

Les engagements des entreprises en faveur de la nature ont évolué depuis 2022

10 décembre 2024 | Article

De plus en plus d'entreprises s'engagent à prendre en compte des dimensions de la nature au-delà des émissions de carbone.

TÉLÉCHARGEMENTS

[Article \(9 pages\)](#)

T Les plus grandes entreprises du monde reconnaissent de plus en plus les risques et les opportunités offertes par la nature et le capital naturel. [\[1\]](#)

Cette prise de conscience incite de plus en plus d'entreprises à se fixer des objectifs spécifiques pour réduire leur impact sur l'eau, la biodiversité, les forêts et d'autres dimensions de la nature.

Le déclin sans précédent de la nature et de la biodiversité souligne l'urgence de ces engagements. Parmi les neuf limites planétaires proposées par les scientifiques en 2009 pour définir un « espace de fonctionnement sûr pour l'humanité »^[2], incluant le changement du système terrestre et l'intégrité de la biosphère, six ont été dépassés à partir de 2023. Cela implique des risques importants pour [\[3\]](#) les gens et la planète.

Depuis 2022, nous analysons les rapports de durabilité de Fortune

Les 500 entreprises mondiales pour comprendre dans quelle mesure les entreprises

Les entreprises prennent en compte la nature dans leurs stratégies environnementales, sociales et de gouvernance. En nous appuyant sur l'analyse de l'année dernière, nous constatons que, de manière générale, les engagements des entreprises en matière de nature se sont élargis. Si le changement climatique a été au premier plan de la durabilité des entreprises, malgré les efforts déployés au cours de la dernière décennie, il est de plus en plus évident qu'il n'existe pas de voie vers la neutralité carbone sans tenir compte d'autres dimensions de la nature. Cette attention accrue portée à la nature s'inscrit dans un contexte de dynamique croissante en faveur de la protection du capital naturel par le biais d'accords internationaux, de pressions exercées par certains investisseurs et d'initiatives et collaborations volontaires. Par exemple, le Cadre mondial pour la biodiversité Kunming-Montréal (GBF), ratifiée en décembre 2022, a établi un mandat de protection et de restauration de la biodiversité, y compris 23 objectifs réalisables pour 2030. En outre, des organisations telles que le Groupe de travail sur Nature-related Financial Disclosures et le Science Based Targets Network développent des cadres permettant aux entreprises d'évaluer, de divulguer et d'agir sur leurs impacts et dépendances à la nature.

Notre enquête révèle une augmentation globale des engagements pris dans cinq des six dimensions de la nature que nous avons analysées, notamment l'eau, les produits chimiques et les plastiques, la biodiversité, les forêts et les nutriments ou oxydes d'azote (NO). Cela suggère que les entreprises continuent de renforcer et de faire évoluer leurs engagements envers la nature.

Un nombre croissant d'entreprises s'engagent en faveur de dimensions de la nature au-delà du carbone

