



# ÉTUDE ETHOS 2023

## RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES DU SMI EXPANDED

La **Fondation Ethos** regroupe plus de 250 caisses de pension et institutions suisses exonérées fiscalement. Créée en 1997, elle a pour but de promouvoir l'investissement socialement responsable et de favoriser un environnement socioéconomique stable et prospère.

*Signatory of:*



La société **Ethos Services** assure des mandats de conseil dans le domaine des investissements socialement responsables. Ethos Services propose des fonds de placement socialement responsables, des analyses d'assemblées générales d'actionnaires avec recommandations de vote, un programme de dialogue avec les entreprises ainsi que des ratings et analyses environnementales, sociales et de gouvernance des sociétés. Ethos Services appartient à la Fondation Ethos et à plusieurs membres de la Fondation.

**Certified**



**Corporation**

© Ethos, décembre 2023

Imprimé sur papier recyclé 100% à base de vieux papiers, certifié « Blauer Engel ».

[www.ethosfund.ch](http://www.ethosfund.ch)

# Table des matières

|    |  |           |
|----|--|-----------|
| 1. | INTRODUCTION                             | 4         |
| 2. | MÉTHODOLOGIE                             | 6         |
| 3. | PRINCIPAUX RÉSULTATS                     | 7         |
| 4. | RÉSULTATS DÉTAILLÉS PAR PRINCIPE         | 9         |
| 5. | CONCLUSION                               | 23        |
|    | <b>ANNEXE : RÉSULTATS PAR ENTREPRISE</b> | <b>24</b> |

# 1. Introduction

En 2023, La Fondation Ethos a conduit pour la troisième année consécutive une étude détaillée sur les pratiques des plus grandes entreprises cotées en Suisse en matière de responsabilité numérique. Comme lors des précédentes éditions, les résultats sont divisés et présentés en sept chapitres, directement liées aux bonnes pratiques identifiées par Ethos (voir page 6).

Cybersécurité, sobriété numérique, remplacement des humains par des algorithmes : la numérisation fait désormais partie des grands enjeux auxquels les entreprises sont confrontées, au même titre que le changement climatique ou le respect des droits humains. L'année 2023, qui a vu le nombre de cyberattaques exploser et le recours à l'intelligence artificielle (IA) prendre une toute nouvelle ampleur avec l'émergence d'outils accessibles à tout le monde tels que ChatGPT, n'a fait qu'accélérer cette tendance.

Dès 2020, Ethos a recensé les différents enjeux liés à la responsabilité numérique et, surtout, entrepris d'identifier les bonnes pratiques à l'attention des entreprises. Ces attentes ont été regroupées dans un « Engagement Paper », qui a été publié et envoyé aux présidents et présidentes de toutes les entreprises incluses dans le SMI Expanded.

En parallèle, Ethos a répertorié les pratiques des plus grandes entreprises cotées en Suisse afin d'évaluer leur niveau de préparation pour faire face à ces enjeux. En 2021, une collaboration avec EthicsGrade, une société spécialisée dans la notation des entreprises (« ratings ») selon leur gestion des questions numériques, a ainsi été mise en place afin de réaliser une étude annuelle sur la responsabilité numérique des 50 entreprises du SMI Expanded. Pour Ethos, il était essentiel que cette étude soit menée sur trois années consécutives afin de pouvoir mesurer les progrès accomplis par les entreprises. Dans le même temps, Ethos a poursuivi son dialogue actionnaire pour les encourager à s'améliorer et à adopter les meilleures pratiques tout en faisant preuve de transparence. Des webinaires ont notamment été organisés après la publication des deux premières éditions de l'étude afin d'en présenter les résultats mais également de discuter avec les entreprises concernées.

Pour cette nouvelle édition, Ethos a porté une attention particulière au degré de transparence des entreprises, soit aux réponses positives basées sur les seules informations publiques (voir « méthodologie » page 7). C'était l'un des objectifs principaux de l'exercice : il fallait non seulement inciter les entreprises à assumer leur responsabilité numérique, mais aussi et surtout les encourager à communiquer publiquement sur ce qu'elles mettent en place pour gérer ces enjeux.

Dès l'année prochaine, la responsabilité numérique des entreprises sera analysée et évaluée par Ethos à l'aune des seules informations disponibles publiquement, au même titre que leurs pratiques environnementales, sociales, ou en matière de gouvernance (ESG).

## ÉVOLUTION RÉGLEMENTAIRE

Cette troisième étude s'inscrit dans un contexte de réglementation rapide et croissante des enjeux liés au numérique. En Suisse, une nouvelle législation sur la protection des données est ainsi entrée en vigueur le 1er septembre 2023 afin, notamment, de s'aligner avec le droit de l'Union européenne (UE) et plus précisément avec le règlement général sur la protection des données (RGPD) datant de 2018.

Les exigences de cette nouvelle loi sont vastes. Les entreprises suisses doivent désormais disposer d'une vision détaillée de la manière dont elles récoltent, traitent et stockent les données personnelles et indiquer quels sont les objectifs de ces traitements. Cela implique la définition d'une gouvernance claire pour établir les principes, les rôles et les responsabilités qui guident la manière dont ces données sont gérées au sein de l'entreprise. Il leur faut également effectuer une analyse proactive des éventuelles vulnérabilités et mettre en œuvre des mesures de sécurité. Elles doivent par ailleurs s'assurer que leurs fournisseurs respectent également ces exigences de sécurité. Enfin, les entreprises suisses doivent mettre en place un plan de communication et signaler, le cas échéant, tout incident de sécurité concernant des données personnelles au préposé fédéral à la protection des données.

Aux Etats-Unis et en Europe, c'est l'IA qui se retrouve dans le viseur des autorités et qui devrait bientôt faire l'objet de réglementations. Le président américain Joe Biden souhaite, entre autres, imposer aux développeurs d'IA de transmettre au gouvernement fédéral les résultats de leurs tests de sécurité, quand leurs projets posent « un risque sérieux en termes de sécurité nationale, économique ou de santé publique ». Du côté de l'UE, c'est la loi sur l'IA, sur laquelle les parlementaires travaillent depuis 2018, qui vient d'être finalisée. Il s'agit ni plus ni moins de la première initiative concrète au monde visant à réglementer l'IA et son utilisation. Enfin, en Suisse, le Conseil fédéral a annoncé fin novembre qu'il allait examiner et présenter, d'ici fin 2024, les approches réglementaires possibles en matière d'IA.

## LES 7 PRINCIPES D'ETHOS EN MATIÈRE DE RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE

### Gouvernance numérique

Mettre en place un code de responsabilité numérique ;

### Transparence

Assurer une transparence auprès des parties prenantes sur les pratiques et l'empreinte numériques ;

### Protection des données

Respecter les plus hauts standards en matière de traitement et de protection des données ;

### Intelligence artificielle

Mettre en place des principes éthiques d'utilisation de l'intelligence artificielle ;

### Activités sensibles

Exclure les activités sensibles liées à la numérisation ;

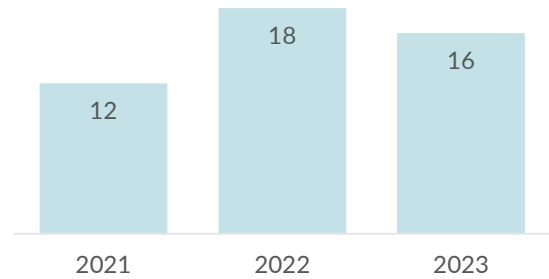
### Impact social

Assurer une transition sociale juste et responsable ;

### Impact environnemental

Contribuer à réduire l'empreinte environnementale de la technologie numérique.

## NOMBRE DE RÉPONSES



- [Lien vers l'Engagement Paper d'Ethos](#)
- [Lien vers les résultats détaillés de l'Étude 2023](#)
- [Lien vers l'Étude 2022](#)
- [Lien vers l'Étude 2021](#)

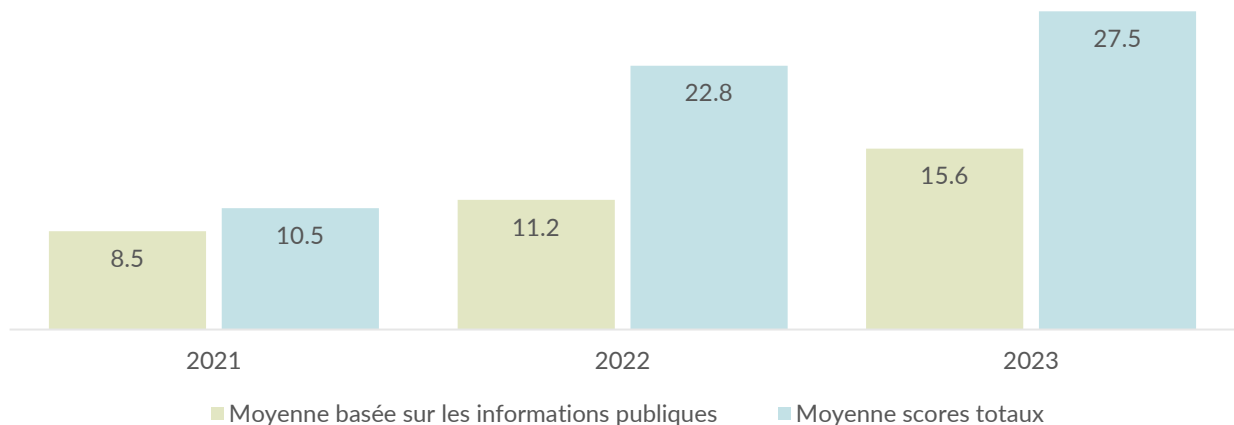
50

Entreprises analysées<sup>1</sup>

98

Questions

## ÉVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



<sup>1</sup> Sociétés incluses dans le SMI Expanded au 30 juin 2021 ou qui l'ont rejoint depuis, à l'exception de Credit Suisse et Vifor Pharma qui ont été décotés.

## 2. Méthodologie

Au mois de juin 2023, Ethos et EthicsGrade ont envoyé un courrier aux 50 entreprises incluses dans le SMI Expanded afin de les inviter à participer à une nouvelle étude sur la responsabilité numérique<sup>2</sup>. Ces entreprises disposaient ensuite de trois mois pour participer de manière volontaire à cette étude.

La méthodologie suivie par Ethos et EthicsGrade pour évaluer les pratiques des entreprises n'a pas changé depuis 2021. Elle est divisée en quatre étapes :

- Les entreprises disposent d'une période allant du 1er juillet au 30 septembre pour répondre au questionnaire divisé en sept chapitres liés aux différents enjeux identifiés par Ethos. Afin de faciliter encore davantage la tâche des entreprises cette année, le questionnaire avait toutefois été prérempli avec les réponses des années précédentes. Les entreprises pouvaient ainsi simplement valider ces réponses ou les actualiser si nécessaire ;
- Parallèlement, et comme pour les années précédentes, les analystes d'EthicsGrade ont revu l'ensemble des informations publiées par les entreprises (les sites internet, les rapports annuels, les rapports de durabilité, les codes de conduite, etc.) afin de pouvoir répondre au même questionnaire sur la seule base des informations publiques ;
- Les informations récoltées par EthicsGrade (« Informations publiques ») et les réponses fournies par les entreprises (« Réponses de l'entreprise ») ont ensuite été recoupées et chaque question s'est vu attribuer une réponse : « Oui », « Oui et l'information est publique », « Non » et « Autres<sup>3</sup> ». Les entreprises qui ont participé ont ainsi pu préciser l'existence de pratiques, politiques, stratégies ou documents qui ne sont pas publics à l'heure actuelle ;
- Pour finir, une évaluation détaillée des pratiques des entreprises pour chacun des sept principes prédéfinis par Ethos a été effectuée par les analystes d'EthicsGrade. Sur les 122 questions du questionnaire, 98 se sont vu attribuer une « pondération » dans l'évaluation finale, allant de 0.4 à 1.5 points. Une note globale et par catégorie a ainsi

pu être octroyée à chaque entreprise, allant de 0 à 100 points.

