south pole

En route vers le Net Zéro

Engagements et perspectives des entreprises pionnières sur la question climatique

Sommaire

	Avant-propos	03
01	Points clés du rapport	04
02	Méthodologie de l'étude	08
03	État des lieux des engagements climatiques des entreprises : après les annonces, peu de communication sur les plans d'action concrets	11
04	Budgets alloués à l'action climatique : les investissements augmentent, ainsi que leurs bénéfices à long terme	18
05	Moteurs de l'action climatique des entreprises : la résilience opérationnelle est une priorité pour les pionniers du secteur privé	20
06	Leadership climatique : le pilotage de la transition climatique est un sujet exécutif, mais les initiatives visant à développer les compétences des équipes opérationnelles se multiplient	24
07	Solutions et innovations : les entreprises s'intéressent de plus en plus aux nouvelles technologies climatiques, en parallèle de leurs efforts de décarbonation	27
08	Conclusion : les meilleures pratiques pour atteindre un objectif net zéro d'entreprise	35

Avant-propos

Le nombre d’entreprises prenant un engagement net zéro (ou zéro émission nette) est en croissance, mais après les annonces, trop peu communiquent publiquement sur leur plan d’action concret.

Les engagements climatiques des entreprises évoluent.

La communication climatique est en train de changer. Si l’annonce d’un engagement net zéro était exceptionnelle il y a quelques années, elle est aujourd’hui attendue par toutes les parties prenantes des entreprises. Les entreprises doivent être en mesure de démontrer comment elles prévoient d’atteindre leurs engagements climatiques. Et les entreprises pionnières sur le sujet du climat sont une source précieuse d’enseignements, au travers de leurs succès et des difficultés rencontrées, à condition qu’elles acceptent de communiquer avec transparence sur leur parcours et leur expérience.

Pour la troisième année consécutive, South Pole se penche sur les engagements climatiques des entreprises en analysant les stratégies et communications de 1 200 organisations à travers le monde et révèle une nouvelle tendance : le « **green-hushing** ». Au travers d’entretiens avec les responsables du développement durable ou RSE, l’objectif de cette étude est de comprendre les motivations des dirigeants d’entreprise à s’engager dans la lutte contre le changement climatique, les risques identifiés mais aussi les leviers et solutions privilégiés, en voie d’atteindre le net zéro global. Et près d’un quart de ces leaders sur la question climatique ne prévoient pas de publier leur plan d’action au-delà du strict minimum. Ce constat est préoccupant : plus que jamais, nous avons besoin d’entendre ceux qui progressent vers les objectifs de durabilité pour inspirer leurs pairs, pour faire évoluer les mentalités et ensuite les comportements du plus grand nombre. Face à un nombre croissant de reportages critiques et sous l'œil de plus en plus vigilant des ONG, de nombreuses entreprises rechignent à faire preuve de trop de transparence pour éviter tout risque – voire la menace de poursuites judiciaires. Comment alors encourager les entreprises qui s’engagent dans une transition climatique à communiquer plus librement sur leur parcours ?

De manière encourageante, la récente multiplication des crises – COVID, conflits géopolitiques et risque de récession – semble avoir en revanche motivé une nouvelle vague d’action climatique de la part des entreprises, plus exposées que jamais à la fragilité de leurs chaînes d’approvisionnement et à leur dépendance aux combustibles fossiles. La surveillance des vulnérabilités de la chaîne d’approvisionnement et le renforcement de la résilience aux chocs externes figurent désormais parmi les trois principaux moteurs d’action, spectaculairement remontés des dernières places qu’ils occupaient en 2020 et 2021. La décarbonation de la chaîne d’approvisionnement est un sujet en vogue, alors que les entreprises vont de plus en plus loin pour mesurer et réduire leurs émissions de scope 3 en collaborant avec leurs fournisseurs, en investissant dans les énergies renouvelables et les innovations climatiques futures. Lorsqu’une grande entreprise fait évoluer son modèle, en particulier une entreprise dotée d’un vaste réseau de fournisseurs, tout un système d’acteurs et de valeur évolue avec elle.

Le rapport 2022 souligne que le changement de système commence par un changement de mentalité. Pour obtenir un véritable impact climatique positif, nous devons encourager les entreprises qui accélèrent leur action climatique et qui communiquent avec transparence et précision sur leurs efforts et leurs réalisations, sans exagérer ou employer de termes ambigus ou trompeurs auprès de leurs clients, des médias et des législateurs.

Nous savons que le coût de l’inaction climatique augmente chaque jour, et 2022 pourrait très bien être le meilleur moment pour se lancer sur la voie du net zéro. Nous ne pouvons pas nous permettre de perdre du temps. Il nous faut aujourd’hui construire un avenir dans lequel la société a l’ambition et la capacité – mais aussi la confiance – de lutter contre le changement climatique à l’échelle requise.

Les progrès ne doivent pas se faire en silence.

Renat Heuberger
CEO, South Pole

01 Points clés de l'étude

Pour la troisième année consécutive, South Pole se penche sur les engagements climatiques des entreprises en analysant les stratégies de communication de 1 200 organisations à travers le monde. L'objectif de cette étude est de comprendre les motivations des dirigeants d'entreprise à s'engager dans la lutte contre le changement climatique, les risques identifiés mais aussi les leviers et solutions privilégiés, en vue d'atteindre le net zéro global.

Trois grandes tendances se dégagent de l'enquête 2022 :

1. **Les entreprises leaders du développement durable donnent le ton : de plus en plus d'entreprises soucieuses de l'environnement annoncent s'engager sur une trajectoire net zéro, en s'appuyant sur des objectifs de réduction des émissions fondés sur la science (SBT).** Malgré les sombres perspectives économiques, près des trois quarts des entreprises interrogées (74 %) investissent davantage pour le climat, même si 29 % d'entre elles trouvent la mise en œuvre de leur stratégie net zéro plus difficile que prévu.

   78 % des entreprises interrogées et considérées comme grandes émettrices de gaz à effet de serre s'engagent dans la démarche, et 13 % de toutes les organisations interrogées prévoient même d'atteindre leur objectif net zéro d'ici à 2024.

   Bien que ces initiatives soient évidemment positives, une cible aussi ambitieuse soulève une question fondamentale : les entreprises ont-elle aujourd'hui la structure nécessaire à l'atteinte de leurs objectifs ? Mesurent-elles pleinement l'ampleur de la réduction nécessaire de leurs émissions sur l'ensemble de leur chaîne de valeur ?

2. **Bien que de plus en plus d'organisations annoncent des objectifs ambitieux, près d'un quart d'entre elles (23 %) décident de ne pas publier leurs plans d'action et leurs progrès. Si le greenwashing a déjà fait l'objet de nombreux reportages, l'étude 2022 met en évidence une nouvelle pratique émergente au sein du secteur privé : le "green-hushing".** Une communication transparente sur les progrès et les difficultés rencontrées par les entreprises peut permettre de rassurer le grand public, les investisseurs et les autres parties prenantes sur la solidité de leur plan d'action, et contribuer au partage de connaissances et de solutions intersectorielles pour arriver à une décarbonation globale de nos activités.

   A l'inverse, les annonces qui ne sont pas soutenues par une communication claire des plans et moyens mis en œuvre pour les atteindre peuvent exacerber les doutes et les critiques émises à l'égard du secteur privé et ses dirigeants. Au-delà de la question importante des moyens engagés, le leadership climatique devient aujourd'hui l'un des enjeux majeurs de crédibilité pour les dirigeants d'entreprises.

3. **La demande commerciale et la nécessité de renforcer la résilience des activités sont les principaux moteurs d'action climatique pour les entreprises** suivies de près par l'opportunité de construire un leadership climatique, identifié par 43 % des entreprises.

   Pour la première fois depuis 2020, la nécessité d'anticiper les risques liés au climat a été identifiée par 37 % des entreprises comme l'un des trois principaux enjeux de la mise en place d'une trajectoire net zéro. Sans surprise, la pandémie de COVID associée à la multiplication cet été des événements météorologiques extrêmes a jeté des doutes quant à la sécurité et la capacité de réponse de nos chaînes d'approvisionnements.

   Alors que l'inflation ne cesse de grimper, les entreprises doivent gérer des problématiques diverses et parfois contradictoires, pour parer au mieux aux impacts de la crise économique tout en se préparant aux conséquences de la crise écologique sans précédent qui s'annonce. Pour les entreprises interrogées en revanche, la pression des investisseurs n'est pas encore identifiée comme un enjeu majeur.

Parallèlement à l'enquête annuelle, notre équipe a analysé la base de données de South Pole comprenant 68 000 entreprises de tous secteurs et tous niveaux d'engagement environnemental, incluant les 500 plus grandes entreprises internationales, les principaux indices boursiers et toutes les entreprises ayant communiqué leurs ambitions climatiques via un rapport CDP ou GRI[1]. En voici les principales conclusions :

1. Sur les 68 000 entreprises examinées, seulement 7 % d'entre elles ont communiqué un objectif net zéro, c'est 90 % de moins que les entreprises leaders en durabilité interrogées. Mais parmi les entreprises ayant un objectif net zéro, la majorité de ces engagements (60 %) sont en revanche étayés par des objectifs de réduction fondés sur des données scientifiques.
2. Seulement 16 % des entreprises de la base de données se sont engagées à atteindre l'objectif net zéro d'ici 2030 ou avant. Cela est significativement moins ambitieux que pour les entreprises interrogées dans l'étude qualitative, où près des deux tiers des répondants visent à atteindre des objectifs de zéro émission en 2030 ou avant. (Environ 25 % des entreprises de la base de données se sont fixé une date comprise entre 2031 et 2040, et 59 % visent la période 2041-2050.)
3. En se penchant sur la répartition géographique, la base de données indique que le Royaume-Uni, les États-Unis, la Suisse et l'Allemagne concentrent la plus grande proportion d'entreprises engagées pour le climat, une répartition plus homogène que l'étude, mais portant également sur davantage d'organisations.

Et ensuite ? Pour que les efforts des entreprises s'alignent sur une trajectoire net zéro globale, ils doivent être soutenus par des plans d'action crédibles et fondés sur la science qui réduisent drastiquement les émissions dans les opérations directes et indirectes, soutiennent la résilience collective et encouragent les investissements dans les innovations climatiques futures.

Il y a urgence, et le chantier est colossal. Bien que 67 % des organisations interrogées dans notre étude affirment être sur la bonne voie pour atteindre leurs objectifs de réduction nette des émissions, il faudra pour la plupart d'entre elles encore attendre des années, voire des décennies, avant de pouvoir réaliser des opérations sans carbone.

Aujourd'hui, encore trop peu d'entreprises investissent dans des mesures climatiques immédiates au-delà de leurs chaînes de valeur directes. Sans ces investissements, comment les entreprises contribuent-elles à réduire les émissions aujourd'hui afin d'éviter des points de basculement planétaires catastrophiques ? Toutes les organisations, grandes et petites, ont maintenant besoin de stratégies claires pour réduire et compenser leurs émissions à court terme, tout en soutenant le développement de solutions d'élimination du carbone rentables et à grande échelle pour le plus long terme.

[1] Global Reporting Initiative

Objectifs net zéro parmi les entreprises leaders en durabilité :

87 %
des entreprises engagées dans la lutte contre le changement climatique se sont fixé un objectif net zéro (contre seulement 7% des grandes entreprises cotées en bourse dans la base de données South Pole !).

40 %
des entreprises interrogées qui n'ont pas d'objectif net zéro prévoient d'en fixer un d'ici la fin de l'année 2023.

72 %
de toutes les entreprises interrogées ont fixé ou se sont engagées à définir un plan de réduction des émissions fondé sur des données scientifiques (SBT).

77 %
des organisations ont à la fois un objectif net zéro et un plan SBT.

23 %
des entreprises ne prévoient pas de rendre public leur plan SBT.

2025-2030
est la cible la plus courante pour l'atteinte des objectifs net zéro des entreprises, suivie de la fourchette **2031-2040**

Facteurs soutenant la mise en oeuvre d'un plan d'action climatique concernant les entreprises leaders en durabilité :

44 %
des entreprises considèrent l'atteinte du net zéro comme une opportunité de **répondre aux demandes des parties prenantes** pour des produits et services à faible émission de carbone.

43 %
pensent que cet objectif est un enjeu majeur de **leadership**, permettant de définir le cadre de l'action climatique d'entreprise, tout en positionnant leur marque de manière forte et inspirante.

37 %
estiment que le fait de viser le net zéro leur permettrait de **mieux comprendre et anticiper les risques** et les vulnérabilités de la chaîne d'approvisionnement.

34 %
visent le net zéro pour renforcer la **résilience** de leurs chaînes de valeur face aux chocs externes liés au climat.

32 %
considèrent l'objectif net zéro comme un critère de positionnement et **d'évaluation de leurs concurrents.**

31 %
des entreprises interrogées définissent leurs objectifs en fonction de la **réglementation** en vigueur.

23 %
voient le net zéro comme un cadre permettant de mieux gérer le **risque réputationnel** autour de leur activité et de ses impacts.

22 %
pensent que les objectifs net zéro favorisent le recrutement et la **rétention des talents.**

17 %
subissent la pression des **investisseurs.**

29 %
des entreprises indiquent que l'atteinte de leurs objectifs climatiques est en pratique plus difficile que prévu.

