



accenture


Cercle de
Giverny

Technologie Responsable :

quelles avancées pour les
entreprises françaises en 2023 ?

A l'occasion du Forum de Giverny 2023, le Cercle de Giverny et Accenture rendent public en exclusivité le résultat de l'étude « Technologie responsable : quelles avancées pour les entreprises françaises en 2023 ». Cette étude permet de mesurer leur capacité à combiner les trois éléments suivants : mettre la technologie au service des objectifs de développement durable de l'entreprise, maîtriser l'impact environnemental et social de la technologie et développer leur collaboration avec l'écosystème pour transformer leur modèle d'affaires.

Grâce à une enquête réalisée auprès d'une quarantaine d'entreprises et aux différents entretiens menés auprès des décideurs, elle met en lumière les avancées des entreprises et les bonnes pratiques autour des trois piliers de la technologie responsable en France mais aussi les principaux freins auxquels elles peuvent être confrontées.

Enfin, cette étude fournit cinq recommandations à destination des entreprises et institutions françaises qui souhaitent initier ou accélérer un projet numérique au service du développement durable.

Ce qu'il faut retenir :

01 | Globalement, l'index mesurant la maturité des entreprises françaises a progressé de plus de 30% par rapport à 2022, notamment sur le volet "La technologie au service des objectifs de développement durable" lié à une accélération de l'utilisation de solutions visant à mesurer, comprendre et agir sur les objectifs opérationnels de développement durable. Poussées, entre autres, par la réglementation européenne, elles sont mieux équipées pour faire du reporting RSE. Plus de 80% d'entre elles ont déjà mis en oeuvre des outils de reporting ou sont en phase de pilote.

02 | Bien qu'en progression, l'intégration entre la stratégie générale de l'entreprise, la stratégie de développement durable et la stratégie numérique reste à parfaire. Cela exige, en effet, de réinventer l'ensemble du business model et d'intégrer les enjeux de durabilité au coeur des processus métiers. La réflexion est néanmoins lancée avec 75 % des entreprises qui repensent actuellement leur modèle d'affaires afin d'atteindre les objectifs de décarbonation et d'adaptation au changement climatique.

03 | Une entreprise sur deux intègre désormais l'impact environnemental et social de la technologie dans le choix de ses fournisseurs en se montrant plus exigeante sur ses critères de sélection. A contrario, l'éco-conception, notamment logicielle, demeure un chantier stratégique insuffisamment adressé.

04 | Pour accélérer le déploiement d'une technologie responsable globale, les entreprises collaborent davantage avec leur écosystème, que ce soit pour incuber de nouvelles solutions technologiques durables avec leurs partenaires (59 %) ou pour co-innover (57 %). En revanche, elles demeurent encore frileuses à nouer des coalitions industrielles, notamment pour la gestion des chaînes d'approvisionnement mondiales (27 %).

Les entreprises françaises se fixent des ambitions élevées en matière de neutralité carbone

59% des entreprises françaises se sont engagées à atteindre les objectifs de neutralité carbone sur les scopes 1, 2 et 3, devançant leurs homologues européennes (51%) et mondiales (34%). **Par rapport à 2022, elles sont +12%¹ à s'engager à atteindre cet objectif.**

Si les ambitions des entreprises françaises se sont accrues, il reste encore beaucoup à faire pour atteindre les niveaux de décarbonation nécessaires à l'atteinte des objectifs de neutralité carbone. Sur la base des tendances actuelles en matière de réduction des émissions, seules 12% des entreprises sont en passe d'atteindre les objectifs de neutralité carbone pour les scopes 1 et 2 d'ici 2050².

L'accélération de la mise en place de solutions technologiques durables pour piloter la performance RSE des entreprises semble plus nécessaire que jamais pour faire des objectifs de neutralité carbone une réalité.

Pour répondre aux enjeux du développement durable, une stratégie numérique responsable doit adresser trois impératifs

Pour appréhender l'effet de levier du numérique responsable sur le développement durable des organisations, Accenture Research a construit une méthodologie spécifique en définissant trois piliers complémentaires et nécessaires à toute stratégie de technologie responsable : mettre la technologie au service des objectifs de développement durable de l'entreprise, maîtriser l'impact environnemental et social de la technologie et développer leur collaboration avec l'écosystème pour transformer leur modèle d'affaires.

L'étude³ initiée l'an dernier a permis d'élaborer un **Sustainability Technology Index** que cette seconde édition vient enrichir en mesurant la progression des entreprises françaises de manière à la fois globale et par pilier.

Un niveau de maturité globale plus robuste en 2023

Si encore trop peu d'entreprises adressent ces trois éléments en même temps, elles sont de plus en plus nombreuses à le faire. Alors que seulement 4% des entreprises françaises déclaraient l'an dernier aligner leur stratégie technologique avec celle du développement durable, elles sont **20% en 2023 à avoir adopté une stratégie globale et intégrée**. Corollaire de cette évolution, quasiment deux tiers des entreprises (61%) déclarent être en train d'intensifier leurs initiatives en matière de technologie durable.

Au global, selon le Sustainability Technology Index, **les entreprises françaises affichent une progression de 30% passant d'un score moyen de 0,42 l'an dernier à 0,55 en 2023**. Environ 58 % des entreprises en France obtiennent des scores supérieurs à 0,50 et 27 % ont des scores plus élevés que 0,60.

