UTOPIES ©

NOTE DE POSITION
#9 // Mars 2017

OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE :

Et si votre stratégie RSE contribuait réellement à changer le monde ?

I. INTRODUCTION

D'une certaine façon, avec la célébration du trentième anniversaire du rapport de Gro Harlen Brundtland « Notre avenir à tous », publié en 1987 pour préparer le Sommet de la Terre de Rio, on peut dire que le concept de développement durable fête ses trente ans en 2017. C'est l'occasion d'un premier bilan, qui permet notamment de constater que ce qui était hier alternatif est désormais, et c'est tant mieux, passé dans la pensée dominante, et dans la norme sociale. Il ne viendrait plus à l'idée d'aucun dirigeant d'entreprise de déclarer que ces sujets n'ont aucune importance. Dans les entreprises, 30 ans après, la question n'est d'ailleurs plus tant de construire le « business case » (argumentation économique) d'une stratégie de développement durable menée en marge de l'activité… mais de manière croissante de poser la question de l'alignement du « business model » (modèle économique) qui fonde la stratégie avec les principes-mêmes du développement durable. Car depuis le mouvement de la « shared value » (création de valeur partagée, popularisée par Michael Porter et Nestlé), l'idée s'est répandue que les enjeux sociaux et environnementaux de notre temps interrogent de manière pertinente la stratégie de l'entreprise à l'aune de la façon dont elle les intègre pour en faire des risques… ou au contraire des opportunités. L'enjeu est désormais de passer d'une approche qui constatait froidement qu'il était impossible de construire un business viable sur une planète en faillite à une démarche plus enthousiasmante et positive, orientée sur la contribution sociétale de l'entreprise, dans un contexte où le monde est désormais prêt à payer les entreprises qui seront capables de l'aider à survivre. Comme le dit Peter Diamandis, fondateur du X Prize, « la plupart des gens pensent encore en termes de rareté, et de croissance linéaire. Ils voient les limites, plutôt que les possibilités. Ce faisant, ils oublient que les problèmes les plus importants de notre temps sont aussi les opportunités les plus importantes. » Faire se rejoindre les talents et les forces de l'entreprise avec les besoins du monde, comme le prônait Aristote, c'est tout l'intérêt d'une approche stratégique fondée sur les ODD…

LES OBJECTIFS DU DEVELOPPEMENT DURABLE

Les 17 Objectifs du Développement Durable (ODD) ont été adoptés fin septembre 2015, à l'occasion de l'ouverture de la 70e assemblée générale de l'ONU et du sommet sur le développement durable.

D'où viennent ces objectifs ? Ces ODD ont été définis par tous les gouvernements et font suite aux 8 Objectifs du Millénaire adoptés en 2000. Ce sont 17 engagements qui contribuent aux 3 piliers du développement durable. Entrés en vigueur en Janvier 2016 pour une échéance à 2030, ils prennent en compte de nouvelles préoccupations centrales à l'échelle planétaire.

Qui en sont les acteurs ? Les ODD donnent un cap global à tous les pays tout en mobilisant aussi le secteur privé et la société civile. C'est la première fois que le secteur privé est inclus dans un contrat social de telle ampleur, et que sa contribution est si primordiale. Les ODD s'adressent donc à tous et visent à être le « processus le plus inclusif de l'histoire des Nations Unies[2]. Il s'agit d'un des premiers textes co-construits avec de multiples parties prenantes.

Comment en mesurer l'avancement ? Les 17 ODD sont déclinés en 169 cibles (« targets ») accompagnées d'indicateurs. Ils permettent aux contributeurs de mesurer leur niveau d'avancement quant à leur accomplissement en 2030, et de se fixer des objectifs à leur échelle et selon leur champ d'action.

1. DES OBJECTIFS QUI INCARNENT LE CHEMIN IMMENSE RESTANT À PARCOURIR

Définis en 2015, les Objectifs du Développement Durable (#ODD) constituent un cadre universel de référence pour éradiquer la pauvreté, protéger la planète et garantir la prospérité pour tous dans le cadre d'un nouvel agenda de développement durable. Chaque objectif a des cibles spécifiques à atteindre dans les 15 prochaines années. Ces objectifs à 2030 donnent un cap important pour les collaborations futures entre secteur public, privé et associatif. Les initiatives prises pour atteindre ces objectifs doivent donc impliquer tous les acteurs, aussi bien au travers d'approches ascendantes que descendantes. Pour le sujet du climat par exemple, l'initiative Science Based Targets initiée par le CDP, le WRI, le Global Compact et le WWF aide les entreprises à mettre en place des objectifs d'émissions carbone en ligne avec les recommandations du rapport du GIEC. Elle compte plus de 200 inscrits aujourd'hui (dont Land Securities, Axa, GM, Pepsico et Kering) preuve que la mise en pratique concrète des ODD est une question qui mobilise de nombreuses entreprises.

