

L'IMPORTANCE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE : ENQUÊTE MONDIALE DE DHL EXPRESS AUPRÈS DES PETITES ENTREPRISES

DES INFORMATIONS POUR ENRICHIR LA STRATÉGIE DE VOTRE ENTREPRISE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ

Décembre 2024



La durabilité est désormais la clé du succès des entreprises.

Où en est votre entreprise dans son parcours de durabilité ? Et comment se compare-t-elle à ses concurrents ?

La durabilité n'est plus seulement un mot à la mode – elle est devenue un impératif stratégique pour les entreprises de toutes tailles. La septième édition du DHL Logistics Trend Radar – publiée plus tôt cette année – a mis en avant la durabilité comme une tendance clé qui transformera l'industrie au cours des dix prochaines années.

Non seulement vos clients, mais aussi les parties prenantes, les employés et potentiellement les investisseurs scrutent de plus en plus **les pratiques Environnementales, Sociales et de Gouvernance (ESG) des entreprises comme une mesure critique de la valeur et de la crédibilité à long terme.**

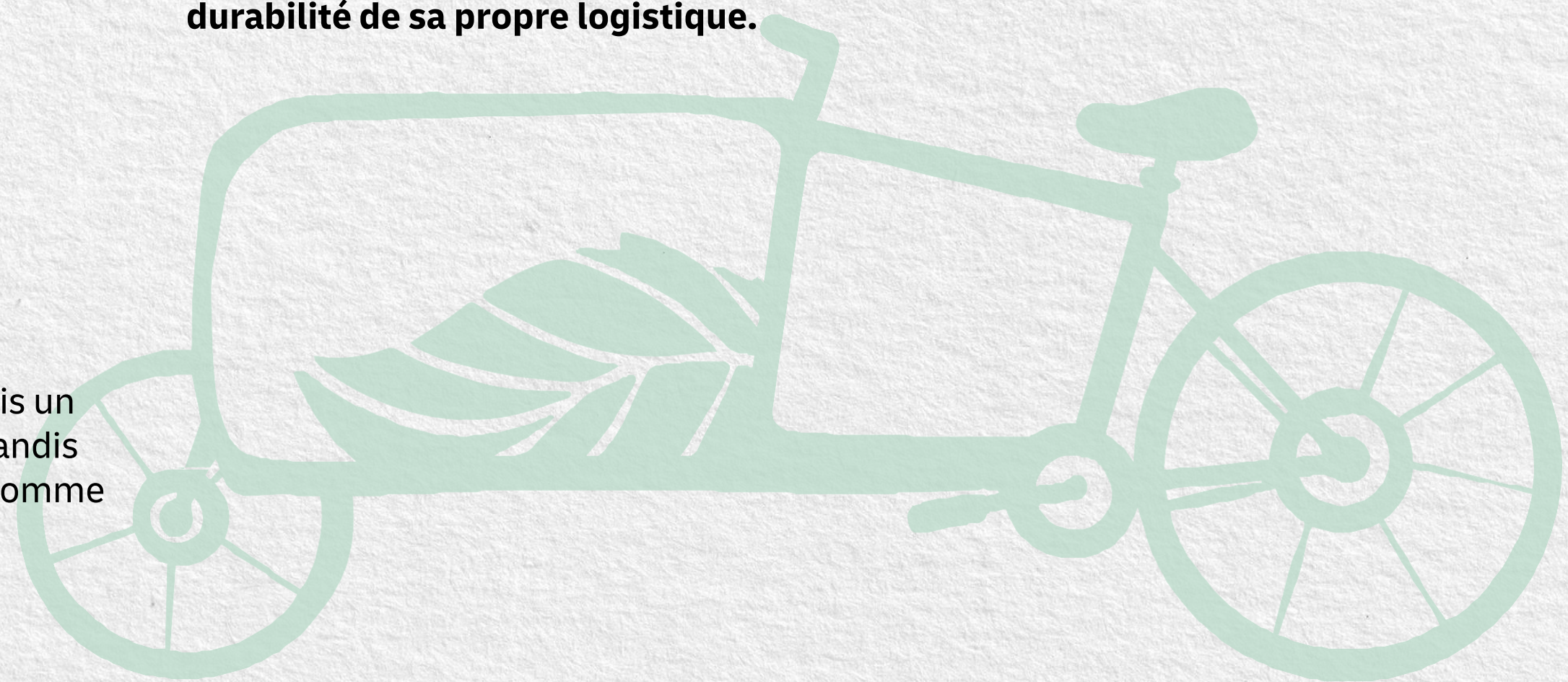
Ce changement reflète une compréhension croissante que les entreprises adoptant les principes ESG ne réduisent pas seulement leur empreinte carbone, mais améliorent également leur réputation de marque, gagnent un avantage compétitif et sécurisent une croissance financière à long terme.

Pour les entreprises de toutes tailles, le message est clair : la durabilité est désormais un moteur clé du succès. Ceux qui n'agissent pas risquent d'être laissés pour compte, tandis que ceux qui intègrent la durabilité dans leur stratégie centrale seront positionnés comme des leaders dans l'économie mondiale en évolution.

Quel impact cela a-t-il sur la manière dont les PME structurent leur entreprise ?

Pour découvrir la réponse, DHL Express a mené une enquête approfondie auprès des Petites et Moyennes Entreprises (PME) à travers le monde, explorant leurs approches en matière de durabilité ; l'importance qu'elles accordent à cette priorité dans leur stratégie d'entreprise, leur volonté d'investir dans des solutions durables, les plus grands défis auxquels elles sont confrontées pour adopter de telles pratiques, et les attentes évolutives de leurs propres clients.

Ce rapport rassemble les résultats clés et **partage des mesures concrètes que votre entreprise peut prendre pour améliorer la durabilité de sa propre logistique.**



Sommaire

Introduction : page 2

Méthodologie de recherche : page 3

Principaux enseignements : pages 4-5

Résultats de l'enquête : pages 6-22

Le développement durable - la stratégie de croissance clé de votre PME : page 23

DHL Express - le partenaire de choix en matière de logistique durable : page 24

Développez votre activité grâce au développement durable : page 25



Méthodes de recherche

En tant que leader mondial de l'industrie de la logistique, DHL soutient des milliers de PME à travers le monde dans une large gamme de secteurs ; une position unique qui lui a permis de constater la priorité croissante accordée à la durabilité dans les opérations de la chaîne d'approvisionnement.

Pour mieux comprendre ce nouveau paysage, DHL Express a mené une enquête **en ligne auprès de 5 437 décideurs de PME dans 11 marchés : le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Australie, la Chine, Singapour, le Japon, le Mexique, le Canada et l'Inde**. Les entreprises ayant participé à l'étude appartenaient à neuf secteurs : commerce de détail, biens de consommation, services professionnels, ingénierie, mode, technologie, produits chimiques, sciences de la vie et soins de santé, et services financiers. Le travail de terrain a eu lieu en juillet 2024 et a duré trois semaines.

L'enquête fournit **une analyse approfondie et unique de la relation entre les PME et la durabilité** dans le monde d'aujourd'hui. Elle met en évidence les principales conclusions et tendances pour identifier des informations qui aideront votre entreprise à naviguer dans ce paysage en évolution et à saisir de nouvelles opportunités.

7 points clés à retenir de l'enquête mondiale de DHL Express sur la durabilité des petites entreprises



La durabilité est une priorité clé pour les entreprises

Au moins deux tiers des PME dans tous les secteurs sondés ont déclaré que la durabilité est soit "très importante" soit "extrêmement importante" pour elles. Le secteur des services financiers et le secteur de la mode sont ceux qui ont le plus fortement approuvé cette affirmation – 81 % des répondants dans chaque groupe ont répondu de cette manière.



La plupart des PME sont réticentes à investir dans la durabilité

Bien qu'elles soient largement conscientes de l'importance de la question, de nombreuses PME sont réticentes à allouer un budget sérieux à des initiatives durables. La plupart d'entre elles (53 %) ne sont disposées à investir que 1 à 3 % de leur budget de fonctionnement dans des pratiques durables. Seules 9 % d'entre elles investiront plus de 5 %, tandis que 16 % n'investiront rien.