Par rapport à 2023, la part des entreprises du Fortune Global 500

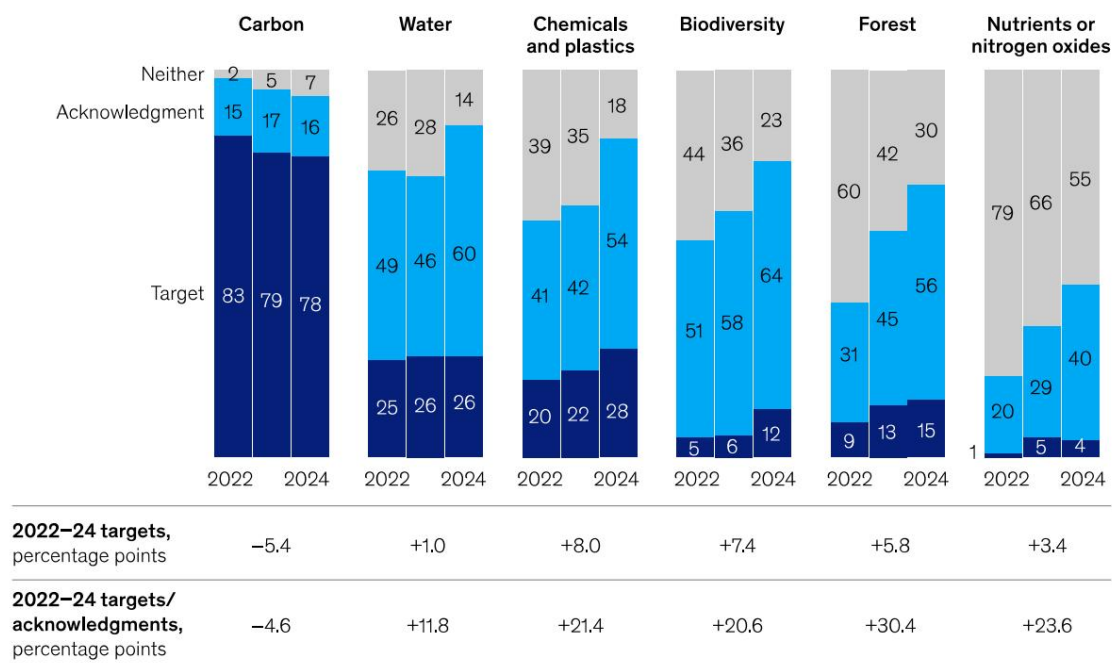
Les entreprises qui ont fixé des objectifs fermes de préservation ou de restauration de la nature ou qui ont reconnu l'importance de la nature dans le cadre de leur stratégie commerciale ont augmenté dans toutes les dimensions, à l'exception du carbone (graphique 1). Le nombre d'entreprises ayant des objectifs dans les domaines des produits chimiques et des plastiques,

biodiversité et les forêts ont augmenté, tandis que le nombre d'entreprises ayant des objectifs en matière de carbone, d'eau et de nutriments ou de NOx a légèrement diminué par rapport à l'année dernière (voir l'encadré « Notre méthodologie »). Dans le même temps, pour chacune des dimensions de la nature autres que le carbone, la proportion de les entreprises qui ont reconnu leur importance ont augmenté de manière significative, même si le carbone reste la dimension avec la part la plus élevée des engagements globaux, soit 94 %.

Pièce 1

Companies are expanding their focus on nature-related targets and acknowledgments.

Fortune Global 500 companies with nature-related targets or acknowledgments, 2022–24,¹ %



Note: Figures may not sum to 100%, due to rounding.
 Targets are limited to commitments that are quantifiable and time bound. Targets for each dimension at the enterprise level are defined as follows: carbon: any target that addresses reduction of CO₂ equivalent emissions (Scope 1, 2, or 3); water: any target that explicitly commits to reducing quantity of freshwater use in direct or indirect operations; chemicals and plastics: any target that addresses reduction of plastic pollution or chemical pollutants, improving water quality, reduction of per- and polyfluoroalkyl substances (PFAS) use, and/or increasing circularity; biodiversity: any target that addresses protecting or improving biodiversity elements such as land conservation, habitat protection, ecosystem degradation, and/or species protection; forest: any target that addresses tree planting, deforestation avoidance, or forest protection; nutrients and nitrogen oxides: any target that addresses nitrogen or phosphorous runoff, improving soil health, and/or reduction in use of harmful fertilizers.
 Source: McKinsey analysis of Fortune Global 500 company sustainability reports and websites

Parmi les six dimensions de la nature, la biodiversité a connu la plus forte augmentation de la part des entreprises fixant des objectifs par rapport à l'année dernière, reflétant une attention accrue à la biodiversité suite à la

adoption du GBF en 2022. Des entreprises mondiales telles que Starbucks et Mitsubishi ont reconnu l'importance de la biodiversité en adoptant les objectifs du GBF dans leurs engagements.

