

Note sur la communication des entreprises en matière d'ODD

Henri Fraisse (FIDAREC) & Aurélien Feix (HEC)

Une diffusion en un temps record des ODD dans la communication des entreprises

Comme cela a été expliqué lors de notre première réunion, les ODD ont une visée supra-sectorielle : Ils s'adressent tout à la fois aux secteurs privé, public et associatif, qui sont chacun appelés à contribuer à leur réalisation. Pour ce qui est du secteur privé, les ODD ont indéniablement rencontré un écho très favorable. Les grandes multinationales ont été particulièrement promptes à afficher leur adhésion aux ODD :

- En 2017 déjà (c'est-à-dire seulement deux ans après la proclamation des ODD par l'Assemblée générale des Nations unies), **43%** des 250 plus grandes entreprises multinationales mentionnaient les ODD dans leur reporting extra-financier, selon une étude menée par la société d'audit KPMG.¹
- D'autres études, plus récentes, confirment cet engouement rapide pour les ODD. Selon une enquête conduite en 2018 par le fonds obligataire PIMCO auprès de 246 entreprises, **63%** d'entre elles se réfèreraient aux ODD dans leur communication aux parties prenantes.² D'après une étude de la société d'audit PwC analysant les rapports financiers et extra-financiers de 729 entreprises, elles auraient même été **72%** à le faire cette année-là (voir graphique 1).³

Notons par ailleurs que l'usage des ODD s'est également largement répandu dans les pratiques de travail des investisseurs à impact : D'après une enquête réalisée par le Global Impact Investing Network (GIIN) auprès de 257 investisseurs à impact, **72%** des organisations interrogées déclaraient « utiliser les ODD afin d'orienter leurs pratiques de mesure d'impact » en 2019.⁴ Selon cette même étude, l'usage des ODD aurait ainsi presque doublé en deux ans et les ODD constitueraient aujourd'hui **le cadre conceptuel le plus largement utilisé par les investisseurs à impact** – devançant ainsi les indicateurs IRIS, les cinq dimensions de l'impact selon l'IMP et les Principes pour l'Investissement Responsable des Nations unies (voir graphique 2).

Un éclairage complémentaire peut être fourni par le format de reporting utilisé par les entreprises, par construction il est un bon témoin de l'alignement stratégique et des process pilotés. Le format utilisé par les $\frac{3}{4}$ des entreprises en 2018 est celui du GRI très aligné sur l'esprit de l'ISO 26000 (voir graphique 2 bis⁵).

¹ KPMG. (2017). The road ahead: The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017. (p. 4). Cf. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>

² Cf. <https://global.pimco.com/en-gbl/insights/viewpoints/2018/12/corporate-reporting-on-the-un-sdgs-mapping-a-sustainable-future>.

³ PwC. (2018). From promise to reality: Does business really care about the SDGs? Cf. <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/sdg-reporting-2018.pdf>

⁴ Cela dit, l'emploi qui en est fait peut varier considérablement d'un investisseur à l'autre, les ODD pouvant être utilisés pour fixer des objectifs en matière d'impact, pour catégoriser les investissements existants, ou pour canaliser les investissements vers des ODD considérés comme prioritaires. Cf. GIIN. (2020). The state of impact measurement and management practice. Second edition. Cf. pp. 32 et 37.

⁵ PwC. (2018). <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/sdg-reporting-2018.pdf>

Quelles conclusions tirer de cette généralisation des ODD dans la communication des entreprises ?

A première vue, ces chiffres peuvent sembler être encourageants. Ils peuvent porter à croire que le monde des entreprises se serait désormais largement rallié à la cause des ODD, et œuvrerait de pied ferme à leur réalisation.

Or, nous devrions nous méfier de ce genre de conclusions hâtives. Il s'agit de déclarations. Certes, les chiffres susmentionnés attestent d'une généralisation de l'usage des ODD dans la communication des entreprises, mais ils ne disent rien de la *manière* dont ceux-ci sont utilisés en pratique. Une certaine prudence est donc de mise devant des estimations optimistes comme celle de l'entreprise d'analyse financière S&P Global (maison-mère notamment de la société de notation financière Standard & Poor's) qui estime que **42%** des revenus des entreprises de l'indice S&P Global 1200 (couvrant 70% de la capitalisation boursière mondiale) seraient désormais « alignés aux ODD » (*aligned to SDGs*).⁶

L'emploi problématique qui est fait des ODD dans la communication des entreprises

La vitesse même à laquelle les ODD se sont diffusés dans le discours des grandes entreprises a de quoi nous interpeller. Pour une entreprise multinationale, s'engager résolument en faveur des ODD représente un effort considérable : Cela suppose de comprendre les enjeux à relever ainsi que la manière dont ils sont liés entre eux, d'étudier comment l'activité de l'entreprise influe sur ces enjeux, d'explorer les possibilités qui existent pour faire évoluer les pratiques de l'entreprise, puis de les modifier en profondeur de manière à inscrire l'action de l'entreprise dans le processus de l'agenda 2030.