Afin de tenir compte de l'actualité et de l'évolution rapide des problématiques en lien avec la responsabilité numérique des entreprises, Ethos a décidé d'intégrer de nouvelles questions cette année en lien avec la nouvelle loi suisse sur la protection des données et l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle générative tels que ChatGPT. Par soucis de comparabilité avec les éditions précédentes de l'étude, ces questions ne se sont pas vu attribuer de poids dans l'évaluation finale des entreprises.

Les entreprises qui ont activement participé à cette étude ont reçu un rapport détaillé et un tableau de bord récapitulatif leur permettant de se situer et de se comparer avec leurs pairs pour chacun des sept principes d'Ethos. EthicsGrade leur a également offert la possibilité de discuter de l'analyse effectuée afin qu'elles puissent mieux comprendre les implications de ses conclusions.

Comme l'année dernière, Ethos a décidé de publier les scores finaux de toutes les entreprises. Au vu de la quantité encore relativement faible des informations publiques concernant ces différentes thématiques numériques, il n'est pas étonnant de constater à nouveau que les entreprises qui ont répondu au questionnaire sont également celles qui ont obtenu les meilleurs scores.

<sup>2</sup> Pour tenir compte des entrées et des sorties au sein de l'indice SMI Expanded, les pratiques de quatre nouvelles entreprises ont été analysées cette année : Bachem Holding, Belimo, DocMorris et Meyer Burger Technologies. A l'inverse, les pratiques de Credit Suisse et Vifor, deux entreprises décotées ou sur le point de l'être, n'ont pas été analysées dans le cadre de cette étude 2023.

<sup>3</sup> Parmi les « autres » réponses possibles, les entreprises avaient le choix d'indiquer si une question ne leur semblait pas pertinente pour leur

secteur d'activités, si elles préféraient ne pas communiquer à ce sujet ou, au contraire, si un point nécessitait selon elles d'être discuté plus en détail. Dans les tableaux publiés aux pages 10 à 22, seules les réponses affirmatives – qu'elles soient publiques ou non – sont présentées puisque cette étude vise avant tout à mettre en avant les bonnes pratiques des entreprises.

# 3. Principaux résultats

Pour cette troisième édition de l'étude sur la responsabilité numérique des plus grandes entreprises cotées en Suisse, 16 sociétés ont répondu à l'intégralité du questionnaire, dont trois qui n'avaient encore jamais participé jusqu'à présent (Logitech, Lonza et OC Oerlikon). Sur les trois éditions, ce sont donc 25 entreprises, soit la moitié des sociétés visées, qui ont répondu au moins une fois au questionnaire (voir pages 26 et 27). Neuf l'ont rempli à deux reprises et six sociétés y ont répondu chaque année (Baloise, Flughafen Zürich, Georg Fischer, Julius Baer, Sika et Swiss Re).

Pour ce qui concerne cette ultime édition, le principal constat est que les résultats des entreprises sont à nouveau en hausse. La moyenne est ainsi passée de 22.8 points en 2022 à 27.5 points cette année, avec un maximum de 91.3 points pour Swisscom. Elle s'élevait à seulement 10.5 points en 2021 avec un maximum de 39.6 points pour Baloise. En tout, huit entreprises ont obtenu un score supérieur à 50 points en 2023 alors que trois seulement avaient dépassé les 20 points en 2021. Si l'on tient compte des seuls résultats des entreprises ayant répondu au questionnaire, la moyenne s'élève à 42.8 points contre 16.1 points en 2021.

Peut-être plus encourageant encore, les résultats basés sur les seules informations publiques, qui reflètent le niveau de transparence des entreprises, sont également en hausse. La moyenne s'inscrit ainsi à 15.6 points en 2023, contre 11.2 points en 2022 et 8.5 points en 2021. Le meilleur résultat basé sur les informations publiques, là aussi obtenu par Swisscom, s'élève à 40.0 points alors qu'il était de 28.3 points en 2022 (Swisscom) et qu'il ne dépassait pas les 18 points en 2021 (Adecco). En 2023, ce sont ainsi 12 entreprises qui obtiennent un score basé sur les informations publiques supérieur à 20.0 points.

Parmi les progrès les plus significatifs, on retient que les analystes d'EthicsGrade ont pu trouver des informations publiques qui attestent de l'existence d'une stratégie en matière de cybersécurité auprès de 39 entreprises cette année, soit 25 de plus qu'en 2021. Ils ont également trouvé des informations selon lesquelles 40 entreprises au moins ont recours à des mesures qui visent à réduire l'impact environnemental des technologies numériques qu'elles utilisent, contre huit seulement en 2021. Par ailleurs, 20 entreprises publient désormais des informations concernant les procédures qu'elles ont mises en place pour faire face à d'éventuelles fuites de données, soit 13 de plus qu'en 2021.

Enfin, et c'est là peut-être le progrès le plus réjouissant, deux entreprises du SMI Expanded, Georg Fischer et Baloise, ont directement répondu à l'une des principales exigences d'Ethos en adoptant et, surtout, en publiant un

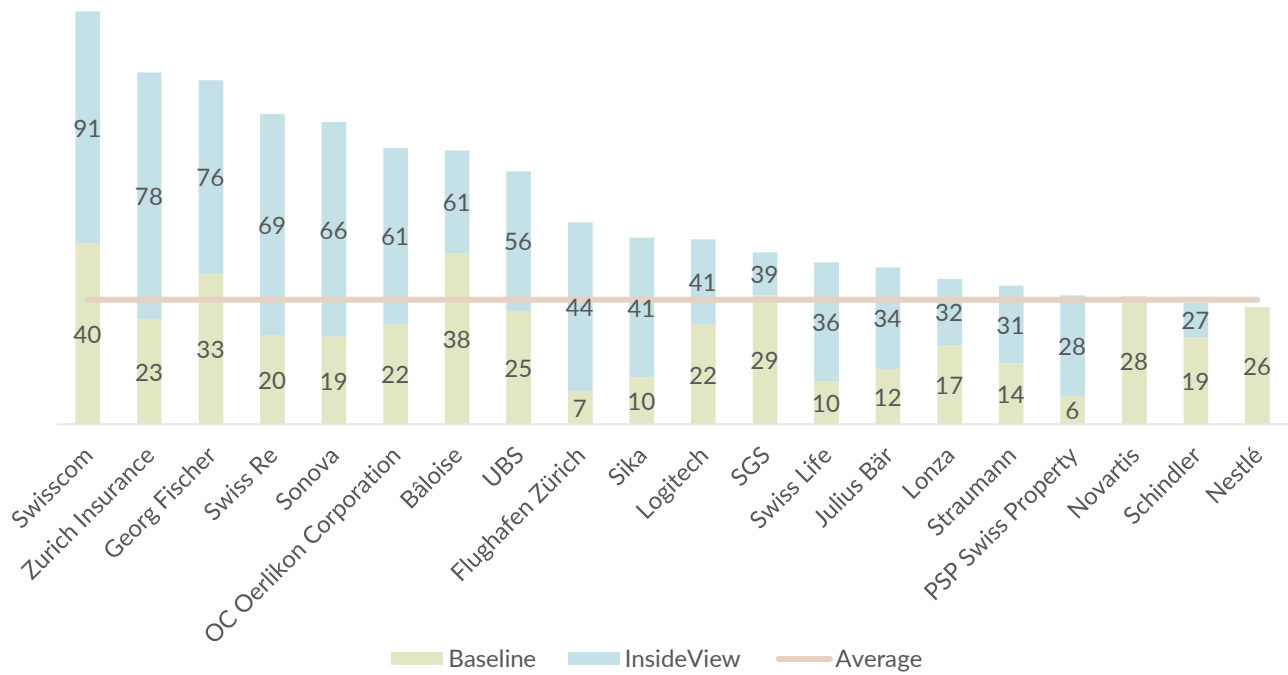
code de responsabilité numérique. Deux entreprises qui, sans surprise, se placent dans le top 3 des scores basés sur les seules informations publiques.

Plus inquiétant en revanche, seules huit entreprises, soit cinq de plus qu'en 2021, ont adopté ou disent avoir adopté des principes éthiques en lien avec l'utilisation de l'IA. Elles sont également huit seulement à assurer disposer d'un groupe de travail qui se concentre sur l'éthique de l'IA, dont une pour laquelle il existe des informations publiques à ce sujet.

Si l'on s'intéresse aux différentes industries représentées dans cette étude, c'est le secteur de l'assurance qui obtient, comme lors des deux précédentes éditions, le meilleur résultat avec une moyenne de 59 points. C'est également ce secteur, particulièrement exposé aux enjeux numériques, qui a le plus progressé depuis 2021 avec une hausse de 37.8 points en moyenne. Il se classe ainsi loin devant les secteurs industriel (31.9 points). A noter que les secteurs de la finance et de la santé, qui sont eux aussi fortement exposés aux enjeux du numérique, n'arrivent qu'en troisième et quatrième positions avec des moyennes respectives de 25.9 points et 25.6 points (13 et 13.5 points en 2021).

Enfin, si l'on regarde chaque chapitre séparément, on constate que les entreprises ont à nouveau obtenu le plus de points, en moyenne, sur les questions liées à la transparence (50.9 points) et à la protection des données (44.5 points). A l'inverse, les moyennes restent très faibles pour les chapitres qui concernent les activités sensibles (13.2 points), l'IA (17.4 points) ainsi que l'impact social (16.5 points) de la numérisation. Si l'on se fie aux seules informations publiques, on s'aperçoit que les progrès sont les plus marqués pour les chapitres liés à la gouvernance, avec une hausse de la moyenne de 11.5 points en 2021 à 26.6 points en 2023, et à l'impact environnemental (moyenne de 18.8 points en 2023 contre 7.7 points en 2021). En revanche, les moyennes restent très faibles pour les autres chapitres, ce qui démontre que les entreprises sont encore très réticentes à communiquer à ces sujets.

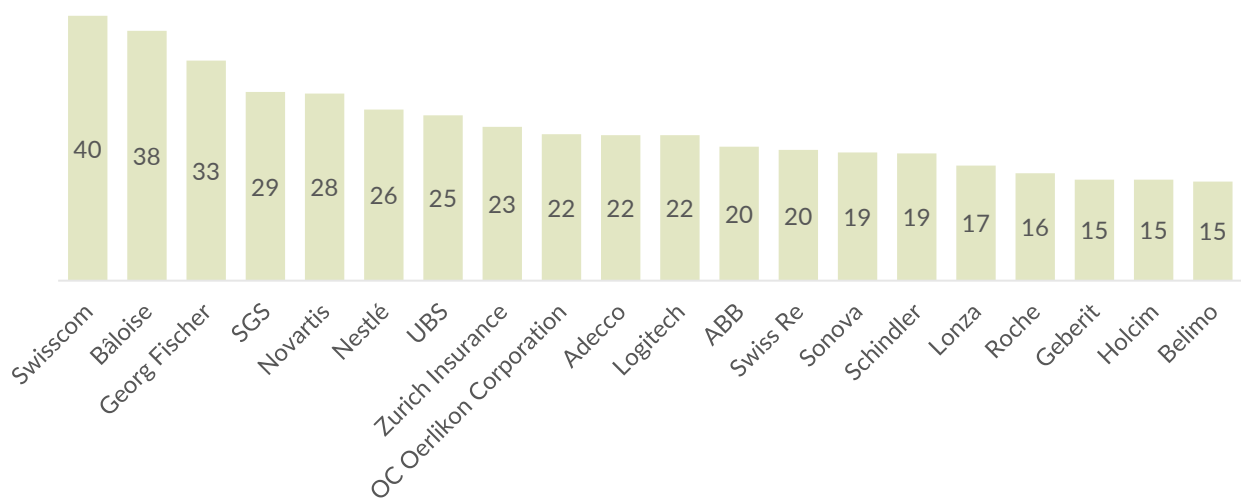
TOP 20 DES ENTREPRISES EN 2023 (SUR 100 POINTS)



Le graphique ci-dessus montre le total des points obtenus par les entreprises en se basant sur leurs réponses au questionnaire (en bleu) et sur les seules informations publiques (en vert). On remarque ainsi que sur les 20 meilleurs scores totaux, 18 sont le fait d'entreprises ayant

répondu au questionnaire. Il faut remonter à la 18ème place pour trouver une entreprise dont le score est basé uniquement sur des informations publiques (Novartis).