Signe positif de cette accélération, la réinvention d'un business model qui allie performance et durabilité est au cœur des réflexions stratégiques des décideurs : **une grande majorité d'entre eux (75%) disent travailler actuellement sur la transition de leur modèle d'affaires.**

¹ Accenture, [Accelerating global companies toward net zero by 2050](#), November 2022

² Accenture, [Accelerating global companies toward net zero by 2050](#), November 2022

³ [La Technologie Responsable : où en sont les entreprises françaises ?](#)

La technologie au service du développement durable



Neutralité carbone



Chaînes d'approvisionnement responsables



Responsabiliser des bons comportements



Indicateurs RSE



Organisation Responsable

L'impact environnemental et social de la technologie



Eco-conception des services numériques



Construire des systèmes de confiance, transparents, éthiques et équitables



Instituer les bons mécanismes de gouvernance



Travailler avec l'écosystème pour accélérer le déploiement d'une technologie responsable et transformer le modèle d'affaires

01

La technologie durable se met de plus en plus au service des objectifs opérationnels de développement durable de l'entreprise en s'appuyant sur les données

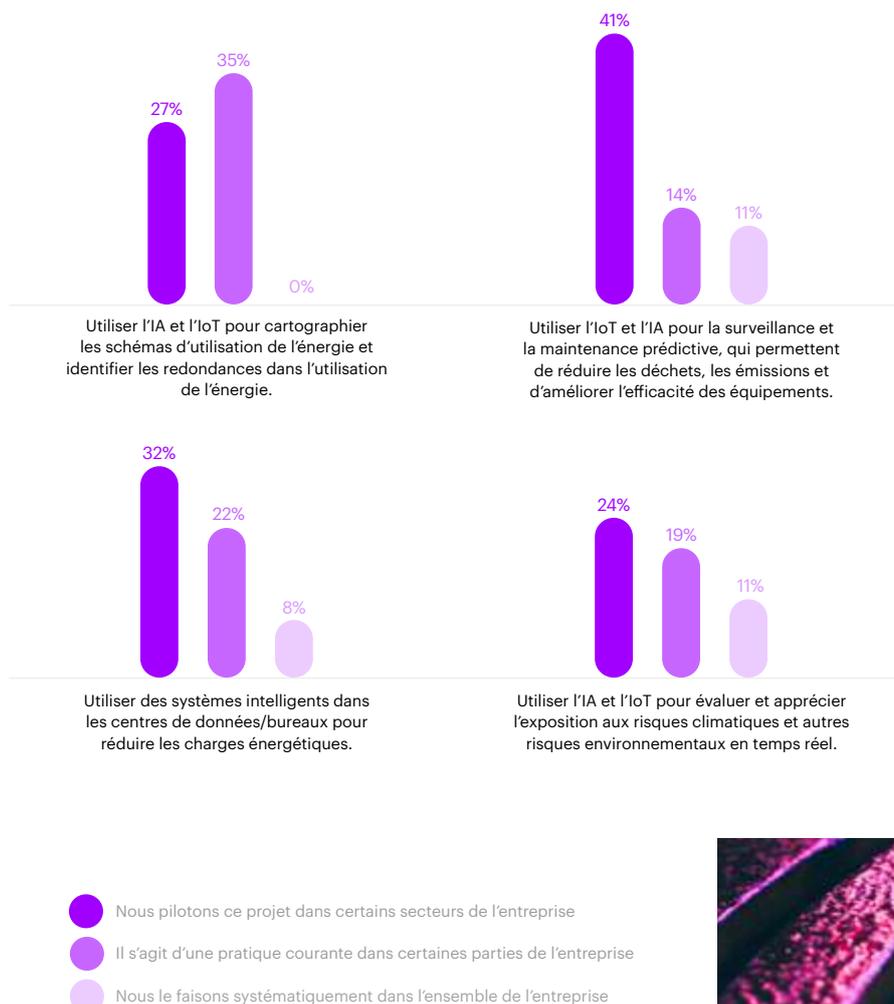
Les entreprises françaises affichent la plus belle progression sur le volet « Sustainability by Tech » et l'index révèle une accélération de l'utilisation de solutions visant à mesurer, comprendre et agir sur les objectifs de développement durable. Et ce, à de multiples niveaux opérationnels internes (métiers et process) comme externes (expérience client, création d'offres et de services numériquement sobres).

Les technologies avancées comme l'IA et l'IoT jouent un rôle important de catalyseur pour atteindre les objectifs opérationnels de développement durable.

Pour 35% des entreprises, la cartographie des modèles de consommation d'énergie permettant leur optimisation comme l'anticipation des pannes potentielles, qui s'appuient sur l'analyse poussée des données permises par l'utilisation de ces technologies avancées, est désormais une pratique courante. Alors que l'utilisation de l'IoT et de l'IA pour la surveillance et la maintenance prédictives, l'utilisation des systèmes intelligents dans les centres de données ou les immeubles de bureaux pour réduire les charges énergétiques sont encore en phase pilote pour la majorité des entreprises.

L'utilisation de l'IA, de l'IoT et des systèmes intelligents pour faire progresser la durabilité

% des entreprises françaises ayant répondu oui



01

La technologie durable se met de plus en plus au service des objectifs opérationnels de développement durable de l'entreprise en s'appuyant sur les données

Il ressort de l'étude que les entreprises s'appuient fortement sur la technologie pour créer des expériences clients durables en incitant les consommateurs à des comportements responsables (68%) mais aussi pour innover et créer des produits et services à impact environnemental réduit (57%).



« Nous utilisons la technologie pour exploiter nos données opérationnelles dans le but d'améliorer la performance environnementale de notre activité. Par exemple, nous avons commencé à opérer la transition énergétique de notre flotte de véhicules dont une des composantes critiques est la batterie. En France et bientôt en Suède, l'analyse des données d'exploitation de nos véhicules nous permet d'augmenter la durée de vie de la batterie mais également l'optimisation du cycle de charge afin d'en réduire l'usure. Pour donner une seconde vie à nos batteries, nous avons également créé, aux Pays-Bas, un partenariat avec une centrale électrique à gaz qui les utilise pour stocker l'électricité produite et la redistribuer sur le réseau au bon moment afin d'éviter les pertes. »

Bastien Soyez, Directeur RSE, Transdev

Egalement,

35%
32%

des organisations déclarent utiliser le potentiel de la technologie pour réduire la consommation d'énergie de leurs opérations.

et

41%
41%

pour construire des chaînes d'approvisionnement durables.



