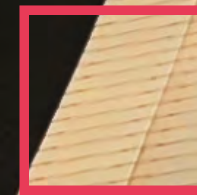


CEO Survey 25^e édition

Une nouvelle équation pour les dirigeants

www.pwc.fr/ceosurvey



Édito



Dans cette 25^e édition de la *Global CEO Survey*, les dirigeants français et de 89 pays livrent leurs points de vue sur la conjoncture internationale avec ses points de force et ses facteurs de risque, et s'expriment sur l'évolution de leur secteur d'activité et le développement de leur entreprise.

Une nouvelle équation se dessine pour les dirigeants, caractérisée par un regain d'optimisme pour l'économie et les perspectives de croissance, malgré un contexte qui reste complexe et chaotique.

Ces deux dernières années, les entreprises ont été confrontées à des défis aussi critiques que variés - la crise sanitaire bien sûr, qui a notamment accéléré le basculement numérique, mais aussi la transition climatique, l'inflation, les enjeux d'approvisionnements et les tensions sur les ressources humaines ou matérielles.

Les entreprises se sont prouvées qu'elles sont capables d'y faire face et d'être résilientes, si elles s'engagent dans un processus de transformation durable. Nous les écoutons et avons plus que jamais à cœur de les accompagner dans cette transformation.

Aujourd'hui, la plupart des dirigeantes et dirigeants sont convaincus qu'il leur est possible de la mener à bien au sein de leur organisation, et c'est une chance.

La condition du retour de la confiance, essentielle à la sortie de notre crise, repose sur une transformation durable.

Les équipes PwC France et Maghreb et moi-même serons heureux d'échanger avec vous pour co-construire cette transformation à somme positive.



Patrice Morot

Président de PwC France et Maghreb

1.

Au niveau mondial,
une nouvelle équation
pour les dirigeants à l'aune
d'un optimisme confirmé
et d'un volontarisme réaffirmé

Optimisme, un cap maintenu par les dirigeants dans le monde

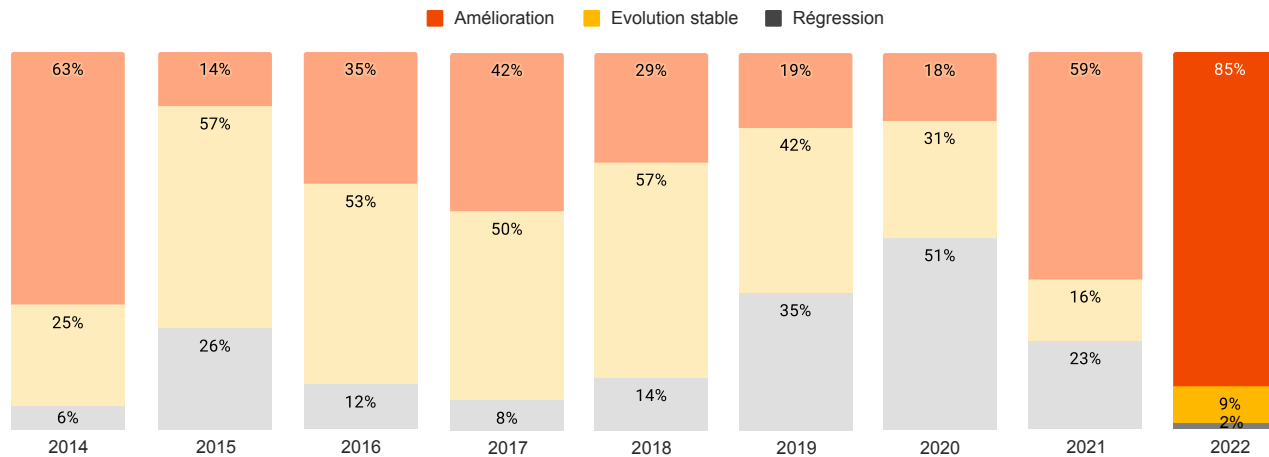
Les dirigeants interrogés dans le monde se montrent dans leur grande majorité optimistes quant à leurs perspectives économiques à court terme aussi bien qu'à l'évolution du climat des affaires en général.

Plus des trois quarts d'entre eux (77 %) prévoient une amélioration de la croissance économique mondiale en 2022, soit un niveau très proche de l'enquête 2021 (76 %) mais très supérieur aux dernières années pré-Covid (42 % en 2019 et 57 % en 2018).

On peut parler d'une vague d'optimisme, qui est cependant loin d'être uniforme. En effet, si les dirigeants de pays tels que le Japon, l'Inde (record absolu d'optimisme avec 94 %) ou encore le Royaume-Uni affichent un léger regain d'optimisme, d'autres, en revanche, se montrent moins confiants qu'en 2021.

C'est notamment le cas de la Chine, qui passe de 71 % de réponses optimistes à 62 %, mais aussi des États-Unis, avec une baisse spectaculaire de près de 20 points (70 % contre 88 % en 2021). Plus étonnant encore, l'Allemagne accuse une baisse de la confiance limitée mais bien réelle, passant de 80 % en 2021 à 76 % en 2022.

Comment pensez-vous que la croissance économique mondiale (c'est-à-dire le produit intérieur brut) va évoluer au cours des 12 prochains mois ?



Les principales sources d'inquiétude des dirigeants

On aurait pu s'attendre à ce que le risque sanitaire arrive de très loin en tête des facteurs de risque pour la vie de l'entreprise et des menaces perçues pour la progression de son chiffre d'affaires.

Or, le facteur le plus fréquemment invoqué par les dirigeants est le risque cyber. Ce dernier précède certes de très peu le risque sanitaire (49 % contre 48 %) mais, parmi toutes les menaces susceptibles d'affecter leur entreprise au cours des douze mois à venir, il n'en est pas moins celui qui préoccupe le plus les dirigeants.

C'est là une preuve indéniable qu'il existe au niveau mondial, quels que soient les zones géographiques et les secteurs économiques, une prise de conscience générale de la gravité des cybermenaces.

