



«Green business»

Les entreprises françaises sont pleines de bonnes intentions mais les mettent rarement en œuvre...

Le manque de ressources dédiées constitue l'un des principaux freins à la mise en œuvre d'une démarche de développement durable.

PARIS - 24 novembre 2009. Suite à un sondage réalisé par Infor (leader mondial dans l'édition de solutions logicielles dédiées au 'mid-market') auprès de 119 responsables français*, 66% d'entre eux déclarent que la mise en œuvre d'une démarche de développement durable est devenue, aujourd'hui, plus prioritaire pour leur entreprise qu'il y a seulement un an. Toutefois, seuls 2% déclarent avoir mis en place des actions visant à remodeler leur chaîne logistique, afin de limiter leur empreinte carbone et 19% projettent de le faire dans les prochains mois. Ces chiffres tendent à prouver que si les entreprises françaises ont des bonnes intentions en matière de développement durable, elles sont, par contre, moins enclines à développer des actions concrètes sur le terrain.

S'il apparaît donc comme évident que les entreprises françaises souhaitent développer des stratégies 'green', elles ne semblent pas les considérer comme prioritaires pour le développement de leurs activités. Ainsi, 71% des répondants perçoivent le développement durable comme «quelque chose qui doit être fait pour le bien de la planète» et seulement 21% y voient une opportunité de développement et d'amélioration de leur rentabilité.

Parallèlement, alors que la moitié des entreprises interrogées (49%) se déclarent intéressées par la création d'initiatives visant à réduire leur empreinte carbone, elles n'ont, par contre, aucun plan pour les mettre en œuvre. L'an passé, seuls 2% avaient répondu à cette question et 19% avaient déclaré avoir des projets en la matière dans un futur proche. Aujourd'hui, bien que 30% n'aient ni projet ni intérêt quelconque pour ce type de démarche, 37% déclarent que leur entreprise est en cours de réflexion mais n'a pas prévu de budget dédié. Si ces chiffres semblent s'expliquer en partie par l'impact du climat économique actuel, 22% des entreprises déclarent toutefois avoir dépensé plus d'argent cette année que l'an passé en matière de développement durable et 12% déclarent s'y préparer.

Pour un quart des personnes interrogées (25%), la plus grande barrière réside dans le manque de ressources dédiées et pour 23% d'entre elles, le développement durable est d'abord considéré comme une activité 'à caractère distrayant'. En France, c'est le gouvernement qui joue un rôle moteur dans la prise de conscience des entreprises à devenir «éco-responsables», contrairement aux autres pays européens où les clients sont cités en tête des facteurs de motivation. Ceci s'explique notamment par les nombreuses législations qui visent à imposer des démarches concrètes aux entreprises, à commencer par la nouvelle loi sur la taxe carbone.

A noter enfin quelques autres chiffres et faits qui émanent de ce sondage :

- Les trois premiers facteurs qui apparaissent comme déterminants dans le cadre d'un projet de développement durable sont, par ordre d'importance : la volonté

de participer à un meilleur environnement, l'impact sur l'image de l'entreprise et la nécessité de se mettre aux normes, suivis par : l'apport d'avantages concurrentiels, les attentes des clients, la réduction des coûts et l'esprit de compétition.

- Plus de la moitié des entreprises interrogées (57%) pensent que mettre en place une stratégie de développement durable ne constitue pas un facteur qui pèse dans le choix de leurs clients.

** Le sondage a été mené auprès de 119 leaders de la chaîne logistique au cours de l'année 2009*

A propos d'Infor

Chez Infor, le client est au cœur de notre démarche. Nous sommes convaincus que les clients sont à la recherche d'un autre type de relation avec leur fournisseur de solutions logicielles, plus collaborative, comme ils sont à la recherche d'un autre type de solutions. Ces solutions ne doivent pas révolutionner leur existant mais leur permettre de le faire évoluer. Nos 8 000 collaborateurs, dans plus de 100 pays, et nos 70 000 clients comptent sur nous. C'est pourquoi nous souhaitons leur faire partager nos convictions et leur offrir une meilleure alternative. Pour toute information complémentaire : www.infor.com.