Mais le chemin qui reste à parcourir pour atteindre ces objectifs est immense. Des analyses prospectives[1] estiment ainsi qu'aucun des 17 objectifs ne pourra être atteint à l'échelle mondiale d'ici 2030 en continuant sur la voie du « business as usual », et ce malgré la prise de conscience croissante des liens entre les sujets économiques, écologiques et sociaux.

Les principes d'ouverture, d'impact positif des activités mais aussi d'équité sur lesquels reposent les ODD correspondent aux défis de nombreuses entreprises aujourd'hui pour se réinventer et nourrir leur raison d'être. Pourtant, force est de constater que l'intégration des ODD aux stratégies des entreprises, un an après leur lancement, reste timide, ou encore trop souvent survolée ou abordée comme un simple sujet de conformité à un énième référentiel RSE.

2. COMMENT ACCÉLÉRER LA TRANSITION ?

Pourtant, ces objectifs sont autant d'opportunités pour les entreprises de collaborations inédites avec tous les acteurs de la société, de refonte des modèles économiques, d'innovations positives et de transparence accrue sur leur contribution effective au développement durable à l'échelle planétaire. Pour cela, l'adoption des ODD a vocation à prendre une dimension plus stratégique au sein des entreprises, source d'intérêt des dirigeants, de mobilisation des collaborateurs, de développement de nouvelles offres et d'enrichissement de la valeur de la marque.

Pour Paul Polman, PDG d'Unilever, qui a supervisé un récent rapport sur les ponts entre les ODD et les stratégies des entreprises[3], les ODD offrent *« l'opportunité de créer plus de 12 000 milliards de dollars de nouvelles opportunités de marché d'ici à 2030, à condition que les entreprises se lancent dans des modèles économiques plus durables, avec de nouveaux investissements et de l'innovation ».*

1 : DNV GL, Avril 2016, "Future of spaceship earth – Will the Sustainable Development Goals be reached?"
2 : Ban Ki Moon, 26 Septembre 2015, Discours du Forum Privé des Nations-Unies
3 : Business & Sustainable Development Commission, Janvier 2017, Rapport "Better Business, Better World"

II. LES ENTREPRISES : DES ACTEURS PLUS QUE JAMAIS INDISPENSABLES DANS LA RÉSOLUTION DES GRANDS DÉFIS SOCIÉTAUX

Le secteur privé représente à présent près de 60% du PIB mondial[4]. La mondialisation a concentré le pouvoir économique entre les mains d'un petit groupe de très grandes entreprises qui sont en capacité de changer le monde à une échelle qui était auparavant réservée aux nations : un petit millier d'entreprises pèse autant que la moitié des 60 000 entreprises cotées dans le monde. Ces groupes contrôlent l'économie mondiale et leur impact est gigantesque, qu'il s'agisse d'effets positifs ou négatifs[5]. Autant dire que par leur capacité d'investissement et d'innovation, les entreprises jouent un rôle central dans le développement de solutions économiquement viables aux défis posés par le développement durable. Ces dernières décennies ont vu un changement dans l'approche des entreprises au développement durable – d'une démarche mécénale et philanthropique dans les années 90, à des stratégies défensives et marquées par la minimisation des impacts négatifs de l'activité (« less bad ») et une RSE fonctionnant en silo dans les années 2000, pour petit à petit s'orienter vers la recherche d'un impact positif (« more good »), l'intégration du développement durable au business, la transformation radicale des offres et des modèles économiques, l'innovation et le marketing.