- Plus de 25 % des entreprises prévoient une hausse de leur budget cyber de 10 % ou plus.
- Les investissements continuent de croître dans la cybersécurité : 69 % des organisations prévoient une augmentation de leurs dépenses en 2022, contre 55 % l'année dernière.
- Plus d'un quart d'entre elles (26 %) prévoient une hausse de 10 % ou plus alors qu'elles n'étaient que 8 % l'an dernier. (source Etude Digital trust 2022)

Les dirigeants craignent vivement que les risques cyber compromettent leur capacité de développement et d'innovation de leur entreprise en 2022. L'accélération de la digitalisation, les nouveaux modes de travail et de collaboration avec les clients imposent de renforcer la sécurité des infrastructures IT et la mise en place de pratiques cyber by design.

En troisième position, les dirigeants mettent en avant le risque lié à la volatilité macroéconomique (43 %), qui occupe beaucoup les esprits et dont les médias se font intensément l'écho.



Étude Digital Trust Insight 2022

PwC a interrogé 3 602 dirigeants, responsables de la technologie et de la sécurité à travers le monde, afin d'identifier les opportunités et les défis auxquels ils font face en matière de cybersécurité.

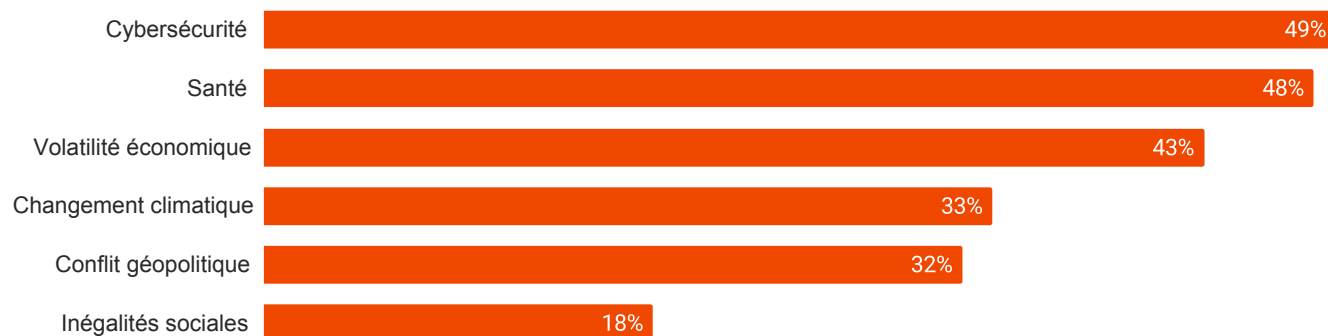
>> [Écouter le podcast](#)

>> [Télécharger l'étude](#)



Le Fonds monétaire international a prévenu en décembre 2021 qu'il abaisserait ses prévisions – établies initialement à 4,9 % pour 2022 – en raison de l'apparition du variant Omicron, et la Banque centrale européenne table désormais sur une activité plus faible que prévu dans la zone euro, au moins au début de l'année.

Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) par les menaces mondiales suivantes susceptibles d'affecter votre entreprise au cours des 12 prochains mois ? (Réponses « Très inquiet(ète) » et « Extrêmement inquiet(ète) » uniquement)



Le changement climatique (33 %) est en revanche considéré par les dirigeants mondiaux comme un moindre danger pour la bonne marche de leur entreprise. Ce résultat peut surprendre, étant donné l'importance de l'enjeu économique et sociétal associé aux questions climatiques. Ce résultat s'explique en partie par le fait que 57% des répondants se disent faibles émetteurs de GES et donc qu'ils estiment limité, ou du moins secondaire, l'impact du changement climatique sur leur chiffre d'affaires à court terme.

Il en va de même pour les inégalités sociales, qui font figure de préoccupation mineure (18 %) et semblent considérées comme dénuées d'impact potentiellement élevé sur la croissance du chiffre d'affaires. Pourtant, une majorité (69 %) des dirigeants interrogés ont conscience que les inégalités sociales peuvent faire obstacle au recrutement et à la fidélisation des talents et des compétences-clés dont leur entreprise a besoin.

Par ailleurs, 32 % seulement des dirigeants mondiaux se disent inquiets du risque découlant des conflits géopolitiques. Ces derniers s'imposent pourtant comme un facteur d'aggravation de la volatilité macroéconomique (risque sur la sécurité des approvisionnements, le coût des matières premières, etc.), et donc de déstabilisation de l'environnement économique en général.



Selon l'étude Global Investor ESG Survey 2021, la plupart des investisseurs interrogés déclarent être susceptibles d'agir si les entreprises ne font pas suffisamment d'efforts sur le plan ESG. 59 % affirment qu'en l'absence de mesures ESG, ils seraient susceptibles de voter contre la politique de rémunération des dirigeants, alors qu'un tiers d'entre eux s'y opposaient par le passé. Et, 79 % indiquent que la gestion des risques et des opportunités ESG par l'entreprise est essentielle dans le processus de prise de décisions d'investissement.

>> [Cliquez ici pour retrouver l'étude](#)



Objectifs opérationnels : priorité à la satisfaction client et à l'engagement des collaborateurs

Pour créer de la valeur, les objectifs opérationnels extra-financiers privilégiés par les dirigeants sont liés à la satisfaction client (71 %) et à l'engagement des collaborateurs (62 %). L'automatisation et la transformation digitale (54 %) n'arrivent que loin derrière.

Sans surprise, la plupart des dirigeants intègrent ces objectifs de relation client et de valorisation du capital humain de l'entreprise dans leur stratégie à long terme.

Les dispositifs de rémunération des dirigeants dictent prioritairement les performances quotidiennes de l'entreprise et ses échéances de court terme.

A titre d'exemple, seulement 23 % des dirigeants interrogés déclarent qu'un dispositif de rémunération variable (primes ou intéressement à long terme) a été mis en place à leur profit dans leur entreprise au titre des objectifs poursuivis en matière de digitalisation, et 36 % au titre des objectifs liés à l'engagement collaborateur.