Il est évidemment hautement improbable que 60 à 70% des grands groupes internationaux aient aujourd'hui accompli cette démarche et que leur action soit à la hauteur de l'ambition affichée par la communauté internationale. A y regarder de plus près, il apparaît en effet que les entreprises font majoritairement un **usage superficiel des ODD**. Ainsi, PwC constate que si 72% des entreprises font mention des ODD, elles ne sont que 27% à les intégrer dans leur stratégie d'entreprise. De même, si selon PIMCO 63% des entreprises déclarent s'engager pour les ODD, elles ne sont que 19% à décliner cet engagement en objectifs chiffrés.

Trois pratiques problématiques semblent être courantes dans le monde des entreprises:

1. Le « **picorage** » (« *cherry-picking* »⁷), c'est-à-dire le fait de se contenter d'aborder des objectifs faciles à traiter, plutôt que de s'engager sur des ODD plus complexes à maîtriser mais sur lesquels l'entreprise en question pourrait avoir un impact plus fort. Selon PwC, le cherry-picking expliquerait en partie pourquoi la majorité de entreprises se focalise sur les ODD 8 (travail décent et croissance économique), 13 (mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques : opportunités de nouvelles activités ou/et menaces pour leurs positions actuelles) et 12 (consommation et production responsables), tandis qu'elles ont tendance à en délaisser d'autres (voir graphe 3).

⁶ Cette estimation est en effet contestable à bien des égards—notamment parce que le pourcentage résulte d'une simple addition des parts de revenus prétendument « alignés » à l'un des ODD. Cf. <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/blog/the-positive-impact-scorecard>.

⁷ PwC définit cette pratique de la manière suivante: “‘Cherry-picking’ refers to selecting goals and targets based on what is easiest for companies rather than what accounts for the highest priorities.” GRI & United Nations Global Compact. (2018). Integrating the SDGs into Corporate Reporting: A Practical Guide. (p. 8). Cf. https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI_UNGC_Reporting-on-SDGs_Practical_Guide.pdf.

2. L' « **ODD-washing** » (« *SDG-Washing* »⁸), c'est-à-dire le fait de privilégier la communication sur des ODD pour lesquels l'action des entreprises est bénéfique plutôt que de se référer à des ODD pour lesquels l'impact est négatif.
3. Le simple « **mapping thématique** »⁹, c'est-à-dire le fait de se contenter de traiter les ODD comme de vastes *thématiques* servant à catégoriser les initiatives de RSE de l'entreprise, plutôt que de les considérer comme des *objectifs* globaux à atteindre, desquels on ferait découler, au niveau de l'organisation, des mesures qui seraient à la hauteur de l'ambition affichée par la communauté internationale. Cette pratique nous semble être particulièrement problématique, car elle suggère l'existence d'un rapport d'adéquation entre l'action menée par l'entreprise et l'objectif affiché la communauté internationale (surtout lorsqu'elle s'accompagne de la sémantique de l'« alignement ») là où il n'existe, en réalité, qu'un simple lien thématique.

Ces pratiques vont à l'encontre de l'idée qui présidait à la formulation des ODD : celle d'inciter les acteurs économiques, au vu de la gravité des enjeux contemporains, d'entamer une réflexion approfondie sur les effets multiples et interdépendants de leurs activités sur la société et l'environnement et de les amener à transformer leurs pratiques en profondeur.

Rajoutons un éclairage complémentaire sur la possible convergence des moyens pour satisfaire les attentes partagées mais qui n'ont pas les mêmes priorités selon les acteurs. La répartition des rôles et les liens rattachant les différents objectifs garant d'un développement inclusif et pérenne ne semblent pas encore très clairs. (graphe 4 PwC 2017)