01

La technologie durable se met de plus en plus au service des objectifs opérationnels de développement durable de l'entreprise en s'appuyant sur les données

La collecte et la mesure des données ESG : des avancées à poursuivre

Nerf de la guerre, le sujet de la donnée est complexe car, actuellement, les entreprises sont confrontées à une inflation et multiplicité de sources. Pour intégrer le développement durable dans leurs opérations, on observe la mise en œuvre de plateformes visant à démocratiser et diffuser les données mesurant l'empreinte carbone des services et produits de l'entreprise.

Certaines entreprises vont plus loin en souhaitant prendre en compte l'analyse du cycle de vie (ACV) des produits, au-delà de la seule comptabilité carbone à l'échelle groupe, à l'instar du groupe Pernod-Ricard qui réfléchit à la prochaine étape - implémenter un outil d'Analyse de cycle de vie (ACV) des produits, ce qui permettra au métier de prendre de meilleures décisions tout en offrant plus de transparence aux clients.

Les progrès liés aux données de durabilité peuvent être observés dans **le contexte réglementaire européen, et notamment l'entrée en vigueur de la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** en janvier 2025 : qui influencera près de 50 000 entreprises dans l'Union européenne (UE) à appliquer les normes⁴. Dans le but d'amener l'information de durabilité au même niveau que l'information financière, la CSRD renforce les règles concernant les informations environnementales, sociales et de gouvernance que les entreprises devront communiquer. La CSRD introduit également de nouvelles exigences en termes d'assurance et d'audit des rapports de durabilité.

⁴ Corporate Sustainability reporting (europa.eu)



« La Carbon Management Platform que nous avons développée est un outil unique pour faire de la décarbonation un défi collectif, partagé à l'ensemble de l'entreprise. Elle permet la démocratisation de la donnée carbone au sein des équipes et un calcul granulaire de notre empreinte jusqu'au niveau du type de véhicule, d'un pays ou d'une usine. Il permet à chaque responsable de marque, de zone géographique ou de produit de piloter sa performance carbone et de contribuer à l'atteinte des objectifs Groupe – et ce sur l'ensemble du cycle de vie, du berceau à la tombe. C'est l'un des leviers essentiels à la transformation économique, sociale et environnementale opérée par la Renault. »

Cléa Martinet, VP Group Sustainability, Renault



01

La technologie durable se met de plus en plus au service des objectifs opérationnels de développement durable de l'entreprise en s'appuyant sur les données

En imposant de nouvelles exigences et responsabilités aux entreprises désormais tenues de rendre compte de la durabilité de leur activité, la réglementation incite fortement ces dernières à accélérer la collecte et la mesure des données ESG. L'enquête révèle ainsi **des entreprises mieux équipées (80%) pour répondre aux obligations de reporting et de transparence**. 39% d'entre elles mettent d'ores-et-déjà en œuvre des outils de reporting ESG : en rassemblant dans une solution unique les données ESG, opérationnelles et financières, elles peuvent plus facilement piloter les indicateurs et s'assurer de l'atteinte de leurs objectifs en matière de développement durable.

Mais si les entreprises se montrent confiantes et optimistes, **des progrès restent à faire pour avoir des modèles de données stables et matures**. Elles ne sont que 22% à intégrer les données ESG dans les processus et outils opérationnels. Le manque d'indicateurs ESG partagés par tous les acteurs de l'entreprise est un vrai obstacle à l'heure actuelle : seulement une entreprise sur cinq déclare disposer de toutes les données ESG nécessaires avec le niveau de granularité requis, dans une solution unique rassemblant également des données opérationnelles et financières.

Mesurer et communiquer sur les données ESG

% des entreprises françaises ayant répondu oui

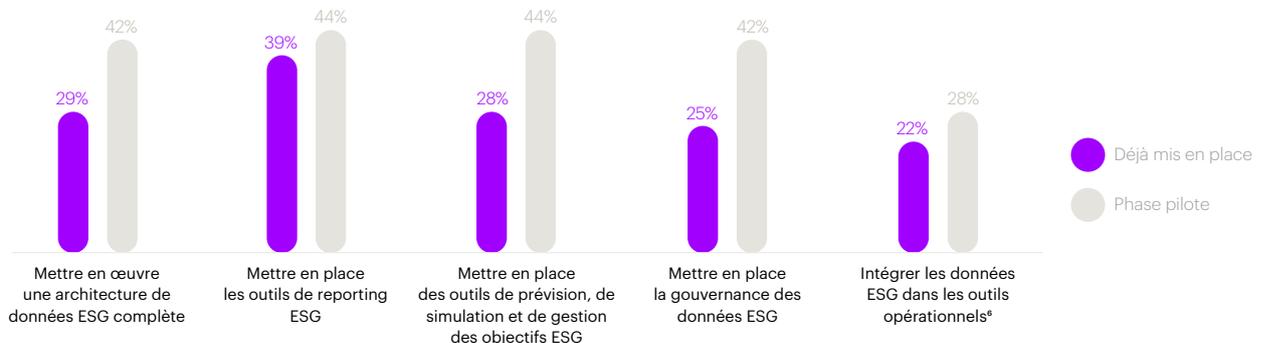
Disponibilité des données ESG dans toute l'organisation



Comment la direction de l'organisation accède aux informations ESG pour éclairer la prise de décision stratégique



Initiatives pour gérer la performance ESG dans l'ensemble de l'organisation



* qui intègrent également des informations claires pour optimiser les performances ESG

* par exemple: modules ERP, outils de notation des fournisseurs, PLM ...