Facteurs favorables à la réduction des émissions pour les entreprises leaders en durabilité

71 %
des entreprises interrogées se tournent vers les énergies renouvelables ou les solutions d'efficacité énergétique,

et

27 %
se concentrent sur la réduction des émissions de la chaîne d'approvisionnement de niveau 3 pour atteindre leurs objectifs de réduction net zéro.

47 %
de toutes les entreprises interrogées prévoient de recourir à l'élimination du carbone sous une forme ou une autre, qu'il s'agisse de solutions technologiques ou naturelles.

74 %
des entreprises ont augmenté leur budget pour atteindre leur objectif net zéro.

Leadership et net zéro :

78 %
des personnes interrogées considèrent que la direction de l'entreprise, y compris le directeur du développement durable ou le PDG, est responsable au quotidien de la réalisation des objectifs de réduction des émissions.

46 %
déclarent que plusieurs départements sont impliqués dans la mise en oeuvre de la trajectoire net zéro au sein de leur entreprise.

Au delà de la question climatique :

44 %
des entreprises s'intéressent à la gestion des risques et des bénéfices de la protection de la biodiversité, parallèlement à leurs objectifs de zéro émission nette.

36 %
seulement affirment avoir mis en place une stratégie claire en matière de biodiversité.

02 Méthodologie de l'étude

Pour réaliser l'étude 2022, South Pole a pris contact avec 1200 grandes organisations réparties dans 12 régions à l'international et comptant parmi leurs effectifs un responsable de la durabilité ou de la responsabilité sociale des entreprises (RSE), afin de comprendre les motivations et les difficultés rencontrées dans la définition et la mise en oeuvre d'un objectif net zéro.

Le rapport 2022 fournit en parallèle une analyse quantitative, réalisée en septembre 2022, et couvrant plus de 68 000 entreprises de tous secteurs, ayant communiqué publiquement des engagements climatiques (bases de données CDP et GRI) et/ou cotées sur les indices boursiers Global F500, FTSE 100 et DAX30, sans nécessairement s'être engagées sur la voie de la transition. La comparaison des résultats de l'enquête qualitative et orientée sur les pionniers du secteur avec l'analyse quantitative d'une base de données bien plus large offre une perspective intéressante sur les tendances et les motivations des différents types d'entreprises.

Pour nous aider à mener des interviews auprès des responsables développement durable de 1 220 grandes organisations à travers le monde (1 000+ employés)[2] nous avons fait appel au conseil en études de marché **Sapio Research.** L'enquête, composée de questions à choix multiples sur les objectifs de neutralité carbone, net zéro, la définition d'objectifs scientifiques (SBT) et les efforts de décarbonation que les organisations entreprennent ou prévoient d'entreprendre, a été menée en août 2022. Le niveau de confiance dans les résultats est élevé[3].

Tous les répondants étaient des décideurs en matière de responsabilité environnementale et sociale des entreprises (RSE) au sein de chaque organisation, indiquant déjà le niveau de maturité des organisations interrogées en matière de climat. Bien que cela nous empêche d'utiliser les résultats de l'enquête pour tirer des conclusions générales et applicables à l'ensemble du secteur privé, l'enquête nous aide à mieux comprendre ce que les leaders mondiaux de la durabilité mettent en place pour le climat, tout en explicitant les défis rencontrés.

La plupart des répondants occupaient au moment de l'enquête des postes exécutifs (40 %), mais l'échantillon comprenait également des directeurs (22 %) et des cadres supérieurs (39 %). 67 % des organisations ont été identifiées comme faisant partie de secteurs à fortes émissions[4], notamment : l'industrie et la fabrication ; les biens et services de consommation ; les médias et les télécommunications ; l'informatique ; l'immobilier ; les soins de santé et les produits pharmaceutiques ; les transports (routier, ferroviaire, maritime, aérien) ; la finance et l'investissement ; les biens et services environnementaux ; l'énergie (pétrole et gaz) ; les services publics ; le secteur public et le gouvernement et les ONG. Les répondants ont été pondérés de manière égale dans 12 régions représentatives à l'échelle mondiale : les États-Unis, la Colombie, le Royaume-Uni, la France, la Belgique, les Pays-Bas, la région DACH (pays germanophones d'Europe), la Suède, l'Espagne, l'Australie, Singapour et le Japon.

Par rapport aux éditions précédentes du rapport, les entreprises interrogées en 2022 sont en moyenne plus grandes en taille (1 001 employés ou plus) et en chiffre d'affaires, la majorité (64 %) déclarant un chiffre d'affaires annuel supérieur à 101 millions USD.

[2] À l'exception de Singapour, où les organisations avec 250+ employés ont également été interrogées.

[3] Au niveau global, les résultats sont précis à ± 2,8 % à des limites de confiance de 95 %, en supposant un résultat de 50 %.

[4] Les répondants ont répondu « oui » à la question « Travaillez-vous dans une industrie à fortes émissions ? (c'est-à-dire, les activités industrielles de votre organisation émettent-elles de grandes quantités de CO2, d'oxyde nitreux, de méthane ou d'autres gaz à effet de serre) ». Ces secteurs étaient les suivants : 88 % de toutes les entreprises interrogées du secteur des services publics (gaz et électricité) identifiées comme de gros émetteurs, 87 % des entreprises interrogées dans l'énergie (pétrole et gaz), 78 % des entreprises interrogées dans l'industrie (ingénierie, construction et bâtiment), 75 % des entreprises interrogées dans le secteur de l'informatique (logiciels et matériel), 71 % des entreprises interrogées dans le secteur des biens de consommation) et 70 % des entreprises du secteur des transports.

Analyse quantitative de la base de données

Comme pour le rapport de l'année dernière, notre équipe a comparé les sections pertinentes des résultats de l'enquête avec notre base de données mondiale leader sur les engagements climatiques de **plus de 68 000** entreprises. Cela nous a permis de placer nos résultats dans le contexte plus large du marché du climat.

La base de données comprend :

- toutes les sociétés déclarantes CDP,
- toutes les sociétés déclarantes GRI,
- les principaux indices boursiers (Global F500, FTSE100, DAX30),
- les principales sociétés de chiffre d'affaires/capitalisation boursière dans les principales régions considérées.

Dans ce rapport, les informations tirées de la base de données de South Pole se distinguent clairement des résultats de l'enquête qualitative et s'appuient sur l'examen des engagements net zéro et des stratégies SBT communiquées publiquement. Ces engagements s'inscrivent souvent dans le cadre de certifications ou organismes de contrôle tels que la Climate Ambition Alliance, BCorp Net Zero, Business Ambition for 1.5 (dans le cadre de l'initiative Science Based Targets, ou SBTi). Les supports de communication externe (sites web/rapports annuels des entreprises) ont également pu être revus dans le cadre de cette analyse.

Profil des répondants au sondage

Pays

100	101	104	102	102	103	100	100	101	102	102	103

Rôle

40% des répondants font partie du comité de direction

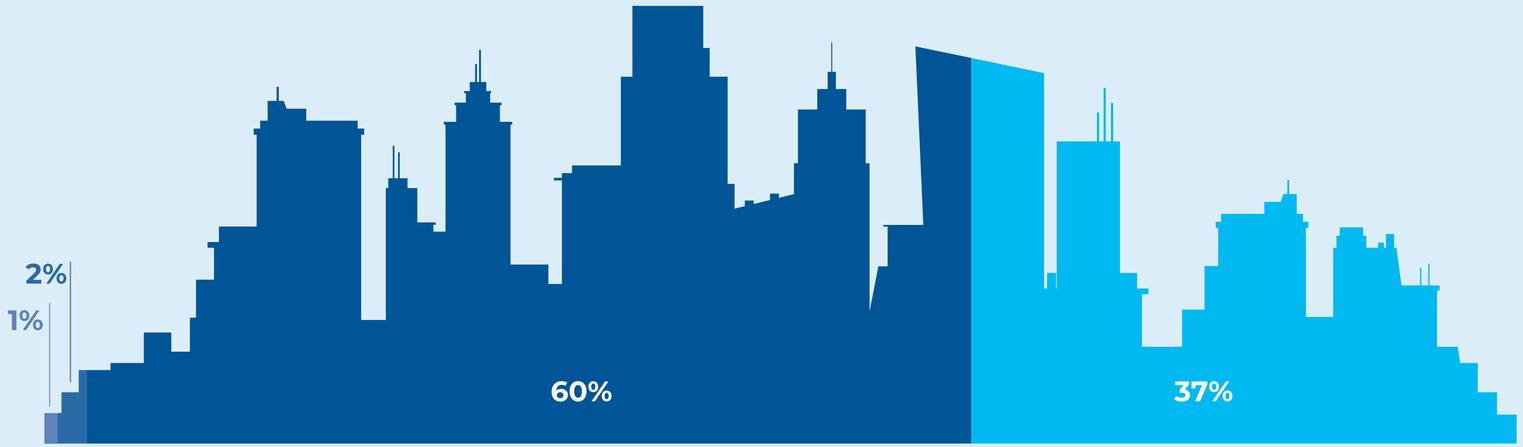
22% des répondants ont un poste de direction

39% des répondants sont manager d'équipe

Type d'entreprises :

% des répondants	16%	16%	32%	32%	3%
Chiffre d'affaires en USD	Jusqu'à 50 millions	50 à 100 millions	100 à 500 millions	500+ millions	N/A

Taille des entreprises interrogées



251 - 500 employés | 501 – 1000 employés | 1001 - 5000 employés | Plus de 5000 employés

Secteur d'activité

Informatique - logiciels, matériel **24%**

Secteur financier - banques, assurances, gestion d'actifs/investissements **15%**

Industrie - ingénierie, construction et bâtiment **10%**

Soins de santé - pharmaceutique, services de santé **8%**

Biens de consommation - commerce de détail, mode **7%**

Transport - route et rail, transport maritime, compagnies aériennes, camions **6%**

Gouvernement et secteur public **5%**

Biens de consommation - alimentation et boissons, produits ménagers **5%**

Automobiles et composants **4%**

Biens et services environnementaux (y compris le matériel et les services d'énergie renouvelable) **3%**

Énergie - pétrole et gaz **3%**

Médias et télécommunications **2%**

Services publics - gaz et électricité **1%**

Matériaux - métaux et mines **1%**

Gestion et développement immobilier **1%**

03 État des lieux des engagements climatiques des entreprises : après les annonces, peu de communication sur les plans d'action concrets

Les entreprises pionnières en matière de développement durable donnent l'exemple : davantage d'objectifs net zéro ont été annoncés, soutenus par des stratégies en ligne avec la science du climat (SBT), avec des échéances de plus en plus ambitieuses.

Dans le même temps, beaucoup décident de ne pas rendre public leur travail, ce qui rend les objectifs plus difficiles à évaluer et limite le partage des connaissances. Ce phénomène pourrait également conduire à des occasions manquées de collaboration et donner l'impression que les entreprises cherchent à dissimuler des informations ou manquent d'ambition dans la mise en œuvre de leur plan d'action.

> « Les pionniers du développement durable révèlent la tendance : 87 % des répondants travaillent pour une entreprise qui a un objectif net zéro en place, et près de 40 % des entreprises n'ayant pas encore fixé d'objectif prévoient d'en fixer un d'ici la fin de l'année 2023. »

Les engagements net zéro sont devenus la norme pour les organisations qui s'engagent dans une transition climatique

Parmi les organisations qui prennent des objectifs de durabilité, la trajectoire net zéro est la voie à suivre. Les résultats de notre étude suggèrent que, parmi notre échantillon de leaders, la définition d'un objectif net zéro pour une date cible claire est devenue une pratique courante quel que soit le secteur. 87 % des répondants de cette année déclarent qu'ils ont un objectif net zéro, et environ 96 % d'entre eux sont en mesure d'y associer une date cible. Parmi les organisations qui ont un objectif net zéro, 67 % d'entre elles ont également aligné cet objectif sur une stratégie et des jalons de réduction des émissions fondés sur des données scientifiques.

Bien que le nombre d'objectifs annoncés ne soit pas directement comparable aux résultats de nos années précédentes, la proportion est toujours révélatrice. En 2020, seulement 50 % des organisations interrogées avaient fixé des objectifs net zéro et moins de la moitié d'entre elles avaient défini des jalons pour les atteindre. Cela ne s'est pas beaucoup amélioré en 2021, avec 45 % des organisations interrogées ayant défini un objectif net zéro et 59 % d'entre elles indiquant qu'elles avaient mis en place des jalons fondés sur la science du climat.

L'enquête de 2022 fournit également des indices utiles sur les ambitions et les principaux obstacles qui dissuadent les entreprises de poursuivre des objectifs climatiques ambitieux. Parmi les organisations qui n'ont **pas encore** un objectif net zéro mais qui prévoient d'en fixer un, près de 40 % souhaitent en définir un d'ici la fin de l'année 2023.