La Chine et l'Inde s'affirment comme des leaders en matière de durabilité

Elles sont peut-être connues comme des géants mondiaux de la fabrication et de l'exportation, mais les PME de ces régions adoptent de pratiques durables. 72 % des PME chinoises et 59 % des PME indiennes ont déclaré que la durabilité est "extrêmement importante" pour leur entreprise – contre une moyenne mondiale de 35 %. À l'autre extrémité de l'échelle, seulement 16 % des PME japonaises ont déclaré la même chose.



Les PME manquent de confiance dans la demande des clients pour des services durables

À l'échelle mondiale, seulement 23 % des PME pensent que leurs clients seraient "très" ou "extrêmement" disposés à payer plus pour des expéditions durables. En examinant les résultats au niveau des pays, la confiance est nettement plus élevée parmi les PME en Inde et en Chine, où respectivement 51 % et 47 % pensent que leurs clients seraient disposés à le faire.



Obtenir le soutien interne et celui des clients est un défi majeur pour les PME

Lorsqu'on leur a demandé quels étaient leurs défis pour atteindre leurs objectifs de durabilité, la principale préoccupation pour la plupart des PME sur tous les marchés était d'obtenir l'adhésion interne et celle des clients. Cela était particulièrement répandu en Allemagne, où 74 % des PME ressentaient cela.



L'industrie de la mode défie les stéréotypes

Bien qu'elle évolue dans un secteur souvent critiqué pour ses processus de fabrication, la plupart des PME de la mode sont fortement en faveur de la durabilité. 81 % des répondants du secteur ont déclaré que la durabilité est "très importante" ou "extrêmement importante" pour leur entreprise. 78 % ont dit qu'ils pensent que proposer des options de livraison durables pourrait améliorer l'image de leur marque ("dans une certaine mesure/une grande mesure/une très grande mesure").



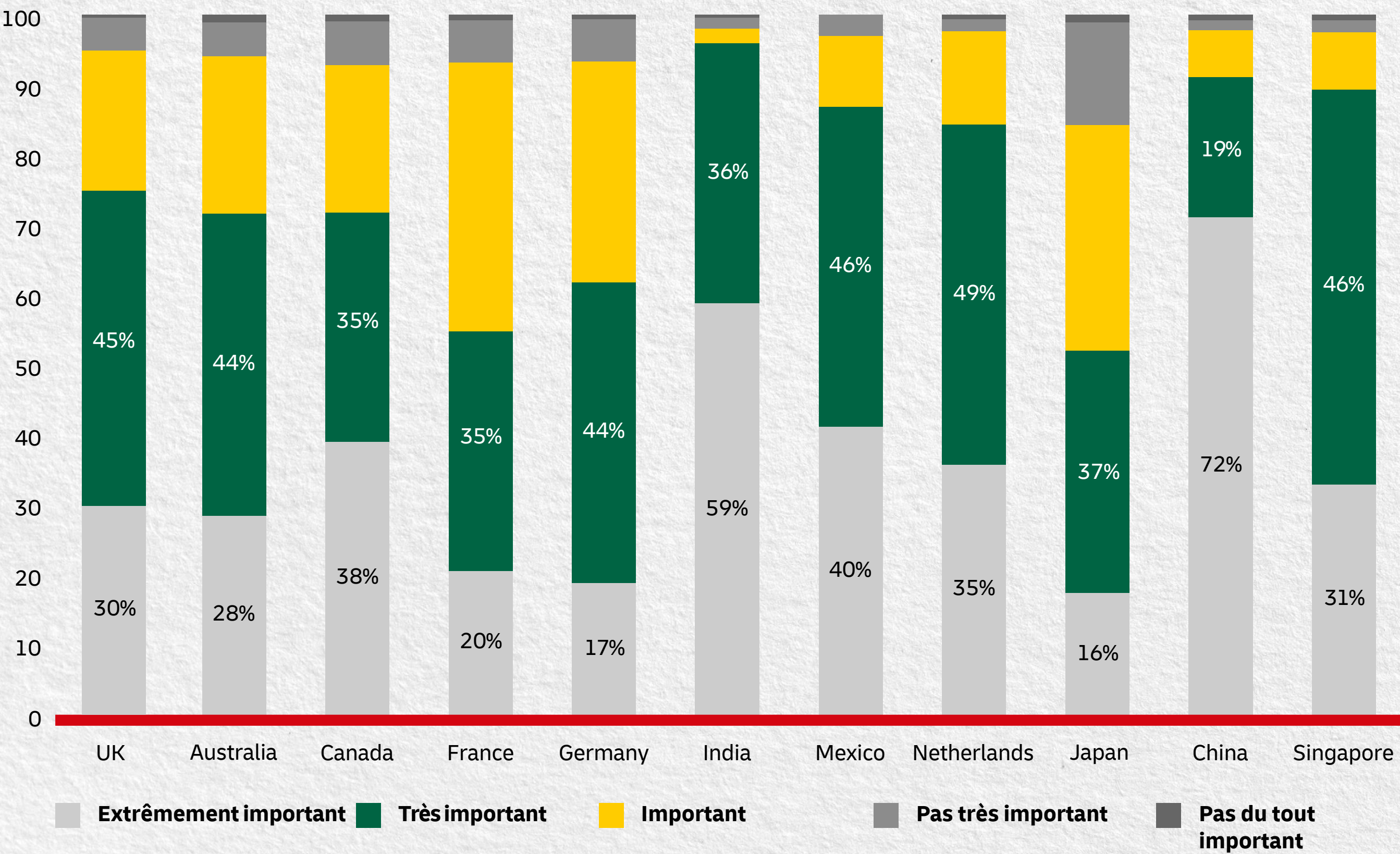
Le secteur des services financiers est fermement ancré dans son ère de durabilité

Les PME du secteur des services financiers étaient les plus susceptibles de dire que la durabilité est "extrêmement importante" pour leur entreprise (43 %). Elles étaient également les plus disposées à allouer un budget de fonctionnement aux pratiques durables (88 %), et les plus susceptibles de penser que proposer des options de livraison durables pourrait conduire à un succès commercial accru (47 % "dans une grande/une très grande mesure").



La durabilité est une priorité absolue pour les entreprises

Quelle importance la durabilité a-t-elle pour votre entreprise ?



Lors de l'examen des données à l'échelle mondiale, **75 % des PME ont déclaré que la durabilité est "très importante" ou "extrêmement importante" pour leur entreprise. Moins de 1 % ont dit que ce n'est "pas du tout important"**. En regardant les résultats au niveau des pays, l'Inde et la Chine se sont imposées comme de grands soutiens de la durabilité – respectivement 95 % et 91 % ont déclaré que c'est "très important" ou "extrêmement important" pour leur entreprise.

Ailleurs, le Mexique s'est également distingué comme un pays très engagé en matière de durabilité ; 86 % des PME y ont déclaré que c'est "extrêmement important" ou "très important" pour leur entreprise. En Europe, les Pays-Bas ont pris la tête parmi leurs voisins, avec 84 % des PME affirmant la même chose, **tandis que la France était à la traîne avec seulement 55 %**. Pendant ce temps, le Japon se classait le plus bas de tous les pays, avec seulement 53 %.

De nombreux facteurs influenceront les variations dans les résultats. Les lois et politiques sur la durabilité dans les lieux de travail des différents pays ont non seulement un impact direct sur les opérations, mais influencent également les attitudes culturelles plus larges à l'égard de la question.

Pourquoi chaque PME devrait adhérer à la durabilité

Les PME représentent plus de 90 % de toutes les entreprises dans le monde, ce qui signifie que leur contribution significative aux émissions mondiales de carbone ne peut être ignorée.

Mais il y a de bonnes nouvelles. Selon le SME Climate Hub soutenu par l'ONU*, près de la moitié des petites entreprises calculent leurs émissions, et 60 % ont des plans pour réduire leur impact carbone.

Ici, Bettina Paschke, Vice-Présidente de la Comptabilité, du Reporting et du Contrôle ESG chez DHL Express, explique pourquoi la durabilité est un sujet si important pour les petites entreprises.



*SME Climate Hub, 2022

Obtenir le soutien interne et celui des clients pour les stratégies de durabilité est un défi clé pour les PME

Le plus grand défi lors de la prise en compte des objectifs de durabilité, par secteur



Pour tous les secteurs, le plus grand défi lors de la prise en compte des objectifs de durabilité est d'obtenir l'adhésion des clients et en interne – en particulier dans les secteurs «Chemicals» (51 %) et «Professional services» (47 %).