02

Les entreprises françaises intègrent l'impact environnemental et social de la technologie dans le choix de leurs fournisseurs mais doivent progresser sur l'éco-conception logicielle

Normes éthiques environnementales et sociales : une plus grande exigence des entreprises vis-à-vis des fournisseurs

C'est une évolution marquante que révèle l'enquête : l'ajout de critères relatifs au numérique responsable est une pratique qui se généralise de plus en plus, que ce soit pour le matériel, les logiciels ou les services numériques. De manière générale, la question de l'éthique est de plus en plus présente au sein des stratégies numériques. En s'appuyant sur l'élaboration d'une charte fournisseur, une entreprise sur deux déclare exiger de ses partenaires un respect des principes sociaux et environnementaux avec des exigences en matière d'éthique et d'accessibilité dans les contrats d'approvisionnement.

Pour construire une culture de confiance avec les consommateurs, 59 % des entreprises françaises construisent des écosystèmes technologiques qui permettent de manière transparente et sécurisée d'effectuer des transactions, de partager des données et de passer d'un partenaire à l'autre de manière transparente et sécurisée.

Par contre, elles sont encore peu à tirer parti du cloud pour rassembler les parties prenantes de leur chaîne de valeur sur des plateformes uniques afin de stimuler l'innovation (35 %).

Les entreprises françaises adoptent des stratégies « green data ».

Par ailleurs, afin de limiter au maximum les émissions générées par l'utilisation des technologies, les entreprises multiplient les initiatives pour évaluer et réduire leur impact : 65% d'entre elles adoptent des stratégies « green

data » pour, par exemple, réduire la collecte, le transfert et le stockage inutile de données.

Le déploiement d'outils pour optimiser la consommation d'énergie en phase d'usage tout comme la mesure du quotient de durabilité de leur solution concerne respectivement 65 % et 62 % des organisations.

Les entreprises qui progressent pour intégrer davantage la sobriété dans leurs stratégies numériques responsables s'appuient sur leur Digital Factory et sur des projets de transformation de leur infrastructure cloud.



« Le Digital Marketing est le premier poste d'émissions de CO₂ pour notre DSI. Cela inclut la production de contenus, nos sites web et les campagnes marketing. Plusieurs de nos marques se sont engagées dans l'objectif de réduire ces émissions. Nous sommes en train d'écrire les guidelines et principes clés du groupe afin d'obtenir le meilleur reach pour nos campagnes tout en réduisant leur empreinte carbone. »

Mélanie Picard, Sustainable Tech Officer, Pernod Ricard

65%
des entreprises

adoptent des stratégies « green data ».



« Nous avons lancé un programme afin d'activer au maximum tous les leviers technologiques qui nous permettent de réduire notre empreinte carbone. Il s'agit, par exemple, de mettre en place les green features disponibles au niveau des antennes mobiles. Dans ce cadre, nous utilisons l'IA pour piloter l'arrêt/le redémarrage des fréquences mobiles en fonction de la demande et réduisons de ce fait la consommation électrique. Ce pilotage à distance est rendu possible grâce à l'évolution des technologies et nous permet ainsi de maintenir la consommation globale des équipements à son niveau actuel malgré une croissance annuelle de 10 à 20% du trafic des données et de l'augmentation du nombre d'antennes. Nous sommes bien sûr très attentif à nos clients et toutes ces démarches sont menées avec l'objectif de ne pas interférer avec l'expérience client. Nous les informons régulièrement de ces évolutions. Enfin, notre marché est aujourd'hui extrêmement réglementé et nous pouvons parfois faire face à des injonctions contradictoires entre les enjeux de débit et de couverture et ceux liés à la performance environnementale. »

Gaëlle Le Vu, Directrice RSE, Orange France

02

Les entreprises françaises intègrent l'impact environnemental et social de la technologie dans le choix de leurs fournisseurs mais doivent progresser sur l'éco-conception logicielle

Eco-conception : un chantier à accélérer

Les entreprises ne prennent pas encore suffisamment en compte l'impact environnemental de leurs services numériques dans la phase de conception comme leur cycle de développement. Seulement 30% des entreprises déclarent définir des principes de développement logiciel durable avec des engagements en matière d'éthique et suivre leurs progrès. Selon l'enquête, une entreprise sur deux aligne de manière systématique les objectifs des ingénieurs et développeurs sur les objectifs de technologie responsable mais ce chiffre n'a pas progressé d'une année sur l'autre.



Inclusion : la durabilité sociale s'intègre dans les services numériques

Avec un taux de quasiment 60%, les entreprises françaises sont nombreuses à tester, voire à déployer, l'utilisation de la technologie au profit d'un environnement de travail qui intègre la responsabilité sociale (diversité, accessibilité...). Et ce, tant à destination des employés que des clients.

32% des entreprises garantissent ainsi l'inclusion, l'accessibilité et la diversité dans leurs nouvelles solutions technologiques ou mettent en place un modèle de gouvernance interne permettant un déploiement et un fonctionnement inclusif de leurs systèmes logiciels et d'IA.



« Accenture a développé une méthodologie et des outils pour mesurer l'empreinte carbone de ses services afin de réduire leur impact sur l'environnement. Tout d'abord, sur la partie conseil auprès de nos clients en utilisant des outils de prévision et de bilan des impacts carbone pour la consommation d'énergie, les déplacements professionnels ou encore les achats de biens et de services. Ensuite, sur l'usage des services IT en proposant à nos clients une feuille de route stratégique vers la décarbonation. Notre ambition est de poursuivre et d'améliorer ce travail de mesure, notamment au niveau sectoriel pour uniformiser et formaliser les meilleures pratiques. »

Charlotte Guillorit, Directrice des Services Généraux, Accenture

03

Une plus grande collaboration avec l'écosystème se développe pour innover et établir une position de leader dans des domaines stratégiques

Lorsqu'il s'agit de faire avancer l'agenda des technologies responsables, les entreprises françaises sont nombreuses à s'engager dans des coalitions avec une pluralité d'acteurs. Elles nouent ainsi des alliances avec des industries (57%) mais aussi les associations, les ONG et les think tanks pour développer des stratégies numériques responsables (49%).