La part des entreprises fixant des objectifs en matière de produits chimiques et de plastiques est passée de 22 à 28 pour cent, tandis que celles fixant des objectifs en matière de biodiversité est passée de 6 à 12 pour cent ; ce sont les

Les augmentations en points de pourcentage les plus importantes parmi les dimensions étudiées par rapport à l'année dernière. Les produits chimiques et les plastiques ont également connu une augmentation significative des engagements des entreprises depuis 2022, lorsque nous avons commencé à suivre ces données. Les progrès en matière de pollution plastique ont peut-être accéléré au cours de l'année écoulée en raison de politiques telles que l'Extended

La législation sur la responsabilité des producteurs (REP) pour les emballages, qui attribue aux entreprises la responsabilité de la gestion de la fin de vie de leurs produits. Si la législation sur la responsabilité des producteurs (REP) a été introduite en Europe au début des années 1990, elle a gagné du terrain aux États-Unis plus récemment,

Cinq États ont adopté une législation EPR pour les emballages et dix autres États ont introduit une législation similaire cette année. Partout dans le monde, les grandes entreprises se sont alignées sur les réglementations EPR locales pour améliorer les efforts de recyclage et d'élimination des véhicules en fin de vie.

Le zéro net et la neutralité carbone restent des engagements communs parmi les entreprises. Plus de 30 % des objectifs carbone pour 2024 se concentrent sur les émissions nettes nulles. En mai 2024, Google, Meta, Microsoft et Salesforce ont lancé la Symbiosis Coalition, s'engageant à éliminer 20 millions de tonnes de carbone de haute qualité à partir de la nature

[7] crédits d'ici 2030. Le pourcentage d'entreprises ayant des engagements carbone n'a pas sensiblement changé entre 2023 et 2024.

Les objectifs fixés en matière de forêts et de réduction des émissions de nutriments ou de NO restent faibles, avec seulement 15 % et 4 % respectivement des entreprises fixant des objectifs.

Comme les années précédentes, la spécificité et la portée des objectifs varient considérablement d'une entreprise à l'autre. Par exemple, en matière de biodiversité, les objectifs vont de « contribuer à la protection, à la gestion plus durable ou à la préservation de l'environnement ».

restaurer au moins 50 millions d'acres de terres et un million de kilomètres carrés d'océan d'ici 2030 » pour « stopper et inverser la perte de biodiversité d'ici 2030 ».

Cette variabilité met en évidence une opportunité pour les entreprises d'adopter les normes existantes comme point de départ pour des résultats plus spécifiques et quantifiables. objectifs, mais souligne également la possibilité de développer de nouvelles approches pour mesurer les progrès par rapport à ces objectifs.

Les entreprises élargissent leurs engagements antérieurs non liés au carbone envers la nature pour inclure des dimensions supplémentaires

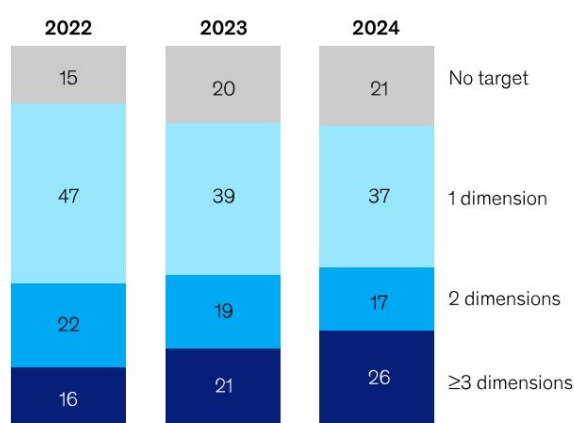
Part des entreprises ayant trois objectifs ou plus liés à la nature

La part des entreprises qui n'ont pas pris d'engagements en faveur de la nature est passée à 26 % en 2024, contre 16 % lorsque nous avons commencé à suivre l'évolution de la situation en 2022 (graphique 2). Si la part des entreprises qui n'ont pas pris d'engagements en faveur de la nature n'a pas beaucoup changé, les entreprises qui ont fixé des objectifs dans le passé semblent étendre et faire évoluer leurs engagements pour englober d'autres dimensions de la nature.

