

## Les dirigeants de PME-ETI face à l'urgence climatique

**Bpifrance le Lab a interrogé 1 000 dirigeants de PME et ETI sur leur vision et la manière dont ils abordent la question des enjeux climatiques dans leur stratégie. Il ressort que 80% des dirigeants ont conscience de l'urgence climatique. Pour autant, malgré cette conscience civique forte, ils l'intègrent encore trop peu à leur stratégie d'entreprise : seuls 13% déclarent pouvoir réduire « de manière importante » leurs émissions carbone dans les cinq prochaines années. Pour agir et engager résolument la transition de leurs modèles, les dirigeants ont ainsi besoin d'être informés et accompagnés sur les actions concrètes à mettre en place.**

**Paris, le 8 juillet 2020** – Marches pour le Climat, Manifeste étudiant pour un réveil écologique, Convention citoyenne, « vague verte » aux élections municipales, relocalisation des productions... La transition écologique est aujourd'hui plus que jamais au cœur des débats citoyens et politiques. Fidèle à sa mission de stimuler les dirigeants d'entreprise pour faire face aux enjeux d'aujourd'hui et de demain, Bpifrance Le Lab s'est intéressé à leur vision de l'urgence climatique, au-delà de leur casquette de citoyen.

Un premier constat ressort de cette étude : **l'urgence climatique n'est plus à démontrer pour eux. Ils sont ainsi 80 % à avoir conscience de ce défi. Pour autant, cette conscience civique est encore peu traduite dans la stratégie de leurs entreprises** : interrogés sur l'impact du climat sur l'entreprise (et réciproquement), les dirigeants positionnent cette question à la dernière place de leurs enjeux stratégiques.

**Conséquence : peu d'actions climatiques d'envergure sont menées au sein des PME-ETI françaises.** 51% des dirigeants déclarent intégrer l'enjeu climatique dans leur stratégie, mais la majorité (environ deux-tiers des répondants) se focalise sur une optimisation de l'existant (efficacité énergétique, baisse des consommations) ou la mise en place de « gestes écologiques » (recyclage, réduction de l'usage du plastique et du papier...). Par ailleurs, les dirigeants sont peu nombreux à envisager un changement de *business model* comme un levier potentiel pour réduire leur empreinte : ils sont respectivement 12 % et 10 % à considérer cette option pour réduire l'empreinte carbone et l'empreinte environnementale.

### Conscience vs Engagement : les leviers identifiés qui expliquent le décalage

Seuls 13% des dirigeants déclarent pouvoir réduire « de manière importante » leurs émissions carbone dans les cinq prochaines années. Comment expliquer ce décalage entre la perception de la réalité climatique par les chefs d'entreprise et la faiblesse de la réaction ? Les dirigeants invoquent plusieurs motifs : les moyens financiers en grande majorité (49 % des répondants), mais aussi l'absence de solutions technologiques (32 %) et le manque de reconnaissance des clients (29 %), qui ne sont pas prêts à payer beaucoup plus pour un produit ou service respectueux du critère environnemental.

Pour les aider dans leur transition climatique, les dirigeants attendent notamment un soutien fort des pouvoirs publics : d'une part, des incitations financières, sous forme de subventions (64 %) ou d'aides fiscales (59 %) et d'autre part, des évolutions réglementaires (49 %).

Au-delà de ces mesures, l'étude de Bpifrance Le Lab identifie un levier motivationnel. Pour **Pascal Lagarde, Directeur exécutif de Bpifrance en charge de la Stratégie, des Etudes et du Développement**, « *La motivation à agir détermine*



*le niveau d'ambition. Nous avons repéré trois types de profils : les "convaincus", les "opportunistes" et les "contraints". En résumé : les dirigeants qui agissent par conviction plutôt que par opportunité ou par contrainte en font davantage. »*

67 % des dirigeants déclarent ainsi qu'ils adapteraient leur entreprise aux enjeux climatiques et environnementaux par conviction, plutôt que par opportunité ou contrainte. Ces « convaincus » sont par exemple plus nombreux à sélectionner leurs fournisseurs sur des critères environnementaux, à faire de l'écoconception ou à utiliser des énergies décarbonées.

## **Un fort besoin d'information et d'accompagnement est nécessaire**

L'étude révèle la forte corrélation entre l'information et la mise en place d'actions concrètes : « 65 % des dirigeants qui s'informent affirment avoir déjà intégré le climat dans leur stratégie, contre 19 % pour ceux qui ne s'informent pas. L'écart entre ces dirigeants montre que la question centrale est l'information. » analyse **Pascal Lagarde**.

L'accélération de la prise en compte des enjeux climatiques dans les trajectoires d'entreprises démarre par un exercice de pédagogie : plus les dirigeants s'informeront, plus ils seront convaincus de la nécessité d'agir, des opportunités à saisir et plus ils adapteront leurs entreprises.

Afin d'accompagner les dirigeants souhaitant s'informer, Bpifrance Le Lab propose dans cette étude, au-delà des constats, un guide pratique des risques et opportunités, avec un focus sectoriel sur le Transport, le Bâtiment et l'Agroalimentaire, ainsi que des actions concrètes pouvant être mises en place pour amorcer une démarche.

### **Ressource :**

- Retrouvez l'étude en téléchargement libre sur : <https://www.bpifrance-lelab.fr/Analyses-Reflexions/Les-Travaux-du-Lab/Les-dirigeants-de-PME-ETI-face-a-l-urgence-climatique>

### **Méthodologie :**

L'étude s'appuie sur une approche quantitative et qualitative. Une enquête en ligne a été menée auprès de 85 143 dirigeants de PME et ETI entre le 23 janvier et le 18 mars 2020 (chiffre d'affaires compris entre 2 millions et 1,5 milliard d'euros).

L'enquête a permis de collecter 1 006 réponses au total (taux de réponse de 1,2 %).

De plus, des entretiens ont été menés avec des experts et des dirigeants, ainsi que des analyses sur trois secteurs économiques (agroalimentaire, transport et bâtiment) :

- 19 dirigeants
- 10 experts dans différents secteurs (agroalimentaire, industrie, énergie, bâtiment et transport).

### **Contacts presse :**

**Bpifrance**  
**Sarah Madani**  
Tél. : 01 42 47 96 89  
[sarah.madani@bpifrance.fr](mailto:sarah.madani@bpifrance.fr)

**Bpifrance**  
**Anne-Sophie de Faucigny**  
Tél. : 01 41 79 99 10  
[as.defaucigny@bpifrance.fr](mailto:as.defaucigny@bpifrance.fr)

**À propos de Bpifrance Le Lab :**

Bpifrance Le Lab est un laboratoire d'idées lancé des PME-ETI. Sa mission : stimuler les dirigeants pour faire face aux enjeux d'aujourd'hui et de demain, par 3 actions conjuguées :

- tirer les meilleurs idées de la recherche et du terrain ;
- valoriser les expériences et les témoignages de dirigeants ;
- relier les dirigeants-lecteurs au sein d'une communauté de recherche participative.

Bpifrance Le Lab s'est doté de sa propre gouvernance, avec un Conseil d'orientation composé de personnalités interdisciplinaires et présidé par Nicolas Dufourcq, directeur général de Bpifrance.

Suivez nous sur Twitter : @BpifranceLeLab - @bpifrance - @BpifrancePresse

[www.bpifrance-lelab.fr](http://www.bpifrance-lelab.fr) – [www.bpifrance.fr](http://www.bpifrance.fr)