1. UN EFFET D'ENTRAÎNEMENT DU SECTEUR BANCAIRE ET FINANCIER

En parallèle, il est estimé que 5000 à 7000 milliards de dollars[6] d'investissements seront nécessaires à la réalisation de ces objectifs à l'échelle mondiale - une somme que les gouvernements ne sont pas en mesure de mobiliser seuls - le secteur financier sera donc un acteur décisif pour orienter les investissements vers des organisations acteurs et projets contributifs. Et il a déjà commencé à prendre la mesure de ses responsabilités.

// DES BANQUES HOLLANDAISES MONTRENT L'EXEMPLE

ING Direct, Rabobank, Triodos Bank ainsi que 15 autres établissements financiers néerlandais se sont engagés publiquement à contribuer aux ODD avec une action collective : le Dutch SDG Investing Agenda, initiative qu'ils ont présentée au gouvernement pour faire appel à davantage de collaboration. Le consortium estime qu'il est dans l'intérêt de ses investisseurs et de ses opérations de prendre en compte les plus grands défis sociaux et environnementaux dans ses investissements.

Plusieurs investisseurs ont ainsi fait preuve d'innovation en lançant des indices boursiers, fonds à impact et produits structurés centrés sur la contribution des entreprises en faveur des ODD. Un exemple : en avril 2016, une initiative est lancée par la plus grande compagnie de gestion d'actifs du monde, **BlackRock**. L'ETF obligataire durable, l'« iShares Sustainable MSCI Global Impact ETF », est un nouveau fond ESG. Cet indice cherche à répliquer l'indice MSCI ACWI Sustainable Impact Index. Les entreprises qui y sont intégrées tirent une majorité de leurs revenus de produits et services qui adressent au moins un des défis énoncés par les ODD.

Dans le même esprit, **BNP Paribas CIB** a lancé en août 2016 un indice spécifique pour les entreprises contribuant de manière positive aux ODD, « Solactive Sustainable Goals Europe MV ». Cet indice, créé en collaboration avec Solactive et Vigéo-Eiris, regroupe les actions de 30 entreprises européennes sélectionnées selon plusieurs critères, financiers et extra-financiers. L'indice impose qu'au moins 20% des produits et services des entreprises sélectionnées contribuent positivement au développement durable, et qu'elles figurent parmi les leader de leur secteur dans au moins un des thèmes des ODD.

Les investissements annuels en la matière restent néanmoins très insuffisants à l'échelle globale. Par ailleurs, certains investisseurs institutionnels, dans le cadre de leur politique d'engagement actionnarial, ont formellement incité les entreprises dont ils détiennent des actions à adopter une vision long-terme. Enfin, des agences de notation extra-financières comme Oekom publient désormais leur classement ESG à l'aune des ODD, créant pour les entreprises de vraies incitations à démontrer leur contribution à ces Objectifs planétaires.

4 : DNV GL, Avril 2016, "Future of spaceship earth – Will the Sustainable Development Goals be reached?"
5 : Robert Eccles and George Serafeim, "Top 1,000 companies wield power reserved for nations", Bloomberg, 11 September 2012.
6 : Éric Usher, Directeur de l'Initiative Finance du Programme des Nations-Unies pour l'environnement, 30 Janvier 2017, « Communiqué de presse de l'UNEP »

« Notre engagement à 2018 d'avoir 15% de crédits entreprises contribuant strictement à l'atteinte des ODD est le fruit d'une réflexion poussée, préalable à l'adoption des ODD, sur l'identification des financements, opérations et services à impact positif. Notre rôle dans l'atteinte des ODD est double : financer directement des projets à impact positif mais aussi orienter l'épargne du public et des professionnels vers ces projets, au travers de produits d'investissement innovants, comme avec Solactive ».

Nathalie Jaubert, Délégation à la Responsabilité Sociale et Environnementale, Groupe BNP Paribas

2. DE NOUVEAUX *BUSINESS CASES* À ÉTABLIR

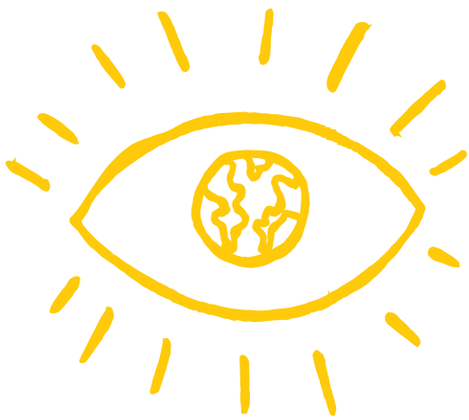
Pour réellement investir dans de nouveaux projets ou activités contributifs aux ODD, l'élaboration de business cases et argumentaires économiques « élargis » est essentiel, devant notamment prendre en compte les facteurs suivants :

Appréhension de nouveaux marchés
Les ODD reflètent un positionnement public à long terme sur lequel les entreprises peuvent fonder leur compréhension des besoins et de la demande future. Ce sont autant de nouveaux marchés prometteurs, mais aussi plus complexes à saisir.