Fait encourageant, parmi les répondants de 2022, seule une fraction a déclaré n'avoir aucun plan en matière de trajectoire net zéro (~2 %). Dans tous les secteurs, les principaux freins aux engagements climatiques étaient le manque de capacités internes (21 %), la conviction qu'une cible net zéro n'était pas pertinente pour leurs clients (21 %) et la résistance de la direction (21 %). Il est intéressant de noter que ce dernier facture était le plus cité pour 50% entreprises à plus hauts revenus (plus de 500 millions USD), entreprises dans lesquelles les dirigeants pourraient être plus réticents à s'engager dans une refonte radicale de l'infrastructure et des pratiques commerciales éprouvées par le passé.

> Près d'un quart de tous les répondants ont indiqué qu'ils avaient mis en place un SBT mais ne prévoyaient pas de le communiquer publiquement – les entreprises hésitent-elles à mettre la barre trop haut vis-à-vis de leur engagement climatique ?

Le « Green-hushing » : lorsque les entreprises engagées dans une transition climatique poursuivent des feuilles de route crédibles – mais refusent de communiquer leurs progrès.

D'après notre rapport de 2020, l'une des conclusions les plus inquiétantes était que seulement 11 % des répondants avaient déterminé une feuille de route fondée sur la science du climat (Science-based Targets ou SBT), une étape pourtant centrale pour définir et suivre une trajectoire net zéro. Cette statistique s'est légèrement améliorée en 2021, en montant à 18 %. Cette année, 72 % de tous les répondants ont indiqué qu'ils avaient établi des SBT, et 18 % supplémentaires prévoient de le faire au cours des 12 prochains mois. Notons tout de même que l'échantillon de cette année se concentre sur les entreprises les plus engagées en faveur du climat (celles qui ont nommé une ou un responsable du développement durable ou de la responsabilité sociale des entreprises), mais cette tendance pourrait également suggérer que le marché global commence lentement à mûrir et s'inspirer des meilleures pratiques en matière d'action climatique.

Il était également encourageant de voir que 67 % des organisations interrogées avaient **à la fois** un objectif net zéro **et** un SBT, ce qui suggère que de plus en plus d'entreprises soucieuses du climat soutiennent leurs ambitions comprennent la nécessité d'adopter une approche concrète et fondée sur la science.

Pourtant, près d'un quart (23 %) de tous les répondants de cette année ont indiqué qu'ils avaient mis en place un SBT mais ne prévoyaient pas de le communiquer publiquement. Ce phénomène rend l'examen des objectifs et résultats difficile à réaliser et limite le partage des connaissances, ce qui pourrait conduire à des occasions manquées pour les entreprises d'apprendre de leurs pairs, voire de manquer d'ambition dans la mise en œuvre de leurs stratégies de transition.

La publication d'un plan SBT sur sciencebasedtargets.org est une étape nécessaire à la validation d'un tel objectif (avec la communication annuelle des émissions de gaz à effet de serre et des progrès annuels), alors pourquoi tant d'organisations hésitent-elles à évoquer le sujet dans les communications plus larges de l'entreprise ?

Se pourrait-il que la surveillance et les critiques accrues des médias – aux côtés des ONG et du grand public – aient rendu les dirigeants réticents à faire connaître leurs ambitions ? Les entreprises elles-mêmes doutent-elles de leur capacité à atteindre leurs objectifs, pourquoi répugnent-elles à en parler ? Se pourrait-il que de nombreux dirigeants évitent de parler ouvertement de leurs efforts en matière de climat par manque de confiance ou de maîtrise du sujet ?

Une lecture alternative est également possible : la mise en place d'un SBT commence-t-elle à devenir une démarche standard parmi les entreprises plutôt que quelque chose d'exceptionnel et d'intéressant pour les parties prenantes ? Les dirigeants d'entreprises préfèrent-ils moins promettre et plus délivrer ?

Alors que le SBTi Progress Report 2021 identifie le Royaume-Uni et la France comme deux des principaux pays dans lesquels les organisations établissent des SBT, notre enquête révèle que **les répondants français étaient parmi les moins susceptibles de communiquer sur leur plan d'action.** La France est l'un des rares pays à avoir mis en place une réglementation explicite sur les revendications climatiques des entreprises en vue de limiter le greenwashing. Les entreprises françaises doivent être particulièrement vigilantes et précises dans leurs communications - peut-être est-ce pour cette raison qu'elles renoncent complètement à parler de leurs objectifs.

Cette tendance n'est pas seulement visible dans les pays où les lois sur la communication climatique des entreprises sont strictes.

De plus en plus d'entreprises, au-delà de la France, font du « green-hushing ». Nous encourageons au contraire nos clients à communiquer de manière transparente sur les objectifs et les jalons mis en oeuvre dans le cadre de leur transition, et à partager les difficultés comme les progrès mesurables dans leur effort de décarbonation.

La mise en place de mesures de réduction fondées sur la science du climat se généralise – mais elles ne sont pas rendues publiques

Les entreprises interrogées en Belgique et en Allemagne étaient les plus susceptibles de **ne pas** communiquer leurs SBTs, tandis que les entreprises basées à Singapour étaient les plus ouvertes à la publication de leurs cibles.

Parmi les entreprises disposant d'un SBT, les dirigeants interrogés dans le secteur des médias et des télécommunications étaient les plus susceptibles de **pas** publier leurs objectifs (40 %), suivis par les services publics (38 %).

Comparatif : des résultats d'enquête contrastés entre les responsables RSE d'entreprises pionnières en termes d'action climatique et la base de données de South Pole

L'analyse de la base de données de South Pole montre que, sur les 68 000 entreprises internationales analysées, seulement **7 %** des organisations (environ 4 800) ont fixé un objectif net zéro. La majorité de ces objectifs sont toutefois soutenus par des plans et des jalons de réduction des émissions fondés sur des données scientifiques : **60 %** des entreprises ayant des objectifs net zéro ont également mis en place des SBT.

En ce qui concerne les dates cibles d'atteinte du net zéro, **16 %** des sociétés se sont engagées cette année à atteindre le net zéro d'ici 2030 ou avant. Environ **25 %** ont fixé une date entre 2031 et 2040, et **59 %** ont une date cible tardive entre 2041 et 2050. Le contraste est assez frappant avec les entreprises interrogées dans le cadre de l'étude qualitative, où la majorité (64 %) fixent une cible à l'horizon 2030 ou avant.

Dans le même temps, il est encourageant de voir que de plus en plus de sociétés cotées en bourse alignent leurs objectifs sur une trajectoire de réduction des émissions fondée sur la science : en 2021, notre analyse de la base de données de South Pole indiquait que seulement 28 % des entreprises engagées vers le net zéro avaient des SBT en place – un chiffre qui a plus que doublé pour atteindre 60 % au cours de la dernière année seulement.

Au-delà des entreprises qui deviennent plus conservatrices dans leurs communications climatiques, beaucoup trop annoncent encore des objectifs fantaisistes et non suivis d'action, participant effectivement au phénomène de greenwashing. Ce phénomène est particulièrement néfaste car il génère une méfiance voire une perte de confiance du grand public vis-à-vis de l'action climatique des entreprises, y compris celles qui ont un impact réel.

Les objectifs net zéro des entreprises sont-ils assez ambitieux ?

La définition d'un objectif net zéro est un engagement important en faveur de la décarbonisation, mais cet engagement n'a de sens que si l'objectif est limité dans le temps (associé à une date cible), le niveau d'ambition étant mesuré en partie par le délai de mise en œuvre.

Parmi les dirigeants interrogés cette année, 2030 est l'année cible la plus courante pour atteindre l'objectif net zéro – une constatation en ligne avec nos deux rapports précédents. Parmi les organisations qui se sont fixées un objectif, plus de la moitié (51 %) prévoient de l'atteindre entre 2025 et 2030, et 13 % des répondants prévoient même d'atteindre le leur d'ici 2024 ou plus tôt. Au total, près des deux tiers (64 %) des organisations s'engagent à agir rapidement (d'ici 2030 au plus tard), ce qui indique que les organisations prennent conscience de l'urgence de la situation globale et fixent des objectifs à la hauteur des enjeux climatiques.

Qui sont les entreprises dont les échéanciers sont les plus ambitieux ? Notre enquête a révélé que les entreprises visant à atteindre l'objectif net zéro d'ici 2024 ou plus tôt sont principalement basées en Colombie (25 %) et aux États-Unis (25 %), devant Singapour (23 %) et la France (22 %). Pour ces entreprises, l'ambition de réduction des émissions directes et indirectes de leur activité (sur les scopes 1, 2 et 3) est alors plutôt agressive. Se pourrait-il que certaines organisations n'aient pas pleinement conscience de l'ampleur et des exigences rigoureuses pour atteindre cette ambition ?

À l'autre extrémité du spectre, les régions qui ont tendance à être les plus conservatrices – dates cibles en majorité entre 2041 et 2050 – sont la Suède (seulement 16 % de tous les répondants de la région ont un objectif net zéro), le Royaume-Uni (13 %) et l'Australie (10 %). En queue de peloton, la Suède est aussi le pays dans lequel les entreprises sont les plus susceptibles de fixer une date cible au-delà de 2051. Compte tenu des prévisions de l'ONU selon lesquelles les émissions doivent atteindre le net zéro à l'horizon 2050 maximum pour espérer atteindre les objectifs de l'Accord de Paris, le fait d'avoir des dates cibles au-delà de ce seuil soulève la question de savoir si les entreprises suédoises ont vraiment pris la mesure du problème climatique. Ce manque d'engagement est d'autant plus surprenant au regard de l'action climatique généralement ambitieuse du gouvernement suédois, actuellement et historiquement.

Les entreprises du secteur des biens et services environnementaux annoncent les dates cibles les plus agressives, avec 27 % des répondants visant 2024 ou avant, suivis de l'énergie - pétrole et gaz (24 %). Les entreprises les plus susceptibles de repousser leurs dates cibles à 2041-2050 proviennent du secteur des services publics (23 %) et des médias et télécommunications (19 %).

> « 13 % des organisations interrogées ont des objectifs très ambitieux, mais mesurent-elles pleinement l'ampleur de la réduction des émissions nécessaires sur les scopes 1, 2 et 3 de leur chaîne de valeur ? »

Une date cible proche n'est pas le seul facteur décisif pour définir l'ambition d'un objectif climatique d'entreprise. Il est tout aussi (sinon plus !) important pour une entreprise d'avoir des objectifs intermédiaires clairs de réduction des émissions, détaillés dans le cadre d'une stratégie mesurable pour l'ensemble de ses opérations. Les objectifs net zéro précoces semblent encourageants, mais sont-ils vraiment réalistes ? Les entreprises ont-elles la marge de manœuvre et accès à toutes les solutions nécessaires pour atteindre de tels objectifs dans les 24 mois ?

Les plus grands émetteurs sont-ils les plus ambitieux ?

67 % des répondants s'identifient eux-mêmes comme travaillant dans une industrie à fortes émissions , la majorité provenant d'Australie (97 %), de Singapour (82 %), des Pays-Bas (72 %) et de Belgique (71 %). Les entreprises s'inscrivent principalement dans le secteur des services publics (88 %) et de l'énergie, pétrole et gaz, où 87 % des entreprises interrogées se classaient dans la catégorie des grands émetteurs. Ces secteurs sont suivis par l'industrie – ingénierie, construction & bâtiment (78 % des entreprises du secteur), l'informatique – logiciels & matériels (75 % des entreprises interrogées dans ce secteur), les biens de consommation (71 % des entreprises de ce secteur) et les transports (70 % des entreprises de ce secteur).

Le pourcentage élevé d'entreprises basées à Singapour n'est pas surprenant alors que le pays constitue la première plaque tournante du commerce du pétrole en Asie et que l'exploitation minière, par exemple, est depuis longtemps une industrie primaire importante en Australie. De même, les Pays-Bas, qui abritent plusieurs grandes sociétés pétrolières et gazières, sont, avec la Belgique, l'un des plus grands producteurs agricoles de l'UE. L'agriculture représente une part importante des émissions des deux pays, alors que plus d'un quart des émissions mondiales de gaz à effet de serre proviennent de l'agriculture, de la foresterie et de l'utilisation des terres.

Parmi ces grands émetteurs, **95 % ont déclaré avoir défini un objectif net zéro.** Il s'agit d'une différence marquée par rapport au reste des entreprises interrogées et qui n'appartiennent pas à une industrie à fortes émissions (71 % seulement déclarant un tel objectif). Au total, 45 % des grands émetteurs ciblent 2030 ou plus tôt, et sur les 5 % d'organisations à fortes émissions qui n'ont pas d'objectif net zéro, la majorité prévoit d'en fixer un prochainement.

En creusant plus profondément dans le groupe des grands émetteurs auto-identifiés ayant communiqué des objectifs net zéro, 76 % avaient également établi un SBT. Cette statistique est particulièrement intéressante compte tenu de la dernière prise de position du SBTi (Science-based Target initiative) qui refuse désormais les engagements SBT de la plupart des entreprises du secteur pétrolier et gazier, par exemple. **Ces résultats signifient que les entreprises interrogées – en particulier celles du secteur de l'énergie (secteur pétrolier et gazier) sont en réalité exclues de fait par le SBTi et communiquent alors des objectifs non validés, pouvant être rigoureux ou non.**

La majorité de ces grands émetteurs interrogés sont basés dans des pays développés (Australie, Singapour, Pays-Bas, Belgique et France) où l'examen public et/ou le risque de litiges environnementaux sont élevés, ce qui fait de la déclaration des objectifs climatiques un élément important de la réputation et de la crédibilité des entreprises. Et cela est particulièrement vrai par rapport aux pays où la transparence et l'audit en matière d'action climatique des entreprises sont moins précis. Les compagnies pétrolières nationales non cotées qui dominent la production du golfe Persique ainsi que de certaines parties de l'Asie, de l'Afrique et de l'Amérique latine représentent par exemple environ 20 % des émissions mondiales, et elles ne déclarent pas leurs émissions, leur production ou même leurs données financières de base. 19 % des émissions mondiales proviennent également d'un groupe d'entreprises contrôlées par les États de Russie et de Chine qui ont à peine commencé à comptabiliser leurs émissions de scope 3.