Toute entreprise mettant en œuvre une nouvelle initiative de durabilité a besoin de l'engagement actif de tous les employés pour réussir. Sans une adhésion à l'échelle de l'entreprise, une culture authentique et durable du développement durable ne survivra pas. De même, le soutien des clients galvanise l'entreprise pour rester sur la bonne voie et atteindre ses objectifs.

En examinant les données par pays, les résultats montrent un schéma similaire : la principale préoccupation des PME sur tous les marchés était d'obtenir l'adhésion interne et celle des clients. C'était particulièrement le cas en Allemagne, où 74 % des PME ressentaient cela.

Pourtant, une enquête de McKinsey* a révélé que 66 % des consommateurs tiennent compte de la durabilité lorsqu'ils effectuent un achat, s'alignant ainsi sur des marques compatibles avec leurs valeurs et priorités. De telles statistiques démontreront à vos parties prenantes l'importance pour votre entreprise d'avoir une politique de durabilité claire et dédiée.

*McKinsey, February 2023

Surmonter les défis pour atteindre vos objectifs de durabilité

“ Nous sommes très petits et ne pouvons vraiment pas nous permettre de faire plus que ce que nous faisons déjà. ”
(Automotive SME, Australia)

De nombreuses PME ont souligné ne pas savoir par où commencer leur parcours de durabilité. Bettina Paschke, Vice-Présidente de la Comptabilité, du Reporting et du Contrôle ESG chez DHL Express, conseille :

“ Si une entreprise souhaite prendre en compte la durabilité dans ses activités, elle devrait d'abord réfléchir à l'endroit où elle a le plus grand impact. ”

Passer à des processus logistiques durables peut nécessiter un investissement initial, mais cela peut permettre à votre entreprise d'économiser de l'argent à long terme grâce à la réduction des déchets et à l'augmentation du taux d'acquisition de clients. Et rappelez-vous, vous pouvez commencer petit – par exemple comme l'introduction d'un programme de recyclage dans votre bureau.

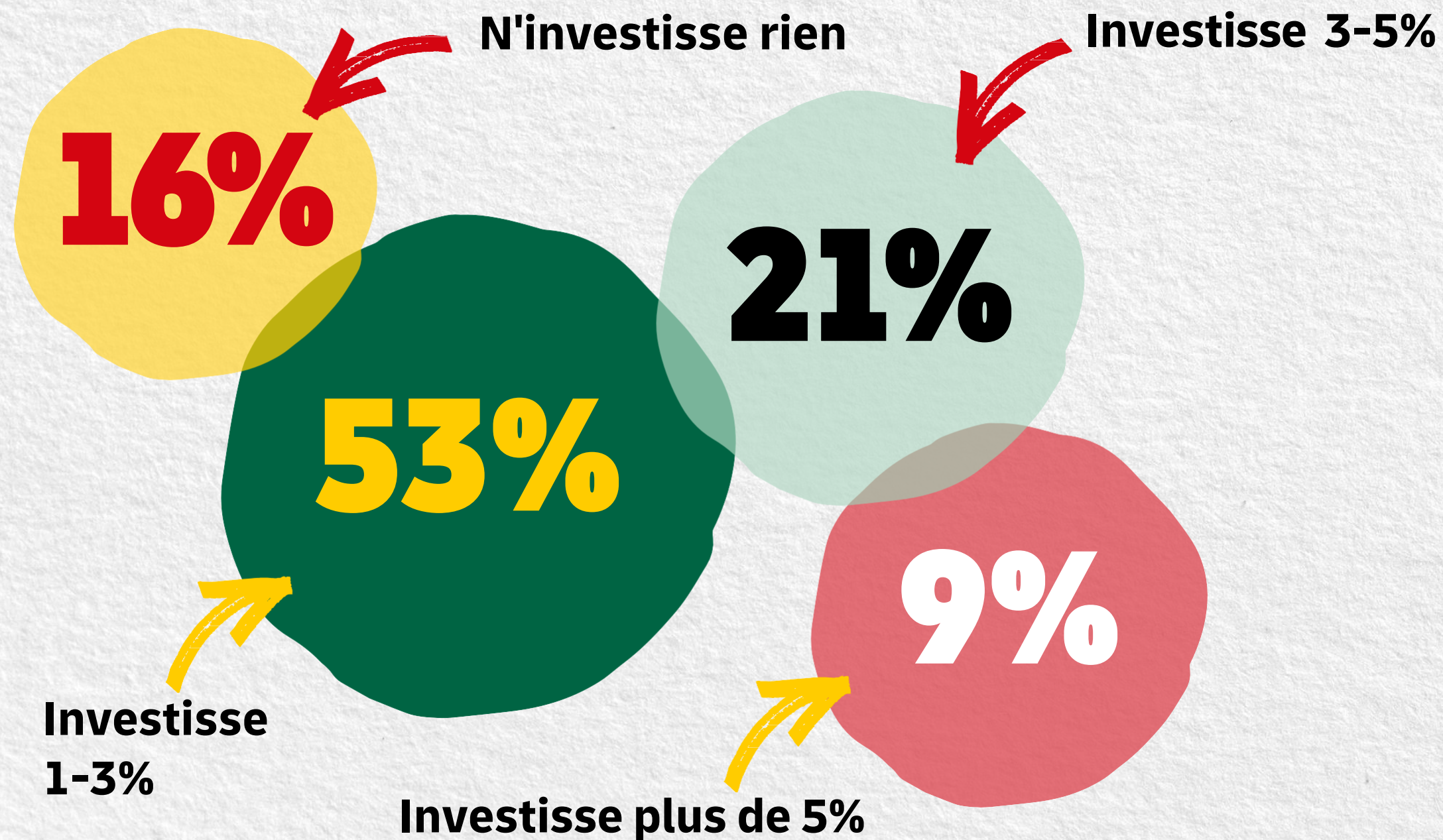


Mettre en œuvre des pratiques durables n'a pas besoin d'être complexe. Voici quelques conseils rapides :

- Réduisez votre consommation d'énergie.** Éteignez les lumières, les ordinateurs et les machines lorsqu'ils ne sont pas utilisés. Un système de gestion des services publics peut vous aider à suivre et à réduire votre consommation.
- Installez des stations de recyclage** dans votre bureau et dans votre entrepôt.
- Formez votre personnel.** Faites de "réduire, réutiliser, recycler" votre mantra au travail.
- Invitez les clients à donner leur avis** sur les changements qu'ils aimeraient voir de votre marque

La plupart des PME sont encore réticentes à allouer un budget assez important à la durabilité.

Budget de fonctionnement moyen que les PME de tous les secteurs sont prêtes à investir dans les pratiques de durabilité :



Bien que de nombreux répondants aient indiqué que la durabilité devenait une priorité croissante pour leur entreprise, ils sont réticents à investir sérieusement pour apporter des changements. La majorité (53 %) a déclaré qu'ils n'investiraient que 1 à 3 % de leur budget de fonctionnement dans des pratiques durables, tandis que 16 % ont déclaré qu'ils n'étaient pas disposés à investir quoi que ce soit.

En examinant les données géographiquement, 51 % des PME mondiales, en moyenne, ont déclaré qu'elles étaient prêtes à investir 1 à 3 % de leur budget de fonctionnement dans des pratiques durables. Seulement 11 % étaient prêts à investir plus de 5 %, tandis que 19 % ont déclaré qu'ils n'étaient pas disposés à investir quoi que ce soit.