Anticipation des évolutions règlementaires
Si les ODD ne sont pas un engagement légal, ils sont tout de même l'indication d'une potentielle feuille de route législative que pourraient adopter progressivement les Etats pour avoir quelque chance de les atteindre. Les entreprises capables de mesurer leur impact, positif ou négatif, en regard de ces Objectifs, seront aussi mieux préparées aux futures évolutions règlementaires, comme des exemples français récents (Loi sur la transition énergétique, Loi sur le devoir de vigilance…) le démontrent.

Capacité à exercer dans le long-terme
Les ODD permettent aux entreprises de préserver l'environnement qui leur est nécessaire pour se développer et prospérer. Ignorer les sujets couverts par les ODD serait source d'instabilité sociale, politique et environnementale, affectant directement les ressources, clients et opérations de l'entreprise. L'évaluation des risques financiers liés au climat va déjà dans ce sens.

Alors que les outils d'analyse d'impacts et les indicateurs associés se sont beaucoup développés, et sont par ailleurs référencés au sein du SDG Compass, les outils et méthodologies analysant les opportunités à l'échelle d'un secteur et d'un pays sont plus émergents.
Dans le secteur des Technologies de l'Information et de la Communication par exemple, les acteurs se sont regroupés afin d'établir une étude sur les opportunités liées aux ODD au sein de l'industrie. Elle conclut que ce sont près de 1700 milliards de dollars qui pourraient être générés grâce aux solutions digitales qui contribuent à l'accomplissement des ODD[7].



« Cartographier les politiques, les projets et cibles existants pour les faire correspondre aux 169 cibles des ODD a été pour nous la première étape. Mais la véritable valeur de cette approche par les ODD est évidemment dans les opportunités énormes que leur atteinte peut générer pour les entreprises, les gouvernements et la société. L'étude menée par le GeSI nous a aidé à montrer ce que cela pouvait vouloir dire, concrètement, pour notre secteur et nous l'utilisons pour concevoir nos futurs plans. ».

Richard Marsh, BT Group

7 : Revue de Presse, 14 Juin 2016, « Digital solutions to drive progress toward United Nations Sustainable Development Goals by 2030 »

III. COMMENT APPRÉHENDER LES ODD POUR LES INTÉGRER À SA STRATÉGIE ?

LE SDG COMPASS

L'objectif du "SDG Compass", développé par la GRI et le WBCSD avec les Nations-Unies, est de guider les entreprises dans l'alignement de leur stratégie et de les accompagner dans la mesure de leur contribution aux ODD. Cinq étapes peuvent permettre aux entreprises d'optimiser leur contribution aux Objectifs du Développement Durable, selon le rapport : elles sont adaptables aux spécificités de chaque entreprise et au niveau d'intégration de la RSE dans sa stratégie.

01 - Comprendre les ODD : se familiariser avec ces objectifs est une première étape

02 - Définir les priorités : évaluer les impacts positifs et négatifs, présents et futurs, sur les ODD au sein de sa chaîne de valeur

03 - Définir des objectifs : s'engager pour le développement durable en alignant les objectifs globaux de l'entreprise sur les ODD

04 - Intégrer le développement durable au cœur du business et de la gouvernance : s'engager à contribuer aux ODD dans toutes les fonctions de l'entreprise, au sein de sa chaîne de valeur, en travaillant avec les gouvernements et la société civile.

05 - Rapporter et communiquer : les indicateurs communs et des priorités partagées permettent de communiquer efficacement sur les ODD.

De la matérialité au reporting en passant par l'innovation et la stratégie de marque, les ODD peuvent nourrir les stratégies RSE dans leur évolution vers une plus grande intégration au business. Par leur structuration, la clarté qu'ils apportent vis-à-vis des objectifs et le langage universel qu'ils permettent, ils peuvent aussi demain faciliter la transparence et un dialogue constructif avec les parties prenantes sur la contribution réelle de l'entreprise au mieux-être sur la planète.