Graphes

Grappe 1

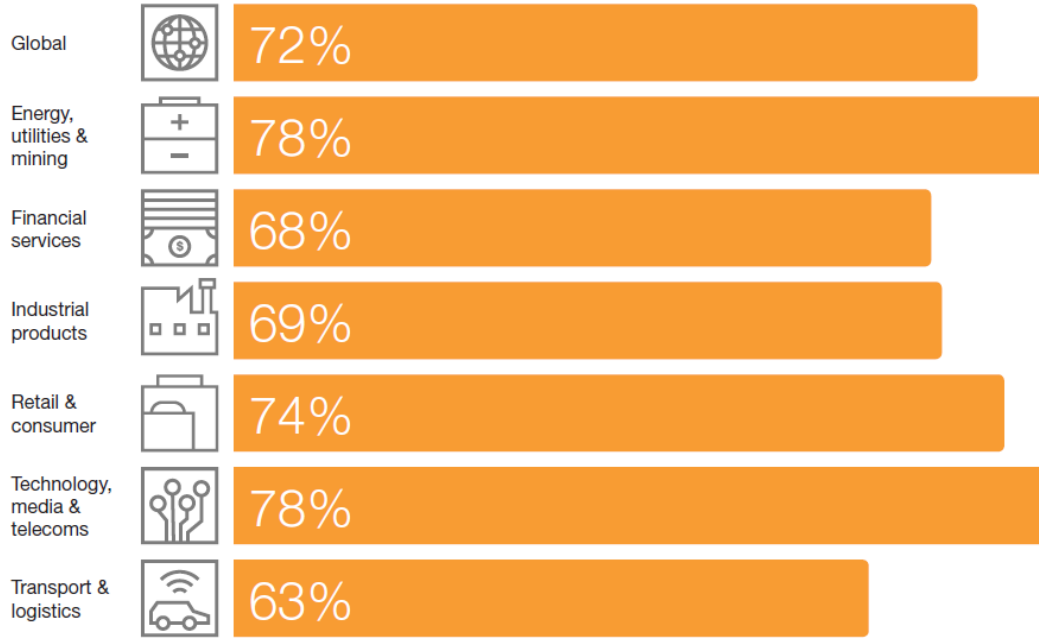
⁸ “‘SDG-washing’ means reporting on positive contributions to the Global Goals and ignoring important negative impacts.” Cf. *ibid*, p. 8.

⁹ Le Global Compact et la GRI parlent d'un “*current trend of simply mapping activities and programs against the SDGs to driving change*”. Cf. *ibid*, p. 2. Ce problème est également relevé par KPMG (2017, p. 7) qui parle de “*simply linking corporate responsibility activity thematically to the SDGs*”.

Figure 3: Majority of companies are mentioning the SDGs in their reporting

Q. Does the company mention the SDGs?

■ Yes

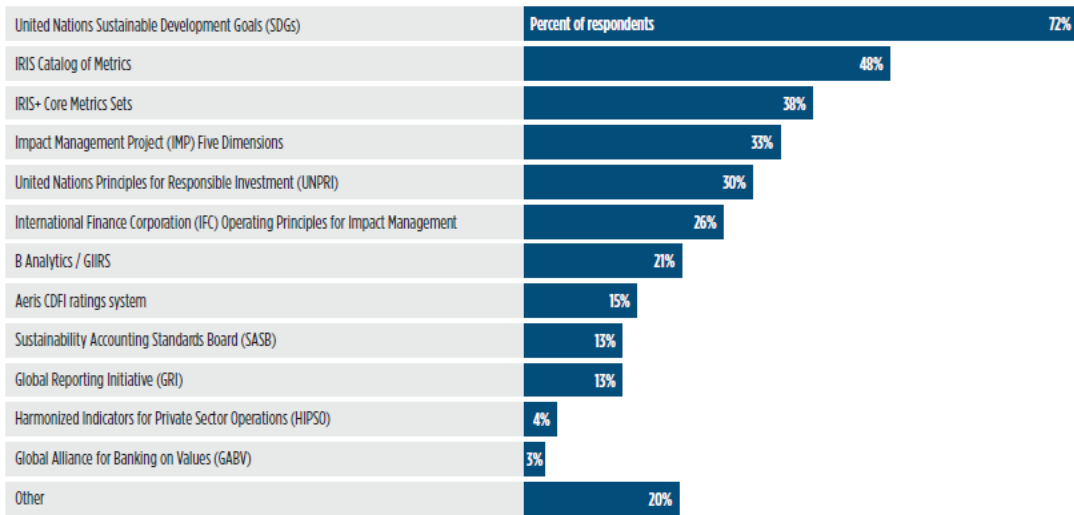


Source: PwC, SDG Reporting Challenge 2018 Base: All companies (729)

Grappe 2

Figure 26: Tools and frameworks used in IMM

n = 257; optional question. Respondents could select multiple tools and frameworks.



Note: Others include SPTI/CERISE SPI4, GOGLA, and CDFI certification systems.