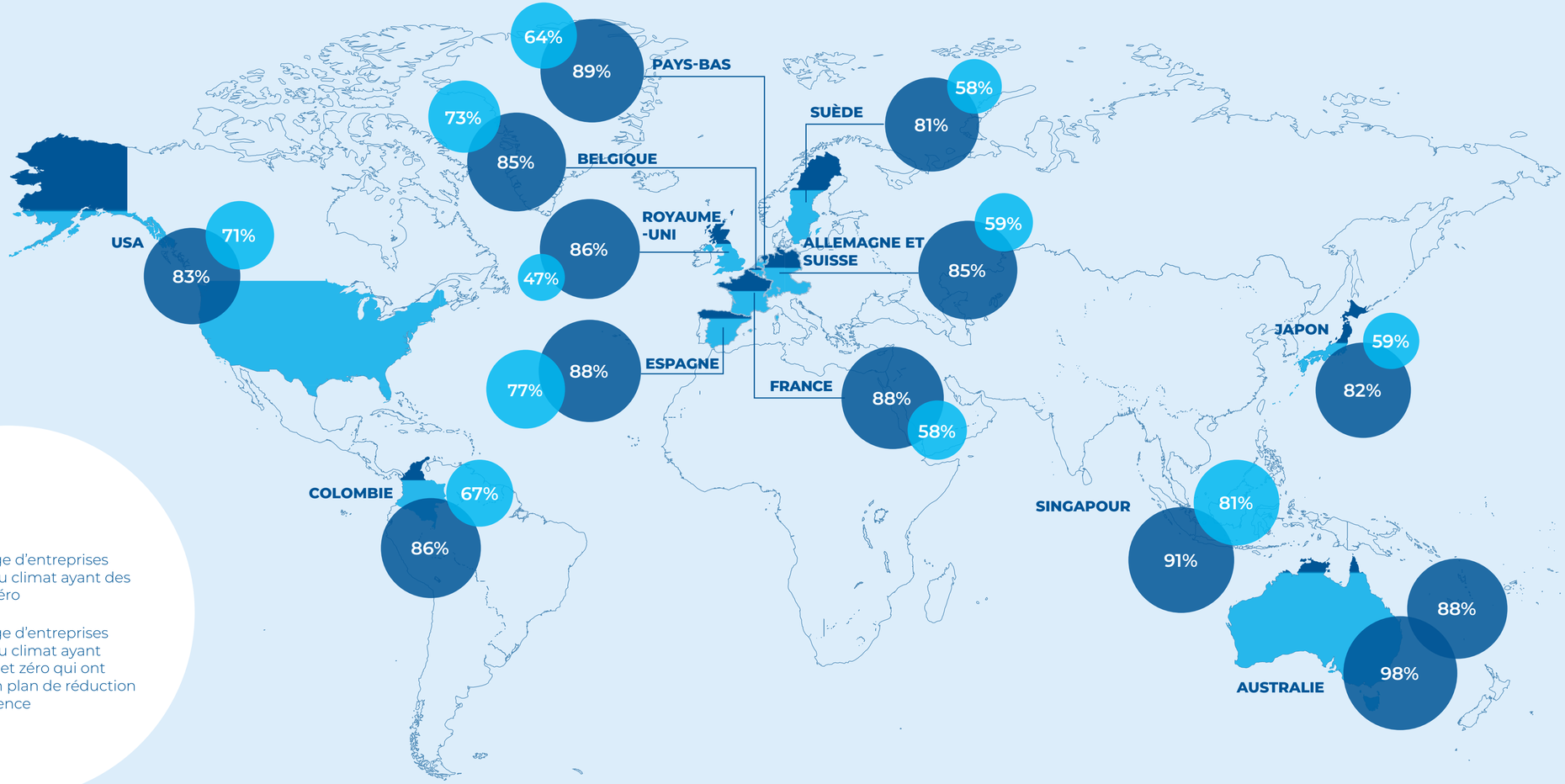
La raison d'une accélération de l'ambition de la part des plus grands émetteurs dans les pays développés pourrait être la conséquence de l'augmentation de la pression réglementaire et de la demande des consommateurs ou des actionnaires. Mais quelle qu'en soit la raison, cette tendance est une bonne nouvelle pour la planète.

Dans le même temps, même parmi ces grands émetteurs, près d'un quart ont décidé de ne pas publier leurs jalons. D'après les échanges que nos équipes peuvent avoir avec ces entreprises, celles-ci se méfient de plus en plus des critiques liées au greenwashing et craignent les litiges liés aux fausses déclarations. Cela pose un dilemme intéressant : alors que les affirmations climatiques fausses ou exagérées devraient toujours être découragées, il est problématique que les rapports sur la performance climatique soient passés sous silence et ne soient pas communiqués de manière transparente par les grands émetteurs les plus engagés. Si les dirigeants de ces entreprises rechignent à communiquer, il est peu probable que les grands pollueurs non répertoriés soient incités à s'engager en faveur du climat.

Bien que les politiques climatiques gouvernementales se situent au bas du classement parmi les moteurs de l'action climatique pour des entreprises, la réglementation a généralement tendance à particulièrement cibler les grands émetteurs, qui ont la plus grande obligation d'agir. En dehors de ces secteurs, les raisons les plus citées sont : le renforcement de la résilience des entreprises, la promotion de la marque et une démonstration de leadership, plutôt qu'une réponse aux exigences obligatoires.

Répartition des objectifs net zéro et des jalons scientifiques des pionniers du développement durable

En examinant les objectifs des entreprises les plus soucieuses du climat interrogées en 2022, les décideurs en matière de développement durable en Australie (98 %) et à Singapour (91 %) sont les plus susceptibles d'avoir mis en place des objectifs net zéro, devant le Japon (82 %) et la Suède (81 %). Les organisations basées en Suède sont également plus susceptibles de repousser la réalisation de leurs objectifs de zéro à une date cible entre 2041 et 2050.



- Le pourcentage d'entreprises sensibilisées au climat ayant des objectifs net zéro
- Le pourcentage d'entreprises sensibilisées au climat ayant des objectifs net zéro qui ont **également** un plan de réduction basé sur la science

Parmi les entreprises interrogées, quels sont les secteurs les plus avancés en matière d'objectifs net zéro ?

La plus grande proportion d'organisations ayant des objectifs net zéro provenait de es secteurs :

94% Financier

93% Informatique

92% Industrie – Ingénierie, construction et bâtiment

Ces secteurs ont été suivis de près par

88% Les biens et services environnementaux

et

85% Le transport

79% Les des services les de santé et des produits pharmaceutiques

et

75% La gestion et développement immobilier

Quels secteurs alignent leurs objectifs avec la science ?

77% de tous les dirigeants interrogés avaient une stratégie net zéro alignée sur la science

Industries ayant un objectif net zéro et un SBT*

83 % Biens et services environnementaux
80 % Secteur financier
78 % Informatique
64 % Matériaux – métaux et mines
63 % Industrie
61 % Transports
60 % Médias & télécommunications
56 % Soins de santé
56 % Services publics
52 % Biens de consommation

Le secteur immobilier (25 %) affichait les objectifs les moins alignés sur la science.

*Les pourcentages sont basés sur le nombre de répondants de leur secteur d'activité qui ont indiqué avoir à la fois une cible net zéro et un SBT. La dernière politique du SBTi n'accepte pas les engagements SBT de la plupart des entreprises du secteur pétrolier et gazier, ce qui implique que les entreprises interrogées dans le secteur pétrolier et gazier appartiennent à des catégories exclues, utilisent des SBT non validés ou peuvent ne pas être pleinement conscientes de ce que la réalisation d'un SBT implique.

Comparatif : des résultats d'enquête contrastés entre les responsables RSE d'entreprises pionnières en termes d'action climatique et la base de données de South Pole

La base de données sur les engagements climatiques des entreprises révèle que les régions comptant le plus grand nombre d'entreprises ayant des objectifs net zéro sont basées au Royaume-Uni (24 %), aux États-Unis (17 %), en Allemagne et Suisse (6 %) et en de l'Australie (~4 %). Il s'agit d'une différence marquée par rapport aux organisations interrogées dans le cadre des interviews, où les entreprises basées au Royaume-Uni figuraient parmi celles ayant le moins d'engagements net zéro, par rapport à la moyenne globale.

Il est intéressant de noter que **82 %** des répondants aux questionnaires et provenant du secteur de l'énergie et du pétrole et du gaz ont affirmé avoir des SBT pour soutenir leurs objectifs, malgré la non validation des engagements SBT de la plupart des entreprises du secteur pétrolier et gazier par le SBTi. D'après notre la base de données, seulement **6 %** des sociétés pétrolières et gazières ont en effet un engagement net zéro validé.

Budgets alloués à l'action climatique : les investissements augmentent, ainsi que leurs bénéfices à long terme

Alors que le COVID, les conflits internationaux et la récession qui s'installe pourraient menacer les efforts des entreprises en matière de climat, un nombre surprenant d'entreprises interrogées ont davantage investi cette année pour atteindre leurs objectifs net zéro. Beaucoup passent ainsi de la stratégie à la mise en œuvre. Plus de 60 % des entreprises investissent ainsi dans des compétences internes et près d'un tiers des entreprises déclarent avoir rencontré des difficultés imprévues, ce qui se reflète dans les budgets. Néanmoins, avec l'augmentation inévitable du coût de l'inaction, 2022 restera probablement l'année la moins chère pour s'engager dans la transition climatique.

Le coût de l'action climatique augmente, mais les bénéfices attendus sont d'autant plus importants.

Des recherches scientifiques récentes ont montré que les dépenses causées par le changement climatique pourraient être six fois plus élevées d'ici la fin de ce siècle que ce qui avait été estimé précédemment. Selon les mots de Paul Waidelich de l'ETH Zürich, « il est moins coûteux de réduire les émissions de gaz à effet de serre que de faire face aux impacts futurs du changement climatique». Selon la trajectoire actuelle, la hausse des températures pourrait réduire le PIB mondial de 14 % (23 trillions USD) d'ici 2050 par rapport à un monde sans changement climatique. L'exemple récent de l'ouragan Ian aux États-Unis, où la reprise devrait coûter aux assureurs près de 50 milliards USD, nous rappelle brutalement le coût de l'inaction.

Mais si le coût de développement de solutions climatiques et notamment les solutions technologiques augmente, la dépense fait souvent oublier les avantages possibles et mesurables de ces investissements. Rien qu'au Royaume-Uni, la transition pour tous les secteurs de l'économie – estimée à un coût maximum de 2 % du PIB britannique – pourrait générer un avantage net de 4 % du PIB.

Les conditions mondiales actuelles ne sont malheureusement pas propices à une action climatique agressive : les économies se remettent encore des effets du COVID, la guerre en cours en Ukraine continue d'exercer une pression sur les coûts des aliments et de l'énergie et de provoquer des perturbations continues de la chaîne d'approvisionnement, l'inflation et les récessions frappent à la porte de la plupart des pays. Dans ce contexte, on pourrait s'attendre à ce que les organisations aient du mal à valoriser les avantages à long terme concernant les investissements dans des stratégies net zéro aujourd'hui.

Alors, face à cette incertitude économique, les entreprises réduisent-elles leurs dépenses en matière d'action climatique ?

La réponse est non. Il est encourageant de constater que les investissements climatiques augmentent. 74 % des répondants ont en effet déclaré que leurs budgets avaient augmenté depuis décembre 2021, ce qui constitue une tendance claire, quelle que soit la tranche de chiffre d'affaires dans laquelle l'organisation se situe.

Sans surprise, plus la date cible pour l'atteinte d'un objectif net zéro est proche, plus l'entreprise est susceptible d'avoir augmenté son budget au cours de la dernière année. Parmi les organisations qui prévoient d'atteindre leurs objectifs d'ici 2024 ou plus tôt, 84 % ont dû augmenter leurs budgets. Cela peut s'expliquer par le fait que les cycles de mise en œuvre dans les entreprises de taille moyenne ont tendance à prendre quelques années, il est donc probable que les objectifs fixés en 2020 soient en cours de mise en place en 2022, les budgets étant alors mobilisés pour répondre aux besoins des projets en cours.

> « Les entreprises commencent-elles à considérer leurs efforts pour lutter contre la crise climatique comme un investissement dans leur résilience et leur réussite futures, plutôt que comme un simple coût ? »

Bien que cette constatation puisse indiquer qu'une ambition accrue est synonyme d'augmentation des dépenses, notre enquête suggère également que l'atteinte des objectifs climatiques est souvent non seulement plus coûteuse, mais aussi plus difficile que prévu.