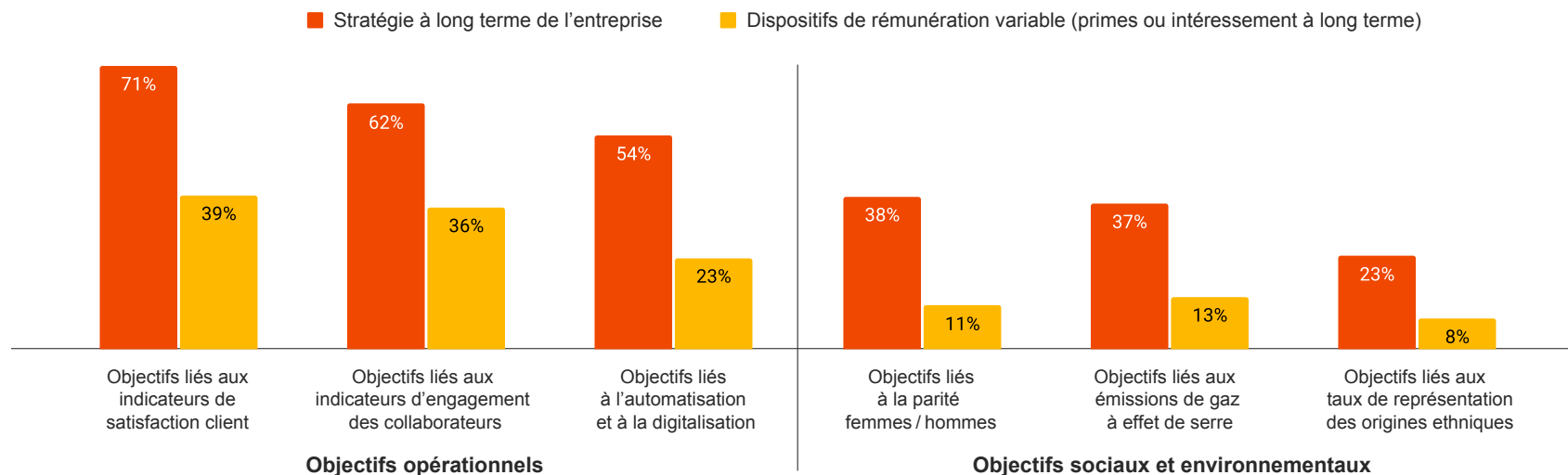
Les objectifs sociétaux et environnementaux, qu'il s'agisse de parité Femme-Homme, ou encore de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES), s'avèrent être beaucoup plus en retrait

que les objectifs opérationnels dans la stratégie de long terme des entreprises, et leur incidence sur les dispositifs de rémunération se révèle particulièrement faible.

C'est ainsi que 13 % seulement des dirigeants ont des objectifs en matière environnementale (GES) dans leurs dispositifs de rémunération, et 11 % en matière de représentation des genres au sein de leur entreprise.

Cet effet d'occultation des enjeux sociaux et climatiques par le biais des incitations financières est frappant. Relevons que 38 % seulement des dirigeants interrogés ont intégré la parité femmes/hommes à la stratégie de leur entreprise.

Les objectifs non financiers suivants sont-ils inclus dans : a) la stratégie à long terme de votre entreprise ? b) les dispositifs de rémunération variable (primes ou intéressement à long terme) de votre entreprise ? A l'échelle mondiale



Notes : Base - tous les participants (4 446)

Transition énergétique : à pas comptés vers l'objectif zéro émission nette

Les entreprises ne peuvent contribuer à atteindre rapidement les objectifs climatiques sans changement systémique.

Conscients de la portée relativement modeste de leurs capacités d'action à court terme, 22 % des dirigeants seulement ont pris des engagements en faveur de l'objectif zéro émission nette et 44 % d'entre eux n'en ont pris rigoureusement aucun.

De même, 41 % des répondants affirment n'avoir à ce jour mis en place aucune initiative en vue d'atteindre la neutralité carbone. Ils sont nombreux à déclarer ne pas être de gros émetteurs de CO2.

Pour les autres, s'agit-il d'indifférence à l'égard des questions climatiques, ou bien d'un aveu d'impuissance ? Beaucoup ne savent pas encore comment mesurer l'empreinte carbone ou gérer la décarbonation de leur entreprise.

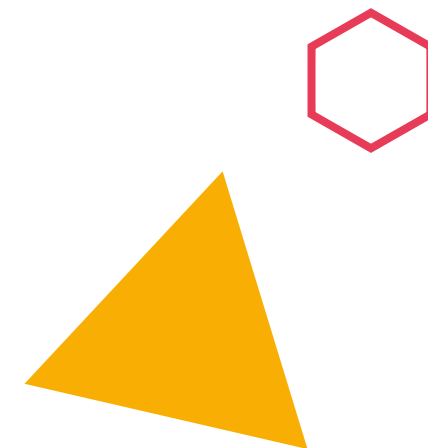
Les entreprises cotées de grande envergure et / ou celles qui opèrent dans des secteurs à fortes émissions de CO2 sont beaucoup plus avancées dans ce domaine (Voir tableau des risques par secteurs d'activités). Leur taille critique, les obligations réglementaires qui s'imposent à elles, la gestion de leur réputation, ou encore les expertises internes qu'elles possèdent en matière de maîtrise des dépenses énergétiques et de réduction des émissions de GES, expliquent une telle avance.

En outre, les dirigeants jugent les ressources internes à l'entreprise et les tendances à long

terme de leur secteur d'activité comme étant plus propices à la création de valeur qu'à la réduction des émissions de GES.

Il est toutefois intéressant d'observer qu'à leurs yeux, ces ressources (actifs, savoir-faire et compétences, relations avec l'environnement de l'entreprise...) et ces tendances à long terme jouent un rôle plus important en faveur de la réduction de ces émissions que la réglementation et par conséquent que les mécanismes de contrainte et la pression du cadre légal.