Source: GIIIN, *The State of Impact Measurement and Management Practice, Second Edition*

Grappe 3

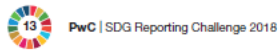
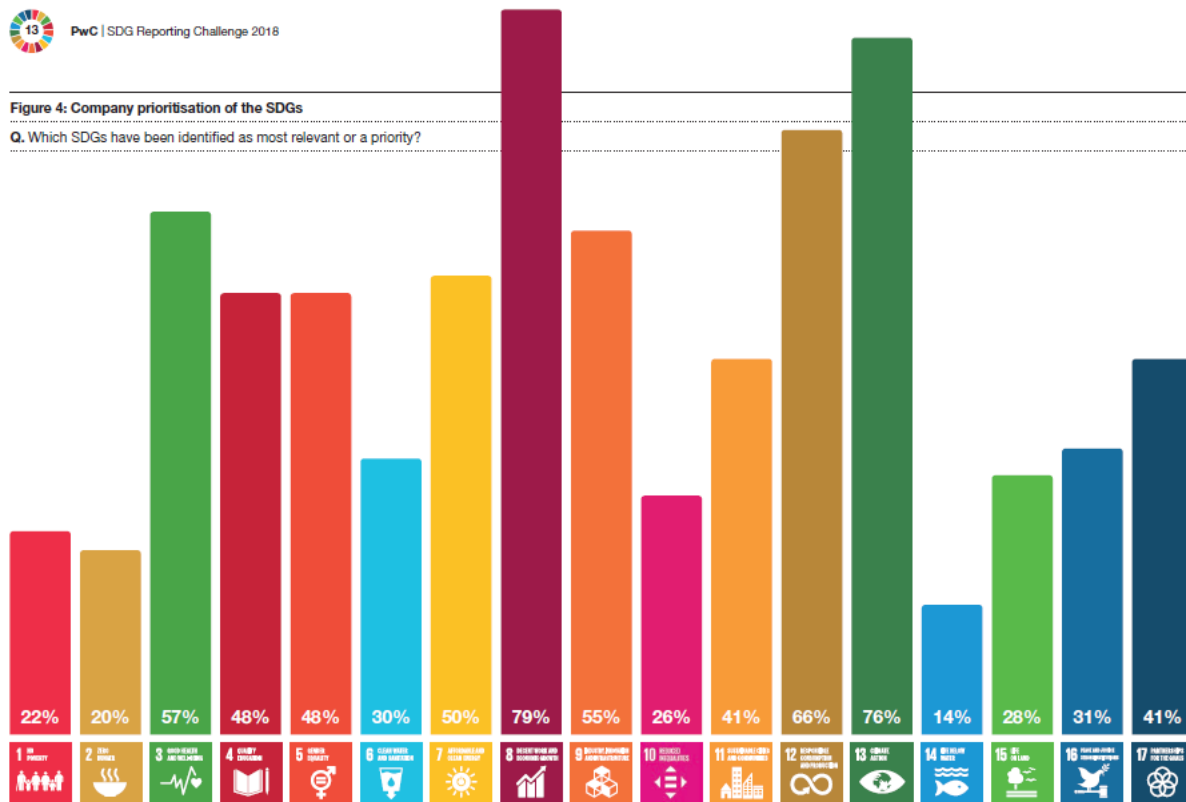


Figure 4: Company prioritisation of the SDGs

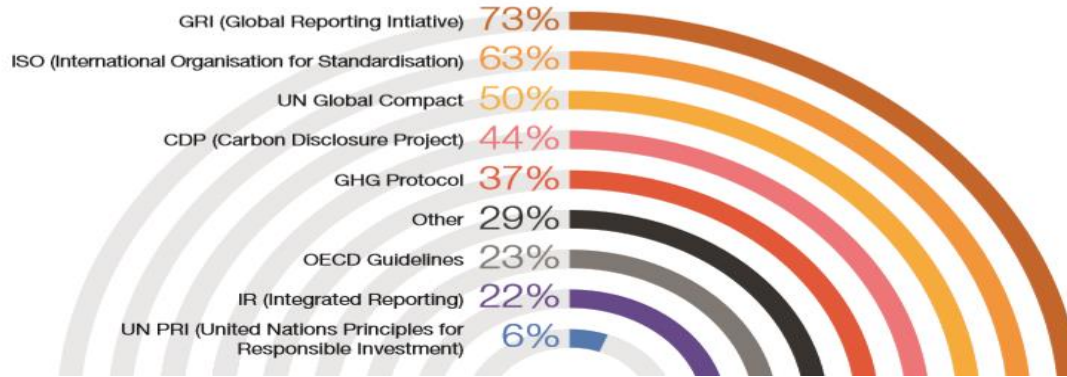
Q. Which SDGs have been identified as most relevant or a priority?



Source: PwC, SDG Reporting Challenge 2018 Base/Companies with priority SDGs (362)

Grappe 2 Bis

Q. Which frameworks and/or standards does the company refer to?



Grappe 4

