

Etude IBM : la pandémie a changé le regard sur le développement durable de 9 consommateurs sur 10 L'étude mondiale révèle que les consommateurs sont prêts à assumer financièrement le coût d'un avenir durable.

IBM partage aujourd'hui les résultats d'une étude menée auprès de 14000 consommateurs dans neuf pays. Voici les principaux enseignements :

- 9 personnes interrogées sur 10 déclarent que la pandémie a modifié leur opinion sur le développement durable.
- Seulement 48% font confiance aux engagements que prennent les entreprises dans ce domaine
- 64% voudraient voir un examen plus profond de ces pratiques dans l'année à venir
- 71% affirment que les entreprises écologiquement durables sont des employeurs plus attractifs
- 48% prennent en compte la durabilité environnementale pour choisir leurs investissements privés
- 84% déclarent que la durabilité est particulièrement importante à leurs yeux lorsqu'ils choisissent une marque C'est 22 % de plus que les consommateurs interrogés en [Janvier 2020](#).
- 54% sont prêts à payer plus cher pour des marques durables et/ou eco responsables

ARMONK, N.Y., Le 22 avril 2021 - Selon une nouvelle enquête de l'IBM Institute for Business Value (IBV), la pandémie de COVID-19 a accru l'intérêt des consommateurs pour le développement durable et leur volonté d'assumer financièrement le coût d'un avenir durable – y compris en réduisant leur salaire.

Selon cette enquête, menée auprès de plus de 14 000 consommateurs dans neuf pays, 9 personnes interrogées sur 10 déclarent que la pandémie a modifié leur opinion sur le développement durable. De nombreux consommateurs sont de plus en plus disposés à changer leur façon de faire des achats, de voyager, de choisir un employeur et de faire des investissements privés. Dans le même temps, moins de la moitié des consommateurs interrogés (48%) font confiance aux engagements des entreprises en matière de durabilité, et 64% des personnes interrogées s'attendent à un examen public accru de ces pratiques dans l'année à venir.

« Tout le monde est de plus en plus préoccupé par la crise climatique, et les entreprises de tous les secteurs cherchent à prendre des mesures urgentes pour répondre aux attentes de leurs clients et de leurs investisseurs et résoudre leurs propres problèmes de durabilité », a déclaré le **Dr Murray Simpson**, responsable mondial de la durabilité, du climat et de la transition chez IBM.

"De nombreuses entreprises commencent à faire des avancées audacieuses pour construire des chaînes d'approvisionnement plus durables et transparente, améliorer la gestion de l'énergie et réduire les émissions de carbone à l'aide de technologies innovantes comme l'IA et la Blockchain."

De nombreux employés interrogés prêts à accepter un salaire plus faible pour travailler chez un employeur soucieux de son impact sur l'environnement.

Selon l'étude, 71% des employés et des demandeurs d'emploi interrogés affirment que les entreprises écologiquement durables sont des employeurs plus attractifs. En outre, plus des deux tiers de la main-d'œuvre potentielle totale* sont plus enclins à postuler et à accepter des emplois auprès d'organisations écologiquement et socialement responsables - et près de la moitié accepteraient un salaire plus bas pour travailler pour de telles

organisations.

Étant donné qu'un employé sur quatre interrogé en [Février 2021](#) prévoit de changer d'employeur cette année, les entreprises pourraient être confrontées au risque croissant de perdre leurs meilleurs talents au profit de concurrents plus soucieux de la durabilité.

La durabilité environnementale : un facteur clé dans les décisions d'investissement personnel

Près de la moitié (48%) de tous les investisseurs privés interrogés tiennent déjà compte de la durabilité environnementale dans leurs portefeuilles d'investissement et un autre cinquième (21%) dit qu'il est probable qu'ils le feront à l'avenir.

59% des investisseurs privés prévoient d'acheter ou de vendre des participations au cours des 12 prochains mois sur la base de facteurs de durabilité environnementale. Ce chiffre passe à 92% pour la moitié des investisseurs privés interrogés qui considèrent le risque climatique comme un risque financier.

Les acheteurs et les voyageurs interrogés voudront payer plus pour une durabilité environnementale accrue.

Malgré l'impact financier de la pandémie, 54% des consommateurs interrogés sont prêts à payer plus cher pour des marques qui sont durables et/ou responsables sur le plan environnemental.

55% des consommateurs interrogés déclarent que la durabilité est particulièrement importante pour eux lorsqu'ils choisissent une marque - 22% de plus que les consommateurs interrogés en [Janvier 2020](#). En outre, Six consommateurs interrogés sur dix se disent prêts à modifier leur comportement d'achat pour contribuer à réduire l'impact négatif sur l'environnement, en particulier dans les pays émergents.

En ce qui concerne les voyages, près d'une personne interrogée sur trois est convaincue que ses habitudes de voyage personnelles contribuent au changement climatique. 82% des consommateurs interrogés choisiraient un moyen de transport plus respectueux de l'environnement, même s'il coûte plus cher.

Méthodologie de l'étude

L'IBM Institute for Business Value a interrogé plus de 14 000 adultes dans neuf pays (États-Unis, Inde, Royaume-Uni, Canada, Allemagne, Mexique, Espagne, Brésil et Chine) au cours du mois de mars 2021 afin de mieux comprendre les opinions et les perspectives des consommateurs en matière de durabilité environnementale.

*La main-d'œuvre potentielle totale désigne les répondants à l'enquête qui ont un emploi à temps plein ou à temps partiel, qui sont au chômage mais qui cherchent actuellement un emploi, ou qui sont étudiants ou apprentis à temps plein.

À propos de l'IBM Institute for Business Value

L'IBM Institute for Business Value (IBV) fournit des informations commerciales fiables grâce à sa position à l'intersection de la technologie et des affaires, en combinant l'expertise de penseurs de l'industrie, d'universitaires de premier plan et d'experts en la matière avec des données de recherche et de performance mondiales. Le portefeuille de leadership intellectuel d'IBV comprend des recherches approfondies, des analyses

comparatives et des comparaisons de performances, ainsi que des visualisations de données qui facilitent la prise de décision dans les régions, les secteurs et les technologies. Suivez @IBMIBV sur Twitter, et pour recevoir les dernières informations par courrier électronique, visitez : www.ibm.com/ibv

Contacts Presse :

IBM France

Sandrine Durupt

Tél : +33 (0)6 70 21 82 10

sandrine-durupt@fr.ibm.com

Weber Shandwick pour IBM France

Robin Legros / David Boutet

Tél : + 33 (0) 6 68 04 57 83 / +33 (0) 6 63 45 03 79

ibmfrance@webershandwick.com