L'incubation et la co-innovation sont les deux approches stratégiques les plus adoptées par les entreprises françaises

Une majorité d'entre elles (59 %) adopte une stratégie d'incubation de nouvelles solutions technologiques durables afin d'établir une position de leader dans des industries clés telles que, par exemple, la décarbonation des bâtiments ou la recharge des véhicules électriques.

La seconde approche plébiscitée par les entreprises à 57% est la co-innovation avec leur écosystème de partenaires pour créer de nouvelles solutions aux impacts environnementaux et sociaux réduits comme, par exemple, le développement de services numériques responsables.



« Nous déployons notre stratégie tech responsable mondialement avec un engagement très fort des équipes, tous les pays et toutes les fonctions sont impliqués. Nous nous appuyons sur des indicateurs de mesure et de pilotage, ainsi que sur des leviers tels que l'éco-conception, la formation pour pouvoir être efficaces et atteindre nos objectifs. Ce passage à l'échelle se fait en donnant les moyens d'agir à nos collaborateurs, dans leurs habitudes quotidiennes d'utilisation du digital et de la tech. Le travail avec les partenaires technologiques et l'exploration de nouvelles opportunités est un deuxième angle dans l'exécution de notre stratégie tech responsable. Cette année nous accélérons sur l'IA de confiance, avec un travail collaboratif pour construire un référentiel et mettre en œuvre des premiers audits, des questions subsistent néanmoins sans standard international, mais nous explorons ces nouveaux champs. »

Etienne Bertin, DSI groupe, L'Oréal

03

Une plus grande collaboration avec l'écosystème se développe pour innover et établir une position de leader dans des domaines stratégiques

Un retour sur investissement encore difficile à percevoir

S'il y a un besoin et la volonté de travailler de manière plus étroite et transparente avec l'écosystème sur le sujet de la donnée et des outils permettant son pilotage, seules 32% des entreprises françaises déclarent encourager le partage de données et la collaboration pour créer des plateformes de données ouvertes.

Par ailleurs, faute d'un ROI difficile à percevoir à l'aune des règles actuelles, elles demeurent encore frileuses à nouer des coalitions industrielles (27%) dans certains domaines clés tels que la gestion des chaînes d'approvisionnement mondiales.

Elles sont moins de 20% à affirmer que les initiatives de technologie responsable contribuent à créer de nouvelles activités. Elles sont beaucoup plus nombreuses à constater des retours sur leurs investissements sous la forme d'une amélioration de la qualité et de la performance des logiciels. L'amélioration est très peu constatée dans les indicateurs financiers.

19%

Les entreprises françaises sont très peu nombreuses à affirmer que les initiatives de développement durable menées par la technologie **contribuent à créer de nouvelles activités.**

Les entreprises françaises sont significativement moins à affirmer que la technologie responsable profite à leurs activités pour :



Attirer les talents technologiques

38%
46% en 2022



Améliorer l'expérience client

32%
46% en 2022



Créer des logiciels de meilleure qualité

38%
33% en 2022



Augmenter les revenus grâce à de meilleurs produits

24%
42% en 2022



Réaliser les objectifs RSE

35%
44% en 2022



Réduire les coûts

22%
32% en 2022

Transition du business model

Intégrer les enjeux de durabilité au coeur de la stratégie globale impose de réinventer l'ensemble de son business model : un chantier majeur, entamé mais loin d'être achevé

Bien qu'en progression, l'intégration entre la stratégie générale de l'entreprise, la stratégie de développement durable et la stratégie numérique reste à parfaire

La stratégie technologique n'est pas systématiquement intégrée à la stratégie générale et de développement durable de l'entreprise. 20% des entreprises déclarent développer une approche holistique. Cela représente néanmoins une avancée significative si l'on compare avec 2022 où seules 4% des organisations déclaraient avoir intégré simultanément leurs stratégies numérique responsable et de développement durable.

La création d'un business model durable : un mouvement enclenché pour 75% des entreprises françaises

L'étude montre une prise de conscience des décideurs sur la profondeur de la transformation à engager pour atteindre les objectifs de durabilité et d'adaptation au changement climatique imposés par les régulateurs, les organisations internationales telles que les Nations Unies, et les initiatives telles que Science Based Targets

Initiative. En témoigne la réflexion engagée pour refondre leur business model afin de rendre compatibles et atteignables les ambitions en matière de développement durable et leur stratégie plus globale d'entreprise. 75% ont entamé cette démarche, révélant ainsi un mouvement de fond positif.

Le chantier est lancé et requiert, pour avancer significativement, de dépasser les approches traditionnelles de la rentabilité en inscrivant la réussite de l'entreprise au-delà des résultats financiers à court terme, au risque sinon de voir dégrader leur ROI.

Aussi fondamentale qu'émergente, la question de la création d'une valeur durable à grande échelle se travaille d'ores-et-déjà avec des partenaires du monde de la recherche et du développement que ce soit les laboratoires et universités académiques (69%) ou avec les partenaires technologiques des entreprises (62%). En stimulant l'innovation durable, en réduisant la peur de l'échec et en raccourcissant le temps nécessaire à la réalisation de la valeur, la technologie joue un rôle clé pour donner vie à un autre business model plus responsable.