TOP 20 DES ENTREPRISES EN 2023 EN SE BASANT SUR LES SEULES INFORMATIONS PUBLIQUES (SUR 100 POINTS)



Le graphique ci-dessus montre les résultats des entreprises basés uniquement sur les informations disponibles publiquement. On remarque que le meilleur

score en termes de transparence atteint 40 points (Swisscom) et que seules 12 entreprises ont un score équivalent ou supérieur à 20 points.



# 4. Résultats détaillés par principe

## PRINCIPE 1 : GOUVERNANCE NUMÉRIQUE

Le premier chapitre concerne la gouvernance numérique. Dans ce domaine, le rôle du conseil d'administration consiste à prendre les décisions stratégiques qui permettent de s'assurer que l'entreprise investisse suffisamment dans les nouvelles technologies tout en respectant les plus hauts standards éthiques, sociaux et environnementaux. Étant donné la complexité de la thématique, le caractère « disruptif » des nouvelles technologies et leur évolution très rapide, le conseil d'administration doit également s'assurer qu'il dispose des connaissances et de la compréhension nécessaires des différents enjeux liés à la numérisation de l'économie. Enfin, il doit veiller à ce que la direction générale gère ces enjeux de manière crédible et mette en œuvre des politiques et des procédures qui respectent les meilleures pratiques en la matière.

Pour Ethos, la bonne gouvernance commence ainsi par l'adoption d'un code de responsabilité numérique. C'était d'ailleurs l'une des principales exigences de son « Engagement Paper », publié en 2020, qui présente ses attentes sur les questions numériques. Un tel code est en effet essentiel pour s'assurer que l'entreprise, ses instances dirigeantes et l'ensemble du personnel tiennent compte des enjeux et des risques liés à la numérisation dans la stratégie et les activités courantes. La manière dont sont gérés ces enjeux doit être prévue et spécifiée dans le code, tout comme la gestion des risques liés à la cybersécurité, au respect de la vie privée, au traitement des données ainsi qu'au recours à l'IA.

Or, pour la première fois en 2023, deux entreprises du SMI Expanded, Georg Fischer et Baloise, ont non seulement adopté un tel code de responsabilité numérique mais l'ont également publié sur leur site internet. Par ailleurs, neuf entreprises ont indiqué dans leurs réponses au questionnaire avoir adopté un tel code, sans pour autant le rendre public. Pour rappel, une seule d'entre elles (Baloise) assurait avoir mis sur pied un code de responsabilité numérique en 2021. Et aucune ne l'avait publié.

Un autre critère pour évaluer la gouvernance d'une entreprise en matière de responsabilité numérique est la mise en place d'un comité ou d'un organe chargé de superviser la gestion des enjeux technologiques. Là aussi des progrès sont visibles. Car si le nombre d'entreprises

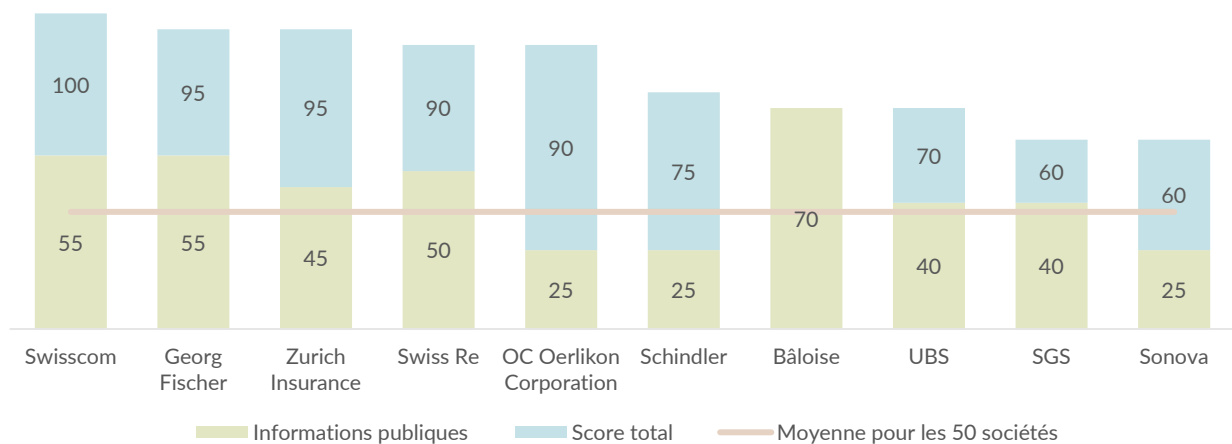
assurant disposer d'un tel organe a stagné à 22 cette année (+1 par rapport à 2022), il a plus que doublé depuis 2021. Quant au nombre de « Chief Digital Officer », soit de responsables des questions liées au numérique au sein d'une entreprise, il est passé de 18 en 2021 à 23 en 2023.

Comme l'année passée, les progrès les plus notoires concernent toutefois la cybersécurité. En effet, sur les 50 entreprises analysées cette année, elles sont 42 à indiquer désormais, publiquement ou dans leurs réponses, avoir établi une stratégie en matière de cybersécurité, contre 34 en 2022 et 16 seulement en 2021. Le nombre d'entreprises qui publient des informations concernant cette stratégie a presque triplé, passant de 14 en 2021 à 39 cette année. Elles sont également 15, contre quatre en 2021, à assurer que cette stratégie est revue sur une base régulière (mensuelle, trimestrielle ou annuelle) par le conseil d'administration ou l'un de ses comités. Enfin, le nombre de sociétés disposant d'un ou d'une responsable de la sécurité informatique (« Chief Information Security Officer ») est passé de 22 en 2021 à 37 en 2023.

Il a également été demandé aux entreprises si elles avaient établi des principes éthiques concernant le recours qu'elles font à l'IA. Malheureusement, huit d'entre elles seulement ont répondu par l'affirmative, soit le même nombre qu'en 2022. Elles ne sont également que six à assurer que l'analyse de ces principes est un préalable au développement de toute nouvelle technologie. De plus, la transparence n'est toujours pas au rendez-vous puisqu'aucune des entreprises visées ne communique publiquement à ce sujet.

Finalement, la moyenne est de 37.1 points pour ce principe, contre 32.5 points en 2022 et 15.3 points en 2021. Cette moyenne chute à 26.6 points si l'on se fie aux seules informations publiques, ce qui représente néanmoins un progrès par rapport aux 17 points et, surtout, aux 11.5 points enregistrés en 2022 et 2021. A noter par ailleurs que pour la première fois cette année, trois entreprises ont obtenu une note supérieure à 50 points pour ce chapitre si l'on se fie aux seules informations disponibles publiquement : Baloise (70 points), Georg Fischer et Swisscom (55 points).

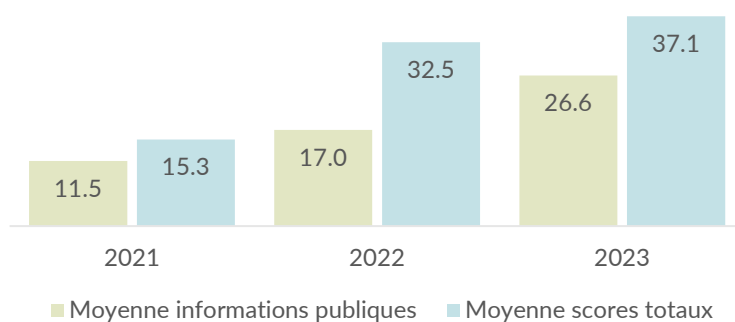
## GOUVERNANCE NUMERIQUE- TOP 10



| QUESTIONS CLÉS  | « OUI » EN 2023 | « OUI » ET INFORMATION PUBLIQUE |
|---|-----------------|---------------------------------|
| Entreprises disposant d'un code de responsabilité numérique   | 11 (+10)        | 2 (+2)                          |
| Entreprises ayant mis sur pied un comité en charge de la gouvernance numérique  | 22 (+12)        | 12 (+6)                         |
| Entreprises ayant nommé un/une responsable de la transformation numérique (« Chief Digital Officer »)                             | 23 (+5)         | 19 (+5)                         |
| Entreprises ayant mis sur pied une stratégie de cybersécurité   | 42 (+26)        | 39 (+25)                        |
| Entreprises dont la stratégie en termes de cybersécurité est revue périodiquement par le conseil d'administration                 | 15 (+11)        | 10 (+10)                        |
| Entreprises ayant édicté des principes éthiques liés à l'utilisation d'IA   | 8 (+5)          | 5 (+3)                          |
| Entreprises dont l'analyse des principes éthiques en matière d'IA est un préalable au développement de toute nouvelle technologie | 6 (+5)          | 0 (-)                           |

Seules les réponses affirmatives – publiques ou sur la base du questionnaire – sont indiquées dans le tableau ci-dessus. Entre parenthèses, il s'agit de l'évolution sur trois années (2021-2023).

## ÉVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



**11**  
Sociétés ont un score supérieur à 50 points

**3**  
Sociétés ont 0 point pour ce chapitre

## PRINCIPE 2 : TRANSPARENCE NUMÉRIQUE

La transparence est au cœur de la responsabilité numérique des entreprises, elle concerne aussi bien la collecte des données, l'utilisation de l'IA que l'impact social et environnemental de leurs technologies. Pour Ethos, il est essentiel que les entreprises informent toutes les parties prenantes, à commencer par leur clientèle et leur personnel, des informations personnelles qu'elles collectent à leur sujet dans le cadre de leurs activités.

On constate avec les résultats de cette nouvelle étude que pratiquement l'ensemble des entreprises disposent désormais d'une politique publique, et facilement accessible, en matière de confidentialité des données (« Data Privacy Policy »), comme le requiert la loi européenne. Dans le même registre, 20 entreprises du SMI Expanded assurent aujourd'hui que les risques liés à la collecte des données, que ce soient les fraudes, le rançonnement ou le vol de mots de passe, sont toujours mentionnés aux parties concernées, soit 14 de plus qu'en 2021. Elles sont également 17 à assurer fournir des informations aux personnes concernées sur le cryptage de leurs données personnelles lorsque l'anonymisation de ces données n'est pas possible, soit dix de plus qu'en 2021. Cette affirmation n'est toutefois corroborée par des documents publics que pour 12 d'entre elles.

Pour Ethos, il est également essentiel que les entreprises mettent en place les plus hauts standards de sécurité pour éviter toute fuite, vol ou commercialisation non autorisée de données personnelles. Là aussi, on constate des progrès. En 2023, elles sont ainsi 29 entreprises, soit huit de plus qu'en 2022 et 19 de plus qu'en 2021, à assurer disposer d'une procédure clairement établie en cas d'attaque informatique compromettant la sécurité des données, notamment pour avertir toutes les parties concernées. Mieux encore, elles sont désormais 20, contre neuf seulement en 2021, à publier des informations concernant ces procédures. Par ailleurs, dix entreprises, soit autant qu'en 2022 et six de plus qu'en 2021, indiquent avoir publié des informations à la suite d'une fuite de données, ou tout du moins qu'elles le feraient le cas échéant. Cela a été confirmé par des informations publiques pour quatre d'entre elles.