1. LES ODD COMME OUTIL DE DIALOGUE ET DE COLLABORATION

Issus d'une consultation multipartite, les ODD reflètent tous les intérêts et rassemblent des acteurs multiples. Ils reflètent les attentes futures des parties prenantes. L'ampleur de la tâche fait de ces objectifs, à portée mondiale et universelle, un objet idéal de dialogue et de collaboration avec ses clients, ses fournisseurs, ses confrères au sein d'un même secteur, les communautés dans lesquelles elle est présente et les acteurs de la société civile. Associer les parties prenantes-clés aux réflexions pour co-construire l'intégration des ODD à la stratégie de l'entreprise paraît ainsi indispensable.

2. UN NOUVEAU CHAMP POUR LE « PURPOSE » ET LES MARQUES

Les ODD sont une nouvelle incitation à réfléchir à développer des offres plus vertueuses qui permettent aux entreprises de contribuer positivement à la société. Ils nourrissent la marque et en particulier son Positionnement ou « Purpose » (le premier des 9 P du référentiel de la marque Positive créé par Utopies en 2015). Une marque se positionne en formalisant au travers de sa mission ou de son slogan son ambition en matière de contribution sociétale. Elle place au cœur de sa raison d'être l'amélioration de la condition humaine, la relation entre les gens ou la relation à la nature. Le positionnement d'une entreprise sur les ODD implique de manière puissante et engageante les directions Marketing et les directions générales.

Exemple #1 //OneWater : une marque pour répondre à l'un des objectifs ?

One est une marque d'eau en bouteille britannique dont les bénéfices sont reversés à des projets soutenant un accès à l'eau durable pour les populations du monde les plus vulnérables. Le message clé est simple : en changeant votre marque d'eau en bouteille, vous améliorez la vie de l'autre côté du monde. Pour s'inscrire d'autant plus dans cette contribution globale aux ODD, One Water a participé à élaborer une solution de financement innovante dédiée à la question de l'eau : le Global Investment Fund for Water reçoit un centime par litre d'eau acheté. Il a pour but d'accélérer l'accomplissement du ODD#6 « *Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all* » et encourage la consommation et la production durables de l'eau en bouteille à travers le monde.

3. LES ODD AMÈNENT À REPENSER L'INNOVATION

Les objectifs ambitieux des ODD nécessitent que les entreprises repensent leurs offres de produits et services, leurs stratégies commerciales et leurs modèles économiques qui concentrent les plus gros impacts. Cela renforce les démarches d'innovation « positives » et durables, encore très émergentes, mais aussi le développement d'une approche plus ouverte de l'innovation, qui dépasse la vision R&D et technique dominante pour intégrer des sciences plus « molles » et se reconnecter aux réels besoins.

L'innovation positive et durable est désormais la seule qui vaille, or les ODD déterminent sur 15 ans la trajectoire à suivre pour contribuer positivement au développement durable. De nombreux acteurs peuvent se mobiliser pour les ODD grâce à l'innovation : l'entreprenariat social et l'intra-prenariat ont un rôle clé à jouer dans l'apport de solutions. **Il est possible et nécessaire d'imaginer de nouvelles offres et de nouveaux modèles d'affaires réellement contributifs aux ODD.**

Exemple #2 //Philips et l'innovation positive au service des ODD

Améliorer la vie de 3 milliards de personnes par an d'ici 2025, c'est la raison d'être que s'est donné Philips. Pour remplir ce but, Philips a notamment publié en juin 2016 ses ambitions 2020 qui affichent très explicitement l'objectif d'avoir 70% du chiffre d'affaires de l'entreprise provenant d'innovations contribuant positivement à deux ODD :

ODD #7 - ENERGIE PROPRE ET D'UN COUT ABORDABLE
Philips ne s'engage pas seulement à fournir de la lumière aux communautés dans le besoin, elle contribue à fournir ce service d'une façon durable et centrée sur la communauté, en promouvant des lampes LED solaires qui remplaceront les lampes traditionnelles au kérosène ou au pétrole. Les populations visées, en Afrique et en Amérique Latine, sont les plus vulnérables en matière de précarité énergétique, et constituent aussi le plus grand levier pour atteindre cet objectif.