Les entreprises ont initié la réflexion sur la comptabilité de leur stratégie avec leurs ambitions ESG

% des entreprises françaises ayant répondu oui



Repenser le business model

75%

Des entreprises françaises sont en train de repenser actuellement leurs business model pour atteindre les objectifs de durabilité et d'adaptation au changement climatique



Collaboration avec l'écosystème

70%

Des entreprises déclarant faire cette réflexion en collaboration avec les laboratoires de recherche et universités



Le rôle des données et la technologie

15%

Des entreprises sont au stade de la définition du type de données et de la technologie pour repenser les modèles économiques

52%

Des entreprises sont en phase pilote de l'utilisation de certaines données et technologies pour accompagner cette refonte

63%

Des entreprises le font en collaboration avec les partenaires technologiques

04

Comment aller plus loin - les recommandations stratégiques d'Accenture :

#1 Développer la technologie et la gestion des données pour l'établissement des rapports ESG

Alors que les entreprises françaises déclarent développer des initiatives pour s'adapter aux nouvelles contraintes réglementaires et mieux gérer leurs données ESG, elles doivent également accélérer leurs efforts pour minimiser l'impact environnemental des services numériques et les rendre accessibles. Les entreprises doivent adopter des processus et solutions permettant une collecte granulaire et en temps réel des données ESG afin d'améliorer la comparabilité des informations au sein de l'entreprise, le pilotage de la performance ESG et afin de refléter l'impact actuel des produits et services des entreprises sur les personnes et l'environnement.

Les entreprises qui mettent en place une architecture complète et une gouvernance des données ESG ainsi que des outils de prévision, de simulation et de gestion des objectifs ESG seront mieux placées pour répondre à la demande croissante d'informations ESG de la part des investisseurs et des consommateurs. En outre, les portails et les plateformes qui intègrent de manière transparente les données ESG aux données opérationnelles et financières permettront aux dirigeants d'entreprise de prendre des décisions plus éclairées et optimisées.

Les entreprises doivent aussi continuer à accélérer leurs efforts pour que leurs dirigeants aient accès aux informations ESG en temps réel ; elles doivent également explorer les moyens de diffuser cet accès aux fonctions de direction afin d'intégrer la prise de décision stratégique sur le développement durable dans l'ensemble de l'organisation.

#2 Gérer l'émergence des nouvelles technologies de manière responsable, en mettant au premier plan l'utilisation intelligente de l'énergie et les pratiques éthiques

Avec l'accélération du rythme auquel les technologies émergentes deviennent une réalité, les possibilités et les cas d'usage pour résoudre des problèmes complexes ne cessent de se multiplier. S'il s'agit là d'une aide précieuse pour relever les défis de la durabilité, il est également essentiel de veiller à ce que ces technologies soient utilisées d'une manière durable et responsable.

L'émergence de l'IA générative soulève à elle seule de nouvelles questions sur les besoins énergétiques des nouvelles technologies et sur notre capacité à répondre à ces besoins de manière durable, en ce qui concerne la sobriété énergétique et l'électricité renouvelable.

Enfin, les entreprises doivent être attentives aux questions de données, de transparence et de protection de la vie privée soulevées par l'émergence des nouvelles technologies et doivent montrer la voie en créant des cadres et des pratiques éthiques pour régir leur utilisation. Les entreprises françaises ont un long chemin à parcourir sur ce front, puisque seulement 11 % d'entre elles engagent une équipe indépendante chargée d'évaluer si l'IA est utilisée aux fins prévues.



04

Comment aller plus loin - les recommandations stratégiques d'Accenture :

#3 Mettre en place des structures de gouvernance pour intégrer les stratégies de développement durable dans les organisations

La mise en place de structures et de mécanismes de gouvernance adéquats accélérera les transformations durables en unifiant les équipes interfonctionnelles et en encourageant les meilleures pratiques responsables. Alors que les CSO devraient continuer à faire avancer le programme de durabilité dans l'ensemble de l'organisation, les CIO et les CTO doivent jouer un rôle plus important dans la conduite des initiatives de durabilité dans les technologies et les systèmes d'information afin de garantir l'existence de synergies entre la transformation numérique et la transformation durable des organisations. Les entreprises doivent également davantage adopter des structures de gouvernance interne au-delà du leadership. Les modèles de gouvernance interne, tels que ceux permettant de gérer l'IA et les systèmes logiciels, peuvent aider les entreprises à améliorer l'efficacité et l'opérabilité de leur programme de durabilité.

#4 Collaborer avec les partenaires de l'écosystème pour progresser vers les objectifs de durabilité

Les entreprises doivent continuer à collaborer avec les institutions universitaires, l'administration publique, les établissements de recherche, les PME, les startups et d'autres sociétés afin de partager leurs expériences et leur savoir-faire dans la recherche de solutions aux problèmes de durabilité et d'encourager l'innovation technologique qui peut stimuler l'agenda de la durabilité.

Les entreprises doivent développer et intégrer des solutions technologiques telles que l'IoT, les plateformes et la blockchain, pour aider à partager, mesurer et suivre les progrès réalisés en matière d'objectifs zéro émission nette (en particulier le champ d'application 3) et de divulgations ESG.

Bien que nécessaire, le partage des données n'est qu'un début et doit être suivi d'une véritable collaboration pour trouver des solutions techniques aux défis de durabilité à grande échelle. Ce n'est qu'en renforçant les liens entre ses partenaires de l'écosystème et les parties prenantes que les entreprises seront en mesure de progresser vers une convergence collective entre la technologie et le développement durable.