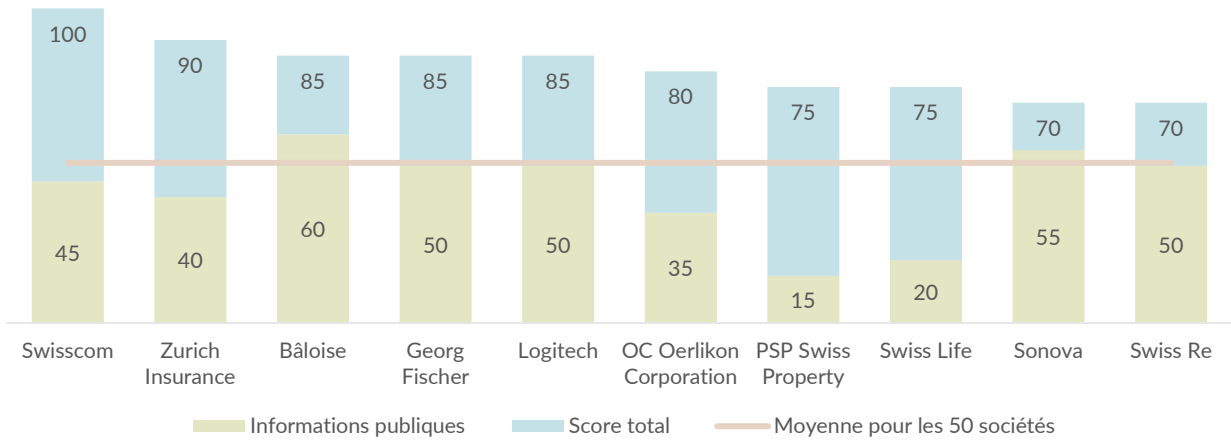
Outre la protection des données, la nécessité de transparence concerne évidemment le recours à l'IA dans les activités des entreprises. Les clientes et clients, les membres du personnel, les actionnaires et la société civile dans son ensemble attendent aujourd'hui de ces dernières qu'elles soient non seulement transparentes sur les technologies d'IA qu'elles utilisent mais également sur l'usage qu'elles en font. Cette transparence s'applique à de nombreux domaines, à commencer par les ressources humaines, les diagnostics de santé, l'attribution de crédits et de contrats d'assurance ou encore à la sélection de prestataires. Or, il ressort de cette nouvelle étude que les progrès en la matière restent relativement faibles d'une année sur l'autre. Elles ne sont ainsi que sept entreprises, soit deux de plus qu'en 2022 et quatre de plus qu'en 2021, à indiquer lorsqu'elles recourent à des systèmes d'IA, que ce soit dans leurs

processus décisionnels, comme lors du recrutement, ou dans leurs produits et services, par exemple lorsque l'on interagit avec un programme informatique conversationnel (« chatbot ») sur un site internet. Plus inquiétant encore, seules quatre sociétés publient des informations sur ce sujet soit autant qu'en 2021.

On constate en revanche une certaine amélioration, bien que modeste, pour ce qui concerne la localisation géographique des centres de stockage des données utilisés par les entreprises. Elles sont en effet six à publier aujourd'hui cette information, contre zéro en 2021. Or, cette information est cruciale pour s'assurer que les données ne sont pas stockées dans des États qui ne respecteraient pas les meilleures pratiques en matière des protections des données et de respect de l'environnement.

Le score moyen est passé de 34.8 points en 2021 à 50.9 points en 2023, ce qui fait de ce chapitre le seul pour lequel la moyenne dépasse les 50 points. Swisscom obtient à nouveau le meilleure score (100 points) juste devant Zurich Insurance (90 points) tandis que le moins bon résultat s'élève à 15 points. Il faut noter toutefois que même si ce chapitre traite de la transparence, ces scores tiennent également compte des réponses des entreprises à ce questionnaire, soit d'informations qui ne sont pas nécessairement publiques. Si l'on devait ne tenir compte que des seules informations publiques, les meilleurs résultats seraient à mettre au crédit de SIG Combibloc Group et Richemont (65 points), juste devant Baloise et SGS (60 points). La moyenne s'élèverait quant à elle à 41.4 points, contre 34.4 points en 2021, ce qui ne représente pas une progression ni un résultat très satisfaisant pour un chapitre dédié, justement, à la transparence.

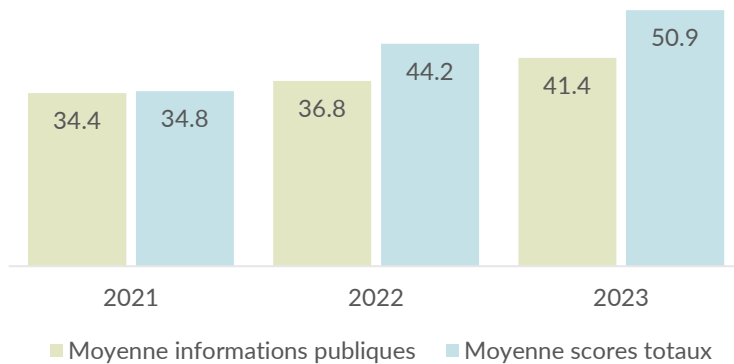
### TRANSPARENCE NUMERIQUE - TOP 10



| QUESTIONS CLÉS   | « OUI » EN 2023 | « OUI » ET INFORMATION PUBLIQUE |
|--|-----------------|---------------------------------|
| Entreprises ayant mis sur place une procédure bien établie pour faire face aux éventuelles fuites de données (« Data Breach ») | 29 (+19)        | 20 (+13)                        |
| Entreprises qui, en cas de fuite de données, publieraient des informations sur leur site internet                              | 10 (+6)         | 4 (+1)                          |
| Entreprises qui indiquent clairement lorsqu'elles font recours à l'IA  | 7 (+4)          | 4 (-)                           |
| Entreprises dont la politique en matière de confidentialité des données est facilement accessible                              | 49 (+6)         | 48 (+5)                         |
| Entreprises qui communiquent l'emplacement (juridique, régional) de leurs centres de stockage de données                       | 9 (+9)          | 6 (+6)                          |

Seules les réponses affirmatives – publiques ou sur la base du questionnaire – sont indiquées dans le tableau ci-dessus. Entre parenthèses, il s'agit de l'évolution sur trois années (2021-2023).

### EVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



**22**  
Sociétés ont un score supérieur à 50 points

**0**  
Aucune société n'a 0 point pour ce chapitre

### PRINCIPE 3 : PROTECTION DES DONNÉES

Le troisième chapitre concerne la protection des données et notamment la mise en place de politiques visant à protéger les données personnelles des clientes et clients mais aussi du personnel des entreprises. Un chapitre qui a dû passablement occuper les entreprises suisses cette année au vu de l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur la protection des données (voir page 5). Elles sont ainsi 16 à avoir indiqué, dans le cadre de leurs réponses au questionnaire, qu'elles avaient revu ou étaient en train de revoir leurs procédures en matière de protection des données afin de s'assurer d'être en conformité avec la nouvelle réglementation.

Or, la première observation est que le nombre d'entreprises qui assurent avoir adopté un cadre éthique pour ce qui concerne le traitement des données personnelles stagne après avoir fortement augmenté l'année dernière, passant même de 15 en 2022 à 14 en 2023. Le constat est le même pour ce qui concerne le nombre d'entreprises qui publient des informations relatives à ce cadre éthique, qui est passé de cinq en 2022 à six cette année. Si elles sont un peu plus nombreuses, soit 21 contre 16 en 2022 et 17 en 2021, à assurer tenir compte dans leurs activités des risques et des conséquences négatives qui pourraient résulter d'une mauvaise utilisation des données personnelles, il n'y a toujours que neuf sociétés qui publient des informations à ce sujet en 2023, soit autant qu'en 2021.

Le nombre d'entreprises qui assurent ne collecter des données qu'après avoir obtenu le consentement libre et éclairé des personnes concernées a quant à lui légèrement progressé, de 19 en 2021 à 25 en 2023. Elles ne sont toutefois toujours que 18 à l'indiquer publiquement, soit le même nombre qu'en 2021. Pour Ethos, la personnalisation des services sur la base de l'utilisation de données personnelles devrait pourtant être un choix des utilisateurs et utilisatrices et non pas l'option par défaut d'un système informatique (« Privacy by Default »).

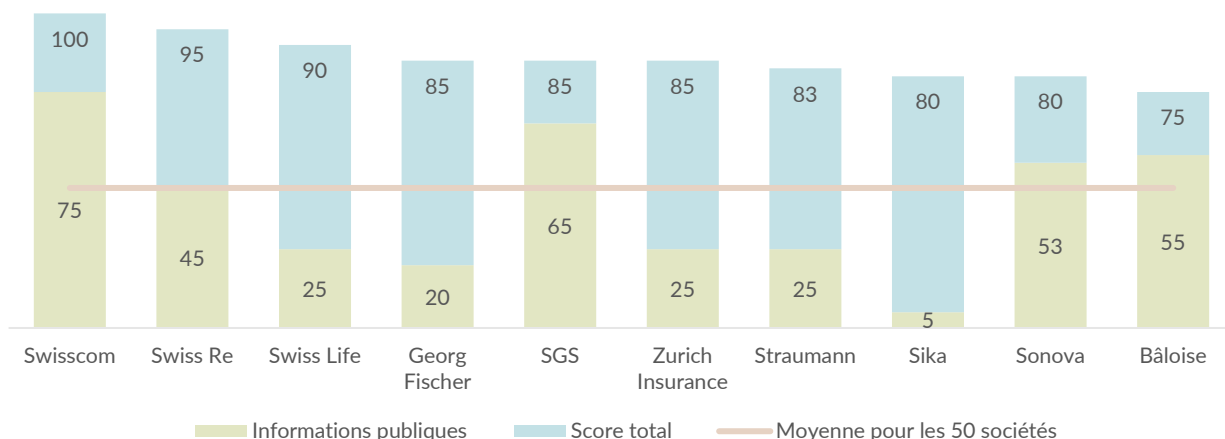
Les progrès sont en revanche plus importants pour ce qui concerne le « Privacy by Design », l'un des éléments clés du règlement général sur la protection des données de l'UE. Elles sont ainsi désormais 24 entreprises, contre 22 en 2022 et quatre seulement en 2021, à assurer tenir compte de la protection des données dès la conception d'un produit ou d'un service et faire en sorte que celui-ci respecte la vie privée des utilisateurs et utilisatrices et ne puisse pas exploiter automatiquement leurs données personnelles. Le nombre d'entreprises qui communiquent publiquement à ce sujet n'a toutefois augmenté que dans une moindre mesure, passant de deux en 2021 à 11 en 2023.

Enfin, l'étude s'est penchée sur la question de la minimalisation des données, soit le fait de concevoir et d'élaborer des systèmes informatiques qui ont comme paramètre de base de traiter le moins de données possibles. Ce principe suppose de mettre en œuvre un paramétrage par défaut favorable au respect de la vie

privée, de limiter l'accès aux renseignements personnels strictement nécessaires pour fournir le service voulu et de mettre en place des outils permettant de mieux protéger les données personnelles (contrôle de l'accès, cryptage, etc.). Les résultats de cette nouvelle étude révèlent quelques progrès. En 2023, 16 entreprises, contre neuf en 2022 et six en 2021, ont ainsi mis en place des technologies qui permettent d'améliorer la confidentialité des données (« Privacy Enhancing Technologies »), dont 12 communiquent publiquement à ce sujet. Elles sont également 31 à assurer que le choix par défaut de leurs systèmes informatiques est celui d'une minimisation des données et d'un recours aux seuls « cookies » strictement nécessaires pour faire fonctionner leur site internet.

Pour ce chapitre, le score moyen a plus que doublé sur la durée de l'étude, passant de 22.1 points en 2021 à 44.5 points en 2023, avec notamment un score maximum de 100 points pour Swisscom, juste devant Swiss Re (95 points). Malheureusement, les entreprises ne communiquent toujours très peu à ce sujet si bien que les résultats basés sur les seules informations publiques restent bien inférieurs. La moyenne est ainsi passée de 17.9 points en 2021 à 25.4 points seulement en 2023. Il faut noter toutefois que cinq entreprises, dont Swisscom avec un maximum de 75 points, obtiennent un score supérieur à 50 points si l'on se base sur les seules informations publiques, ce qui prouve que les entreprises peuvent faire preuve de transparence et communiquer sur des sujets aussi sensibles que la protection des données. Pour rappel, le meilleur score basé sur les informations publiques s'élevait à 55 points en 2022.