ODD #12 - CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES
Au cœur de son business model, Philips a décidé d'intégrer les usages de l'économie circulaire pour réduire les déchets ET la consommation. Philips réduit sa propre empreinte environnementale et participe à réduire celle de ses clients. L'entreprise rénove le matériel médical qu'elle vend à ses clients, pour leur donner une seconde vie et éviter une production supplémentaire, et les émissions de gaz à effets de serre associés.
Dans le cadre de son Programme « Green Innovation », Philips applique aussi les principes d'EcoDesign et d'économie circulaire, en définissant six « Green Focal Areas » pour l'amélioration de sa performance environnementale : Energie, Emballages, Substances, Poids et Matières, Circularité et Durée de vie.

4. LES ODD NOURRISSENT ET CHALLENGENT L'INTÉGRATION STRATÉGIQUE DE LA RSE

Parler stratégie, c'est parler création de valeur. Une entreprise créera de la valeur à long-terme en répondant à des besoins par des solutions innovantes et en saisissant les nouvelles opportunités. Les ODD peuvent désormais servir de repère dans toutes les étapes de la définition d'une stratégie RSE. Se repositionner dans un monde en transition, c'est se réinventer et donner une autre dimension à la RSE dans l'entreprise.
Dans cette perspective, il va de soi qu'adopter les ODD ne saurait se limiter à un simple « reclassement » des initiatives existantes selon les 17 objectifs ou 169 cibles. Cet exercice peut constituer une première étape d'appropriation mais ne saurait convaincre de la réelle volonté stratégique de l'entreprise de contribuer aux ODD.
L'enjeu est plutôt de s'appuyer sur les ODD à certaines étapes clés dans la définition d'une stratégie RSE intégrée à la stratégie d'entreprise.

Dans l'**Analyse de matérialité**, il est nécessaire d'accorder de l'importance à la portée stratégique, la dimension prospective et au caractère spécifique à l'entreprise des enjeux faisant l'objet de l'étude. Un levier pour cela est l'intégration systématique à cet exercice des ODD pertinents pour l'entreprise et travaillés dans ce sens.

Les ODD peuvent de ce point de vue s'avérer de précieux outils dans le retraitement des enjeux pour évaluer leur résonance sociétale (importance pour les ONG, perspectives réglementaires, …) mais aussi les opportunités de marché à l'avenir. A notre sens, il ne s'agit pas de réaliser un exercice de matérialité dédié aux ODD mais bien de les intégrer à un exercice de matérialité global et stratégique.

Par ailleurs, dans la fixation des objectifs sur les engagements prioritaires, il est intéressant de coupler une analyse de la performance existante et de la trajectoire de progrès de l'entreprise (approche « faisabilité ») avec la contribution attendue de l'entreprise sur des objectifs globaux de long-terme (approche « crédibilité des engagements »). Les « cibles » détaillées par ODD fournissent sur certains sujets de nouveaux repères pour des engagements de long-terme et leurs jalons intermédiaires crédibles. Sur les engagements climatiques, des progrès considérables ont été fait grâce aux « Science Based Targets », une initiative qui aide les entreprises à définir à leur niveau des objectifs d'émissions carbone qui soient en ligne avec les recommandations du rapport GIEC et la trajectoire 2°C.

Exemple #3 //Enel : aligner ses objectifs aux ODD

Le plan stratégique d'Enel s'étend sur la période 2015-2020 et repose sur 4 piliers auxquels correspondent 4 SDG. Ce plan stratégique s'aligne avec son plan d'action Développement Durable (2016 à 2020) défini par analyse de matérialité.
En priorisant les ODD et en se fixant des objectifs précis sur chaque ambition, Enel construit une stratégie corporate long-terme mesurable au travers de sa contribution aux ODD.

Enel inclut dans sa communication stratégique des références à son alignement aux ODD. Ses présentations aux investisseurs témoignent qu'elle se concentre sur quatre piliers/ODD, et exposent ses ambitions sur des "Sciences-Based Targets" dans chaque domaine.