04

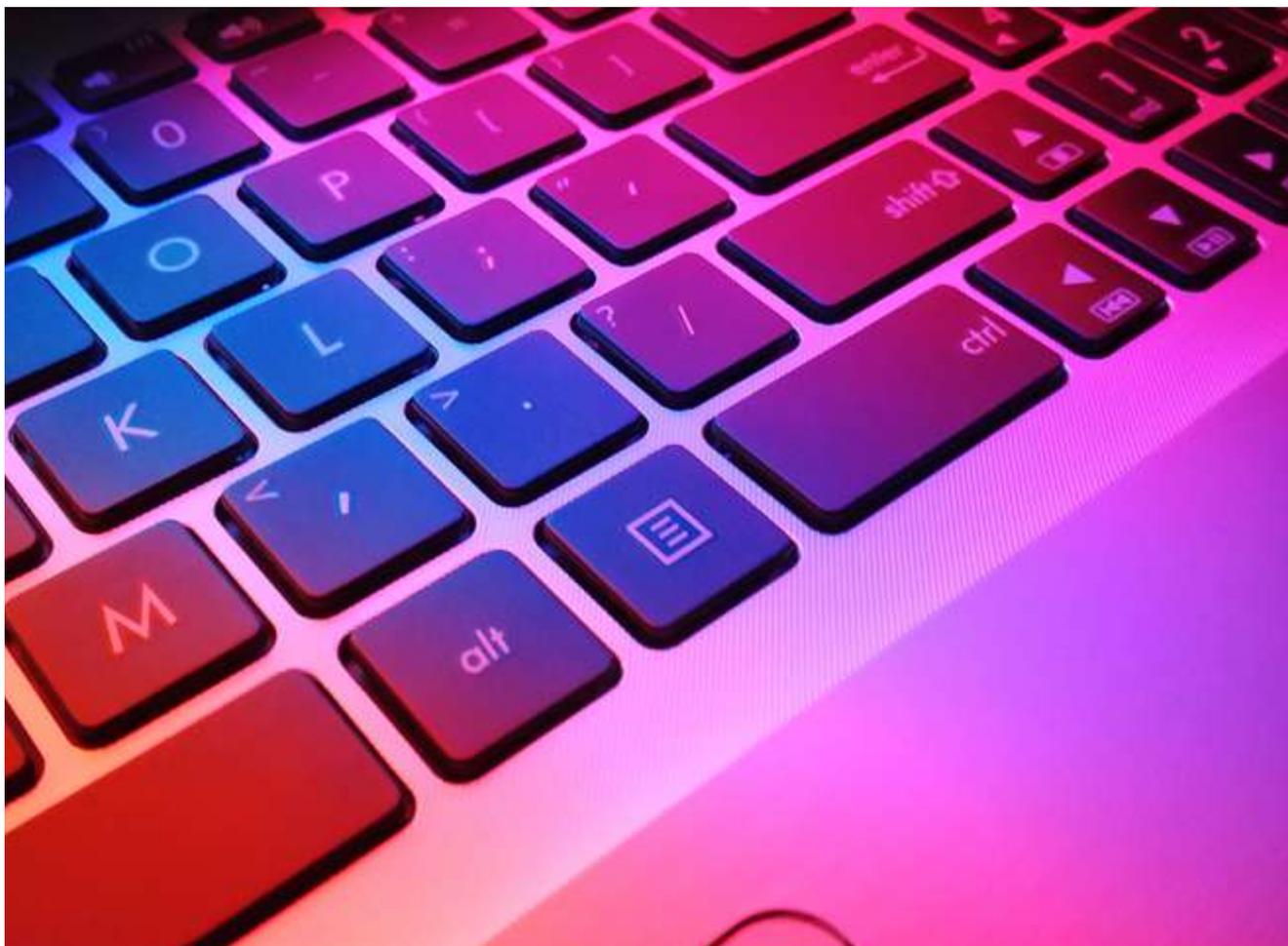
Comment aller plus loin - les recommandations stratégiques d'Accenture :

#5 Poursuivre des stratégies intégrées en matière de technologies durables qui peuvent contribuer à maximiser les performances des entreprises et le développement durable

Une stratégie technologique durable entièrement intégrée, qui englobe les trois piliers, est le moyen le plus efficace pour les entreprises de garantir une optimisation de leur performance commerciale ainsi qu'en matière de développement durable. Depuis l'année dernière, de plus en plus d'entreprises adoptent cette approche holistique, 20 % d'entre elles affirmant avoir mis en place une telle stratégie, contre 4 % l'année précédente.

Bien qu'il s'agisse d'une tendance encourageante, cette augmentation est principalement due aux grandes entreprises qui disposent davantage de ressources pour entreprendre des transformations. Ce type d'entreprises doit continuer à repousser les limites pour tirer pleinement parti des avantages d'une stratégie intégrée en termes commercial et de développement durable. Les grandes entreprises qui n'adoptent pas une approche intégrée risquent de retarder la transformation durable et d'affaiblir les avantages commerciaux.

Dans le même temps, les petites et moyennes entreprises ont également beaucoup à gagner de cette approche et doivent initier leur propre transformation pour s'assurer que leur stratégie technologique est maximisée en termes de performances commerciales et de durabilité.



Auteurs



Carole Davies-Filleur

Sustainability & Technology Lead France & Benelux

c.davies-filleur@accenture.com



Marie Georges

Sustainability Lead France & Benelux

marie.georges@accenture.com



Edvina Kapllani

Research Lead France & Benelux

edvina.kapllani@accenture.com

Contributeurs :

Cercle de Giverny :

Laure Duluard et Romain Mouton.

Accenture :

Francis Hintermann, Dominique Lewis,
Florian Maurel, Josh Elkind, Mélina Viglino,
Sandrine Pruvost.

Remerciements :

Les auteurs remercient toutes les entreprises françaises ayant répondu à cette étude, et plus particulièrement les entreprises partenaires du Cercle de Giverny : AXA, BNP Paribas, Boralex, Bureau Veritas, Kering, L'Oréal, Orange, Roche Diagnostics, Marché international de Rungis, Transdev.