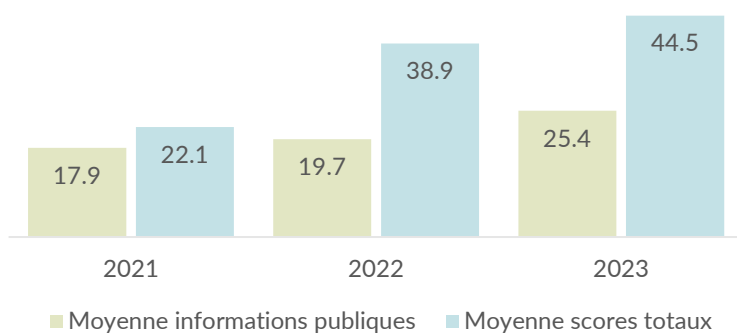
### PROTECTION DES DONNEES - TOP 10



| QUESTIONS CLÉS  | « OUI » EN 2023 | « OUI » ET INFORMATION PUBLIQUE |
|---|-----------------|---------------------------------|
| Entreprises disposant d'un cadre éthique en matière de gestion des données  | 14 (+9)         | 6 (+1)                          |
| Entreprises qui tiennent compte des risques ou conséquences négatives liées à l'utilisation des données de leur clientèle           | 21 (+4)         | 9 (-)                           |
| Entreprises qui s'engagent à collecter des données qu'après avoir obtenu un consentement libre et éclairé (« Privacy by default »)  | 25 (+6)         | 18 (-)                          |
| Entreprises qui tiennent compte de la protection des données dès la conception d'un produit ou d'un service (« Privacy by design ») | 24 (+20)        | 11 (+9)                         |
| Entreprises qui ont mis sur pied ou adopté des technologies permettant d'améliorer la protection des données (« PET »)              | 16 (+10)        | 12 (+7)                         |
| Entreprises dont le choix par défaut est celui de la minimalisation de la collecte des données                                      | 31 (+7)         | 28 (-)                          |

Seules les réponses affirmatives – publiques ou sur la base du questionnaire – sont indiquées dans le tableau ci-dessus. Entre parenthèses, il s'agit de l'évolution sur trois années (2021-2023).

### EVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



**20**

Sociétés ont un score supérieur à 50 points

**1**

Société a 0 point pour ce chapitre

## PRINCIPE 4 : INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Les entreprises qui recourent à l'IA dans le cadre de leurs activités sont toujours plus nombreuses. Sur les 50 entreprises analysées cette année, elles sont ainsi 40 à utiliser l'IA d'une façon ou d'une autre aujourd'hui. Comme mentionné au chapitre 2, elles ne sont toutefois que quatre à indiquer publiquement lorsqu'elles y ont recours.

Une utilisation responsable, raisonnée et transparente de l'IA est pourtant l'un des enjeux majeurs de la responsabilité numérique des entreprises. Car si les algorithmes peuvent s'avérer être très utiles dans certains secteurs, tels que la santé et l'environnement, leur impact sur nos vies quotidiennes (voitures autonomes, reconnaissance faciale, assistance vocale, etc.) laisse également de la place pour un large et vaste débat sur la responsabilité et l'éthique associées à ces nouvelles technologies.

Or, il ressort de cette étude que seules huit entreprises assurent aujourd'hui, dans leurs réponses voire publiquement pour l'une d'entre elles (Novartis), avoir mis sur pied un groupe de travail ou de recherche spécialement dédié aux questions éthiques liées à l'IA. Soit le même nombre qu'un an plus tôt. Elles sont également neuf seulement, contre six en 2022 et deux en 2021, à garantir que leurs systèmes basés sur l'IA ont été développés dans le seul but d'avoir un impact social positif. Plus inquiétant encore, seules deux entreprises (Novartis et Swisscom) communiquent à cet égard. Pour Ethos, l'IA devrait pourtant constituer un élément central de la réponse humaine aux grands défis actuels, que ce soit le changement climatique, la perte de biodiversité, la santé ou les inégalités sociales.

Le fonctionnement des systèmes reposant sur l'IA reste également relativement opaque et peut se heurter à des dilemmes éthiques importants. La traçabilité du mécanisme décisionnel en particulier est indispensable pour garantir que les prises de décisions effectuées à l'aide de l'IA ne souffrent d'aucuns biais ethniques, de genre ou de toutes autres sortes (« Unbiased AI »). Cette neutralité devrait être à la base de la conception des programmes informatiques pouvant aboutir à des mécanismes décisionnels autonomes, notamment dans les secteurs de la santé ou de l'assurance. Si elle ne peut être garantie, alors la mise en service de tels logiciels ne devrait pas être possible. Parmi les 50 entreprises analysées, elles ne sont pourtant que 11 à indiquer aujourd'hui, dont cinq dans des documents publics, avoir mis en place des mesures qui permettent d'éliminer tout biais ou tout préjugé dans le traitement des données collectées. Elles ne sont que huit également à assurer avoir mis en place des mesures pour éviter tout biais dans leurs systèmes d'IA, dont trois publiquement.

Enfin, si la question de l'égalité de traitement et de l'impartialité est cruciale, elle ne permet toutefois pas de résoudre l'ensemble des dilemmes éthiques que pose le recours à l'IA. Il est également vital que l'intervention humaine reste possible à tout instant, que les machines

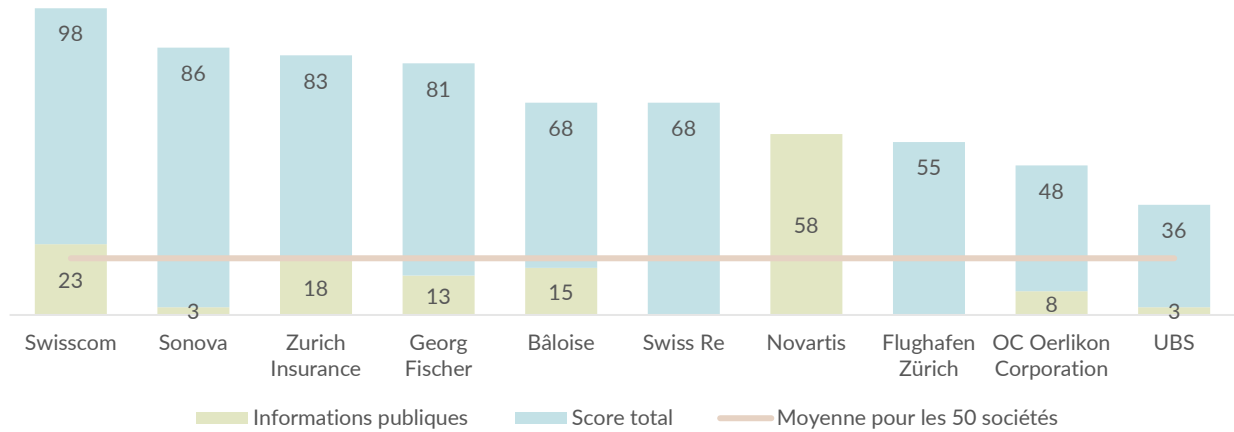
conserver leur statut d'outils et que les personnes physiques gardent le contrôle et la responsabilité des machines en permanence. Là encore, les entreprises restent très peu transparentes à ce jour. Elles ne sont ainsi que huit – dont aucune publiquement – à indiquer actuellement qu'il est possible de remplacer à tout moment un processus automatisé par un « mode manuel », soit que des mesures d'urgence pour suspendre ou arrêter une décision prise à l'aide de l'IA existent. Plus globalement, elles ne sont que sept, dont trois publiquement, à indiquer qu'elles considèrent les machines et l'IA comme de simples outils devant rester en tout temps sous le contrôle d'êtres humains.

Sans trop de surprise, les progrès les plus notables, notamment en termes de transparence, concernent le recours à l'IA dans le but d'améliorer l'impact environnemental, et en particulier l'impact énergétique, des entreprises. Elles sont ainsi 20 à assurer recourir à l'IA ou à des technologies numériques dans ce but précis, soit 10 de plus qu'en 2021. Mieux encore, le même nombre communiquent publiquement à ce sujet, soit là aussi le double qu'en 2021.

Elles n'étaient en revanche que 12 entreprises à avoir reconnu, dans le cadre de cette nouvelle étude, qu'elles avaient dû tenir compte et analyser l'impact que pourrait avoir ChatGPT – ou d'autres outils d'IA générative similaires – sur leurs activités. Et cinq à avoir publié des informations à ce sujet durant l'année écoulée.

Finalement, si la note moyenne pour ce chapitre est passée de 3.5 points en 2021 à 17.4 points en 2023, elle reste néanmoins très faible pour ce qui représente pourtant l'une des thématiques majeures, si ce n'est la thématique centrale, de la responsabilité numérique des entreprises. On note par ailleurs que 18 des 50 entreprises analysées n'ont récolté aucun point pour ce chapitre en 2023. Par conséquent, la moyenne est de seulement 4 points (contre 3 points en 2021) si l'on se fie aux seules informations publiques, ce qui démontre le manque de transparence criant des entreprises à ce sujet. Novartis, avec 57.5 points, est la seule société à dépasser les 50 points sur la base des informations publiques, loin devant Swisscom (22.5 points) et Zurich Insurance (17.5 points).

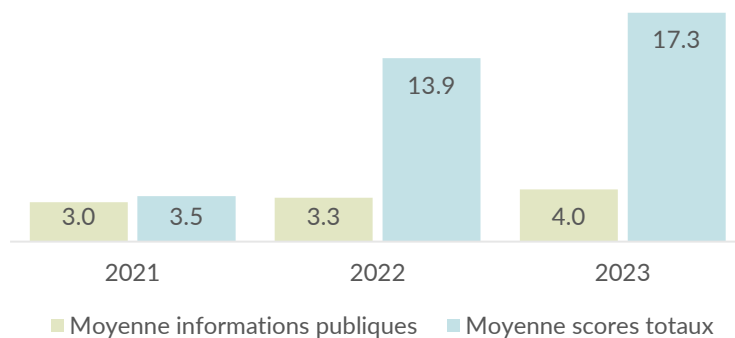
## INTELLIGENCE ARTIFICIELLE RESPONSABLE - TOP 10



| QUESTIONS CLÉS  | « OUI » EN 2023 | « OUI » ET INFORMATION PUBLIQUE |
|---|-----------------|---------------------------------|
| Entreprises disposant d'un groupe de recherche/travail dédié aux questions éthiques dans l'utilisation de l'IA                    | 8 (+8)          | 1 (+1)                          |
| Entreprises qui ont mis en place des mesures pour limiter les biais dans le traitement des données                                | 11 (+9)         | 5 (+2)                          |
| Entreprises qui ont mis en place des mesures pour prévenir toute inégalité de traitement qui résulterait de l'utilisation de l'IA | 7 (+6)          | 2 (+1)                          |
| Entreprises qui ont mis en place des mesures pour limiter les biais dans l'utilisation de l'IA                                    | 8 (+5)          | 3 (+1)                          |
| Entreprises pouvant tracer le processus décisionnel effectué par des systèmes d'IA à tout moment                                  | 11 (+10)        | 1 (+1)                          |
| Entreprises dont les systèmes d'IA sont soumis à l'approbation d'êtres humains avant d'être implémentés                           | 13 (+11)        | 2 (+1)                          |

Seules les réponses affirmatives – publiques ou sur la base du questionnaire – sont indiquées dans le tableau ci-dessus. Entre parenthèses, il s'agit de l'évolution sur trois années (2021-2023).

## EVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



**8**  
Sociétés ont un score supérieur à 50 points

**17**  
Sociétés ont 0 point pour ce chapitre



## PRINCIPE 5 : ACTIVITÉS SENSIBLES

On le sait, l'IA est aujourd'hui utilisée dans une grande majorité des secteurs d'activités. Son usage doit toutefois être contrôlé afin de s'assurer que tous les aspects éthiques qui concernent le but et la méthode d'utilisation de ces nouvelles technologies soient en accord avec les attentes de la société civile. En effet, certains usages de l'IA sont très controversés puisque ces nouvelles technologies peuvent notamment servir à la surveillance par reconnaissance faciale des individus, à l'élaboration et à l'utilisation d'armes autonomes, ou encore à des activités qui visent à influencer le comportement humain de façon cachée. Plusieurs projets législatifs couvrant le sujet sont d'ailleurs en cours d'élaboration, notamment au niveau européen ainsi qu'aux Etats-Unis, ce qui démontre que ces questions sont aujourd'hui au cœur des préoccupations liées à la numérisation.

Pour ce chapitre, il a tout d'abord été demandé aux entreprises si elles s'assurent toujours que les données qu'elles récoltent dans le cadre de leurs activités ne sont pas utilisées à des fins de surveillance. Huit entreprises (contre trois en 2021) ont répondu par l'affirmative cette année, dont deux qui ont publié cette information sur leur site internet. Par ailleurs, il leur a également été demandé si elles s'assuraient que les technologies qu'elles développent et commercialisent ne peuvent en aucun cas être utilisées dans le cadre d'activités qui :

- Porteraient atteinte aux droits humains ;
- Limiteraient la liberté d'expression ;
- Auraient pour objectif de créer des addictions ;
- Seraient utilisées dans les armes autonomes ;
- Permettraient de manipuler le marché.

Là aussi, huit entreprises différentes seulement ont répondu par l'affirmative et confirmé qu'elles proscrivent tout recours à l'IA en lien avec l'un ou plusieurs de ces points. S'il est peu probable que les entreprises cotées en Suisse aient recours à l'IA à des fins répréhensibles d'un point de vue éthique, Ethos estime toutefois qu'il est prioritaire d'améliorer la transparence sur ces points afin de rassurer leurs différentes parties prenantes. Il est à noter qu'une seule entreprise du SMI Expanded, à savoir Georg Fischer, indique publiquement à l'heure actuelle qu'elle s'interdit catégoriquement ces pratiques.

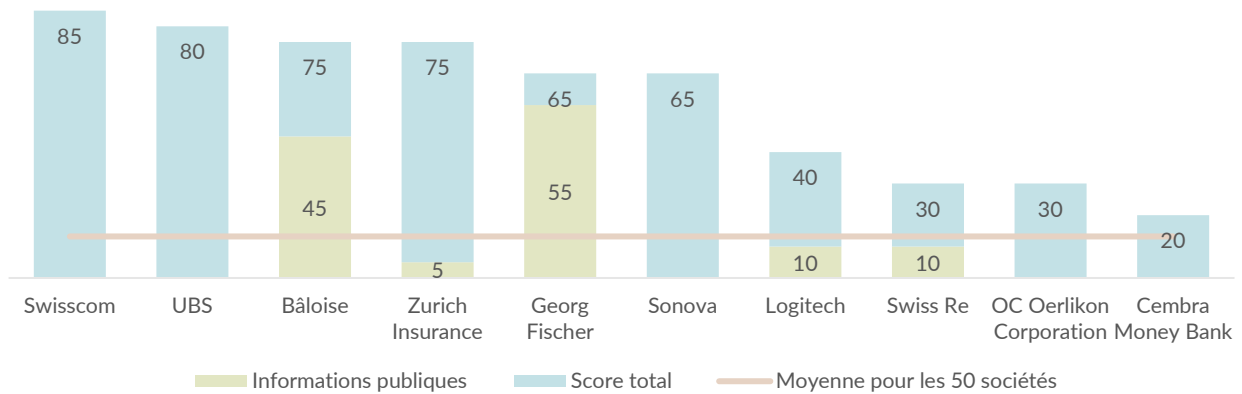
Concernant l'utilisation de l'IA dans des activités pouvant conduire à des pratiques discriminatoires, il a été demandé aux 50 entreprises analysées si elles avaient mis en place des mesures afin d'éviter notamment toute discrimination non-intentionnelle lors de la sélection automatique des publics visés par les contenus publicitaires. Huit entreprises (contre une seule en 2021) ont affirmé avoir mis en place de telles mesures. Une autre question visait à savoir si elles s'interdisent toute activité menée à l'aide de l'IA qui pourrait servir à la diffusion de contenus sensibles, racistes, sexistes ou illégaux ou permettre l'accès à des contenus et à des activités inappropriées pour les mineurs. Cinq entreprises

seulement ont confirmé qu'elles avaient des politiques en place pour éviter ce genre de pratiques, soit trois de plus qu'en 2021.

Finalement, le principal progrès par rapport à ce chapitre réside dans le fait que 12 entreprises, contre deux seulement en 2021 et huit en 2022, affirment désormais qu'elles cherchent à inclure un plus grand nombre de parties prenantes et d'experts externes dans les discussions qu'elles mènent concernant l'utilisation malveillante ou inappropriée de l'IA. L'augmentation du nombre de réponses positives à cette question démontre que le sujet est pris au sérieux. Les démarches entreprises devraient ainsi permettre de prendre en compte les points de vue de différents partenaires dans les décisions stratégiques vis-à-vis du développement de l'IA.

Malgré une légère amélioration des scores, cette partie consacrée aux activités sensibles est celle qui obtient la moins bonne note pour la troisième année consécutive, avec une moyenne de seulement 13.2 points (contre 3.2 points en 2021 et 11.7 points en 2022). A noter encore que sur les cinq entreprises qui ont obtenu le meilleur score cette année, trois ne publient aucune information publique relative à ce principe. Elles sont d'ailleurs 32 sur 50 entreprises à obtenir zéro point cette année, ce qui fait de ce chapitre le pire, et de loin, comparé aux autres. Ces résultats clairement insuffisants démontrent que les entreprises doivent prioriser la mise en place de politiques encadrant l'utilisation de l'IA afin de se préparer aux nouvelles législations en la matière et communiquer davantage à ce sujet.

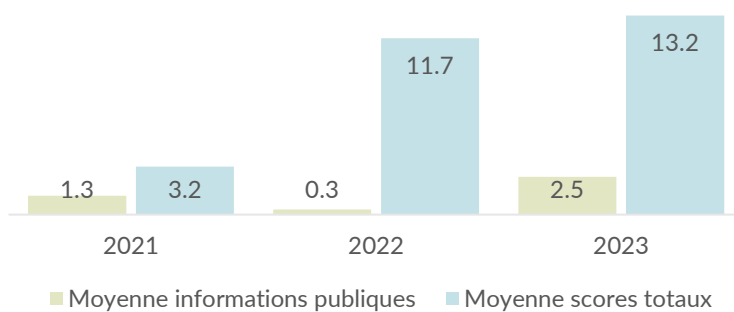
## ACTIVITES SENSIBLES – TOP 10



| QUESTIONS CLÉS  | « OUI » EN 2023 | « OUI » ET INFORMATION PUBLIQUE |
|---|-----------------|---------------------------------|
| Entreprises qui s'assurent que les données qu'elles récoltent ne sont pas utilisées à des fins de surveillance                              | 8 (+5)          | 2 (+2)                          |
| Entreprises qui adoptent les meilleures pratiques pour éviter toute utilisation abusive/malveillante lors de l'élaboration de systèmes d'IA | 8 (+7)          | 1 (+1)                          |
| Entreprises qui interdisent formellement toutes les activités liées à l'IA qui :  |                 |                                 |
| • Portent atteinte aux droits humains   | 6 (+3)          | 2 (+2)                          |
| • Servent à limiter la liberté d'expression   | 5 (+4)          | 1 (+1)                          |
| • Servent à la fabrication/utilisation d'armes autonomes  | 1 (+1)          | 1 (+1)                          |
| • Permettent la diffusion de contenus sexistes, racistes, ou inappropriés pour les mineurs  | 5 (+3)          | 1 (+1)                          |
| • Sont conçues pour créer de l'addiction  | 4 (+4)          | 1 (+1)                          |

Seules les réponses affirmatives – publiques ou sur la base du questionnaire – sont indiquées dans le tableau ci-dessus. Entre parenthèses, il s'agit de l'évolution sur trois années (2021-2023).

## EVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



**6**  
Sociétés ont un score supérieur à 50 points

**32**  
Sociétés ont 0 points pour ce chapitre

## PRINCIPE 6 : IMPACT SOCIAL

Ce chapitre s'intéresse à l'impact social de la transition numérique et plus particulièrement aux conséquences que peuvent avoir les évolutions technologiques sur l'emploi et les modèles sociaux actuels. Avec le développement de l'IA et l'apparition de nouveaux modèles d'affaires, le monde du travail se dirige vers une automatisation des tâches les plus simples, diminuant ainsi la demande de main d'œuvre non-qualifiée au profit de profils qui disposent de compétences en matière de développement et de maintenance informatique. Si les entreprises et les actionnaires peuvent bénéficier de cette révolution numérique, avec notamment une hausse de la productivité à la clé, les gains financiers pour la société civile pourraient toutefois être limités à court terme si la transition devait s'effectuer de manière irresponsable. Le système de prévoyance, par exemple, pourrait être mis à mal si le nombre de personnes actives devait diminuer fortement dans telle juridiction ou si le développement de l'économie de services (« Gig Economy ») devait transformer un grand nombre d'employés en des travailleurs indépendants (« Uberisation »).

À travers cette étude, Ethos a donc cherché à savoir à quel point les entreprises sont préparées à une telle révolution. Or, il apparaît que seules neuf des 50 entreprises analysées (contre 3 en 2021) affirment avoir évalué quel pourrait être l'impact de la transition numérique sur leurs activités et, plus particulièrement, sur leurs effectifs. Et elles ne sont que quatre (Adecco, Nestlé, Swisscom et UBS) à avoir déjà communiqué publiquement à ce sujet. Par ailleurs, six entreprises seulement (contre aucune en 2021) ont indiqué avoir déjà consulté des experts indépendants pour évaluer l'employabilité d'anciens collaborateurs et collaboratrices dont les tâches ont été automatisées.

Pour Ethos, mettre en place des programmes ambitieux visant à accompagner la reconversion et la formation des employés directement menacés par l'automatisation et l'IA fait pourtant partie intégrante de la responsabilité sociale des entreprises. Malheureusement, seules neuf entreprises analysées (contre quatre en 2021) disent offrir des possibilités de formation et de reconversion aux collaborateurs et collaboratrices dont les tâches sont menacées par l'automatisation. Plus inquiétant encore, elles ne sont plus que quatre, contre neuf en 2021, à assurer offrir un soutien financier à leurs anciens employés afin de les aider dans leur reconversion professionnelle, ce qui représente le résultat le plus alarmant pour ce principe.

La transition numérique n'est toutefois pas uniquement synonyme de destruction d'emplois. Des bénéfices sociaux peuvent également en résulter. À ce titre, six entreprises (contre une seule en 2021) ont indiqué qu'elles seraient disposées à envisager une réduction du temps de travail plutôt qu'une réduction des effectifs pour faire face à l'automatisation de certaines tâches. Deux d'entre elles (Schindler et Zurich Insurance) ont même communiqué publiquement à ce sujet en 2023.