Près d'un tiers (29 %) des entreprises interrogées ont déclaré qu'elles trouvaient la mise en œuvre de leur stratégie de transition plus difficile que prévu. Seulement 17 % pensaient que cette dernière était plus facile que prévu, tandis que 48 % estimaient qu'elle était tout aussi difficile qu'ils l'avaient prédit.

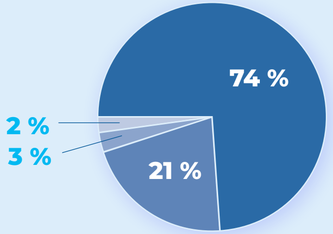
En parallèle, les entreprises qui ne semblent **pas** sur la bonne voie pour atteindre leurs objectifs ont déclaré qu'elles se préparaient à investir davantage dans la formation (66 %) ou dans le recrutement de ressources internes supplémentaires (59 %) – ce qui augmenterait probablement les budgets climatiques globaux.

Le fait que les organisations augmentent leurs budgets malgré les perspectives économiques mondiales de plus en plus sombres pourrait-il signifier que les efforts pour lutter contre la crise climatique commencent à être considérés comme un investissement dans la résilience future et la réussite des entreprises, plutôt que comme un simple coût ?

Mise en oeuvre : comment les entreprises interrogées perçoivent-elles le déploiement de leur stratégie net zéro ?

48 %	29 %	17 %	5 %
Même niveau de difficulté que prévu en janvier 2021	Plus difficile que prévu	Moins difficile que prévu	Nous n'avions pas de plan en place en janvier 2021

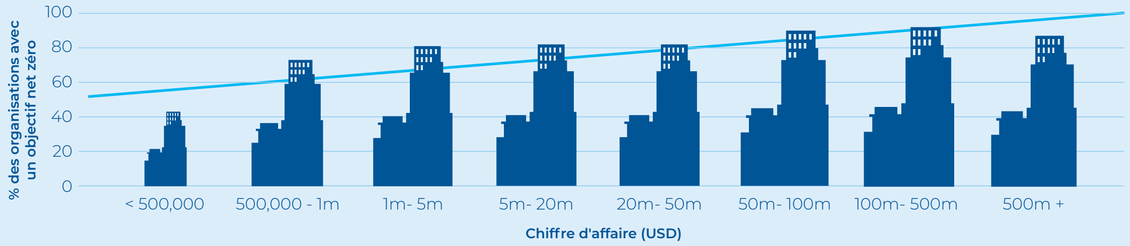
La plupart des entreprises doublent la mise



- Augmentation du budget pour atteindre les objectifs net zéro
- Budget maintenu inchangé pour atteindre les objectifs net zéro
- Aucun changement budgétaire
- Diminution du budget climatique

83 % des entreprises basées aux États-Unis ont signalé une augmentation de leurs budgets, contre **65 %** des entreprises basées en Allemagne et en Suisse

Davantage d'argent – davantage d'ambition ?



Nos recherches montrent que les objectifs net zéro semblent se multiplier de manière presque linéaire lorsque l'on examine les niveaux de revenus des entreprises interrogées. Est-ce que des revenus plus élevés sont, dans de nombreux cas, susceptibles de se traduire par une plus grande quantité de capital disponible pour poursuivre des investissements climatiques ? Dans l'ensemble, les enterprises les plus profitables semblent dépenser plus pour l'action climatique – mais la vraie question est de savoir si elles dépensent suffisamment pour atteindre leurs objectifs.

05 Moteurs de l’action climatique des entreprises : la résilience opérationnelle est une priorité pour les pionniers du secteur privé

La demande des clients continue de figurer en tête des raisons pour lesquelles les entreprises interrogées poursuivent des objectifs climatiques ambitieux, suivie de près par la possibilité de renforcer le leadership de la marque d’entreprise sur la question environnementale.

Le risque opérationnel et l’anticipation des chocs externes pèsent également lourdement sur les entreprises. Se pourrait-il que l’enjeu de résilience de la chaîne d’approvisionnement soit un facteur clé de la réussite économique post-COVID ? Ou est-ce simplement une question de perception ? Ce qui ressort clairement cette année c'est que parmi les entreprises interrogées, la pression des investisseurs n'est pas encore un levier fort.

Les nouvelles opportunités commerciales et la nécessité de renforcer la résilience de leurs activités poussent les entreprises à s’engager vers le net zéro

Les deux principaux moteurs de l’action climatique sont : la demande des clients pour des produits et services à faible émission de carbone ou zéro émission de carbone (44 %), et le leadership des entreprises en matière d’action climatique (43 %). Les deux sont clairement liés à la façon dont les entreprises interagissent avec leurs principales parties prenantes, et leurs clients, en construisant une marque forte et une gamme de produits attrayante.

Nous constatons également que le risque opérationnel occupe une place de plus en plus importante dans le plan des entreprises : une surveillance et la recherche de données plus précises et de meilleure qualité sur les risques menaçant la chaîne d’approvisionnement (37 %) et la nécessité de renforcer la résilience face aux chocs externes (34 %) sont deux autres principaux moteurs. Cela mérite d’être souligné, car la recherche des vulnérabilités de la chaîne d’approvisionnement apparaissait comme le facteur le moins important en 2020 et 2021.

La redéfinition des priorités des dirigeants semble s’aligner sur la transformation des chaînes d’approvisionnement mondiales à la suite de la pandémie de COVID et de la guerre en Ukraine. Les décideurs tiennent à s’assurer que leurs chaînes d’approvisionnement sont robustes et fiables, et plus seulement efficaces, tout en réduisant leur dépendance à l’égard des juridictions où elles sont le plus exposées au risque. Une production bloquée en raison de matières premières ou de pièces manquantes affecte immédiatement le résultat net et peut avoir un impact dramatique pour une entreprise. On peut prendre comme exemple la société américaine Intel, le plus grand fabricant mondial de puces à semi-conducteurs, qui a annoncé plus tôt cette année un investissement de 20 milliards de dollars pour construire de nouvelles usines de puces à Phoenix, aux États-Unis, plutôt qu’en Chine ou à Taïwan.

Selon le PDG Pat Gelsinger, « nous avons besoin de plus de résilience dans notre chaîne d'approvisionnement ».

Bien que la rupture d'approvisionnement ne soit pas un risque complètement nouveau, la multiplication des phénomènes météorologiques extrêmes – des rivières asséchées augmentant le coût du transport maritime aux cultures inondées par les intempéries – ont révélé le lien incontestable existant entre la sécurité de l'approvisionnement et la continuité des activités. Une meilleure compréhension des chaînes d'approvisionnement facilitera l'achat de produits et de matériaux plus durables et favorisera une meilleure gestion des risques. En collectant des données sur le changement climatique auprès des fournisseurs, par exemple, les entreprises peuvent utiliser ces informations pour améliorer leurs processus d'approvisionnement et identifier les risques plus rapidement.

Se pourrait-il que ce nouveau modèle soit davantage axé sur la résilience de la chaîne d'approvisionnement que sur les gains financiers immédiats ? Cette tendance pourrait-elle servir d'indicateur de la façon dont les efforts d'adaptation au climat seront de plus en plus prioritaires ?
Il est clair en tous cas que dès aujourd'hui, les entreprises doivent faire preuve d'une plus grande prudence lors de la sélection de leurs fournisseurs, en particulier dans les pays en développement, et s'assurer qu'ils peuvent résister aux catastrophes climatiques.

Un autre changement marqué dans les moteurs de l'action climatique des entreprises est la "chute de la pression des investisseurs dans le classement (17 %)" qui, pour la première fois en trois ans, est tombé à un niveau historiquement bas parmi les répondants à l'enquête.

On peut se demander si les investisseurs sont en pause, travaillant encore sur leurs propres objectifs, avant de s'engager avec les sociétés de portefeuille – le calme avant la tempête, pour ainsi dire ? L'année à venir pourrait-elle voir l'explosion des demandes de grands investisseurs sur des stratégies de réduction net zéro et alignées sur la science du climat ?

On peut également se demander si les politiques climatiques actuelles (moteur pour 31 % des répondants) sont assez ambitieuses et envoient donc les bons signaux au marché – des signaux qui pousseraient les entreprises et les investisseurs à être plus ambitieux. Les politiques en constante évolution sont-elles trop difficiles à décrypter ?

Considérés ensemble, ces résultats semblent indiquer que les organisations les plus soucieuses du développement durable réagissent à des facteurs plus diversifiés et réfléchissent de manière plus holistique aux risques de ne pas s'engager dans une transition environnementale ambitieuse.

> « Bien que la rupture d'approvisionnement ne soit pas un risque nouveau, la multiplication des phénomènes météorologiques extrêmes ont révélé le lien incontestable existant entre la sécurité de l'approvisionnement et la continuité des activités. »

Les dirigeants d'entreprise sont toujours très motivés par leurs risques liés à la marque et à la réputation, mais aussi, de plus en plus, par les risques menaçant leurs opérations et leur responsabilité.

La réglementation gouvernementale est un levier plus important pour les grands émetteurs

Notre enquête a également révélé des tendances sectorielles intéressantes. Le secteur de l'informatique, des logiciels et du matériel semble ainsi très soucieux de protéger leur marque et leurs opérations, et en particulier leurs chaînes d'approvisionnement.

Les secteurs des matériaux/métaux et des mines et de l'énergie/pétrole et gaz arrivent en deuxième et troisième place des secteurs les plus susceptibles de fixer des objectifs net zéro ambitieux. Cette tendance est probablement alimentée par la nécessité de se rapprocher des engagements climatiques des concurrents et d'anticiper les évolutions réglementaires. Ces entreprises sont également parmi les plus surveillées par les médias, les ONG et le grand public, et tenues responsables de leurs objectifs et de leurs revendications.

Les secteurs les plus enclins à citer la réglementation comme un levier d'action important sont l'énergie – pétrole et gaz, les transports – routier, ferroviaire, maritime, les compagnies aériennes, et les biens de consommation. Tous ces secteurs ont classé la politique climatique au-dessus de la moyenne de 31 %. Cela peut impliquer que dans les secteurs où il existe déjà des signaux politiques forts, tels que les mandats de véhicules à zéro émission (ZEV) en Europe ou les abandons progressifs du charbon, la réglementation peut avoir un effet rapide et important.

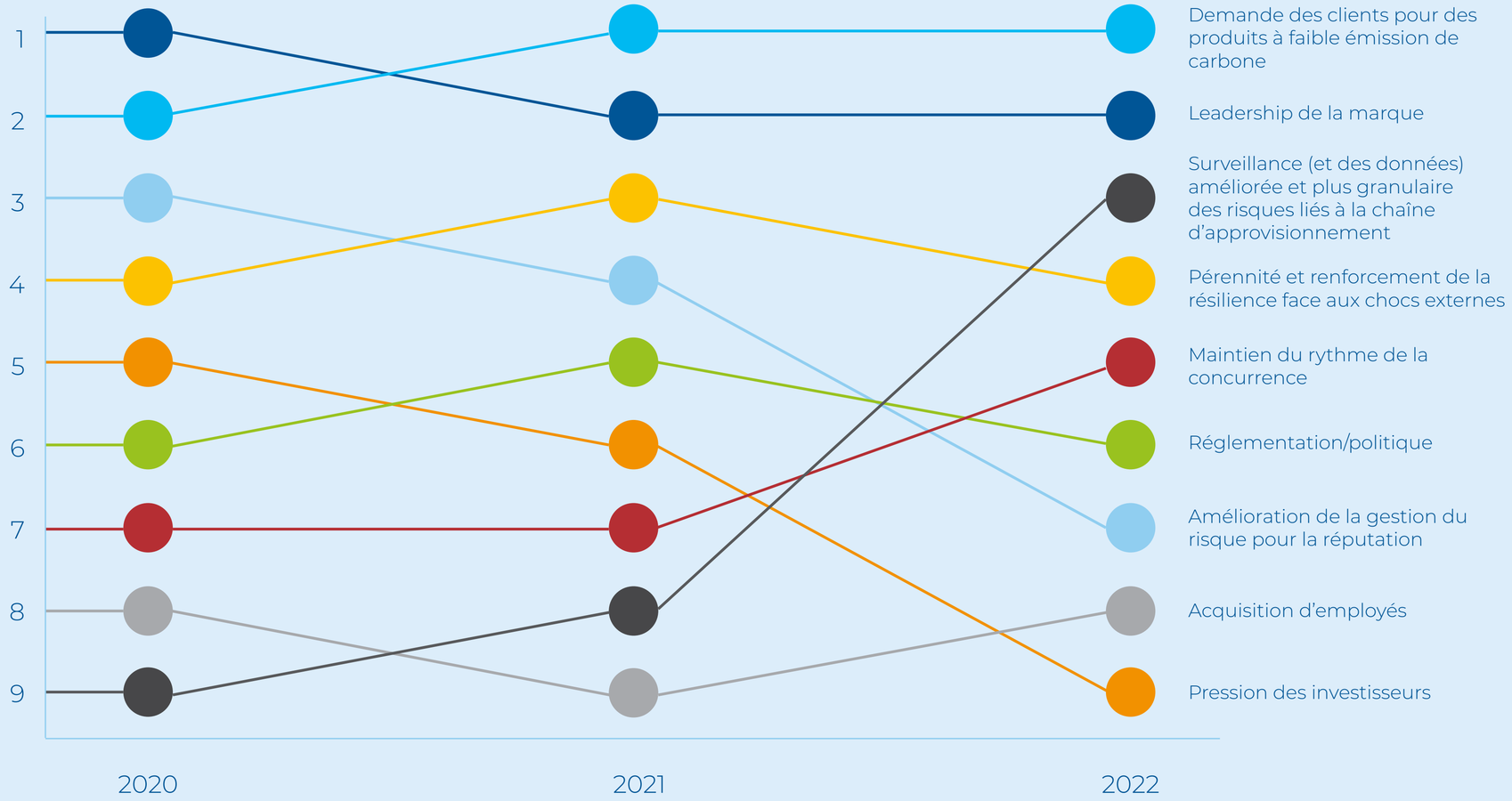
Le secteur de l'énergie, du pétrole et du gaz était également l'un des secteurs les moins susceptibles de considérer la pérennité et le renforcement de la résilience aux chocs externes comme un levier d'action (16% seulement). Cela peut indiquer que l'industrie pétrolière et gazière ne voit pas de place à long terme pour ses activités ou qu'elle ne croit pas à la transition. L'industrie s'attend-elle à ce que la dépendance à l'égard du pétrole et du gaz continue de dominer, sans générer de fortes menaces pour le secteur industriel ? C'est difficile à dire, et le secteur n'est pas connu pour être très transparent sur ses stratégies commerciales et sa vision sur le changement climatique.

