

Paris, Le 3 Décembre 2018

### Développement durable : les midcaps françaises pionnières

- **Au niveau mondial, une entreprise de taille moyenne sur deux (49%, et 50% en France) envisage sa stratégie de développement durable dans le but de réduire avant tout son impact environnemental**, loin devant les considérations sociales (16%) ou de gouvernance (16%) ;
- **Par ailleurs, globalement, les entreprises prennent en compte les enjeux liés à la finance durable. Plus d'une entreprise sur deux (58%, et 39% en France) déclare connaître et utiliser ce mode de financement spécifique intégrant l'un des critères ESG.**
- En France, les principaux outils de financement durable utilisés sont **les obligations vertes (56%), les fonds d'investissement socialement responsables (45%), les projets d'investissement / financement de projet verts (40%) et les green loans (40%)**.
- **Dans le monde, la quasi-totalité des entreprises (87%, et 80% en France), considèrent que la mise en œuvre de pratiques commerciales respectueuses du développement durable se traduira à court-terme par un impact positif sur la croissance de leurs activités et sur leur rentabilité ;**
- **Les entreprises françaises sont les plus engagées**, juste derrière la Chine, **dans la mise en œuvre d'une stratégie durable**. Elles sont en effet **plus de la moitié (54%) à adopter un positionnement pionnier**, fondé sur la conviction que la durabilité est indissociable de leur identité, de leur stratégie et de l'impact sur leur activité (pour 41% des entreprises dans le monde) ;
- **Pour près d'une entreprise française sur deux (45%), le principal frein à la mise en œuvre d'une stratégie de développement durable réside dans la capacité à mobiliser les financements adéquats en proportions suffisantes**, devant la capacité à absorber la surcharge de travail qui découle de la mise en œuvre d'un agenda dédié et la gestion d'un environnement business perçu comme moins flexible (34%) (Respectivement 48%, 40% et 39% des entreprises dans le monde) ;
- **Au niveau mondial, plus de trois entreprises sur quatre (77%) prévoient d'optimiser le contrôle de leurs chaînes d'approvisionnement** en incitant leurs fournisseurs à mettre en œuvre une démarche de développement durable. **En France, ce sont même plus de 8 entreprises sur 10 (81%)** qui souhaitent appliquer cette stratégie.

### Les entreprises de taille moyenne bien informées et souvent actrices de la finance durable

Lorsqu'on les interroge sur leur stratégie vis-à-vis des critères ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance), la moitié (50%) des entreprises françaises, en ligne avec le reste du monde, se déclarent préoccupées avant tout par leur **impact environnemental**. Le critère environnemental est prépondérant en Inde (61%) et en Australie (63%) tandis que les critères sociaux et de gouvernance sont privilégiés au Mexique et à Singapour (respectivement 28% et 26%) par exemple. Les problématiques de gouvernance ont déjà été massivement adressées en France, **puisque 3 entreprises sur 4 (75%) ont déjà mis en place ce type de mesures**.

Parmi les politiques de développement durable déjà en vigueur dans le monde, les entreprises se sont globalement attachées à privilégier des mesures concrètes de **réaménagement des espaces de**

**travail et de maximisation du bien-être de leurs collaborateurs (57%),** devant la mise en œuvre de **processus opérationnels durables (56%)** et **l'utilisation d'énergies renouvelables (50%).**

**Par ailleurs, globalement, plus d'une entreprise sur deux (58%, et 39% en France) déclare aussi connaître et utiliser des outils de finance durable.** Les entreprises françaises sont plutôt expertes en la matière puisque seulement 3% n'en ont jamais entendu parler contre 15% dans le monde.

Les principaux outils de financement durable utilisés sont les **obligations vertes (56%),** les **fonds d'investissement socialement responsables (45%),** les **projets d'investissement / de financement de projet (40%)** et les **prêts verts / de financement (40%).** L'un des principaux avantages du financement durable est le renforcement de la réputation de l'entreprise en matière de responsabilité sociale et environnementale (43%), mais aussi la possibilité de bénéficier de produits financiers sur mesure et personnalisables (42%) et de prêteurs prêts à adopter une vision à plus long terme (39%).

**Enfin, à l'échelle internationale, pour près d'1 entreprise sur 2 (48%, 45% pour la France), le principal frein à la mise en œuvre d'une stratégie de développement durable réside dans la capacité à mobiliser les financements adéquats en proportions suffisantes.** Parmi les autres obstacles les plus couramment évoqués figurent en bonne place la capacité à absorber la surcharge de travail liée au déploiement des mesures dédiées (40%, et 34% pour la France) et la gestion d'un environnement business perçu comme étant plus contraint et moins flexible (39%, et 34% pour la France).

### **Conviction que la stratégie durable impacte l'image, la croissance et la rentabilité des entreprises**

**Dans le monde, la mise en œuvre des stratégies de développement durable est conditionnée par l'influence directe de 5 grandes familles distinctes de facteurs :**

- la préservation de l'image de marque et le capital réputation
- la réponse aux attentes de l'écosystème des parties prenantes
- la recherche de gains de productivité,
- le respect des contraintes légales
- le respect des standards existants

Au-delà de leurs convictions, **plus de 3 entreprises sur 5 (61%)** à travers le monde sont influencées dans leur approche de la politique durable par leur **image de marque,** devant la volonté de s'inscrire en **cohérence avec la mission et les valeurs de l'entreprise (59%)** et la nécessité d'adaptation à **l'évolution des standards de leur environnement concurrentiel (56%).**