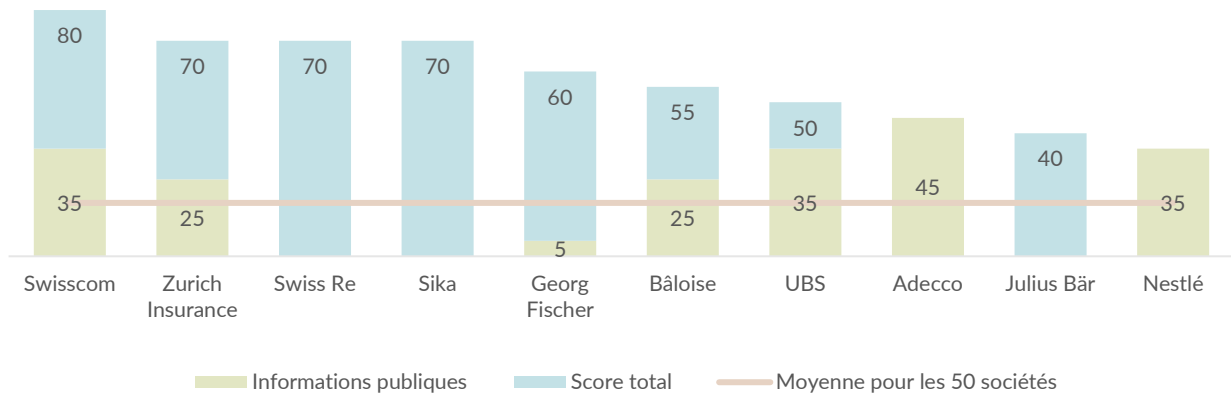
Cette question met en avant l'une des conséquences positives que pourrait avoir l'automatisation. En effet, les nouvelles technologies permettraient alors de maintenir une productivité égale tout en diminuant la charge de travail du personnel avec pour objectif d'améliorer leur qualité de vie et contribuer à un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

Enfin, dix entreprises affirment aujourd'hui (contre une seule en 2021) avoir déjà reçu des conseils externes pour faire un usage responsable de l'IA dans la gestion des ressources humaines, en particulier pour éviter toute discrimination à l'embauche ou minimiser l'utilisation des données dans le processus de recrutement. Par ailleurs, elles sont sept (contre une seule également en 2021) à permettre désormais aux collaborateurs et collaboratrices d'accéder à la méthodologie ainsi qu'aux décisions qui ont résulté d'une utilisation de l'IA dans le domaine des ressources humaines.

Si la moyenne a augmenté de 6.2 points en 2021 à 16.5 points en 2023, ce chapitre reste l'un des plus mal notés de cette étude, ce qui démontre que les entreprises n'ont pas encore vraiment évalué – ou tout du moins qu'elles ne le communiquent pas – l'impact que pourrait avoir la transition numérique sur la taille de leurs effectifs et leurs méthodes de management. À noter que seules six entreprises ont obtenu une note supérieure à 50 points pour ce chapitre (Baloise, Georg Fischer, Sika, Swisscom, Swiss Re et Zurich Insurance) – avec un maximum de 80 points pour Swisscom – et que 18 n'ont obtenu aucun point.

Enfin, le meilleur résultat basé sur les seules informations publiques est à mettre au crédit d'Adecco avec 45 points, tandis que seules six entreprises obtiennent un score supérieur à 20 points. Par conséquent, la moyenne des scores basés sur les informations publiques chute à 7.1 points, à peine mieux que la moyenne de 4.9 points enregistrée en 2021.

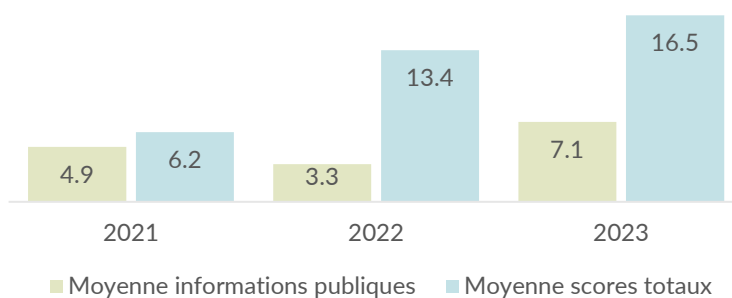
## IMPACT SOCIAL – TOP 10



| QUESTIONS CLÉS   | « OUI » EN 2023 | « OUI » ET INFORMATION PUBLIQUE |
|--|-----------------|---------------------------------|
| Entreprises qui ont déjà évalué et communiqué sur l'impact que pourrait avoir la transition numérique sur leurs effectifs  | 9 (+6)          | 4 (+1)                          |
| Entreprises qui ont déjà eu recours à des consultants externes pour évaluer l'employabilité d'anciens collaborateurs et collaboratrices dont les tâches ont été automatisées | 6 (+6)          | 0 (-)                           |
| Entreprises qui envisagent l'automatisation comme un moyen de réduire les heures de travail plutôt que le nombre de collaborateurs et collaboratrices                        | 6 (+5)          | 2 (+1)                          |
| Entreprises qui offrent des programmes de formation et de reconversion aux collaborateurs et collaboratrices dont le poste est menacé par l'automatisation                   | 9 (+5)          | 4 (+1)                          |
| Entreprises qui ont déjà reçu des conseils externes sur l'utilisation responsable qui peut être faite des outils numériques dans le processus de recrutement                 | 10 (+9)         | 1 (+1)                          |

Seules les réponses affirmatives – publiques ou sur la base du questionnaire – sont indiquées dans le tableau ci-dessus. Entre parenthèses, il s'agit de l'évolution sur trois années (2021-2023).

## EVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



6

Sociétés ont un score supérieur à 50 points

18

Société ont 0 points pour ce chapitre

## PRINCIPE 7 : IMPACT ENVIRONNEMENTAL

La dernière partie de cette étude concerne l'impact environnemental de la transition numérique et plus particulièrement son empreinte carbone. On estime aujourd'hui que le numérique représente 4% environ des émissions de gaz à effet de serre dans le monde, soit davantage que le transport aérien<sup>4</sup>. Au vu de la montée en puissance de l'IA et d'une économie toujours plus centrée sur les données et les objets connectés, l'empreinte environnementale de la numérisation risque d'augmenter encore fortement ces prochaines années.

Sur les 50 entreprises analysées cette année, 40 assurent s'employer pour tenter de limiter l'impact environnemental des appareils numériques qu'elles utilisent, contre 33 en 2022 et huit seulement en 2021. Mieux encore, elles sont désormais 36, contre neuf en 2021, à publier des informations à ce sujet. Elles sont également 17, soit 13 de plus qu'en 2021, à indiquer que des mesures ont été mises en place pour réduire la consommation d'eau liée aux systèmes de refroidissement des appareils numériques qu'elles utilisent. De plus, dix d'entre elles communiquent à ce sujet, contre trois en 2021.

Pour ce qui concerne l'énergie utilisée pour stocker un nombre toujours croissant de données et alimenter les technologies numériques et les algorithmes, 14 entreprises confirment aujourd'hui qu'elles hébergent leurs centres de données (« Data Centers ») dans des localités à faible intensité carbone, soit 10 de plus qu'en 2021. Par ailleurs, 19 entreprises assurent publier des données et des informations concernant l'impact environnemental des technologies numériques qu'elles utilisent, que ce soit par rapport au recyclage du matériel informatique, la durée de vie moyenne de leurs produits connectés, l'énergie consommée par les systèmes informatiques ou d'autres indicateurs environnementaux pertinents. Il n'a toutefois été possible de trouver des informations publiques que pour 13 sociétés. Ce résultat est évidemment décevant au vu de l'impact du numérique et de l'urgence climatique actuelle.

Si l'impact environnemental est principalement lié à la phase de fabrication des appareils, il est également important pour une entreprise de considérer l'impact de son infrastructure numérique durant l'entièreté de son cycle de vie, ce qui inclut également les phases d'utilisation et de fin de vie des appareils. A ce titre, 18 sociétés, soit 10 de plus qu'en 2021, assurent désormais que les caractéristiques de performance énergétique du matériel informatique sur le long terme sont un critère d'achat. Elles sont par ailleurs 14 entreprises à publier des informations à ce sujet. Dans le même ordre d'idée, 12 entreprises ont indiqué cette année que les possibilités de réutilisation et de réparabilité du matériel informatique étaient également un critère pris en compte lors de leur acquisition. Enfin, il ressort de cette troisième

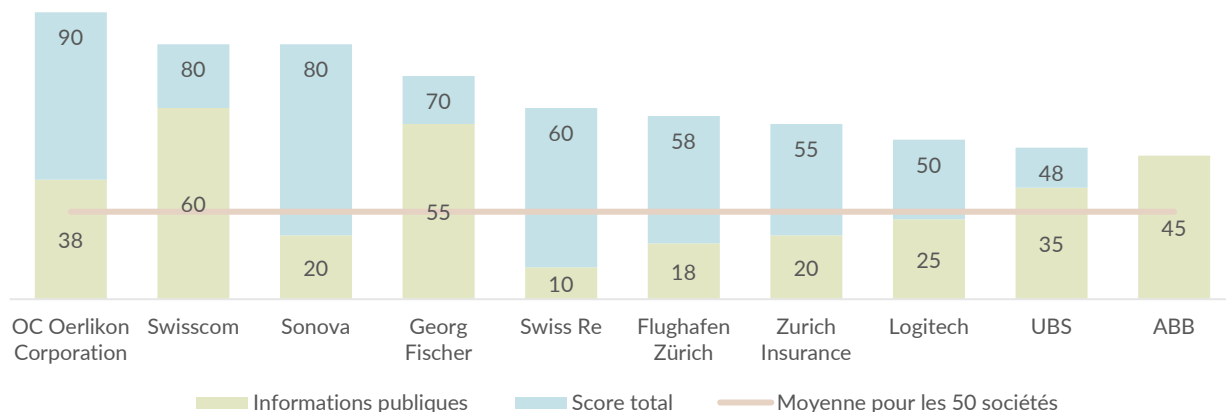
étude que pour 12 sociétés au moins (contre cinq en 2021), la recyclabilité du matériel informatique sur le long terme est également un critère d'achat.

L'utilisation à large échelle d'algorithmes complexes implique également une puissance de calcul toujours plus importante et, par conséquent, une consommation d'énergie exponentielle. À ce titre, cinq entreprises analysées, dont trois dans des documents publics, affirment chercher à réduire leur consommation énergétique grâce à l'optimisation de code. Pour l'heure, une seule a indiqué que des équipes d'ingénieurs étaient chargées de surveiller la consommation énergétique des modèles algorithmiques utilisée. Enfin, deux entreprises seulement affirment que l'empreinte carbone de leur parc technologique, et plus particulièrement de leurs modèles algorithmiques, est mesurée avec précision.

La note moyenne pour ce chapitre atteint 27.5 points, soit une hausse de 19.1 points par rapport aux 8.4 points enregistrés en 2021. Le meilleur résultat est à mettre au crédit de OC Oerlikon avec 90 points, devant Sonova et Swisscom (80 points chacune). Si l'on se base sur les seules informations publiques, la moyenne chute en revanche à 18.8 points, contre 7.7 points en 2021. On observe toutefois que le meilleur score basé sur les informations publiques est de 60 points (Swisscom), ce qui démontre une fois de plus que les entreprises peuvent très bien communiquer à ce sujet sans s'exposer ou mettre en péril leur compétitivité.

<sup>4</sup> <https://www.greenit.fr/etude-empreinte-environnementale-du-numerique-mondial/>

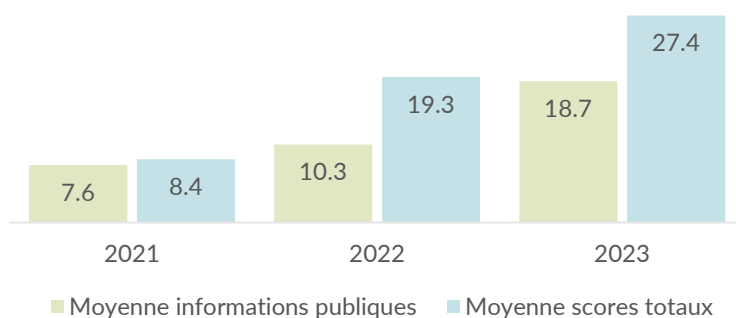
## IMPACT ENVIRONNEMENTAL - TOP 10



| QUESTIONS CLÉS   | « OUI » EN 2023 | « OUI » ET INFORMATION PUBLIQUE |
|--|-----------------|---------------------------------|
| Entreprises qui s'efforcent d'améliorer la durabilité de leurs technologies numériques et de publier des informations à ce sujet | 40 (+32)        | 36 (+27)                        |
| Entreprises qui hébergent leurs centres de données dans des localités à faible intensité carbone                                 | 14 (+10)        | 6 (+4)                          |
| Entreprises qui s'efforcent de réduire leur consommation en eau liée au refroidissement du matériel informatique                 | 17 (+13)        | 10 (+7)                         |
| Entreprises qui cherchent à réduire leur consommation énergétique grâce à l'optimisation de code                                 | 5 (+4)          | 3 (+1)                          |
| Entreprises dont l'achat de matériel informatique tient compte :   |                 |                                 |
| • De la performance énergétique sur le long terme  | 18 (+10)        | 14 (+9)                         |
| • De la possibilité de le réparer  | 12 (+9)         | 3 (+3)                          |
| • De la possibilité de le recycler   | 12 (+7)         | 7 (+4)                          |

Seules les réponses affirmatives – publiques ou sur la base du questionnaire – sont indiquées dans le tableau ci-dessus. Entre parenthèses, il s'agit de l'évolution sur trois années (2021-2023).

## EVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



**7**  
Sociétés ont un score supérieur à 50 points

**0**  
Aucune société n'a 0 point pour ce chapitre

# 5. Conclusion

Protection des données, utilisation responsable de l'IA, impact social et environnemental des technologies : les enjeux liés à la responsabilité numérique sont nombreux et n'ont cessé de prendre de l'ampleur ces dernières années. Pourtant, quand Ethos a commencé à s'y intéresser, la plupart des dirigeantes et dirigeants d'entreprises considéraient qu'il s'agissait d'un enjeu secondaire et ne souhaitaient pas forcément discuter de ces thématiques. En trois ans, beaucoup de choses ont changé : les cyberattaques, les fuites de données et les scandales en tout genre se sont multipliés. Les régulateurs se sont à leur tour emparés de ces questions. L'essor de ChatGPT et d'autres outils similaires a révolutionné et démocratisé l'usage de l'IA. Le résultat est qu'aujourd'hui, aucune dirigeante et aucun dirigeant ne peut nier qu'il en va de leur propre responsabilité, et de celle de leur entreprise, de gérer correctement ces enjeux.

De son côté, Ethos s'est toujours attelé à jouer un rôle de précurseur pour s'emparer de nouvelles thématiques et promouvoir les bonnes pratiques, que ce soit en matière d'environnement, de social et de gouvernance (ESG). L'objectif pour Ethos a toujours été, et reste aujourd'hui, de sensibiliser les entreprises à leurs responsabilités. En l'occurrence, le but de cette étude était d'évaluer le comportement des plus grandes entreprises cotées en Suisse mais aussi et surtout de prôner les meilleures pratiques existantes en matière de responsabilité numérique afin de les inciter à s'améliorer.

Après trois années d'engagement et de dialogue continu, la moitié des entreprises visées par cette étude ont accepté, au moins une fois, de répondre au questionnaire. C'est un résultat qui est à la fois satisfaisant, en particulier si l'on tient compte du nombre d'enquêtes et d'études ESG auxquelles les entreprises sont appelées à participer chaque année, et décevant au vu des efforts entrepris par Ethos et EthicsGrade. Mais cela démontre aussi un certain manque d'intérêt ou de préparation de la part d'un nombre d'entreprises encore trop important pour des enjeux aussi essentiels.

Ce qui est plus encourageant, en revanche c'est de constater que grâce en partie à ce dialogue actionnarial, les résultats des entreprises n'ont cessé de progresser. Cette année, toutes les entreprises ont ainsi obtenu un score supérieur à celui de l'année de précédente. Si l'on tient compte des réponses des entreprises qui ont pris temps de participer au questionnaire et des informations disponibles publiquement, les exemples de bonnes pratiques, même s'ils sont le fait d'un nombre encore restreint d'entreprises, se multiplient. Or, il s'agit d'autant d'exemples à suivre pour les autres, sans pour autant ne

mettre en péril leur compétitivité ni ne risquer de divulguer des informations confidentielles. On note ainsi de nettes améliorations pour les chapitres dédiés à la protection des données, à la gouvernance et à l'impact environnemental du numérique. On constate que sur les 50 entreprises analysées, 40 affirment désormais recourir à des mesures pour tenter de limiter l'impact environnemental des technologies qu'elles utilisent, contre huit seulement en 2021. Ou que 24 entreprises assurent aujourd'hui tenir compte de la protection des données dès la conception d'un produit ou d'un service, contre seulement quatre en 2021. Les résultats sont cependant plus décevants pour les chapitres dédiés à l'IA et à l'impact social de la numérisation, des thèmes pourtant centraux à l'ère de l'IA générative (telle que ChatGPT) et de l'automatisation des tâches.

La deuxième et, peut-être, la principale satisfaction de cette étude est que les scores basés sur les seules informations publiques sont eux aussi en hausse depuis 2021, même si la marge de progression reste très importante. Bien sûr, ce n'est pas parce qu'une entreprise fait preuve de transparence et communique sur une thématique qu'elle sera nécessairement meilleure que les autres dans son comportement et ses pratiques. Il faut rappeler ici que cette étude n'est pas une enquête de terrain et qu'elle se fie uniquement aux réponses des entreprises et aux informations publiques pour établir un classement. Mais la transparence n'en demeure pas moins essentielle pour les actionnaires et toutes les parties prenantes d'une entreprise. Tout d'abord, elle engage la responsabilité des entreprises et permet de déceler d'éventuelles incohérences entre les engagements publics et les agissements des entreprises. D'autre part, la transparence permet de s'appuyer sur des exemples concrets – bons comme mauvais – lorsqu'il s'agit de prôner les meilleures pratiques envers l'ensemble des entreprises. A ce titre, l'adoption et la publication d'un code de responsabilité numérique par deux entreprises du SMI Expanded représente le meilleur exemple. Car, il s'agit non seulement d'un véritable progrès mais également d'une réponse directe à l'une des principales exigences d'Ethos. De tels codes permettent ainsi de s'assurer que l'entreprise tient compte des enjeux et des risques liés à la numérisation dans sa stratégie et ses activités, et engage la responsabilité des instances dirigeantes dans la gestion de ces enjeux.

Ethos va poursuivre son dialogue avec les entreprises cotées en Suisse mais également à l'étranger pour qu'elles continuent d'améliorer non seulement leur transparence sur ces enjeux si importants pour l'avenir, mais aussi et surtout leur comportement en la matière.



ANNEXE :  
RÉSULTATS PAR  
ENTREPRISE



| RANG 2023 | SOCIÉTÉ                 | SCORE 2023 | +/- 2021 | PARTICIPATION À L'ÉTUDE | INFORMATIONS PUBLIQUES |
|-----------|-------------------------|------------|----------|-------------------------|------------------------|
| 1         | Swisscom                | 91.3       | +70.3    | 2022/2023               | 40.0                   |
| 2         | Zurich Insurance        | 77.8       | +62.9    | 2022/2023               | 23.3                   |
| 3         | Georg Fischer           | 76.0       | +66.1    | 2021/2022/2023          | 33.3                   |
| 4         | Swiss Re                | 68.5       | +39.4    | 2021/2022/2023          | 19.8                   |
| 5         | Sonova                  | 66.8       | +54.9    | 2022/2023               | 19.4                   |
| 6         | OC Oerlikon Corporation | 61.0       | +52.1    | 2023                    | 22.1                   |
| 7         | Baloise                 | 60.5       | +20.9    | 2021/2022/2023          | 37.8                   |
| 8         | UBS                     | 55.9       | +47.0    | 2022/2023               | 25.0                   |
| 9         | Flughafen Zürich        | 44.6       | +37.2    | 2021/2022/2023          | 7.4                    |
| 10        | Sika                    | 41.3       | +24.5    | 2021/2022/2023          | 10.4                   |
| 11        | Logitech                | 40.9       | +25.9    | 2023                    | 22.0                   |
| 12        | SGS                     | 38.0       | +23.5    | 2022                    | 28.5                   |
| 13        | Swiss Life              | 35.8       | +29.9    | 2021/2022               | 9.5                    |
| 14        | Julius Bär              | 34.6       | +20.2    | 2021/2022/2023          | 12.3                   |
| 15        | Lonza                   | 32.1       | +21.9    | 2023                    | 17.4                   |
| 16        | Straumann               | 30.6       | +3.9     | 2021                    | 13.5                   |
| 17        | PSP Swiss Property      | 28.5       | +26.0    | 2022/2023               | 6.3                    |
| 18        | Novartis                | 28.3       | +15.9    | -                       | 28.3                   |
| 19        | Schindler               | 26.9       | +12.0    | 2022/2023               | 19.3                   |
| 20        | Nestlé                  | 25.9       | +9.6     | -                       | 25.9                   |
| 21        | Richemont               | 25.6       | +18.0    | 2022/2023               | 13.8                   |
| 22        | Adecco                  | 22.0       | +4.0     | -                       | 22.0                   |
| 23        | VAT Group               | 22.0       | +19.2    | 2022                    | 7.3                    |
| 24        | Cembra Money Bank       | 20.5       | +3.0     | 2021                    | 11.3                   |
| 25        | ABB                     | 20.3       | +12.2    | -                       | 20.3                   |
| 26        | Tecan                   | 20.3       | +12.5    | 2022                    | 9.5                    |
| 27        | Roche                   | 16.3       | +9.1     | -                       | 16.3                   |

|    |                         |      |      |      |      |
|----|-------------------------|------|------|------|------|
| 28 | SIG Combibloc Group     | 16.0 | +6.3 | 2021 | 13.3 |
| 29 | Geberit                 | 15.3 | +6.8 |      | 15.3 |
| 30 | Holcim                  | 15.3 | +7.9 |      | 15.3 |
| 31 | Belimo                  | 15.0 | ND*  |      | 15.0 |
| 32 | Kühne + Nagel           | 14.8 | +8.4 |      | 14.8 |
| 33 | Alcon                   | 14.3 | +3.5 |      | 14.3 |
| 34 | Givaudan                | 13.8 | +6.2 |      | 13.8 |
| 35 | Helvetia                | 13.0 | +7.8 | 2021 | 11.5 |
| 36 | Temenos                 | 13.0 | +7.7 |      | 13.0 |
| 37 | Galenica                | 12.1 | +1.8 |      | 12.1 |
| 38 | Clariant                | 11.0 | +1.6 |      | 11.0 |
| 39 | Lindt & Sprüngli        | 10.9 | +4.4 |      | 10.9 |
| 40 | Bachem Holding AG       | 10.5 | ND*  |      | 10.5 |
| 41 | Meyer Burger Technology | 10.4 | ND*  |      | 10.4 |
| 42 | DocMorris               | 10.1 | ND*  |      | 10.1 |
| 43 | BB Biotech              | 10.0 | +6.6 |      | 10.0 |
| 44 | Dufry                   | 9.3  | +3.4 |      | 9.3  |
| 45 | Swatch Group            | 9.3  | +3.8 |      | 9.3  |
| 46 | Barry Callebaut         | 9.1  | +3.7 |      | 9.1  |
| 47 | Swiss Prime Site        | 8.8  | +6.4 |      | 8.8  |
| 48 | Partners Group          | 8.5  | +1.9 |      | 8.5  |
| 49 | AMS AG                  | 8.0  | +4.7 |      | 8.0  |
| 50 | EMS-Chemie              | 5.9  | +4.5 |      | 5.9  |

En rouge ci-dessus, les entreprises qui n'ont jamais répondu au questionnaire. Dans ce cas, le score basé sur les seules informations publiques est le même que le score total.

\* Entreprises qui ne faisaient pas partie du SMI Expanded en 2021.

**Siège**

Place de Pont-Rouge 1  
Case postale 1051  
1211 Genève 26

T +41 22 716 15 55  
F +41 22 716 15 56

**Bureau de Zurich**

Glockengasse 18  
8001 Zurich

T +41 44 421 41 11  
F +41 44 421 41 12

[info@ethosfund.ch](mailto:info@ethosfund.ch)  
[www.ethosfund.ch](http://www.ethosfund.ch)