Pièce 2

The number of companies focusing on three or more dimensions of nature is rising.

Fortune Global 500 companies with nature-related targets, 2022–24, %



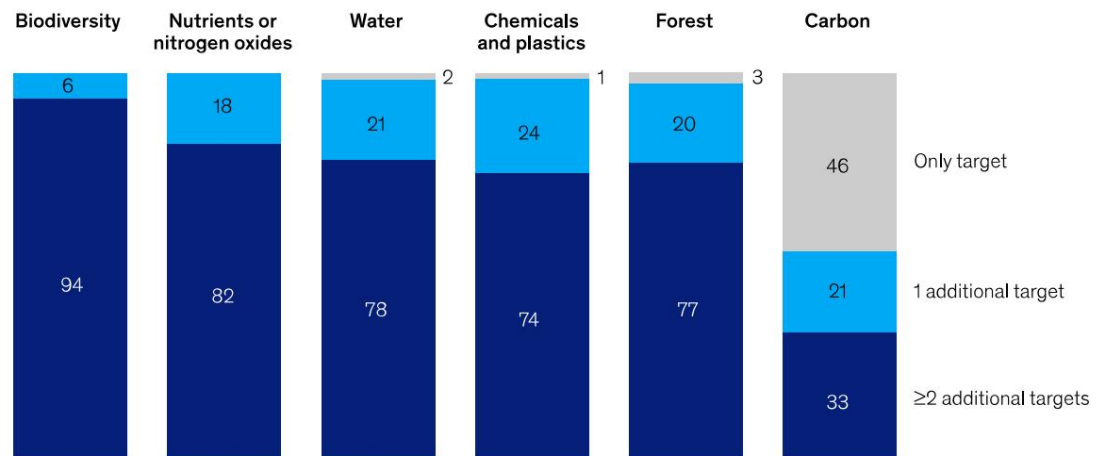
Note: Figures may not sum to 100%, due to rounding.
Source: McKinsey analysis of Fortune Global 500 company sustainability reports and websites

Les entreprises qui prennent des engagements au-delà du carbone ont tendance à adopter un ensemble d'objectifs plus holistiques. Alors que 46 % des engagements des entreprises commencent et se terminent par le carbone, 74 % des entreprises ayant pris des engagements plus ambitieux ont tendance à adopter un ensemble d'objectifs plus holistiques. les engagements dans toute autre catégorie comportent également des engagements dans deux ou des dimensions supplémentaires supplémentaires (pièce 3).

Pièce 3

Companies that set targets beyond carbon tend to address multiple dimensions of nature.

Fortune Global 500 companies with nature-related targets, by dimension, 2024, %



Note: Figures may not sum to 100%, due to rounding.
Source: McKinsey analysis of Fortune Global 500 company sustainability reports and websites

McKinsey & Company

La part des entreprises fixant des objectifs varie encore selon les secteurs, le secteur manufacturier étant en tête.

Le secteur manufacturier continue de représenter la plus grande part de entreprises ayant trois objectifs ou plus liés à la nature. Cependant, deux