Enfin, les entreprises ayant pris des engagements plus forts et plus concrets en matière de réduction des émissions de GES apparaissent, logiquement, comme plus susceptibles d'avoir intégré des objectifs correspondants dans leurs dispositifs de rémunération des dirigeants.





2.

Des dirigeants français portés par une vague d'optimisme sans précédent et davantage mobilisés sur la gestion des risques et leurs engagements sociétaux

Un niveau d'optimisme record

C'est l'un des faits les plus marquants des réponses émanant des dirigeants : les chefs d'entreprise français affichent un niveau d'optimisme particulièrement élevé quant aux perspectives à court terme de l'économie mondiale. Ce taux est nettement supérieur aux moyennes mondiale et européenne.

Il s'agit de surcroît d'un niveau jamais atteint en France depuis 2014. 85 % des dirigeants interrogés pensent en effet que la croissance

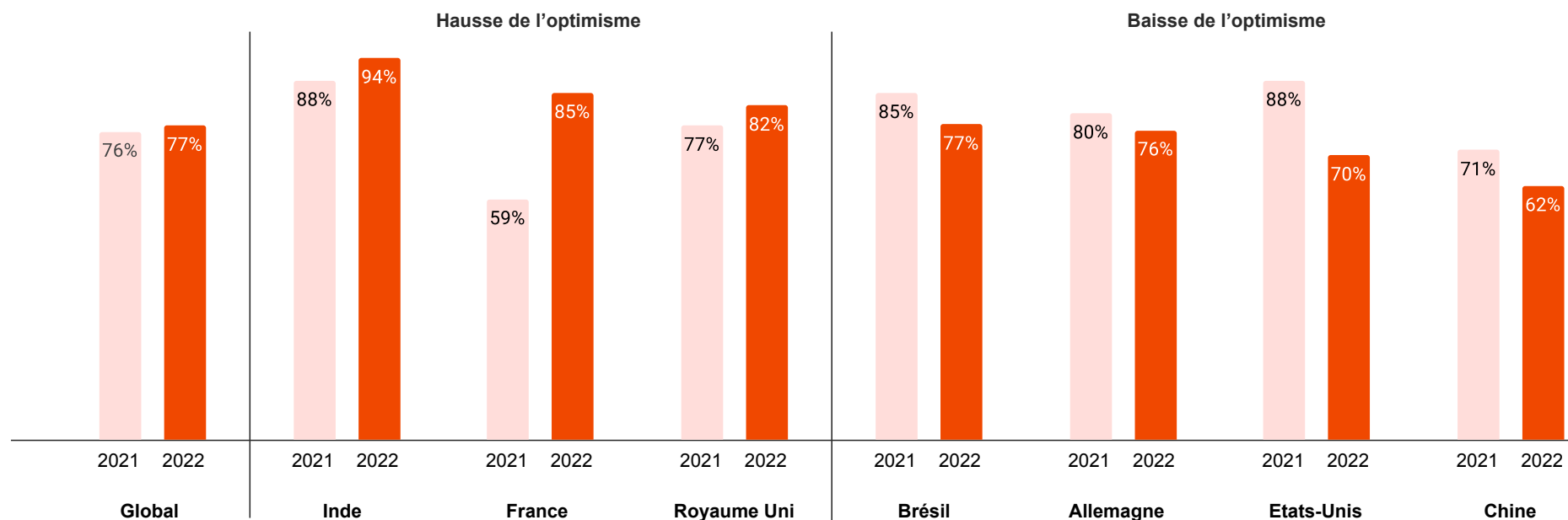
économique mondiale va s'améliorer au cours des 12 prochains mois. Un score impressionnant qui enregistre un bond spectaculaire de + 26 points par rapport à la précédente édition de la CEO Survey.

Plus frappant encore, cet optimisme tricolore s'inscrit à contre-courant des tendances observées en Allemagne, qui accuse une baisse de -4 %, en Chine, en recul de -9 %, et surtout aux États-Unis, qui voient cet indicateur enregistrer une baisse considérable de -18 %. Il est également supérieur au niveau d'optimisme

des dirigeants britanniques (82 %), qui progresse certes par rapport à l'an dernier, mais dans une moindre mesure.

Un tel niveau d'optimisme se vérifie à tous égards, puisqu'il est supérieur de 8 points à la moyenne globale concernant les perspectives de croissance de l'économie mondiale mais aussi de 12 points quant aux perspectives de croissance de l'économie nationale, ou encore de 6 points quant aux perspectives de croissance de leur propre entreprise pour les douze mois à venir.

Comment pensez-vous que la croissance économique va évoluer au cours des 12 prochains mois dans votre pays ?



Risques cyber et géopolitiques, premières sources d'inquiétude des dirigeants français

Les inquiétudes à court terme des dirigeants d'entreprises ont principalement trait aux risques de perturbation sur la croissance du chiffre d'affaires et le développement de leur activité au cours des 12 prochains mois.

Une menace se détache tout particulièrement : le risque cyber.

55 % des dirigeants français se disent en effet préoccupés par les dangers que font peser de potentielles attaques cyber. Rappelons qu'il s'agit du risque qui vient également en tête au niveau mondial, mais dans une moindre proportion puisque seulement 49 % des dirigeants à travers le monde, et 50 % au niveau européen, y voient un sujet de préoccupation majeur.



Après un incident cyber, une entreprise peut perdre un quart de sa valeur en Bourse selon l'étude « Impact des incidents cyber sur la valeur de l'entreprise ».

>> Pour en savoir plus cliquer ici

La sensibilité spécifique des dirigeants français est liée à une prise de conscience récente, que mesure bien l'enquête puisque le risque cyber y fait une progression notoire de + 36 % par rapport à 2021.

Cette tendance reflète la forte croissance des incidents cyber, ainsi que la gravité de leurs impacts, qui mettent à l'épreuve la résilience des entreprises.

Si le risque cyber est clairement vu comme un frein potentiel aux opportunités de développement qu'offre la digitalisation, les entreprises estiment toutefois disposer de leviers pour traiter ce risque. Elles le positionnent comme un sujet d'attention tout particulier, sur lequel elles mobilisent tous les acteurs concernés en interne (comité exécutif, métiers, équipes informatiques, équipes cyber notamment) et en externe (partenaires, prestataires, clients...).