> « L'accélération des ambitions climatiques est une bonne chose, à condition de pouvoir mesurer les progrès. »

Quels facteurs poussent les entreprises à atteindre un objectif net zéro ?

Motivation	Classé au premier rang par les entreprises basées dans ces pays
44% Demande des clients pour des produits et services à faible émission de carbone	
43% Leadership de marque et positionnement sur l'action climatique	
37% Surveillance et données de meilleure qualité et plus granulaires sur les risques et les vulnérabilités de la chaîne d'approvisionnement	
34% Assurer la pérennité et renforcer la résilience face aux chocs externes	
32% S'aligner avec les objectifs climatiques des concurrents	
31% Réglementation/politique climatique	
23% Amélioration de la gestion du risque de réputation	
22% Acquisition et rétention d'employés	
17% Pression des investisseurs	

Les moteurs de l'action climatique *



*Basé sur les enquêtes net zéro 2020, 2021 et 2022 de South Pole

Leadership climatique : le pilotage de la transition climatique est un sujet exécutif, mais les initiatives visant à développer les compétences des équipes opérationnelles se multiplient

La majorité des dirigeants interrogés prévoient de faire monter en compétence leurs équipes de développement durable internes, ou d'investir dans des ressources supplémentaires pour mettre en œuvre leur stratégie net zéro. La direction reste en majorité à la tête de la transition climatique, mais la sensibilisation et l'engagement plus large des équipes pour atteindre les grands objectifs climatiques semblent se développer.

On s'attend toujours à ce que la direction des entreprises gère la transition climatique – mais la responsabilité de la réalisation des objectifs se diffuse lentement vers tous les départements

Plus de 9 organisations sur 10 interrogées dans le cadre de notre enquête comptent parmi leurs effectifs une ou un responsable du développement durable, personnellement responsable de la mise en œuvre de la stratégie et des efforts de durabilité au sein de leur organisation. Les employés les plus susceptibles d'être à la tête de la mise en œuvre quotidienne des stratégies à consommation énergétique net zéro sont les cadres supérieurs (31 %), la ou le responsable du développement durable (26 %) et les PDG (21 %), ce qui n'a pas beaucoup changé par rapport à nos précédents rapports.

L'atteinte d'un objectif net zéro dépend de la capacité des cadres supérieurs à planifier la transition. Alors dans quelle mesure sont-ils engagés et préparés ? Ce que nous savons aujourd'hui, c'est que le succès d'une transition exige à la fois une vision à long terme et la mise en place de mesures et de jalons crédibles à court terme. Les plus cyniques pourraient souligner que la durée d'exercice moyenne d'un PDG n'est que de cinq ans, et que beaucoup ne seront pas tenus responsables de ce qui se passe – ou ne se passe pas – après leur départ. Aujourd'hui, l'âge moyen des PDG du S&P 500 est de près de 60 ans, ce qui signifie que la plupart des dirigeants actuels des plus grandes entreprises américaines auront démissionné d'ici l'arrivée des échéances climatiques de 2030, 2040 et 2050. Comment allons-nous tenir les équipes de direction responsables dans 30 ans des engagements qu'elles prennent ou ne prennent pas aujourd'hui ?

Une façon de garantir une prise de responsabilité à long terme est de s'assurer que les engagements net zéro sont pris « à l'échelle de l'organisation » - toutes les équipes, toutes les fonctions doivent être responsables de la mise en œuvre de la stratégie.

Alors que les organisations ont tendance à s'appuyer sur un rôle ou une personne spécifique qui dirige leurs efforts quotidiens vers le net zéro, près de la moitié des entreprises interrogées (46 %) ont également indiqué que plusieurs départements sont impliqués dans ce changement. Un quart des répondants (26 %) indiquent que chaque département de leur organisation est impliqué dans la transition vers la neutralité carbone. Cela signifie que **indépendamment de la personne qui dirige les efforts, les entreprises commencent à adopter une approche pan-organisationnelle qui englobe plusieurs départements dans l'atteinte de leurs objectifs.**

C'est un signe positif, car les efforts de durabilité qui sont vraiment intégrés dans une organisation devraient impliquer tous les départements. Ils ont alors plus de chances de réussir d'un point de vue opérationnel.

La sensibilisation des employés aux stratégies climatiques est élevée dans la plupart des entreprises ayant un objectif ambitieux

Si un objectif net zéro est fixé mais que personne n'en est informé ou ne l'intègre dans son plan opérationnel, a t'il seulement une chance d'être atteint ?

La vérité est qu'une fois qu'un objectif a été établi, le travail d'adoption ne fait que commencer. Les dirigeants doivent faire un effort concerté pour déployer la nouvelle vision en interne – non seulement en communiquant clairement les objectifs et la stratégie aux employés, mais également en les contextualisant efficacement et en expliquant ce qu'elles signifient pour l'entreprise.

Il est prometteur de constater que près des deux tiers (62 %) des dirigeants interrogés ayant des objectifs de zéro émission nette estiment que ***tous les employés*** sont conscients de leur stratégie climatique et de la manière dont l'organisation la met en œuvre. Environ un tiers (32 %) des organisations engagées pour la neutralité carbone ont déclaré que ***seuls les employés, principalement des cadres supérieurs*** sont au courant.

Alors que l'acquisition et la rétention des employés apparaissent en bas de la liste des moteurs de l'action climatique des entreprises, il s'avère que de plus en plus d'organisations font des efforts pour informer correctement leurs équipes de leurs objectifs et progrès vers le net zéro. C'est encourageant, car l'engagement et la sensibilisation des employés sont indispensables pour permettre à une entreprise d' atteindre des objectifs ambitieux.

Plus important encore, en intégrant les employés dans la réflexion et la formulation des objectifs, une entreprise a plus de chances de créer des messages qui résonnent auprès du personnel et du grand public.

> « Les dirigeants doivent engager leurs équipes dans la transition – non seulement en communiquant clairement les objectifs, mais également en les contextualisant efficacement au regard des activités de l'entreprise et des collaborateurs. »

Ceux qui ne sont pas encore sur la bonne voie pour atteindre leurs objectifs climatique privilégient la montée en compétence de leurs équipes, plutôt que l'appel à des prestataires externes

Dans les sections précédentes, nous avons souligné que près d'un quart des organisations interrogées cette année avaient augmenté l'enveloppe budgétaire allouée à la transition climatique. Comment est réparti ce budget ?

Parmi les organisations qui ne sont **pas encore** bien positionnées pour atteindre leurs objectifs (33 %), la majorité (66 %) prévoient de faire monter en compétence leurs équipes de développement durable, tandis que près des deux tiers (59 %) investissent davantage de ressources internes afin de respecter leurs engagements.

Alors que l'investissement dans les ressources internes est préféré à l'externalisation du travail, le soutien de prestataires spécialisés est toujours une solution plébiscitée, de nombreuses organisations étant disposées à embaucher des experts pour une stratégie et des conseils de haut niveau (45 %) ou des ressources tierces pour la mise en œuvre directe de leur plan d'action (41 %).

Dans l'ensemble, les entreprises se rendent compte de l'importance d'avoir des ressources dédiées pour respecter leurs engagements et ont commencé à considérer la problématique carbone comme un investissement à long terme, en renforçant leurs propres capacités pour pérenniser leurs efforts.

Qui dirige la mise en œuvre de la stratégie de durabilité au sein des entreprises ?

Le comité exécutif
31 %

La direction du développement durable
26 %

Le PDG
21 %

Le conseil d'administration
13 %

L'ensemble des équipes
6 %

Les investisseurs
3 %

Quelles actions les entreprises mettent-elles en place pour atteindre leurs objectifs de durabilité* ?

66 % Améliorer les compétences de leur équipe actuelle en matière de développement durable

59 % Investir dans davantage de ressources internes

45 % Embauche d'experts tiers

41 % Embauche de ressources tierces

*Cet échantillon ne comprend que les organisations qui ne sont actuellement **pas** en voie d'atteindre leur objectif de zéro émission nette

Des équipes renforcées = une plus grande sensibilisation à la question climatique ?

75 %

des organisations ayant le plus grand nombre d'employés (>5 000 employés) déclarent que l'ensemble de leurs collaborateurs sont informés de leur stratégie et de leurs progrès en matière de climat. Cela pourrait-il être la conséquence d'une meilleure organisation de la communication interne ?

La sensibilisation interne aux objectifs de neutralité carbone a-t-elle dépassé le périmètre des cadres supérieurs ?**

L'ensemble des équipes est informée
62 %

La plupart des cadres sont informés
32 %

Les cadres et le conseil d'administration sont informés
5 %

Peu ou aucun employé ne sont informé(s)
1 %

**Cet échantillon ne comprend que les entreprises ayant un objectif net zéro (1 059)

07 Solutions et innovations : les entreprises s'intéressent de plus en plus aux nouvelles technologies climatiques, en parallèle de leurs efforts de décarbonation

La décarbonation est une priorité absolue parmi les entreprises interrogées, mais un nombre croissant d'entre-elles parient sur de futures innovations technologiques pour les aider à atteindre leur objectif net zéro. Bien que 67 % des organisations affirment être sur la bonne voie pour atteindre leurs objectifs, pour beaucoup, le développement d'opérations décarbonées pourrait encore prendre des années, voire des décennies. En outre, la plupart des entreprises n'ont toujours pas de stratégie claire pour gérer les risques matériels que la perte de biodiversité pose à leur entreprise, maintenant et pour le futur.

> « Les efforts climatiques doivent permettre de réduire les émissions dans les opérations directes et indirectes, soutenir la résilience collective et canaliser le financement vers les innovations climatiques. »

Les entreprises explorent de multiples options pour atteindre leurs objectifs climatiques

Plus des deux tiers des organisations (67 %) ayant un objectif net zéro ou prévoyant d'en fixer un sont sur la bonne voie pour atteindre leurs objectifs. 29 % ne sont pas sur la bonne voie, mais prévoient d'intensifier leurs efforts de manière significative cette année.

Pour atteindre leurs objectifs, les entreprises explorent tous les outils disponibles avec une nette préférence pour les solutions d'action directe. Aujourd'hui, l'optimisation de l'efficience des opérations tout au long des chaînes d'approvisionnement des entreprises est considérée comme une étape incontournable dans la transition climatique des entreprises – comme le préconisent le CDP et le SBTi : le passage aux énergies renouvelables (39 %) a été identifié comme la solution privilégiée suivies de l'efficacité énergétique et de l'efficacité des ressources (32 %) devant la réduction des émissions de scope 3 (27 %).

De nombreuses entreprises n'atteindront pas leurs objectifs sans le développement de solutions technologiques innovantes. Beaucoup d'organisations se tournent déjà vers les technologies climatiques et les carburants du futur dans leur stratégie de réduction des émissions. L'hydrogène vert ou à faible teneur en carbone (26 %) a été classé comme la quatrième solution la plus plébiscitée.

Les solutions basées sur la nature (24 %) et technologiques (23 %) – sont également citées. Avec de nouvelles méthodologies de développement de projets et des initiatives de capture technologique du carbone, 2023 pourrait-elle être une année décisive pour l'émergence des solutions technologiques de suppression du carbone ?

En matière de réduction des émissions, 19 % de tous les répondants estiment que le captage et l'utilisation du carbone (CCU) auraient le plus grand impact, et 17 % considèrent le captage et le stockage technologique du carbone (CSC) comme une solution de choix pour atteindre leur objectif net zéro.

