dirigeants français interrogés) déclarent avoir réalisé des progrès significatifs dans l'exécution de leur stratégie de développement durable - contre 10% il y a un an mais transformer les ambitions en termes d'impact reste un défi. 43% des dirigeants interrogés en France ont du mal à financer les investissements dans le développement durable. C'est 4 points de moins par rapport à la moyenne mondiale ; 61% des interrogés en France déclarent devoir faire des compromis entre les résultats financiers et ceux en matière de développement durable.

Les organisations qui intègrent plus fortement le développement durable dans leurs activités affichent des résultats nettement différents de ceux des entreprises qui se concentrent uniquement sur certains domaines, comme les rapports réglementaires ou le développement durable en tant que projet d'entreprise. Les organisations qui incluent le développement durable sont 74% en France (versus 75% dans le monde) plus susceptibles d'attribuer une forte amélioration de leurs revenus à leurs efforts en matière de développement durable, et 52 % plus susceptibles de surpasser leurs homologues en termes de rentabilité.

Les résultats indiquent que de nombreuses organisations se concentrent sur la gestion d'exigences de reporting complexes et variées plutôt que sur la valeur et les résultats réels de l'entreprise en termes du développement durable. L'étude a révélé que les dépenses consacrées aux rapports sur le développement durable dépassent de 43 % autant en France que dans le monde, les dépenses consacrées à l'innovation en matière de développement durable. Seuls 32% des dirigeants français interrogés (versus 31% dans le monde) déclarent qu'ils intègrent dans une large mesure les données et les informations en matière de développement durable dans les améliorations opérationnelles, tandis que 14 % déclarent le faire dans le cadre d'innovation.

« L'approche d'une organisation en matière de développement durable peut la freiner. Il n'existe pas de solution miracle. Le développement durable exige de l'intentionnalité et une vision d'entreprise partagée », a déclaré Oday Abbosh, Global Managing Partner, Sustainability Services, IBM Consulting. "Le développement durable doit faire partie des activités quotidiennes et ne pas être considéré uniquement comme une tâche de conformité ou un exercice de reporting ». En intégrant le développement durable dans l'ensemble de leurs activités, les organisations sont plus susceptibles de stimuler l'innovation interne, d'attirer et de retenir des talents qualifiés et d'être mieux positionnées pour avoir un impact positif sur l'environnement et obtenir des résultats financiers ».

Parmi les autres conclusions clés de l'étude, figurent :

Les organisations poursuivent leurs efforts en matière de développement durable, mais le financement, les compétences et la mise en œuvre des actions restent un défi.

- 74% des dirigeants français interrogés (versus 75% dans le monde) conviennent que le développement durable permet d'obtenir de meilleurs résultats commerciaux, et 75% en France (contre 76% dans le monde) reconnaissent que le développement durable est au cœur de leur stratégie commerciale.
- Alors que 82% des dirigeants interrogés en France et dans le monde reconnaissent que des données de haute qualité et la transparence sont nécessaires pour atteindre des résultats en matière de développement durable, seulement 4 organisations sur 10 peuvent automatiquement obtenir des données sur le développement durable à partir de l'un des systèmes suivants : ERP (finance, RH, chaîne d'approvisionnement), gestion des actifs de l'entreprise, CRM, systèmes de gestion de l'énergie, systèmes de gestion des installations.
- 39 %des dirigeants interrogés citent également le manque de compétences requises comme principal obstacle aux progrès en matière de développement durable.

Même si la plupart des organisations n'incluent pas le développement durable dans leurs initiatives d'innovation, les dirigeants s'attendent à ce que l'IA générative contribue à dynamiser leurs efforts en matière de développement durable

- 60 % des dirigeants interrogés Français reconnaissent que l'IA générative sera importante pour leurs efforts en matière de durabilité. C'est 4 points de moins que la moyenne mondiale.