Le deuxième risque le plus fréquemment mentionné par les CEO tricolores n'est pas sanitaire, comme au niveau global, mais lié aux conflits géopolitiques (40 %).

Une des surprises de notre étude est que le risque sanitaire ne soit mis en avant que par 30 % des dirigeants français. Malgré le contexte pandémique, ce risque s'inscrit loin derrière le risque cyber, avec un différentiel de 25 points. Il est en outre frappant de constater qu'il a baissé dans des proportions non négligeables par rapport à 2021 (39 %).

En plaçant les risques géopolitiques au second rang, la France se distingue du reste du monde. Pour 81 % des dirigeants, les risques géopolitiques sont susceptibles d'affecter les ventes de leur entreprise, et pour un peu moins de la moitié d'entre eux (45 %), de compromettre son développement. Ces risques sont à relier aux risques de volatilité économique, avec lesquels ils interagissent.



L'expérience que nous avons en matière de réponse aux incidents cyber indique que les organisations peuvent se montrer fragiles face aux attaques. En effet, même lorsqu'une bonne cyberdéfense est en place, les attaques sophistiquées ciblent les maillons les plus faibles : fournisseurs, partenaires... La gestion des risques cyber liés à l'écosystème étendu de l'entreprise est essentielle et constitue un challenge important aujourd'hui.

Jamal Basrire,

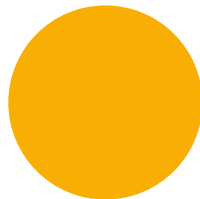
Associé responsable des activités Cyber Intelligence,
PwC France et Maghreb

Quelle place pour les autres menaces ?

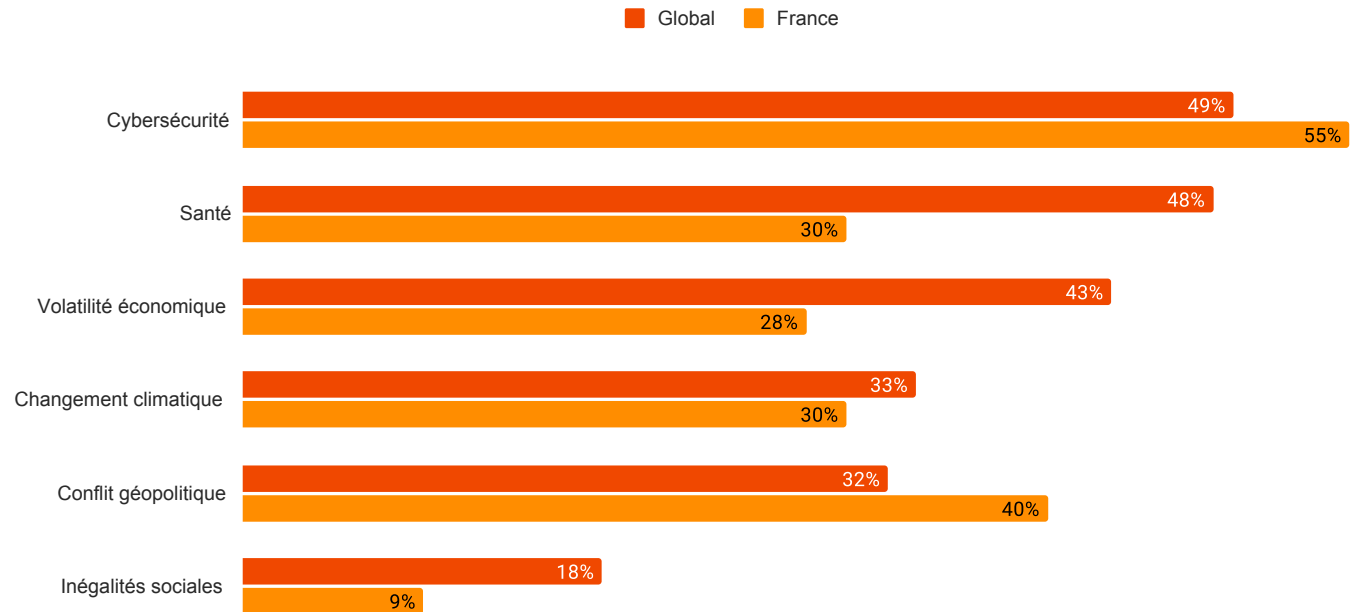
L'invocation du risque climatique, qui présente exactement le même score pour la France que le risque sanitaire (30 %), est inférieur de 3 points à la moyenne mondiale (33 %). Il est cependant en progression sensible par rapport à 2021 (20 %). L'impact potentiel du risque climatique sur les revenus et la capacité d'innovation des entreprises est de plus en plus fortement ressenti.

Enfin, on peut souligner que les dirigeants français ne voient pas dans les inégalités sociales un potentiel significatif de perturbation des revenus de l'entreprise, du moins à court terme. Déjà faible dans le monde (18 %) et en Europe (16 %), cette préoccupation chute de moitié en France (9 %).

Une explication possible réside dans les garanties offertes par le modèle social français, naturellement très protecteur pour les salariés et plus solide que dans d'autres pays étrangers, où les inégalités sociales peuvent représenter une menace potentiellement explosive. Il convient également de prendre en considération l'impact positif des mesures de soutien aux entreprises et à leurs salariés mises en place par le gouvernement français depuis le début de la pandémie.



Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) par les menaces mondiales suivantes susceptibles d'affecter votre entreprise au cours des 12 prochains mois ? (Réponses « Très inquiet(ète) » et « Extrêmement inquiet(ète) » uniquement)



“

Le positionnement de l'entreprise est de plus en plus lié à l'intégration de la diversité au delà des aspects réglementaires. Les entreprises françaises semblent plus sensibles à cet enjeu aussi bien au niveau de l'entreprise que de la performance du dirigeant. C'est aujourd'hui un must have côté clients et côté talents.