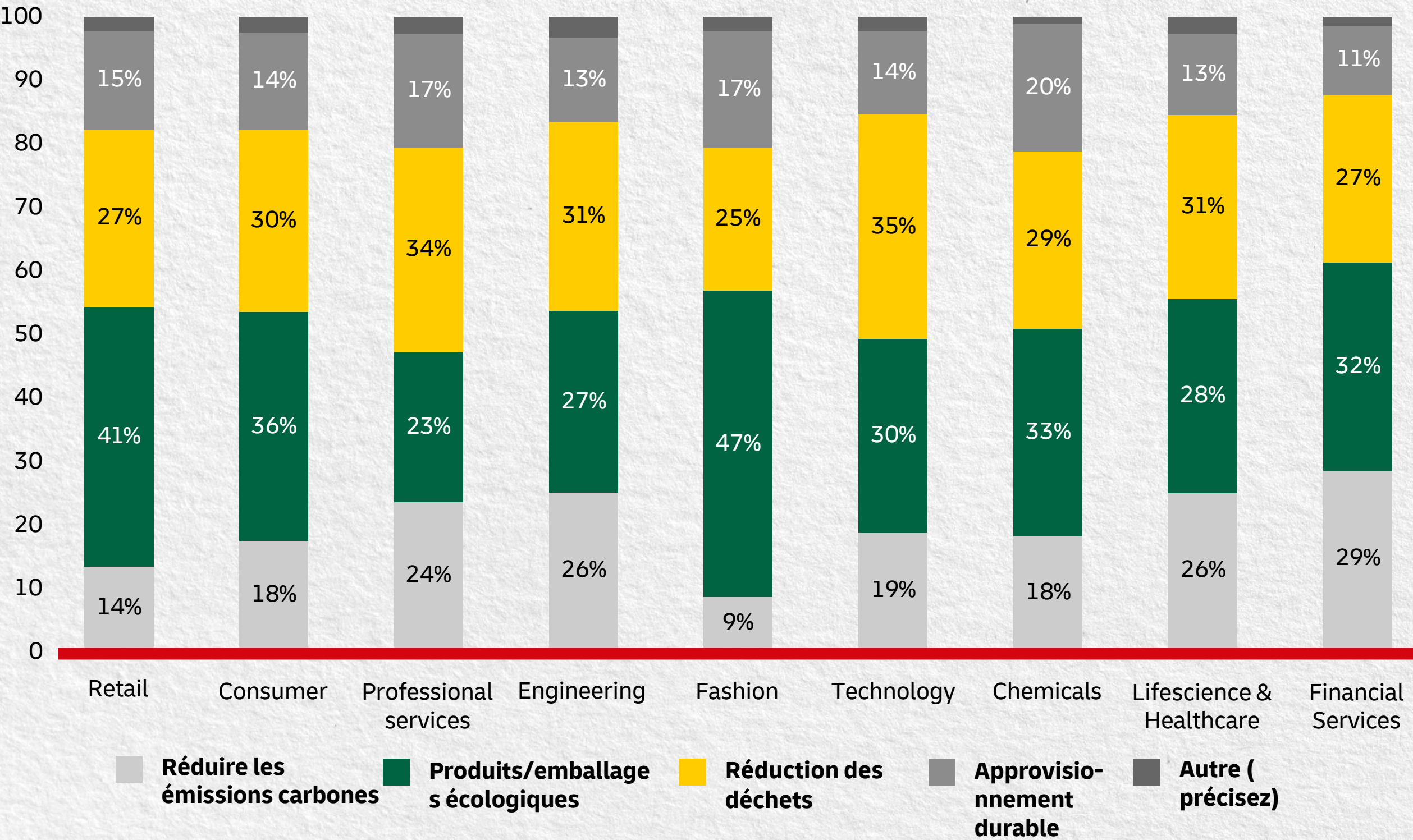
“ **Nous faisons une analyse coûts/bénéfices, puis nous décidons.** (SME, Canada) ”



De nombreux gouvernements à travers le monde offrent des réductions d'impôts, des subventions et d'autres incitations financières pour encourager les entreprises à adopter des pratiques plus écologiques. Effectuez des recherches sur les avantages disponibles pour votre PME.

Les produits et emballages écologiques sont des priorités importantes pour les secteurs B2C

Principale priorité en matière de durabilité, par secteur d'activité



Il est compréhensible que les priorités diffèrent selon les industries. Pour les secteurs de la mode et de la vente au détail orientés vers les consommateurs, les 'produits et emballages écologiques' sont la plus grande priorité – ce qui n'est peut-être pas surprenant étant donné la tendance actuelle à une consommation plus consciente

“ Produire un produit durable qui dure plus longtemps que les autres produits du marché réduit TOUS les déchets de production – main-d'œuvre, matières premières, infrastructures et expédition ” (Retail SME, Canada)

La réduction des déchets est la priorité principale pour les secteurs de la technologie (35 %) et des services professionnels (34 %). En ce qui concerne le premier, des recherches de Statista* révèlent le défi auquel l'industrie est confrontée. En 2023, le géant de la technologie Apple était responsable de plus de 19 000 tonnes métriques de déchets mis en décharge, tandis qu'Intel a contribué à plus de 17 000 tonnes. Cependant, il y a des changements positifs en cours. Le rapport de Statista souligne la croissance du marché de la technologie de consommation reconditionnée, ainsi que plusieurs technologies développées pour optimiser la consommation d'énergie dans le secteur.

*Statista, 2024

Trois conseils rapides pour des produits et des emballages respectueux de l'environnement

De nombreuses personnes interrogées ont déclaré que les produits et les emballages écologiques constituaient une priorité pour leur entreprise. En effet, pour les PME, ces initiatives constituent un excellent premier pas sur une voie plus respectueuse de l'environnement, tout en contribuant à améliorer la réputation de leur marque auprès des clients.

1

Travaillez avec des fabricants et des fournisseurs qui se sont engagés à utiliser des techniques de production respectueuses de l'environnement.



2

Privilégiez les matériaux durables pour vos produits et les matériaux recyclables et biodégradables pour vos emballages.



3

S'approvisionner localement ; choisir des fournisseurs proches de ses installations pour réduire les émissions dues au transport.



“ **Chez DHL, nous avons constaté une augmentation du nombre de clients qui s'informent sur nos solutions d'emballage respectueuses de l'environnement. Les PME reconnaissent qu'il s'agit d'un aspect auquel leurs clients accordent une grande attention.** ”

Leendert van Delft, VP des programmes de vente mondiaux, du marketing (numérique) et du commerce électronique mondial chez DHL Express



L'industrie de la mode défie les stéréotypes

L'industrie de la mode a historiquement reçu de mauvaises critiques concernant l'impact environnemental de ses processus de fabrication et de logistique, mais les résultats de notre enquête suggèrent que de nombreuses PME du secteur sont désormais conscientes de la demande des consommateurs pour des pratiques plus responsables.

75%

pensent que leurs clients seraient prêts à payer plus pour des produits durables

78%

croient que proposer des options de livraison durables améliorera leur image de marque « dans une certaine mesure / dans une grande mesure / dans une très grande mesure »

“ **Les clients s'attendent à un niveau de durabilité « intégré » et peuvent être prêts à payer plus cher pour des niveaux de durabilité plus élevés si la manière dont ils seront atteints est claire, par exemple par des compensations de carbone.** *(Fashion SME, UK)*