**À l'échelle internationale, l'influence des clients est remarquable,** puisque la quasi-totalité des entreprises (87%, et 80% en France) considèrent que la mise en œuvre de mesures assurant un développement durable se traduira également **par un impact concret et positif sur la croissance de leurs activités et sur leur rentabilité, dans les trois prochaines années.**

À plus long terme et sur un horizon de temps supérieur à 3 ans, ce sont même 92% des entreprises à travers le monde qui sont convaincues que la mise en œuvre de ce type de pratiques a un impact positif sur leur activité. **Cet optimisme est toutefois teinté de fortes disparités :** là où les **collaborateurs titulaires d'un poste à dominante « développement durable »** sont **67%** à exprimer leur adhésion franche à cette perception, **les collaborateurs titulaires d'un poste à dominante financière ne sont que 42%.**

### **Entreprises françaises : un positionnement « pionnier » unique en matière de conversion aux enjeux du développement durable**

**Le positionnement et le niveau d'engagement des entreprises** à travers le monde face à l'enjeu du développement durable peuvent être hiérarchisés selon **4 catégories :**

- **les « pionnières »**

- les « survivalistes »
- les « pragmatiques »
- les « attentistes »

À l'échelle internationale, un peu plus de 4 entreprises sur dix (41%) adoptent un positionnement pionnier fondé sur la conviction que la durabilité est indissociable de leur identité, de leur stratégie et de leur impact business et sociétal. Toutefois, elles sont aussi 39% à adopter un positionnement survivaliste, moins ambitieux et fondé sur la conviction que la conversion à l'enjeu du développement durable est dictée par un impératif de survie. Par ailleurs, ce sont 18% des entreprises qui adoptent un positionnement pragmatique fondé sur la conviction que la prise en compte de l'enjeu du développement durable n'est qu'un aspect important parmi d'autres d'une stratégie RSE globale. Enfin, 2% des entreprises préfèrent une attitude attentiste qui consiste à ne pas prendre en compte l'enjeu du développement durable.

Les entreprises françaises se caractérisent par un niveau d'engagement particulièrement significatif permettant à la France d'occuper **la seconde position** des pays dans lesquels les entreprises sont les plus en avance en termes de prise en compte de l'enjeu du développement durable. Elles sont ainsi **plus d'1 sur 2 (54%) à adopter un positionnement pionnier, derrière les entreprises chinoises (67%), mais largement au-dessus de la moyenne mondiale (41%)** et devant les entreprises britanniques (37%), allemandes (33%) et américaines (22%).

### Le contrôle des chaînes d'approvisionnement, un vecteur d'opportunités pour les entreprises

**Dans les années à venir, le contrôle des chaînes d'approvisionnement comptera parmi les enjeux clés dans le cadre des stratégies de développement des entreprises.** En France, les entreprises de biens et de services sont ainsi respectivement 92% et 83% à déclarer déjà exercer un contrôle sur une partie de leurs chaînes d'approvisionnement. Toutefois, pour 1 entreprise sur 3, ce contrôle n'excède pas 20% des chaînes.

Les entreprises françaises de biens et de services envisagent d'augmenter la rentabilité de leurs chaînes (pour 26% et 24% d'entre elles), de réduire les coûts associés à leurs chaînes d'approvisionnement (pour 26% et 32% d'entre elles) et d'en valoriser la dimension éthique et durable, considérée comme un atout essentiel dans la conduite de leurs activités commerciales (pour 88% et 79% d'entre elles).

**En France, les entreprises envisagent en grande majorité (81%) d'optimiser le contrôle de leurs chaînes d'approvisionnement en incitant leurs fournisseurs à mettre en œuvre une démarche de développement durable, largement au-dessus de la moyenne mondiale (77%).** Pour 1 entreprise française sur 2 (50%), le principal bénéfice associé au contrôle de leurs chaînes d'approvisionnement réside dans la perspective d'opportunités d'investissement renforcées, devant la capacité à valoriser un engagement de traçabilité (39%).

**Enfin, en matière d'adoption de pratiques durables, les entreprises françaises se trouvent confrontées à 5 problématiques majeures :** la gestion durable et le recyclage des déchets résultant de leurs activités (7%) ; la mobilisation d'une surface financière dédiée en proportion suffisante (7%) ; l'exploitation de matières premières recyclées ou issues du développement durable (6%) ; la réduction de la consommation énergétique (5%) et l'optimisation des espaces de travail (5%).

**Contact presse :** Amélie RIVENET – 01 40 70 73 41 – [amelie.rivenet@hsbc.fr](mailto:amelie.rivenet@hsbc.fr)

#### **HSBC en France**

HSBC France est une filiale du Groupe HSBC. Le siège de HSBC France est situé à Paris. Avec environ 320 points de vente sur le territoire national et près de 9500 collaborateurs, HSBC en France développe des activités de banque universelle auprès de clientèles de particuliers et d'entreprises.



## Communiqué de presse

*L'enquête **HSBC Midcaps Sustainability** est une enquête mondiale réalisée en partenariat avec Kantar. Elle fournit un panel d'éléments contextuels sur le niveau d'engagement des entreprises face aux problématiques de développement durable et à leur importance commerciale et analyse la perception de leurs cibles de clientèles face à la thématique de la finance verte, tant en termes de perspectives de mise en œuvre que d'opportunités et de risques associés. Cette étude reflète l'opinion de 1 980 responsables de la prise de décision ou de personnes ayant un rôle important dans le processus de prise de décision sur la stratégie de développement durable au sein des entreprises éligibles dans 13 pays et territoires à travers le monde ayant un chiffre d'affaires annuel compris entre 50M USD et 5bn USD. Cette enquête a été conduite par téléphone entre juin et septembre 2018.*