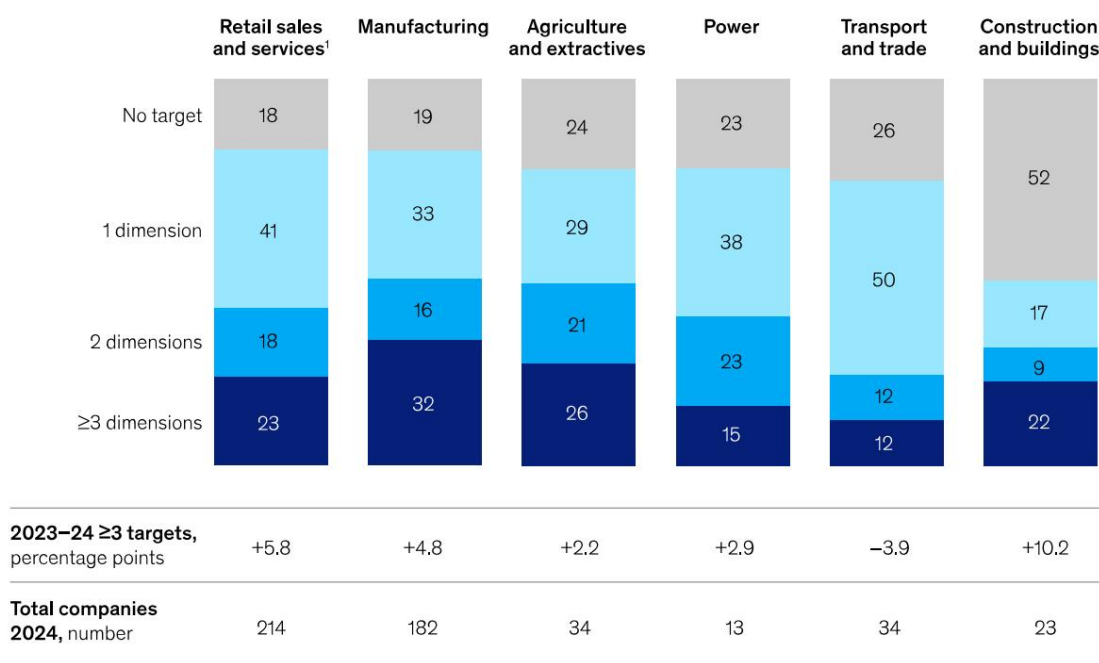
Les autres secteurs – construction et bâtiments et vente au détail et services – ont affiché la plus forte croissance dans cette catégorie, avec des augmentations de plus de dix points de pourcentage et de près de six points de pourcentage, respectivement (pièce 4).

Le pourcentage des entreprises de construction et de construction n'ayant pas d'objectifs reste le plus élevé parmi les secteurs, avec 52 %, soit une hausse de deux points de pourcentage par rapport à l'année dernière. Cela indique que les progrès dans ce secteur sont concentrés parmi les entreprises ayant déjà des objectifs liés à la nature, plutôt que parmi celles qui fixent des objectifs pour la première fois.

Pièce 4

Companies' nature-related targets vary by sector.

Fortune Global 500 companies with nature-related targets, by sector, 2024,¹ %



Note: Figures may not sum to 100%, due to rounding.

¹Retail sales and services includes technology, finance, professional services, education, healthcare, and retail, among other service-sector industries. Source: McKinsey analysis of Fortune Global 500 company sustainability reports and websites

McKinsey & Company

Le secteur des transports et du commerce a enregistré une baisse de 3,9 points de pourcentage par rapport à l'année dernière dans la part des entreprises ayant trois objectifs ou plus, tandis que le secteur manufacturier, qui comprend la construction automobile, la biopharmacie et les technologies de la santé, l'alimentation et les boissons

Les secteurs de la fabrication et de l'électronique ont enregistré une augmentation de 4,8 points de pourcentage par rapport à 2023.