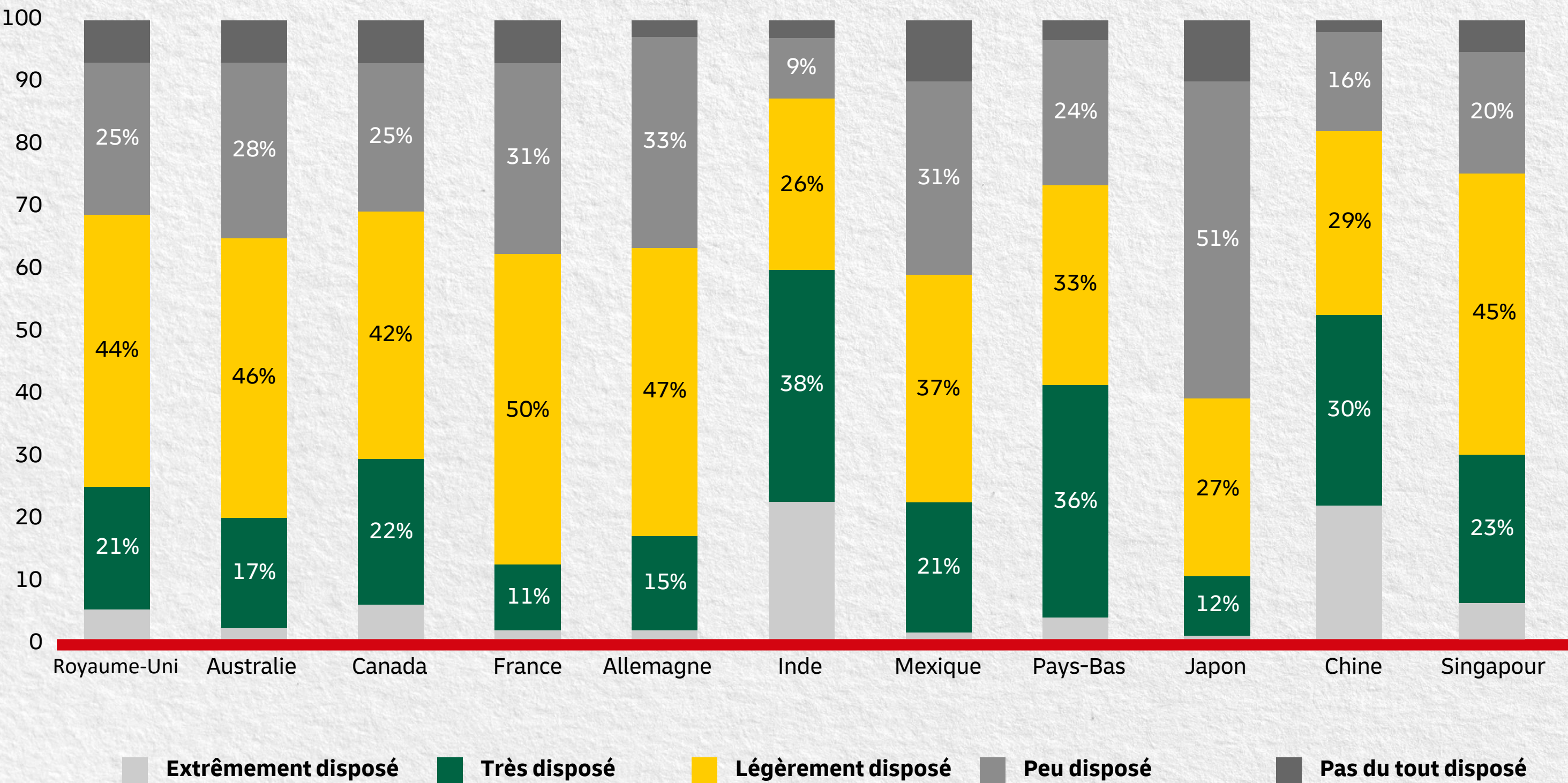
”

Les entreprises de ce secteur devront investir dans une stratégie de durabilité – et la communiquer clairement à leurs clients – si elles veulent rester compétitives. Elles doivent être prêtes à vérifier leurs affirmations en matière de durabilité afin d'éviter les accusations de « greenwashing » de la part des consommateurs.



Les PME ne sont pas convaincues de la demande des clients pour une expédition durable

Volonté de payer plus cher pour une expédition durable, par pays

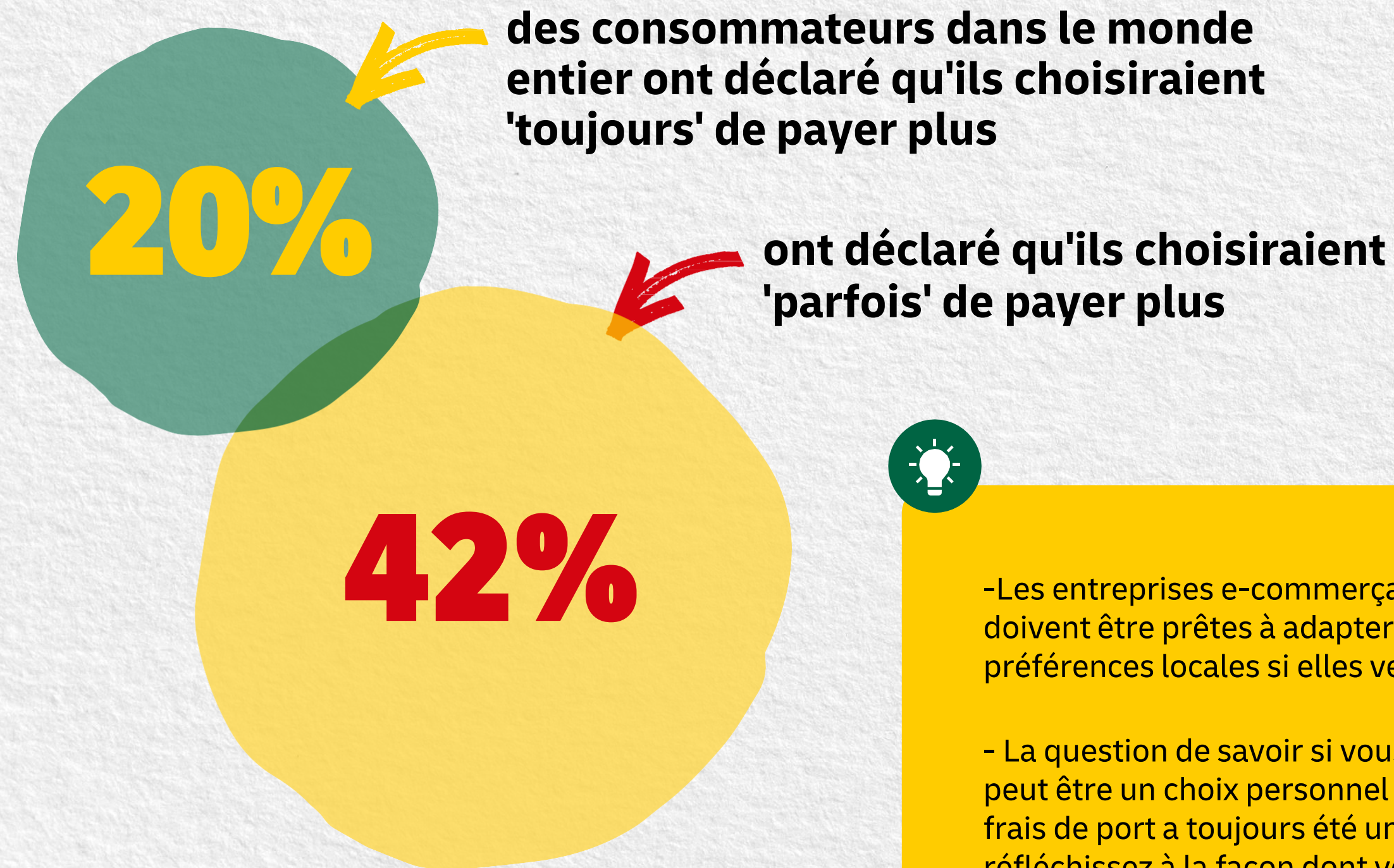


À l'échelle mondiale, les PME ne sont pas convaincues que leurs clients soient prêts à payer plus pour des options d'expédition durable : dans tous les pays, la plupart des PME ont déclaré que leurs clients seraient seulement 'légèrement disposés' à payer. (C'était également une réponse principale lors de l'examen des données par secteur.)

En revanche, 51 % des PME en Inde et 47 % des PME en Chine pensent que leurs clients seraient 'extrêmement' ou 'très' disposés à payer plus pour une expédition durable – contre une moyenne mondiale de 29 %. En tant que puissances exportatrices, il est plausible que les PME de ces pays adoptent des stratégies durables pour attirer les consommateurs occidentaux.

Expédition durable : le chemin vers le succès transfrontalier

Bien que les PME ne soient pas convaincues que leurs clients seraient prêts à payer plus pour une expédition durable, les résultats d'une enquête clé auprès des consommateurs suggèrent que leurs préoccupations ne sont pas fondées. L'enquête mondiale de DHL auprès des acheteurs a demandé aux consommateurs s'ils seraient prêts à payer plus pour une expédition durable



-Les entreprises e-commerçantes qui expédient des marchandises à l'échelle internationale doivent être prêtes à adapter leurs services de traitement des commandes en fonction des préférences locales si elles veulent attirer des acheteurs.

- La question de savoir si vous facturez ou non un supplément pour l'expédition durable peut être un choix personnel pour votre entreprise. Mais n'oubliez pas que la gratuité des frais de port a toujours été une incitation importante pour les acheteurs en ligne, alors réfléchissez à la façon dont vous pourriez absorber les coûts ailleurs dans votre entreprise.