Étant donné que le CSC capte les émissions provenant des combustibles fossiles plutôt que directement de l'atmosphère, il est généralement considéré comme une solution technologique de ***réduction*** des émissions de carbone. De même, comme le CCU se concentre sur les utilisations du dioxyde de carbone capturé – ce qui signifie que le dioxyde de carbone n'est pas stocké de manière permanente – le CCU n'est pas non plus considéré comme une technologie d'élimination pure du carbone, mais plutôt comme un moyen de réduire et éviter les émissions. Le CCU joue déjà un rôle clé dans l'économie circulaire en permettant aux entreprises de travailler avec des matières premières dont elles disposent déjà, plutôt que d'en extraire davantage.

> « La science indique que les entreprises doivent également investir dans des activités de décarbonation au-delà de leurs chaînes de valeur directes. »

Il convient de noter que les répondants qui estiment qu'atteindre leur objectif net zéro est «aussi difficile que prévu» (48 %) sont les plus susceptibles de se tourner vers les futurs carburants verts (54 %) et les solutions CCU (55 %), plutôt que vers les énergies renouvelables (48 %). Cela est probablement dû au fait que des entreprises les plus avancées ont déjà mis en oeuvre l'utilisation des énergies renouvelables dans leurs opérations directes – et peut-être même pour certaines de leurs opérations indirectes.

Fait intéressant, alors que la demande des clients pour des produits et services à faibles émissions de carbone est le principal moteur pour les entreprises à poursuivre des objectifs de zéro émission nette, la réorganisation des modèles de service ou de livraison de produits (21 %), l'investissement dans l'innovation des matériaux (17 %) et l'utilisation de logiciels pour faciliter l'action climatique (16 %) ont été classés parmi les solutions les moins plébiscitées par les entreprises. Dans le monde actuel de pénurie de matériaux et de frontières planétaires étendues, combien de temps pouvons-nous nous permettre d'attendre pour innover dans la façon dont nous utilisons les matériaux bruts et recyclés et fournissons des services ? La transition vers une économie circulaire décarbonée exigera des entreprises qu'elles réduisent leur dépendance – et, par extension, celle de leurs clients – à l'égard des matières premières.

L'attrait des entreprises pour la compensation carbone volontaire dans le cadre de leur stratégie net zéro est faible, avec seulement 18 % des répondants choisissant cette option. Bien que la compensation carbone ne compte pas pour l'objectif net zéro d'une organisation, les entreprises devraient aller plus loin et investir dans la réduction des émissions en dehors de leurs chaînes de valeur aujourd'hui afin de contribuer à atteindre la neutralité carbone globale

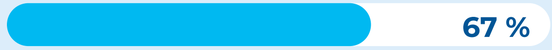
Pour paraphraser le SBTi, le principal cadre mondial pour la définition d'objectifs net zéro : les réductions absolues des émissions, par exemple en modifiant les opérations et les chaînes d'approvisionnement, doivent être priorisées – mais les entreprises doivent également investir dans des activités d'atténuation *aujourd'hui* au-delà de leurs chaînes de valeur pour endre vers la neutralité carbone globale et freiner le changement climatique. Le temps ne joue pas en notre faveur et les opérations sans émissions sont une perspective lointaine. En négligeant la compensation carbone, les entreprises pourraient-elles manquer un moyen décisif et rapide d'obtenir un véritable impact climatique ?

Dans l'ensemble, le fait qu'aucune solution n'ait été largement préférée peut indiquer qu'il existe une compréhension croissante de

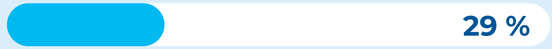
Est-il trop difficile d'agir sur le changement climatique ?

La plupart des entreprises interrogées sont sur la bonne voie pour atteindre leurs objectifs, mais un tiers ont pris du retard par rapport à leurs plans.

Notre organisation est en bonne voie d'atteindre son objectif net zéro



L'atteinte des objectifs climatiques est conditionnée à un surcroît d'investissements et d'efforts



Notre organisation n'est pas en bonne voie pour atteindre ses objectifs, et n'a pas prévu d'intensifier les efforts en matière de climat

la complexité du sujet climatique. Les organisations ont de multiples leviers et solutions à mettre en oeuvre pour atteindre leurs objectifs climatiques.

Les solutions de capture technologique du carbone sont prometteuses, mais elles ne constituent pas le seul levier d'action pour les entreprises

Il est clair que nous avons besoin d'une gamme de solutions pour faire face à la crise climatique. Bien que les réductions d'émissions et les suppressions naturelles doivent encore être développées, nous ne parviendrons pas à atteindre les objectifs de l'Accord de Paris sans développer des solutions et des méthodologies évolutives pour éliminer et stocker le carbone à un rythme et à une échelle jamais vus auparavant.

Les solutions d'élimination basées sur la nature reposent sur des éléments tels que les arbres, les zones humides ou les plantes aquatiques pour éliminer le carbone de l'atmosphère et le stocker. Cependant, les solutions fondées sur la nature ne pourront nous permettre à elles seules d'atteindre l'objectif net zéro à l'échelle mondiale d'ici 2050[6], c'est pourquoi les éliminations technologiques du carbone sont un enjeu important de la décarbonation de notre planète. Les éliminations technologiques du carbone comprennent une variété de solutions innovantes qui utilisent une technologie de pointe pour éliminer le carbone de l'atmosphère et le stocker de manière durable – telles que le captage et le stockage directs dans l'air (DACS), l'élimination et le stockage du carbone de la biomasse (BiCRS) et l'amélioration des intempéries.

Le soutien des entreprises pour ces types de solutions de suppression technologiques a évolué : elles sont passées de l'une des solutions les moins plébiscitées en 2020 et 2021 à la sixième solution préférée (sur 13) dans l'enquête de cette année. Bien que bon nombre de ces solutions soient encore beaucoup plus coûteuses que les solutions fondées sur la nature, de nouveaux véhicules d'achat qui agrègent la demande – par exemple le NextGen CDR Facility (poussé par South Pole) et le Frontier Fund – peuvent aider à accélérer l'intérêt pour le soutien de ces technologies en tant que solutions climatiques supplémentaires.

Les suppressions technologiques du carbone sont liées à des processus nécessitant une intervention technologique via le captage et le stockage du carbone (CSC) pour ***éliminer*** le carbone des sources atmosphériques ou biogéniques ou assurer le stockage à long terme du CO_2, y compris certains cas de captage et d'utilisation du carbone (CCU) où le carbone peut être stocké durablement (c'est-à-dire la minéralisation dans le ciment). Toutes les éliminations technologiques du carbone peuvent essentiellement être décrites comme du CSC, par opposition à la plupart des solutions CCU qui ne ***réduisent*** que le carbone provenant de sources émettrices, comme les gaz de combustion d'une cimenterie ou du recyclage du gaz dans une application moins permanente, comme le carburant d'aviation synthétique ou les plastiques, qui peuvent ensuite être brûlés et le CO_2 réémis.

CCS et CCU se classent relativement bas (12ème et 9ème sur 13 solutions spécifiques) dans la liste des solutions plébiscitées pour contribuer aux objectifs net zéro des organisations.

Des obstacles persistent dans le développement et la demande de solutions d'élimination technologique du carbone

Selon le GIEC, le processus d'élimination du carbone consiste à éliminer le dioxyde de carbone (CO_2) de l'atmosphère et à le stocker durablement dans des réservoirs géologiques, terrestres ou océaniques, ou dans certains produits. Cependant, pour pouvoir parler de « suppressions nettes de carbone », l'élimination physique du CO_2 de l'atmosphère doit avoir lieu – par opposition au carbone capturé à partir des processus industriels – et ce carbone éliminé doit être stocké durablement.

Les principaux obstacles pour les organisations utilisant ou prévoyant d'utiliser des suppressions technologiques de carbone sont aujourd'hui le manque de maturité technologique des solutions (47 %), suivie par le manque

[6] Selon le rapport spécial du GIEC « Global Warming of 1.5 °C » (SR15), il est urgent d'intensifier les efforts pour éliminer le CO_2 de l'atmosphère afin d'atteindre les 100-1 000 Gt de suppressions de CO_2 d'ici 2050 nécessaires pour maintenir le réchauffement climatique à moins de 1,5°C. Si nous voulons atteindre zéro émission nette de GES d'ici 2050, nous aurons besoin de solutions technologiques fondées sur la nature et de décarbonation abrupte et d'efforts d'évitement des émissions (comme la conservation des forêts par exemple).

> Le besoin de solutions technologiques rentables d'élimination du carbone n'a jamais été aussi crucial, et ces solutions devraient faire partie de tout plan d'action climatique crédible.

d'assurance qualité pour assurer **des suppressions de carbone vérifiées** (44 %) – en d'autres termes, un manque de méthodologies et de normes pour garantir qu'une tonne de carbone éliminée grâce à des solutions technologiques peut être comptabilisée et vérifiée de manière crédible, et qu'il s'agit d'un retrait supplémentaire et permanent. Ces méthodologies seront essentielles pour créer la confiance dans le marché et générer une demande accrue parmi les acheteurs, ce qui permettra aux entreprises respectueuses du climat de générer les revenus dont elles ont besoin pour financer davantage de projets et bénéficier aux communautés du monde entier.

Avec un examen de plus en plus minutieux des stratégies de développement durable des entreprises, les organisations ont raison d'exiger des garanties de qualité solides afin que leurs investissements dans les réductions ou les suppressions technologiques des émissions proviennent effectivement d'activités qui ont un impact climatique mesurable et vérifiable. Des travaux sont en cours, menés par des organisations telles que l'initiative CCS+, pour développer les méthodologies nécessaires afin d assurer l'intégrité environnementale des réductions et des suppressions technologiques.

Il est également important de noter que, dans ce nouveau marché des suppressions techniques, ce qui peut également freiner certaines entreprises est la ***perception*** de la maturité technologique des technologies, qui peut ne pas correspondre à la maturité technologique réelle des solutions de suppression. Le fait qu'il existe peu de politiques ou de règlements qui reconnaissent la maturité des différents types de solutions d'élimination technologique peut exacerber cette perception. Cependant, avec les récents développements aux États-Unis, tels que la loi sur la réduction de l'inflation de 2022 qui favorise le CSC, ce point de vue pourrait commencer à évoluer. De même, le coût des suppressions généré par ces solutions reste nettement plus élevé que les prix des RVE, ce qui révèle dans une certaine mesure les problèmes liés à la mise à l'échelle des technologies existantes pour ramener les coûts à des niveaux comparables.

L'absence de directives claires sur la façon d'utiliser les solutions technologiques d'élimination du carbone dans le cadre d'une trajectoire d'entreprise net zéro (42 %) a également été classée comme un facteur dissuasif majeur par les entreprises interrogées. Ce défi n'est pas surprenant, étant donné qu'il n'existe pas de définitions concluantes des suppressions technologiques de carbone (par rapport aux réductions, par exemple) et que les orientations sur la façon d'intégrer les suppressions de carbone dans la planification à long terme de l'action climatique des entreprises continuent d'évoluer.

En fin de compte, l'utilisation crédible des suppressions de carbone dans le cadre de la stratégie net zéro d'une entreprise doit s'appuyer sur la science. Le GIEC a identifié trois règles pour l'utilisation des suppressions de carbone : elles devraient être appliquées à court terme pour accélérer l'atténuation du changement climatique, à moyen terme pour atteindre des émissions nettes nulles, et à long terme pour atteindre des émissions nettes négatives.

La nature est source de solutions pour faciliter la résilience de la chaîne d'approvisionnement, mais nous devons l'y aider

La dynamique visant à combiner les efforts en matière de carbone et de biodiversité est croissante. Le changement climatique continue de prendre de l'importance en tant que principale menace pour le bien-être de l'humanité, et son effet d'entraînement négatif sur les résultats des entreprises est fermement établi. Les tendances environnementales et leurs conséquences commerciales suggèrent toutefois que la biodiversité deviendra très bientôt d'une importance égale – sinon supérieure.

Aujourd'hui, plus de la moitié du PIB mondial dépend de la nature.

Si celle-ci est perturbée par le feu, l'agriculture ou le développement commercial, nous risquons de libérer plus de 300 gigatonnes de « carbone irrécupérable » enfermées dans les tourbières, les zones humides, les sols et l'océan.

Malgré cela, de nombreuses entreprises n'ont toujours pas pris conscience des autres risques matériels que la perte de biodiversité fait peser sur leurs activités, aujourd'hui et à l'avenir, avec un

Solutions les plus populaires parmi les entreprises les plus avancées en matière d'action climatique

Utilisation des énergies renouvelables	**39%**
Efficacité énergétique et utilisation efficace des ressources	**32%**
Décarbonation des chaînes d'approvisionnement en s'attaquant aux émissions de portée 3	**27%**
Carburants verts, tels que l'hydrogène vert	**26%**
Solutions d'élimination du carbone basées sur la nature (par exemple, plantation ou reboisement d'arbres, séquestration des sols)	**24%**
Solutions technologiques d'élimination du carbone (ex. captage et stockage directs de l'air)	**23%**
Nouveaux modèles de prestation de produits ou de services	**21%**
Solutions fondées sur la nature (ex. protection des forêts ou des écosystèmes)	**21%**
Capture et utilisation du carbone (CCU)	**19%**
Compensation carbone volontaire	**18%**
Innovation des matériaux	**17%**
Captage et stockage du carbone (CSC)	**17%**
Logiciel pour l'action climatique	**16%**

Quels éléments freinent la demande de solutions de capture technologique du carbone ?

peu plus d'un tiers des organisations interrogées (36 %) déclarant avoir fixé des objectifs clairs en matière de biodiversité.