Pauline Adam-Kalfon,

Associée Chief Inclusion & Diversity Officer, PwC France et Maghreb

Satisfaction client et digitalisation, objectifs prioritaires des dirigeants français

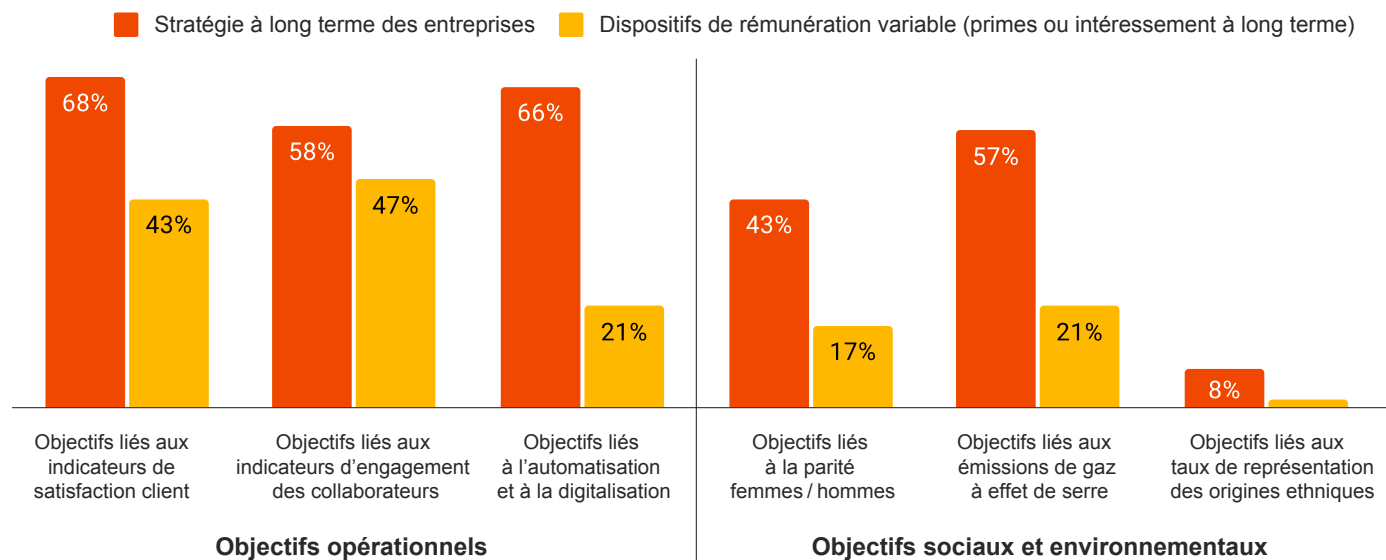
Les objectifs opérationnels extra-financiers les mieux représentés dans les stratégies à long terme et intégrés aux rémunérations des dirigeants français sont étroitement alignés sur les performances quotidiennes et opérationnelles de l'entreprise.

La plupart des dirigeants des entreprises tricolores ont inclus en premier lieu dans leur stratégie à long terme des objectifs relatifs, d'une part, à la satisfaction des clients (68 %), et d'autre part à la digitalisation et à l'automatisation de leur entreprise (66 %).

Si l'objectif lié à la satisfaction client n'atteint pas le niveau observé dans le monde ou en Europe (74 %), en revanche celui relatif à l'automatisation et à la digitalisation est nettement supérieur aux scores du global (54 %) et même de l'Europe

(60 %), ce qui est en cohérence avec la perception élevée du risque cyber par les dirigeants français et traduit une volonté largement partagée de réindustrialiser la France et de créer de la valeur grâce à la transformation digitale des entreprises.

Les objectifs non financiers suivants sont-ils inclus dans : a) la stratégie à long terme de votre entreprise ? b) les dispositifs de rémunération variable (primes ou intéressement à long terme) de votre entreprise ? En France



“

Quelles sont les options des ETI face aux investissements technologiques à venir ?

PwC estime que, d'ici cinq ans, les investissements technologiques des entreprises seront deux fois plus élevés qu'aujourd'hui. Face à l'ampleur des dépenses et à la complexité des enjeux, les entreprises ne peuvent avancer seules. Leurs dirigeants doivent considérer des approches collectives.

Pour gagner en maturité technologique, les filières – liées à une industrie ou à une base de clientèle – ont beaucoup à apporter aux entreprises.

Pour accélérer la digitalisation des ETI et les aider à se défendre face aux cyberattaques, la notion d'écosystèmes est essentielle. Nous sommes à un moment charnière.

Philippe Trouchaud,
Associé CTO, PwC France et Maghreb

Le troisième objectif porte sur l'engagement des collaborateurs (58 %), à un niveau un peu inférieur au score mondial (62 %), et par objectif de décarbonation (57 %) très supérieur aux résultats obtenus en moyenne dans le monde (37 %) et en Europe (47 %).

Concernant les objectifs et dispositifs de rémunération des dirigeants, l'engagement des collaborateurs est davantage pris en compte en France qu'au niveau mondial (36 %).

Les objectifs sociétaux tels que la parité femmes/hommes sont, eux, moins bien intégrés aux stratégies des entreprises. La part des entreprises dans lesquelles ces derniers ont fait l'objet d'un dispositif de rémunération variable des dirigeants est négligeable (2 % pour la représentation des minorités ethniques).

Bien que la proportion de dirigeants français intégrant des objectifs liés aux résultats sociaux et environnementaux de leur entreprise dans leur prime annuelle ou leur plan d'incitation à long terme soit peu élevée (21 %), elle se situe 4 points au-dessus de la moyenne européenne.



“

Les investisseurs sont à la fois attentifs aux résultats financiers à court terme mais aussi aux sujets sociaux à plus long terme, susceptibles de faire émerger des risques mais aussi de créer des opportunités pour leurs investissements. [Ils] souhaitent que les facteurs ESG fassent partie intégrante des stratégies d'entreprise.