- 77 % affirment qu'ils prévoient d'augmenter leurs investissements dans l'IA générative pour le développement durable, versus 73% pour la moyenne mondiale.

Les organisations qui incluent plus fortement le développement durable dans leurs activités en retirent des bénéfices qui peuvent transformer les efforts en matière de développement durable en valeur commerciale.

Une analyse plus approfondie des données de l'enquête a révélé que :

- Les organisations qui incluent le développement durable dépensent légèrement moins en efforts dédiés au développement durable en termes de part de leurs revenus que les organisations qui ne l'intègrent pas.
- 53 % de ces organisations déclarent que les avantages commerciaux sont essentiels pour justifier les investissements durables ; seuls 21% des personnes interrogées en France (versus 17% dans le monde) déclarent que la réalisation des objectifs de développement durable est en soi suffisante pour justifier un investissement.
- Ces organisations sont également à 91 % plus susceptibles d'avoir aligné dans une large mesure leurs stratégies en matière de données et de développement durable, et 80 % en France et dans le monde plus susceptibles d'utiliser l'IA à des fins de développement durable.

L'étude "Beyond checking the box - how to create business value with embedded sustainability" souligne l'urgence pour les entreprises d'intégrer des objectifs de durabilité dans leur stratégie commerciale et d'appliquer des technologies telles que l'IA pour réaliser davantage de progrès et accroître leur rentabilité. L'étude sert également de ressource aux dirigeants, en décrivant des stratégies réalisables pour aider les entreprises à relever les défis liés aux données, à l'intégration commerciale et à la prise de décision.

Pour consulter l'étude complète : <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/en-us/report/sustainability-business-value>

***Méthodologie de l'étude :**

L'étude s'appuie sur une enquête menée par l'IBM Institute for Business Value en collaboration avec Oxford Economics auprès de 5 000 dirigeants de 22 secteurs d'activité différents dans 22 pays. En plus de l'analyse, les données des répondants ont été analysées pour permettre une segmentation de l'échantillon en fonction du degré d'intégration de la durabilité dans l'entreprise. Sur la base de cette segmentation, une analyse a été menée sur les différences en matière de développement durable et de résultats commerciaux, de pratiques opérationnelles et d'approches permettant de réaliser des progrès en matière de durabilité.

À propos de l'IBM Institute for Business Value

L'IBM Institute for Business Value, le groupe de réflexion sur le leadership d'IBM, combine la recherche mondiale et les données de performance avec l'expertise de penseurs de l'industrie et d'universitaires de premier plan pour fournir des informations qui rendent les dirigeants plus éclairés. Pour en savoir plus sur la réflexion sur le leadership : www.ibm.com/ibv.

A propos d'IBM

IBM est un leader mondial du Cloud hybride et de l'IA, ainsi que des services aux entreprises, qui aide ses clients dans plus de 175 pays à capitaliser sur les connaissances issues de leurs données, à rationaliser leurs processus métier, à réduire leurs coûts et à acquérir un avantage concurrentiel dans leurs secteurs d'activité. Près de 4 000 entités gouvernementales et entreprises dans des domaines d'infrastructures critiques tels que les services financiers, les télécommunications et les soins de santé font confiance à la plateforme Cloud hybride d'IBM et à Red Hat OpenShift pour impacter leurs transformations numériques rapidement, efficacement et en toute sécurité. Les innovations révolutionnaires d'IBM en matière d'IA, d'informatique quantique, de solutions Cloud spécifiques à certains secteurs et de services aux entreprises offrent des options ouvertes et flexibles à nos clients. Tout cela est soutenu par l'engagement légendaire d'IBM en matière de confiance, de transparence, de responsabilité, d'inclusivité et de service.

Contacts Presse :

IBM

Charlotte Maes

Weber Shandwick pour IBM

Tél. + 33 (0)7 86 09 83 33

Louise Weber

charlotte.maes@ibm.com

Tél. : + 33 (0)6 89 59 12 54

ibmfrance@webershandwick.com