5. COMMENT RENDRE COMPTE DE SA CONTRIBUTION AUX ODD

Exemple #4 // British Telecom : un reporting clair sur les ponts entre ODD et business

Un reporting qui permet d'identifier clairement ses enjeux stratégiques en lien avec les ODD
BT a réalisé en 2016 un rapport « Delivering our purpose » n'intègre pas seulement une réflexion sur les conséquences business de la non-atteinte des ODD mais aussi une infographie parlante sur les actions à mettre en place pour atteindre les ODD à son échelle. BT met également en perspective ses enjeux au regard de ceux de son secteur, les Technologies de l'Information et de la Communication.

Un reporting qui intègre les ODD aux référentiels existants
BT a intégré les ODD à son rapport GRI au travers d'une table de correspondance, utilisant les outils à sa disposition tel que le SDG Compass et les « targets » pour produire un reporting cohérent et qui se fonde sur les référentiels existants. Ainsi, BT fait preuve de transparence et garantit la comparabilité sur les informations qu'il communique.

Contribuer positivement aux ODD passera tout d'abord par éviter de les mettre en péril : en limitant le développement d'activités qui ralentiraient leur accomplissement et en réduisant les impacts négatifs de l'entreprise sur le développement durable. Le SDG Compass rappelle que les entreprises doivent de manière prioritaire se conformer à toutes les réglementations en vigueur, aux standards minimums internationaux et respecter les droits universels. **La transparence des entreprises au regard de l'impact de leurs activités sur l'environnement et la société demeure donc un socle de base.** Les engagements affichés en termes de contribution aux ODD doivent faire l'objet d'un suivi au travers d'indicateurs de progrès précis et personnalisés pour mesurer leur niveau d'accomplissement, et refléter les enjeux matériels de l'entreprise. Certains investisseurs se sont déjà inquiétés du risque de « ODD-Washing » face au constat de reporting trop superficiel en la matière.
Le Global Compact et la GRI s'apprêtent d'ailleurs à lancer une plateforme multi-parties prenantes « Reporting on the SDGs » incluant des représentants des Etats, d'organisations internationales, de la société civile et d'investisseurs pour adresser ce défi. Cette plateforme émettra des recommandations auprès de l'ONU sur les indicateurs prioritaires pour suivre la contribution réelle des entreprises aux ODD. D'ici là, la table de correspondance existante entre les cibles ODD et les indicateurs GRI constitue une première base mais demande à être retravaillée au niveau de chaque entreprise pour rendre compte des impacts et des contributions qui lui sont propres.

> *« Depuis bientôt deux décennies, GRI aide les entreprises à comprendre leurs impacts sur nombre de ces enjeux. Notre collaboration avec le Pacte Mondial des Nations-Unies va donner aux entreprises le pouvoir de contribuer plus concrètement à l'accomplissement de ces objectifs globaux ».*
>
> *Juliette Gaussem, Manager Entreprises & Relations Parties Prenantes - GRI*

IV. CONCLUSION

L'adoption des Objectifs du Développement Durable touche aux projets stratégiques à 10 ans de l'entreprise. Elle demande de penser l'entreprise de demain ouverte, innovante, en résonance avec les besoins de la société, ayant intégré le développement durable au cœur de son offre et dans son positionnement de marque.

Ces réflexions constituent un pré-requis à la fixation d'objectifs, à la communication d'engagements et au reporting financier, extra-financier et intégré. A cette condition seulement, ceux-ci seront en effet crédibles vis-à-vis des parties prenantes, et en particulier des investisseurs, des ONG et des clients.

Les ODD ne sont pas un nouveau référentiel RSE mais bien une « analyse de matérialité » réalisée à l'échelle mondiale et qu'il s'agit maintenant d'exploiter au niveau de l'entreprise.

Si 81% des PDG (selon une étude de 2010 menée par le Global Compact et Accenture) estiment désormais avoir intégré le développement durable à leur stratégie (contre 50% en 2009), peu d'entreprises disposent encore de stratégies à la hauteur de l'accélération et du changement d'échelle nécessaires pour relever les défis planétaires… mais aussi pour saisir les opportunités liées à ces défis. C'est donc un chantier passionnant qui s'ouvre, et avec lui une nouvelle page du développement durable, 30 ans après le rapport fondateur de Gro Harlem Brundtland.

Elisabeth Laville // **Benjamin Enault** // **Jocelyne Ozdoba**
laville@utopies.com enault@utopies.com ozdoba@utopies.com

Avec la contribution de : Léa Brumter, Antoine Bateman et Mathilde Lafond

www.utopies.com