Les entreprises d'Amérique latine ont la plus grande proportion d'entreprises fixant trois objectifs ou plus, tandis que l'Europe continue de mener en matière de définition d'objectifs globaux

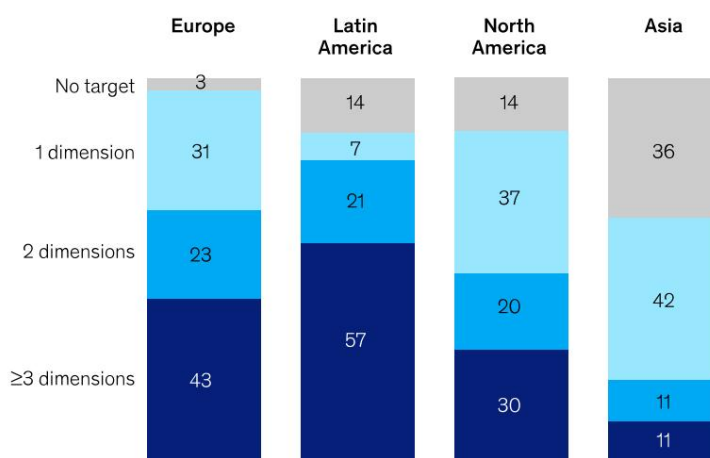
Toutes les régions, à l'exception de l'Asie, ont connu des augmentations significatives par rapport à l'année dernière. année, la part des entreprises prenant trois engagements ou plus en faveur de la nature (graphique 5). L'Amérique latine a connu la plus forte hausse, le nombre d'entreprises passant de quatre sur 14 entreprises étudiées l'année dernière à huit cette année. Cette tendance est cohérente avec

Les engagements récents des pays d'Amérique latine en matière de protection de la nature. Par exemple, 22 pays de la région, dont le Belize, le La République dominicaine, le Mexique et le Panama ont rejoint le Haut-Commissariat. L'initiative 30x30 de la Coalition Ambition pour la Nature et les Peuples, qui s'aligne sur les objectifs du GBF et appelle à la protection d'au moins au moins 30 % des zones terrestres et marines de la planète d'ici 2030.

L'Amérique latine dépend largement du tourisme lié aux ressources naturelles, en particulier dans les Caraïbes, où les récifs coralliens menacés et le rétrécissement des côtes soulignent le besoin urgent de mettre un terme à la perte de nature.

Companies' nature-related targets vary widely by geography.

Fortune Global 500 companies with nature-related targets, by geography, 2024, %



2023–24 ≥3 targets, percentage points	+9.2	+26.4	+4.8	-0.1
--	------	-------	------	------

Total companies 2024, number	119	14	152	215
-------------------------------------	-----	----	-----	-----

Note: Figures may not sum to 100%, due to rounding.
Source: McKinsey analysis of Fortune Global 500 company sustainability reports and websites

McKinsey & Company

Les entreprises prennent conscience de cette tendance régionale. Par exemple, Une grande entreprise latino-américaine s'est engagée à augmenter de 30 % ses efforts de conservation de la biodiversité, dans le but de réaliser des gains de biodiversité d'ici 2030. Même au-delà de l'Amérique latine, les entreprises utilisent les engagements 30x30 pour façonner leurs objectifs environnementaux.

L'entreprise australienne BHP, par exemple, s'est engagée à créer des résultats positifs pour la nature en veillant à ce qu'au moins 30 % des terres et des eaux dont elle a la gestion soient soumises à des pratiques de conservation, de restauration ou de régénération d'ici la fin de l'exercice 2023. D'autres entreprises mondiales, telles que

Crédit Mutuel et Bunge, ont mis en avant le règlement de l'UE sur

Les produits sans déforestation (EUDR) comme une considération clé dans leur [9] engagements sans déforestation.

L'Europe reste la région comptant la plus grande part d'entreprises ayant au moins une cible, grâce aux récentes politiques axées sur la nature telles que l'EUDR, la loi européenne sur la restauration de la nature et la directive européenne sur la protection de la nature.

L'Union continue de mettre l'accent sur la réduction des émissions de carbone grâce à des mécanismes tels que le mécanisme d'ajustement carbone aux frontières.

