

25 août 2022

« À LA POINTE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE » : LA NOUVELLE ÉTUDE COMMANDÉE PAR CASTROL RÉVÈLE QUE 71 % DES CHEFS D'ENTREPRISE PENSENT QUE LA GESTION DE LA TRANSITION VERS LE CONCEPT ZÉRO ÉMISSION NETTE SERA LE DÉFI DU SIÈCLE

- *La nouvelle étude intitulée À la pointe du développement durable, commandée par Castrol, révèle que 71 % des chefs d'entreprise dans les secteurs industriels, de l'automobile, de la fabrication et de la marine pensent que la gestion de la transition vers le concept zéro émission nette sera le plus grand défi que leur entreprise aura à relever.*
- *L'étude de Castrol identifie cinq enseignements clés pour les chefs d'entreprise qui s'engagent dans la transition vers une économie durable.*
- *Castrol s'appuiera sur ces conclusions pour communiquer auprès de ses clients et continuer d'appliquer les enseignements dans sa propre stratégie de développement durable connue sous le nom de « PATH360 ».*

Une nouvelle étude, commandée par Castrol, révèle que 71 % des chefs d'entreprise et 62 % des professionnels des opérations pensent que la gestion de la transition vers le concept zéro émission nette sera le plus grand défi que leur entreprise aura à relever.

La nouvelle étude, [À la pointe du développement durable](#), présente les conclusions d'un sondage international auprès de plus de 2 860 chefs d'entreprise et professionnels des opérations. Elle a été commandée par Castrol sur 14 marchés pour apprendre comment les secteurs industriels, de l'automobile, de la fabrication et de la marine abordent la transition vers une économie durable. Elle vient compléter la propre stratégie de développement durable de Castrol, la « PATH360 » de Castrol.

Pour ces entreprises, l'étude indique que le développement durable sera essentiel à la réussite commerciale : plus des trois quarts des chefs d'entreprise (76 %) et 68 % des professionnels des opérations ont déclaré qu'un meilleur développement durable de leur entreprise est essentiel pour répondre aux besoins des clients.

L'étude a identifié cinq enseignements clés en matière de développement durable pour les dirigeants d'entreprise et les professionnels des opérations, autrement dit les individus chargés de transformer la stratégie en actions.

Rachel Bradley, directrice mondiale du développement durable chez Castrol, a déclaré : « *Alors que le monde œuvre pour créer une économie plus durable, toutes les entreprises, y compris Castrol, nos clients et nos fournisseurs, ont un rôle à jouer. La collaboration entre les organisations, l'établissement de liens entre les secteurs et le partage des enseignements dans tous nos réseaux nous aideront à progresser ensemble.* »

Premier enseignement : Priorité à l'efficacité

Dans l'étude, près des trois quarts (72 %) des professionnels des opérations ont déclaré que la façon la plus efficace de réduire les émissions de carbone consistait à améliorer l'efficacité énergétique dans leur organisation.

D'après cette étude, les professionnels des opérations pensent que l'efficacité énergétique pourrait être améliorée par un ensemble de mesures tactiques, notamment :

- La maintenance efficace de l'équipement,
- Les améliorations techniques, y compris des mises à niveau et des modifications
- La mise en œuvre de nouvelles technologies plus écoénergétiques.

Les deux tiers des professionnels des opérations ont déclaré que les machines écoénergétiques sont un élément important de la transition de leur organisation. 59 % ont déclaré que l'investissement dans les nouvelles technologies pour améliorer l'efficacité énergétique sera un élément important de toute stratégie visant à réduire les émissions.

Deuxième enseignement : Optimisation des données

Plus des trois quarts des chefs d'entreprise (76 %) de l'étude estiment que leur organisation doit mieux gérer les données afin d'identifier les domaines clés pour améliorer le développement durable. 82 % des individus estiment que leur entreprise pourrait optimiser les données disponibles pour contribuer au développement durable.