Philippe Kubisa,

Associé spécialiste des marchés de capitaux, PwC France et Maghreb

>> [Cliquez ici pour retrouver l'étude Global Investor ESG Survey 2021](#)

Des avancées encourageantes mais à confirmer en matière de zéro émission nette et d'ESG

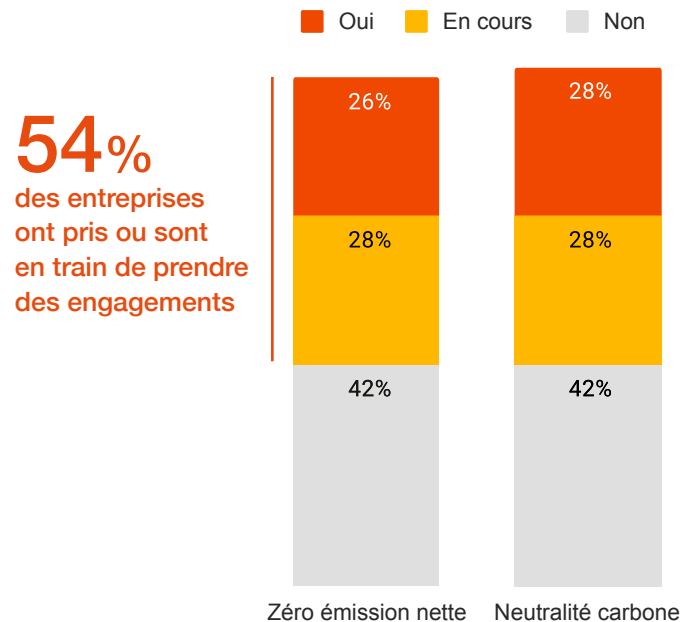
À l'instar de leurs homologues étrangers, les dirigeants français ne déclarent qu'une prise en compte incomplète et inégale des objectifs climatiques. Cependant, la progression est réelle et les comparaisons internationales plutôt à l'avantage des CEO français. 26 % des dirigeants d'entreprises tricolores ont en effet pris des engagements zéro émission nette, contre 22 % au niveau mondial. Ils ont 28 % supplémentaires à avoir prévu d'en prendre, contre 34 % en moyenne en Europe.

Le sujet du changement climatique est pris en compte par la moitié des entreprises dans leur stratégie, c'est une prise de conscience croissante et cohérente avec la place grandissante des entreprises dans la lutte contre le changement climatique, visible à la COP26 notamment. Il est important de noter que le changement climatique fait aussi son entrée dans les boards des entreprises, restera à voir dans les faits, dans les prochaines études, si ces engagements se traduisent effectivement par une réduction des émissions.

Les actions en faveur de la neutralité carbone s'établissent pour leur part à des niveaux comparables aux engagements zéro émission nette (28 %). Ils s'avèrent être un peu supérieurs au global (26 %) mais légèrement en-deçà de la moyenne européenne (31 %).

Les risques liés aux changements climatiques et les attentes des consommateurs constituent les principales incitations à la mise en place d'engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG).

Votre entreprise a-t-elle pris un engagement en faveur de l'objectif zéro émission nette ou de la neutralité carbone ?



PwC s'engage à atteindre la neutralité carbone d'ici 2030. PwC s'engage aujourd'hui à atteindre un niveau d'émissions de gaz à effet de serre net zéro d'ici 2030. Cet engagement est en adéquation avec l'accompagnement de ses clients sur leurs enjeux environnementaux. Le cabinet va travailler sur ses opérations, en collaboration avec ses fournisseurs, pour diminuer son impact climatique et compenser ses émissions résiduelles en investissant dans des projets de long terme.

>> [Cliquez ici pour en savoir plus](#)

Parmi les dirigeants européens n'ayant pas mis en place d'actions dans ce domaine, la moitié indiquent que cette décision tient au fait que leurs activités sont à faibles émissions. D'autres se déclarent incapables de mesurer leurs émissions carbone, ou encore que leur secteur d'activité n'a pas émis de recommandations en ce sens.

Au niveau mondial et français, les CEO considèrent que les ressources de leur entreprise et les tendances de leur secteur sont plus favorables à la création de valeur financière (57 %) qu'à la réduction des émissions de gaz à effet de serre (45 %).

Pour autant, les considérations ESG s'imposent comme un accélérateur de confiance dans l'économie. En d'autres termes, la confiance des dirigeants dans la croissance de l'économie se renforce pour les entreprises ayant mis en place une stratégie ESG ou prévoyant de le faire.

Cette corrélation se retrouve en France, où 89 % des dirigeants dont les entreprises ont pris des engagements ESG affichent leur confiance dans la croissance de l'économie nationale, soit 6 points de plus que ceux n'ayant pas souscrit d'engagements.

De même, 67 % des dirigeants français ayant défini une stratégie ESG (contre 62 % pour ceux qui n'en ont pas) pensent que les revenus de leur entreprise vont continuer à croître à horizon de 12 mois et 72 % dans les trois prochaines années.



Vers un « Green » Black Friday: Le développement durable est au cœur des comportements d'achat des Français pendant le Black Friday. Plus de quatre Français sur cinq affirment qu'il aura un impact sur leur comportement d'achat à cette période. La consommation responsable anime l'ensemble des Français, quelles que soient les catégories d'âge et les populations.

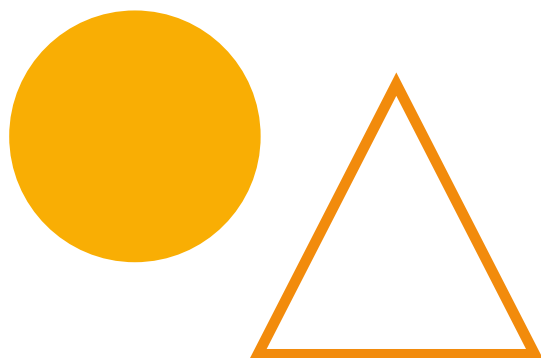
>> Cliquez ici pour retrouver l'étude

“

Il est urgent de réduire les émissions de carbone et la transition nécessaire est radicale. Nous avons besoin de décarboner et, en fin de compte, de transformer les entreprises, les industries et les zones géographiques à une échelle et à une vitesse sans précédent. La vague d'entreprises, d'investisseurs et de gouvernements qui s'engagent est un signe prometteur de l'émergence d'un sentiment commun d'urgence, nous sommes dans une décennie charnière. La France fait partie des bons élèves du G20 mais elle a également des efforts supplémentaires à consentir notamment sur le secteur des transports.