Les entreprises font de plus en plus référence à l'EUDR dans leurs engagements visant à mettre un terme à la déforestation. Par exemple, Tesco « se prépare à se conformer à l'EUDR pour toutes les catégories et produits concernés » ainsi qu'à la législation britannique dans le cadre de son engagement à s'approvisionner en matières premières telles que le soja et l'huile de palme uniquement auprès de sources vérifiées [10]. des zones zéro déforestation et sans conversion d'ici décembre 2025.

L'action des entreprises en faveur de la nature prend de l'ampleur, mais il reste encore un long chemin à parcourir

Notre nature en 2022 en équilibre [Le rapport décrit les mesures sectorielles que les entreprises peuvent prendre pour restaurer le capital naturel, constatant que près de la moitié du potentiel de réduction estimé pourrait avoir un retour sur investissement positif, soit une opportunité annuelle de 700 milliards de dollars.](#) [11]

L'augmentation des actions collectives des entreprises souligne l'importance du secteur privé l'engagement croissant du secteur envers la nature tout en soulignant la besoin d'innovation et de concentration sur toutes les dimensions de la nature ressources naturelles. Alors que l'élan se construit autour de la nature et des ressources naturelles capital, les dirigeants d'entreprise ont la possibilité de jouer un rôle central pour ramener les entreprises dans un espace de fonctionnement sûr pour humanité.

Pour poursuivre ces efforts, nous collaborons avec le Forum économique mondial pour réunir des PDG mondiaux afin de mener des initiatives commerciales pour un avenir positif pour la nature, en commençant par notre rapport récemment lancé, Spotlight on nature:

[Case studies for business transformation toward a nature-positive future.](#)

1. Le capital naturel fait référence aux ressources naturelles mondiales.

2. Johan Rockström et al., « Un espace opérationnel sûr pour l'humanité », Nature, 2009, Volume 461.
3. « Toutes les limites planétaires ont été cartographiées pour la première fois, six sur neuf ont été franchies », Stockholm Resilience Centre, 13 septembre 2023.
4. « [La position des plus grandes entreprises mondiales sur la nature](#) » McKinsey, 13 septembre 2022.
5. « [Les entreprises élargissent leurs engagements envers la nature au-delà du carbone](#) », McKinsey, 8 décembre 2023.
6. NON_x, ou oxydes d'azote, fait référence au dioxyde d'azote et à l'oxyde nitrique, qui sont des polluants atmosphériques nocifs pour la santé produits par la combustion et d'autres processus commerciaux.
7. Julia Strong, « Google, Meta, Microsoft et Salesforce s'engagent à contracter jusqu'à 20 millions de tonnes de crédits d'élimination du carbone de haute qualité d'ici 2030 », communiqué de presse de la Symbiosis Coalition, 2024.
8. « Biodiversité et terre », BHP, consulté le 13 novembre 2024.
9. « Lutte contre le changement climatique et la perte de biodiversité : Crédit Mutuel Alliance Fédérale ne financera plus les importations de produits issus de la déforestation », communiqué de presse du Crédit Mutuel, 9 décembre 2022 ; « Bunge : Climate change 2023 », CDP Worldwide, consulté le 13 novembre 2024.
10. « Fiche d'information : Nature et protection des forêts », Tesco, consulté le 14 novembre 2024.
11. [La nature en jeu : ce que les entreprises peuvent faire pour restaurer le capital naturel](#), McKinsey, 5 décembre 2022.

À PROPOS DE L'AUTEUR(S)

Anne Kronschnabl est associée au bureau de McKinsey dans le New Jersey ; [Josué Katz](#) est associé au bureau du Connecticut ; et Andrew Wei et Monique St. Jarre sont consultants au bureau de Washington, DC, où Stephanie Stefanski est associée associée.

Les auteurs souhaitent remercier Daniel Aminetzah pour ses contributions à cet article.

Cet article a été édité par Jessica Marshall, rédactrice en chef du bureau de Seattle.

DÉCOUVREZ UNE CARRIÈRE AVEC NOUS

[Recherche d'offres d'emploi](#)