Troisième enseignement : Ne pas gaspiller pour ne pas manquer

L'étude a révélé que 63 % des chefs d'entreprise ont fixé des objectifs de réduction des déchets et 61 % ont fixé des objectifs de réduction de l'eau. Alors que 58 % des professionnels des opérations estiment que les objectifs de réduction des déchets sont importants pour leur entreprise, seulement 43 % estiment que les objectifs de réduction de l'eau le sont tout autant.

Quatrième enseignement : Le développement durable nécessite une participation

Les chefs d'entreprise, qui ont participé à l'étude, ont estimé qu'en moyenne seulement 40 % de leurs employés comprennent leur stratégie en matière de développement durable. L'étude a également révélé que 46 % des professionnels des opérations estimaient que la stratégie de développement durable de leur organisation n'était pas mise en œuvre sur le terrain.

Cinquième enseignement : Preuve que le développement durable est une priorité

Bien que plus des deux tiers des chefs d'entreprise (64 %) aient déclaré que le développement durable était au cœur des activités de leur entreprise, l'étude montre que les professionnels des opérations interrogés estimaient que le manque de leadership et de vision entravent les progrès. Le manque de soutien au développement durable de la part des dirigeants de l'entreprise (comme cité par 48 % des professionnels des opérations), l'absence d'objectifs clairs (48 %), le manque de stratégie commerciale claire pour concrétiser les objectifs de développement durable (48 %) et le manque de vision de la direction (47 %) se sont avérés être les principaux obstacles au développement durable pour leur entreprise.

Ces cinq enseignements fournissent des informations précieuses aux chefs d'entreprise dans les secteurs industriels, de l'automobile, de la fabrication et de la marine concernant l'intégration du développement durable au sein de leur entreprise.



Cette étude a été commandée en complément de la stratégie de développement durable globale de Castrol, la « PATH360 ». PATH360 met l'accent sur la réduction du carbone, la réduction des déchets et les efforts pour améliorer la vie des gens dans le monde entier, ainsi que sur la contribution à l'objectif global de Castrol d'atteindre zéro émission nette d'ici 2050 au plus tard.

Pour plus d'informations et pour consulter le rapport complet, accédez au site Web : [castrol.com/sharp-end-of-sustainability](https://www.castrol.com/sharp-end-of-sustainability)

À propos de Castrol

Castrol est l'une des premières marques mondiales de lubrifiants. Fière de son histoire riche en innovations, la marque a toujours nourri le rêve des pionniers. Notre passion pour la performance, associée à notre philosophie du travail en partenariat, a permis à Castrol d'élaborer des lubrifiants et des graisses que l'on retrouve au cœur d'exploits technologiques sur terre, sur mer, dans les airs et dans l'espace depuis plus d'un siècle.

Aujourd'hui, Castrol contribue au développement durable avec sa [stratégie](#) PATH360 et vise à réduire les déchets et les émissions de carbone, et à améliorer les vies. Castrol fait partie du Groupe BP et s'adresse à des clients et des consommateurs dans les secteurs maritime, automobile, industrie et énergie. Nos produits de marque sont reconnus au niveau mondial pour leurs innovations et leurs performances élevées, rendues possibles par notre engagement envers une qualité supérieure et une technologie de pointe.

Pour en savoir plus sur Castrol, veuillez consulter www.castrol.fr.

Méthodologie

L'étude « À la pointe du développement durable » repose sur un sondage d'opinion qui a examiné les points de vue de chefs d'entreprise (principalement des cadres supérieurs) et des professionnels des opérations (avec des intitulés de postes tels que « responsable de la planification », « chef de production » et « technicien opérationnel ») des secteurs industriels, de l'automobile, de la fabrication et de la marine. L'échantillon comprenait 1180 chefs d'entreprise et 1680 professionnels des opérations basés au Royaume-Uni, en Chine, en Inde, aux États-Unis, en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Allemagne, en Norvège, en Turquie, au Brésil, en France, au Vietnam, à Singapour et en Grèce. Les entretiens ont eu lieu en 2021. Ils ont été menés sur la base des consignes de recherche éthique établies par MRS (Market Research Society, Association de recherche en marketing) et ESOMAR (European Society for Opinion and Market Research, Association européenne pour les études d'opinion et de marketing).