Sylvain Lambert,

Associé au sein du département Développement durable,
PwC France et Maghreb



Méthodologie

PwC a interrogé 4 446 PDG dans 89 pays et territoires en octobre et novembre de l'année 2021.

Les chiffres mondiaux et régionaux de ce rapport sont pondérés proportionnellement au PIB nominal du pays ou de la région afin de garantir que les opinions des PDG sont représentatives de toutes les grandes régions.

Les chiffres par secteur et par pays sont basés sur les données non pondérées de l'échantillon complet de 4 446 réponses.



Chiffres-clés France

53 dirigeants interrogés pour la France

74% sociétés privées - **26%** sociétés cotées

Chiffre d'affaires : **34%** moins de 100 M€ - **30%** entre 100 M€ et 1 Mds € - **36%** plus de 1 Mds €

85% des dirigeants français sont optimistes sur la croissance économique mondiale et **72%** partagent ce sentiment à horizon de 3 ans pour leur entreprise.

Parmi les principales menaces identifiées figurent en premier lieu les risques cyber (**55%**), géopolitiques (**40%**), sanitaires (**30%**) et climatiques (**30%**).

68% des dirigeants français placent la satisfaction client comme objectif extra-financier numéro un de leur entreprise. Suivent les objectifs de digitalisation et d'automatisation de leur entreprise (66%) et l'engagement des collaborateurs (58%).

Pour **47%** des répondants, l'engagement des collaborateurs est pris en compte dans leur rémunération.

26% des dirigeants français ont pris des engagements zéro émission nette et **28%** au titre de la neutralité carbone.

Typologie des menaces par secteur d'activité (à l'échelle mondiale)

| | Risques cyber | Risques sanitaires | Volatilité macro-économique | Réchauffement climatique | Conflits géopolitiques | Inégalités sociales |
|------------------------------------|---------------|--------------------|-----------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------|
| Global | 49% | 48% | 43% | 33% | 32% | 18% |
| Gestion d'actifs et de patrimoines | 54% | 40% | 45% | 32% | 31% | 19% |
| Fonds d'investissement | 54% | 42% | 35% | 25% | 39% | 16% |
| Banques et marchés capitaux | 67% | 49% | 46% | 37% | 34% | 24% |
| Assurance | 64% | 54% | 40% | 42% | 32% | 24% |
| Immobilier | 42% | 49% | 54% | 34% | 25% | 22% |
| Télécommunications | 58% | 42% | 50% | 26% | 36% | 12% |
| Médias et divertissements | 45% | 53% | 42% | 24% | 23% | 14% |
| Technologie | 48% | 38% | 37% | 23% | 29% | 16% |
| Commerce de détail | 51% | 48% | 44% | 37% | 30% | 21% |
| Consommateurs | 39% | 48% | 51% | 39% | 34% | 23% |
| Transports et logistique | 46% | 50% | 56% | 33% | 35% | 25% |
| Forêt, papier et packaging | 50% | 50% | 53% | 47% | 38% | 18% |
| Accueil et loisirs | 41% | 75% | 43% | 33% | 37% | 19% |
| Automobile | 42% | 46% | 50% | 37% | 39% | 19% |
| Industrie | 40% | 44% | 46% | 33% | 32% | 13% |
| Ingénierie et construction | 41% | 37% | 45% | 33% | 28% | 16% |
| Services | 50% | 48% | 48% | 30% | 31% | 23% |

| | | | | | | |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|-----|-----|
| Santé | 58% | 67% | 42% | 30% | 22% | 29% |
| Pharma et sciences de la vie | 45% | 41% | 48% | 22% | 30% | 23% |
| Énergie | 47% | 44% | 41% | 59% | 30% | 21% |
| Métaux et mines | 46% | 51% | 47% | 46% | 42% | 20% |
| Electricité et services | 52% | 39% | 39% | 52% | 27% | 17% |
| Chimie | 38% | 40% | 45% | 44% | 35% | 15% |
| Global | 49% | 48% | 43% | 33% | 32% | 18% |



Contacts

Patrice Morot

Président, PwC France et Maghreb
patrice.morot@fr.pwc.com

Pauline Adam-Kalfon

Associée Chief Inclusion & Diversity Officer,
PwC France et Maghreb
pauline.adam-kalfon@pwc.com

Jamal Basrire

Associé responsable des activités Cyber Intelligence,
PwC France et Maghreb
jamal.basrire@pwc.com

Philippe Kubisa

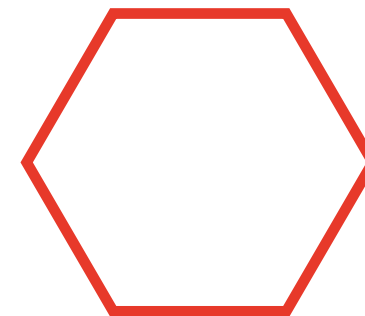
Associé spécialiste des marchés de capitaux,
PwC France et Maghreb
philippe.kubisa@pwc.com

Sylvain Lambert

Associé au sein du département Développement durable,
PwC France et Maghreb
sylvain.lambert@pwc.com

Philippe Trouchaud

Associé CTO, PwC France et Maghreb
philippe.trouchaud@pwc.com



Analyse France - Équipe rédaction étude

Jean-Paul Bouteloup

Directeur Marketing
jean-paul.bouteloup@pwc.com

Roxane Lauley

Responsable des Relations Médias
roxane.lauley@pwc.com

CEO Survey 25^e édition

www.pwc.fr/ceosurvey