Un cinquième des entreprises n'ont aucun plan ou ont déclaré qu'elles ne donnaient pas la priorité aux moyens de lutter contre la perte de biodiversité dans leur chaîne de valeur. C'est une source de préoccupation : en fin de compte, la résilience future de la chaîne d'approvisionnement sera essentiellement axée sur l'adaptation aux chocs externes – et les plus critiques à prendre en compte sont la résilience de l'eau et la protection de la biodiversité. Des industries telles que l'agriculture, la mode, l'alimentation et les boissons pourraient être considérablement perturbées à mesure que les services écosystémiques dont elles dépendent – sols sains, eau propre, pollinisateurs et régulation du climat – deviennent moins disponibles et moins fiables. De nombreuses entreprises ressentent déjà les impacts financiers des risques liés à l'eau, et l'inaction en matière de la gestion de l'eau par les entreprises s'avère être des milliards de dollars plus coûteuse que l'action. Avec un déficit mondial d'eau prévu de 40 % d'ici 2030, la sécurité de l'approvisionnement en eau est une autre question critique sur laquelle les entreprises ne peuvent tout simplement pas se permettre de faire l'impasse.

Néanmoins, il est rassurant de constater que 44 % des dirigeants explorent une stratégie d'entreprise pour lutter contre la perte de biodiversité. Les organisations colombiennes sont en tête du peloton, avec 52 % des répondants ayant mis en place une stratégie claire en matière de biodiversité, suivies des entreprises basées aux États-Unis (50 %). En Colombie, ce résultat pourrait être directement lié au lancement récent de la « feuille de route pour la croissance verte à l'horizon 2030 », qui vise à promouvoir un nouveau modèle de croissance économique fondé sur l'utilisation efficace et la protection du capital naturel unique dans ce pays, et comprend des jalons clés tels que l'augmentation du nombre de startups bioéconomiques. Le secteur privé colombien peut également avoir été poussé à agir par les directives obligatoires du gouvernement qui exigent des projets de développement planifiés – tels que des infrastructures minières et des projets ferroviaires, maritimes, portuaires ou aéroportuaires – pour compenser les impacts résiduels sur la biodiversité. Les entreprises peuvent choisir entre la conservation ou la restauration d'un écosystème « équivalent » à celui que leurs activités ont affecté. Bien que les lignes directrices soient encore en cours d'amélioration, la Colombie est le premier pays d'Amérique Latine à mettre en œuvre des règles et des règlements spécifiquement conçus pour soutenir la biodiversité.

Le pic d'action des entreprises sur la biodiversité aux États-Unis pourrait être attribué au nouveau décret annoncé par le président Biden – l'« engagement 30x30 » – qui s'engage à protéger 30 % des terres américaines et 30 % des océans américains d'ici 2030. Il est également probable qu'il ait été encouragé par le développement de nouvelles informations financières liées à la nature, impulsé par la Task Force on Nature-related Financial Disclosures (TNFD), qui vise à encourager les investisseurs à quantifier et à communiquer la relation entre les sociétés détenues et la nature. Enfin et surtout, aujourd'hui, l'opinion

> « Parallèlement à l'action climatique, les entreprises doivent investir dans le maintien des écosystèmes intacts afin de pérenniser leurs chaînes d'approvisionnement, leur réputation et leur permis social d'exploitation – mais aussi, et surtout, de rester viables. »

publique aux États-Unis est massivement en faveur de la protection du patrimoine naturel du pays, avec quatre Américains sur cinq en faveur du nouveau plan pour protéger les terres, les zones océaniques et les eaux intérieures de l'Amérique d'ici 2030.

Il est clair qu'investir dans la nature aujourd'hui protégera la sécurité financière des entreprises de demain. Avec le lancement de plus en plus de fonds d'entreprises pour la biodiversité et l'adaptation soutenus par de grandes marques telles que Kering et Chanel, les investissements des entreprises dans la nature devraient augmenter considérablement au cours de la prochaine décennie. Des orientations sur les meilleures pratiques d'élaboration de stratégies claires en matière de biodiversité sont également en cours, sous la direction du programme scientifique Targets for Nature (SBTN), qui propose un cadre d'action en cinq étapes pour les entreprises les plus ambitieuses afin d'éviter **les dommages futurs, réduire les empreintes actuelles, régénérer les écosystèmes, et transformer les systèmes dans lesquels l'entreprise opère.**

Par conséquent, parallèlement à l'action climatique, les entreprises doivent investir dans la biodiversité afin de pérenniser leurs chaînes d'approvisionnement, leur réputation et leur permis social d'exploitation, mais aussi, rester pertinentes. Les acteurs qui peuvent comprendre et travailler efficacement avec la nature plutôt que contre elle sauront comment gérer les risques, saisir les opportunités et se développer à mesure que le monde qui nous entoure se transforme.

Un intérêt marqué pour la sauvegarde de la biodiversité, mais des incertitudes quant à la manière de le faire

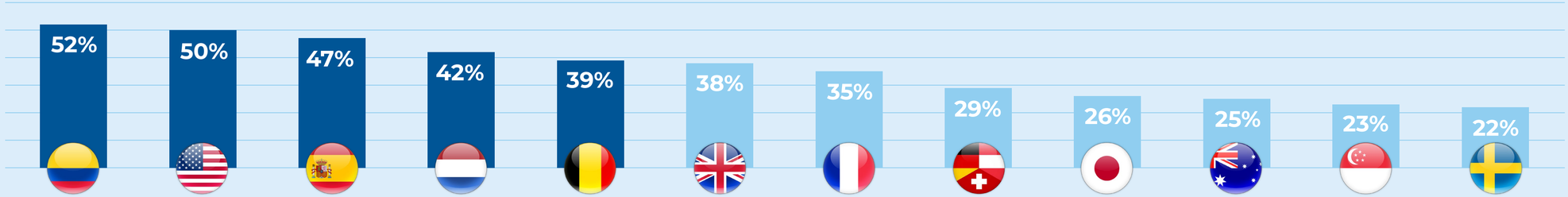
La plupart des organisations interrogées explorent encore des moyens d'aborder la biodiversité dans le cadre de leurs stratégies environnementales

- ont une stratégie et/ou des objectifs clairs en matière de biodiversité
- sont en train d'explorer une stratégie d'entreprise pour la biodiversité
- n'ont pas de plan clair pour lutter contre la perte de biodiversité dans leur chaîne de valeur
- ne donnent pour le moment pas la priorité aux initiatives autour de la biodiversité.

La biodiversité est complexe – et la compréhension du contexte local est essentielle

Toutes les régions ne sont pas touchées de la même manière en ce qui concerne la perte de biodiversité ou le stress hydrique, et les entreprises devront adapter leur approche aux contextes locaux. Voici comment les entreprises interrogées dans toutes les régions accordent la priorité à la protection et à la restauration des écosystèmes :

Nombre d'organisations interrogées ayant une stratégie et/ou des objectifs clairs en matière de biodiversité



08 Conclusion : les meilleures pratiques pour atteindre un objectif net zéro d'entreprise

Chaque étape du parcours de transition climatique d'une organisation offre des opportunités de réduire, d'éviter et de contrebalancer les émissions, avant de communiquer de manière transparente sur les actions mises en oeuvre.

Avec la multiplication des phénomènes météorologiques extrêmes provoquant des pannes de courant massives, des inondations soudaines et des forêts en feu, la lutte contre le changement climatique n'a jamais été aussi critique – et de nombreuses entreprises se mobilisent pour définir des objectifs climatiques audacieux, mettre en œuvre des plans concrets pour décarboner et assurer la résilience de leurs opérations.

Mais cette évolution est-elle assez rapide?

Nos recherches révèlent qu'encore trop peu d'entreprises s'engagent sur des objectifs climatiques crédibles et fondés sur la science, et celles qui le font semblent restreindre la communication de leurs stratégies, craignant que cela ne provoque une réaction négative de la part de leurs principales parties prenantes, y compris les clients, les médias et les ONG.

Malgré l'incertitude qui continue de dominer le paysage économique et géopolitique, des mesures clés peuvent déjà être prises pour intégrer avec succès un objectif net zéro dans la stratégie climatique d'une organisation. Un parcours climatique clair – qui devrait s'aligner sur les exigences de la science – donne aux entreprises la direction dont elles ont besoin pour montrer la voie :

- **Réduire :** planifier une trajectoire de réduction des émissions tout au long de la chaîne de valeur. Fixer une cible en accord avec la science du climat,[7] avec des jalons intermédiaires explicitant la façon d'y parvenir, le tout conforme à une trajectoire d'atténuation de 1,5 °C de réchauffement climatique maximum.

- **Compenser :** contrebalancer ses émissions en finançant des projets visant à éviter de nouvelles émissions ou à éliminer du carbone de l'atmosphère.

- **Neutraliser :** une fois que les émissions ont été réduites à des niveaux proches de zéro, éradiquer les émissions résiduelles inévitables via la capture de carbone pour atteindre le net zéro.

Les entreprises doivent tirer le meilleur parti des leviers et des solutions dont elles disposent actuellement pour décarboner leurs activités, tout en planifiant l'avenir de manière proactive grâce au financement de nouvelles innovations, telles que les éliminations technologiques du carbone et les carburants durables. La décarbonation des opérations directes et indirectes nécessitera toute une série d'activités qui contribueront à changer les systèmes et les mentalités. Aujourd'hui, plus que jamais, nous avons besoin que toutes les entreprises s'engagent à accélérer leur action climatique. C'est un défi de taille. Mais en travaillant en étroite collaboration avec les fournisseurs par exemple, les entreprises peuvent contribuer à éduquer leurs partenaires et à co-créer des solutions et des approches qui donnent la priorité à la réduction des émissions

Le coût de la lutte contre le changement climatique augmente chaque année, et les organisations peuvent rendre ce coût plus tangible en investissant dans la finance carbone, ce qui donne clairement un prix sur les émissions de carbone, et incite ainsi directement à les réduire (plus le prix du crédit carbone est élevé, plus il y a d'incitation à réduire les propres émissions de l'organisation). L'achat de crédits carbone permet également de prendre des mesures immédiates pour le climat (en canalisant des financements dans un projet qui réduit les émissions aujourd'hui).

[7] L'initiative Science Based Targets définit que l'état net zéro a été atteint lorsque les émissions ont diminué d'au moins 90 % en moyenne par rapport à l'année de référence, les émissions résiduelles étant neutralisées par des activités de suppression.

Le temps n'est pas de notre côté et la transition ne se fait pas en un jour. C'est pourquoi, parallèlement aux efforts visant à réduire les émissions, les entreprises doivent également investir dans des activités d'atténuation du changement climatique au-delà de leurs chaînes de valeur pour mettre l'économie mondiale sur la voie du net zéro global. Une façon d'y parvenir est d'investir dans des crédits de carbone de haute qualité. En utilisant ces crédits, les entreprises peuvent assumer la responsabilité de leurs émissions aujourd'hui et sur la voie de la neutralité carbone.

Nous devons agir maintenant pour avoir un véritable impact positif sur le climat de demain

Les premiers à s'engager seront les leaders de demain. Ce sont eux qui peuvent aider à créer des points de basculement sociétaux positifs. Et les avantages commerciaux de la poursuite d'une stratégie net zéro sont nombreux : qu'il s'agisse de répondre efficacement aux demandes des clients et des investisseurs, de gérer les risques, d'améliorer la réputation de l'entreprise et de construire un modèle commercial à l'épreuve du temps.

Cependant, pour réussir, toutes les fonctions d'une organisation doivent être engagées dans la transition. Les entreprises doivent également pousser les gouvernements à agir, décomposer le parcours climatique en jalons clairs et réalisables qui concentrent les efforts et partager les succès et difficultés rencontrées.

Comment chaque entreprise parviendra-t-elle à atteindre le net zéro ? Chaque parcours commence par un premier pas. Au cours des dix prochaines années, les SBT à court terme alignés sur un scénario de réchauffement de 1,5 °C doivent être **atteints** par la majorité des entreprises – en particulier les grands émetteurs – si on veut espérer réduire significativement nos émissions. Bien que de nombreuses innovations climatiques soient encore en cours de développement, plusieurs de ces solutions de réduction sont accessibles et réalisables aujourd'hui. Tout au long du processus de décarbonation pour réduire 90 % de nos émissions d'ici 2050, nous devons employer tous les moyens disponibles et développer les solutions technologiques nécessaires pour capter les 10 % restant – pour arriver à notre objectif global commun.

Auteurs
Auteur principal : Nadia Kähkönen
Co-auteurs : Elliott Bourgeault, Isabel Hagbrink

Contributeurs experts
Parth Vaidya, Bence Cerna, Linda Kannenberg, Christiaan Gevers Deynoot, Adam Sipthorpe, Philip Moss, Karine Basso, Christina Mallin, Liliana Martinez Sarmiento, Santiago Martínez Vivero, Richard Knight, Mireia Vilaplana, Naomi Swickard, Erick Ratajczak, Kata Bors, Jess Payn, Indra Fachru

south pole

1974FR, 11.2022/V1
Copyright © 2022 South Pole.
L'information contenue dans ce rapport peut être mis à jour sans préavis.