Expédition durable avec GoGreen Plus, solution de DHL

GoGreen Plus de DHL Express est une solution dédiée pour aider les entreprises à réduire les émissions de carbone associées à leurs expéditions en utilisant du carburant d'aviation durable (SAF).

Ce biocarburant est produit à partir de sources renouvelables telles que les huiles végétales, les graisses animales et les déchets. Le SAF est spécialement conçu pour être utilisé en remplacement du carburant d'aviation traditionnel et peut réduire les émissions de gaz à effet de serre jusqu'à 80 % par rapport aux combustibles fossiles. Les clients actuels de GoGreen Plus incluent **Google** et **Mytheresa**. Ici, les experts en durabilité de DHL expliquent pourquoi cela pourrait être une excellente solution pour votre entreprise.

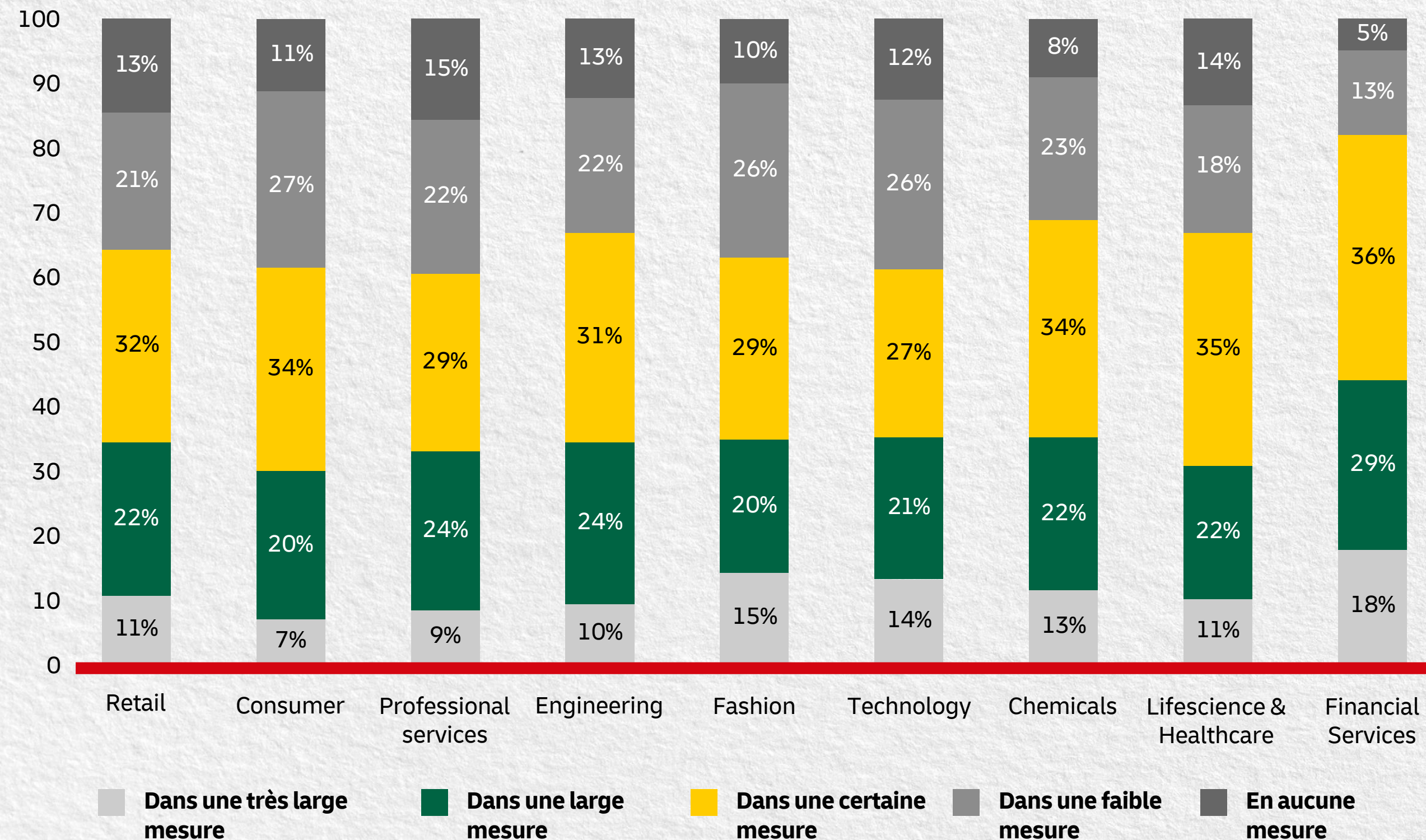
80%

Environ 80 % d'émissions en moins avec GoGreen Plus de DHL



Les PME du secteur des services financiers estiment que les options de livraison durable sont un moteur clé du succès commercial

Mesure dans laquelle les options de livraison durable pourraient conduire à un succès commercial accru, par secteur



Près de la moitié (47 %) des PME du secteur des services financiers estiment que proposer à leurs clients des options de livraison durable pourrait conduire à un succès commercial accru 'dans une large mesure' ou 'dans une très large mesure'. Malgré cela, nous avons constaté que les PME ne sont pas convaincues que leurs clients seraient prêts à payer plus pour une expédition durable. Cela les laisse avec la question de savoir où les coûts pourraient être absorbés au sein de leur entreprise.

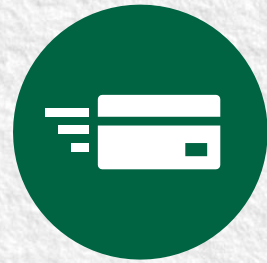
Au niveau national, les PME en Inde et en Chine croient fermement que proposer des options de livraison durable à leurs clients entraînera une croissance des ventes (68 % et 61 % respectivement disent que cela augmentera leur succès commercial 'dans une large mesure' ou 'dans une très large mesure')

Quels sont les avantages commerciaux de proposer des options de livraison durable ?



Attirer plus de clients

Près de huit acheteurs sur dix dans le monde ont déclaré qu'ils seraient intéressés par une option de livraison plus durable pour leurs commandes en ligne*. Proposer un service d'expédition à faibles émissions au moment du paiement améliorera la réputation de votre marque et favorisera la fidélité des clients.



Économies de coûts

La durabilité se concentre sur la réduction des déchets et l'amélioration des efficacités, ce qui peut réduire vos coûts d'exploitation. De plus, passer des combustibles fossiles à des carburants plus durables rendra votre entreprise plus résiliente face aux fluctuations des prix de l'énergie.