A propos de l'étude

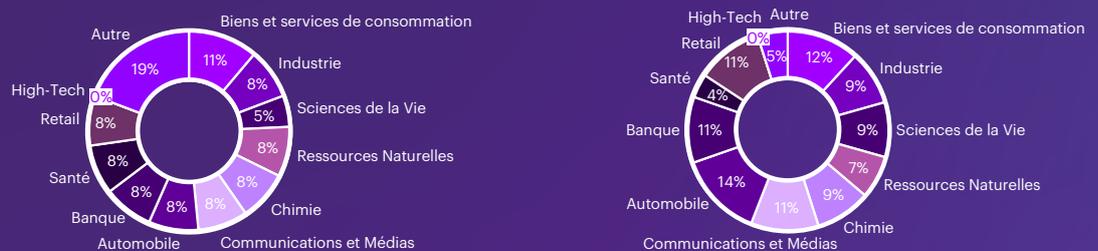
Nous avons créé le Sustainability Technology Index pour mesurer la performance des entreprises et leur niveau de succès à combiner les trois éléments suivants : la technologie au service du développement durable, l'impact environnemental et social de la technologie et leur collaboration avec l'écosystème pour transformer le modèle d'affaires.

L'indice couvre, entre autres, les éléments liés à la neutralité carbone, à l'utilisation d'une technologie éthique et inclusive, à la gouvernance mise en place au sein d'entreprises, au degré d'intégration du développement durable dans la technologie mais aussi à l'existence d'une stratégie pour travailler avec l'écosystème. L'indice est basé sur la somme des réponses positives aux questions d'enquête à choix multiples et normalisées sur une échelle de 0-1. Nous avons appliqué des poids égaux à chaque niveau d'agrégation.

L'enquête en 2023 a été menée entre mai et juin 2023 via un questionnaire en ligne. L'échantillon est composé de 37 DSI, CTO, Directeurs du développement durable d'entreprises avec un chiffre d'affaires supérieur à \$1 milliards de dollars et couvre plusieurs secteurs d'activité. L'enquête en 2022 a été menée entre mai et juin 2022 et nous avons respecté des poids comparables de taille d'entreprise et secteurs afin de comparer l'index et de comprendre l'avancement d'une année à l'autre.

Structure de l'échantillon

Par industrie primaire



Par taille d'entreprise



A propos d'Accenture Research

Accenture Research dessine les tendances et crée un « Thought Leadership » axé sur les données. Associant la puissance de méthodes de recherche innovantes et sa connaissance poussée des secteurs de nos clients, notre équipe de 300 chercheurs et analystes est implantée dans 20 pays et publie chaque année des centaines de rapports, d'articles et de points de vue. Adossée à des données exclusives et à des partenariats avec des organisations telles que le MIT et la Harvard Business School, notre analyse des tendances suscite la réflexion, guide nos innovations, et nous permet de transformer des théories et des idées novatrices en solutions concrètes pour nos clients.

Site Internet : www.accenture.com/research

A propos du Cercle de Giverny

Le Cercle de Giverny est un laboratoire d'idées hybride décidé à agir en faveur du déploiement opérationnel de la RSE systémique. Ses travaux sont placés sous le haut patronage du ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique.

Le Cercle de Giverny cherche à diffuser une approche systémique de la RSE, afin que cette dernière soit portée au plus haut niveau de décision et qu'elle infuse la stratégie globale de l'entreprise. Le Cercle de Giverny est convaincu que l'échange de bonnes pratiques et la rencontre avec des acteurs venus d'horizons différents permettront aux entreprises de se placer à l'avant-garde de la résolution des défis environnementaux et sociaux à venir. Le Cercle accompagne dirigeants et Comex afin de leur apporter les clés indispensables pour appréhender les enjeux liés à la responsabilité sociétale des entreprises.

Ce think & do tank rassemble une centaine d'entreprises et plus de 200 experts incontournables de la RSE issus de l'entreprise, des institutions, des associations, des ONG, de l'enseignement supérieur ou encore des syndicats. Depuis 3 ans, le Palmarès Giverny - Le Point valorise chaque année 50 leaders engagés de moins de 40 ans qui contribuent à l'accélération de la transformation écologique et sociale de la France.

Temps fort de chaque rentrée économique, la cinquième édition du Forum de Giverny, 1er RDV annuel de la RSE, a lieu le vendredi 1er septembre 2023. A cette occasion, le Cercle dévoile 30 propositions issues des groupes de travail de l'année. Celles-ci permettent d'appréhender de nouvelles ambitions nécessaires pour la RSE et donnent aux parties prenantes des outils et des idées pour accélérer sur un sujet essentiel de notre civilisation.

Site Internet : www.cercle-giverny.fr

A propos d'Accenture

Accenture est un leader mondial de services professionnels qui aide les plus grandes entreprises, gouvernements et autres organisations à construire leur noyau numérique, à optimiser leurs opérations, à accélérer la croissance de leur chiffre d'affaires et à améliorer les services aux citoyens, créant ainsi une valeur tangible à grande vitesse et à grande échelle. Nous sommes une entreprise axée sur le talent et l'innovation, qui compte 732 000 personnes au service de clients dans plus de 120 pays. La technologie est aujourd'hui au cœur du changement, et nous sommes l'un des leaders mondiaux dans la conduite de ce changement, avec de solides relations avec l'écosystème. Nous combinons notre force technologique avec une expérience sectorielle inégalée, une expertise fonctionnelle et une capacité de livraison globale. Notre large gamme de services, de solutions et d'actifs dans les domaines de la stratégie et du conseil, de la technologie, des opérations, de l'industrie X et d'Accenture Song nous permet d'obtenir des résultats tangibles. Ces capacités, associées à notre culture du succès partagé et à notre engagement à créer de la valeur à 360°, nous permettent d'aider nos clients à réussir et à construire des relations durables et de confiance. Nous mesurons notre succès à la valeur à 360° que nous créons pour nos clients, nos collègues, nos actionnaires, nos partenaires et nos communautés. .

Site Internet : www.accenture.fr

accenture



Copyright © 2023 Accenture.
All rights reserved.

Accenture and its logo are
registered trademarks of Accenture.

This document refers to marks owned by third parties. All such third-party marks are the property of their respective owners. No sponsorship, endorsement or approval of this content by the owners of such marks is intended, expressed or implied.

This content is provided for general information purposes and is not intended to be used in place of consultation with our professional advisors.