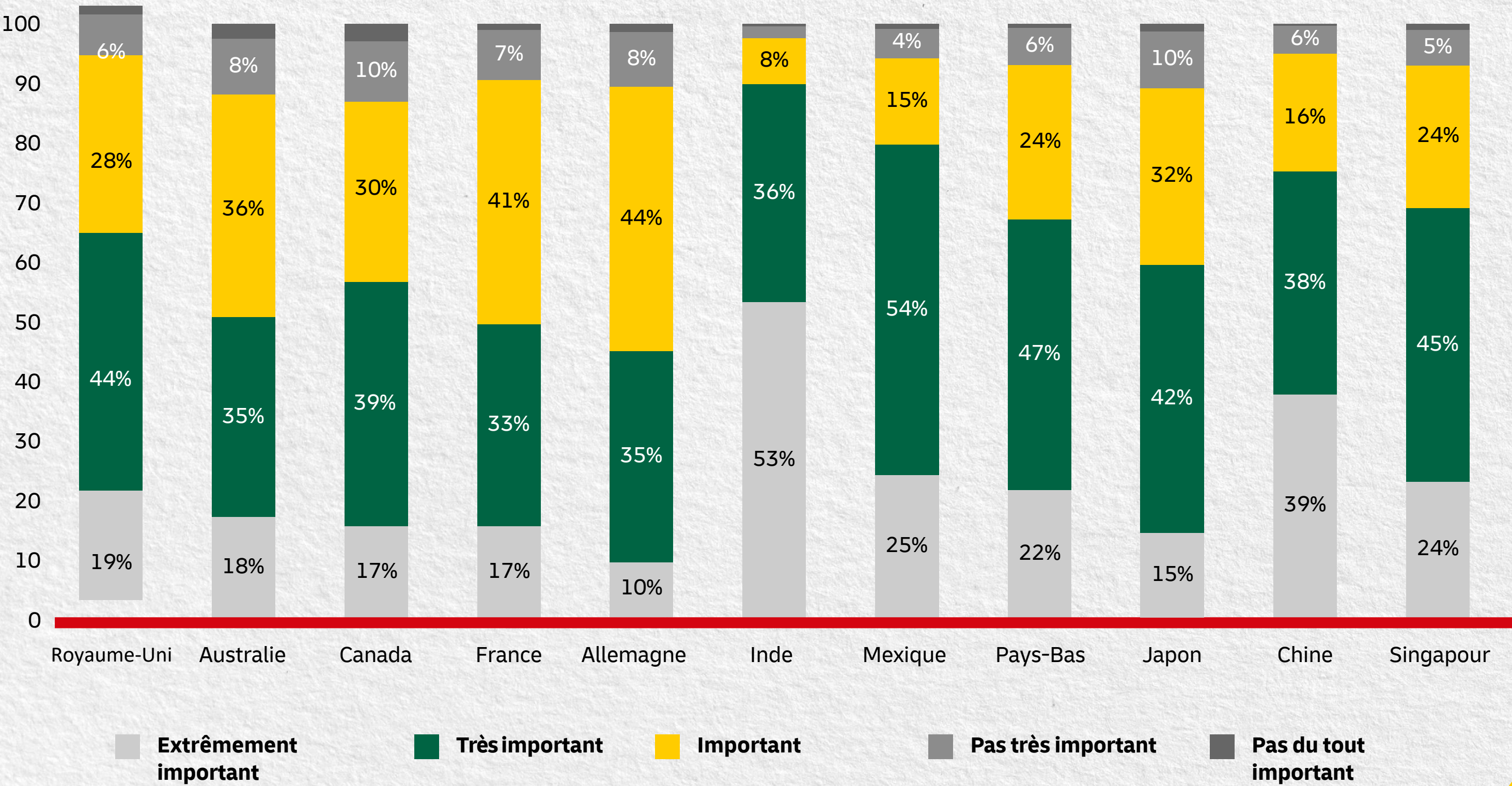
Attirer des investissements

Une stratégie de durabilité solide démontre l'engagement de votre entreprise à réduire ses émissions de carbone, ajoutant de la valeur à celle-ci en la rendant plus attrayante pour les investisseurs.

*Statista research; release date February 2023

L'Inde et le Mexique accordent la priorité à un partenaire logistique durable

Importance d'un partenaire logistique qui privilégie la durabilité, par pays



Un tiers des PME du secteur des services financiers estiment qu'il est 'extrêmement important' d'avoir un partenaire logistique qui privilégie les pratiques commerciales durables, et un quart des PME des secteurs de la vente au détail, des services professionnels, de la mode, de l'ingénierie et de la technologie ressentent la même chose.

Lors de l'examen des données par pays, les PME en Inde pensent qu'il est crucial de travailler avec un partenaire logistique qui privilégie la durabilité (90 % disent que c'est 'extrêmement' ou 'très' important). C'est également une priorité pour les PME au Mexique (79 %) et en Chine (77 %).

Comment améliorer la durabilité de votre logistique : trois conseils de DHL Express

1

Passez à des carburants durables

Les carburants d'aviation durables (SAF) sont des carburants liquides alternatifs qui peuvent être utilisés à la place du carburant d'aviation traditionnel pour alimenter les avions. Contrairement au carburant d'aviation traditionnel, qui est dérivé du pétrole, les SAF sont des biocarburants fabriqués à partir de ressources durables et renouvelables (matières premières) telles que l'huile de cuisson usagée, les graisses animales et les déchets agricoles. Contrairement aux combustibles fossiles, qui émettent du carbone précédemment stocké dans le sol, les SAF libèrent le carbone absorbé par les matières premières au cours de leur cycle de vie, les rendant ainsi neutres en carbone.

65%

L'Association internationale du transport aérien (IATA) estime que les SAF pourraient contribuer à hauteur d'environ 65 % à la réduction des émissions nécessaires à l'aviation pour parvenir à une émission nette nulle en 2050.



GoGreen Plus de DHL Express est une solution dédiée pour aider les entreprises à réduire les émissions de carbone associées à leurs expéditions grâce à l'utilisation de carburant d'aviation durable.

“

Notre produit GoGreen Plus permet à nos clients de décarboner leurs expéditions en utilisant des carburants d'aviation durables. C'est une excellente solution car elle est fabriquée à partir de matériaux renouvelables et de déchets, ce qui permet de réduire considérablement les émissions – environ 80 % de réduction des émissions par rapport aux combustibles fossiles. Ils peuvent également être mélangés avec des combustibles fossiles, ce qui les rend faciles à mettre en œuvre.

Noelle Froehlich, Senior Expert, Opérations propres chez DHL Express

”

2

Réduisez votre taux de livraison échouée avec la livraison à la demande (ODD) de DHL Express

Chaque tentative de re-livraison coûte de l'argent à votre entreprise et augmente ses émissions de transport. Mais avec la livraison à la demande (**ODD**), vos clients pourront choisir parmi une large gamme d'options de livraison flexibles – y compris choisir une heure de livraison spécifique (lorsqu'ils savent qu'ils seront chez eux), ou opter pour que le colis soit laissé chez un voisin ou dans un casier à colis. Cela signifie que, tout en offrant à vos clients une expérience pratique, votre entreprise augmentera son taux de livraison dès la première tentative, ce qui réduira ses émissions.



3

Optimisez les livraisons du dernier kilomètre avec l'IA

Si vous effectuez plusieurs livraisons par jour à vos clients avec votre propre flotte de véhicules, un logiciel de planification des itinéraires peut vous aider à planifier la séquence la plus efficace, en prenant en compte des facteurs tels que la distance, le trafic en temps réel, la capacité des véhicules et les créneaux horaires de livraison. Tout cela signifie que les marchandises arrivent plus rapidement chez les clients et que votre entreprise réduit sa consommation de carburant. Si vous n'opérez pas votre propre flotte de véhicules de livraison, choisissez un partenaire logistique qui utilise cette technologie – comme DHL Express.



Durabilité : la stratégie de croissance clé de votre PME

Le développement durable est aujourd'hui au premier plan des préoccupations de nombreuses entreprises, comme il ne l'a jamais été auparavant. Pourtant, il existe un décalage entre la prise de conscience du problème et l'« action », de nombreuses PME étant réticentes à investir sérieusement dans des pratiques de durabilité. En outre, les PME ne sont pas convaincues du soutien de leurs clients pour de telles initiatives, malgré les recherches qui montrent le contraire. Cette hésitation à s'engager pleinement dans une stratégie de développement durable risque de laisser les PME à la traîne.

En début d'année, la dernière édition du **DHL Express Logistics Trend Radar** a mis en lumière la nouvelle génération de tendances en matière de développement durable qui devraient transformer la logistique au cours de la prochaine décennie, notamment les carburants durables, l'électrification des véhicules et les infrastructures d'énergie renouvelable. Il est clair que une stratégie de développement durable n'est plus un « atout » pour les entreprises ; elle est devenue une nécessité pour stimuler la croissance, attirer les clients et améliorer la qualité de vie. Elle est devenue une nécessité pour stimuler la croissance, attirer les clients et garantir des investissements à long terme.

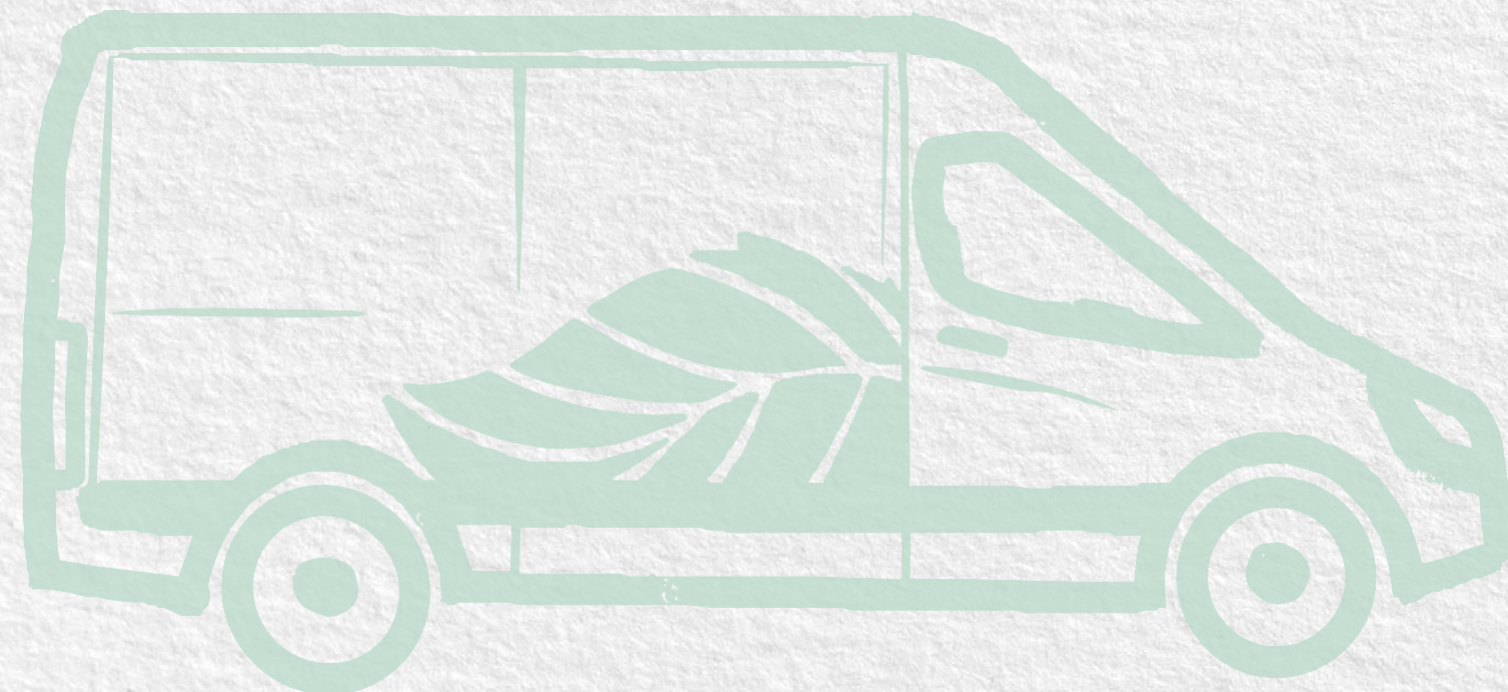
Pour les PME, le défi que représentent le développement et la mise en œuvre d'un tel programme peut souvent sembler insurmontable, de nombreuses personnes interrogées ayant déclaré ne pas savoir par où commencer. **Pourtant, en s'associant à un leader établi de la logistique disposant d'un portefeuille dédié de solutions d'expédition à faibles émissions - comme DHL Express - les PME peuvent se positionner pour rester viables, compétitives et assurer leur croissance à long terme.**

DHL Express : le partenaire de choix en matière de logistique durable

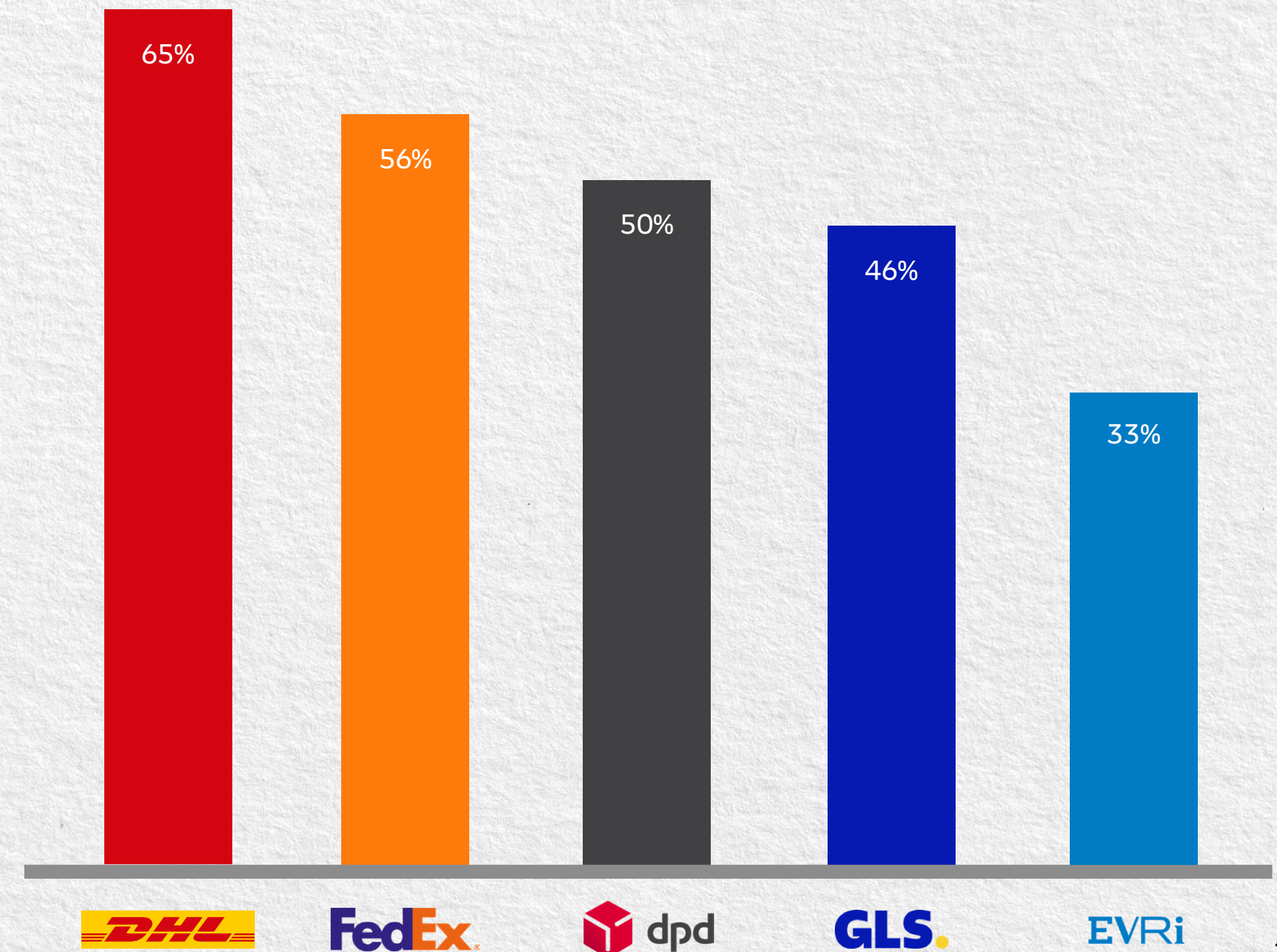
L'enquête Global Shopper Survey 2023 de DHL a révélé que 65 % des consommateurs pensent que DHL est « assez » ou « très » durable.

“ **Nous sommes fiers de maintenir la plus grande flotte de véhicules électriques de l'industrie de la logistique et d'avoir atteint la plus grande part de carburant d'aviation durable parmi toutes les compagnies aériennes au monde en 2023. Investir dans des solutions logistiques à faibles émissions, qui anticipent la demande future du marché, se traduira par un avantage concurrentiel à mesure que ces solutions de transport deviennent de plus en plus importantes pour nos clients.** ”

Tobias Meyer, CEO de DHL Group



Quelles sont les entreprises auxquelles les acheteurs du monde entier font confiance pour effectuer leurs livraisons de manière durable ?



Développez votre entreprise grâce à la puissance de la durabilité

Pour en savoir plus sur la façon dont GoGreen Plus de DHL pourrait bénéficier à votre entreprise sur la voie de la durabilité, demandez **l'ouverture d'un compte** ou parlez à votre responsable commercial DHL.

Et n'oubliez pas de consulter **Discover**, un centre d'information dédié aux petites entreprises, qui propose des astuces et des conseils d'experts DHL, notamment sur la manière de mettre en œuvre une logistique durable

[dhl.com](https://www.dhl.com)

Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite ou transmise sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris la photocopie, l'enregistrement ou tout système de stockage et de récupération d'informations, sans l'autorisation préalable écrite de l'éditeur. Copyright © Deutsche Post DHL 2024

