



Œuvrer pour une industrie plus durable

Guide destiné aux entreprises appartenant au secteur de l'industrie manufacturière et à leurs fournisseurs dans la mise en place d'une stratégie climatique ambitieuse.

PRÉFACE

La production industrielle est indispensable à l'activité humaine, aussi bien en France ou en Europe que dans le monde entier. Elle permet de produire des biens essentiels pour les entreprises comme dans notre quotidien, génère de nombreux emplois dans le monde et favorise l'innovation. Pourtant, l'impact de cette industrie sur l'environnement est considérable, comme le dénoncent les investisseurs, les autorités de régulation, les clients ou encore les employés.

Dans la plupart des pays développés, l'industrie manufacturière est l'une des trois principales sources d'émissions de gaz à effet de serre (GES) et représente près d'un quart des GES aux États-Unis. Cette empreinte carbone importante et la pression croissante des parties prenantes, obligent les fabricants à revoir leurs procédés pour réduire leur impact environnemental. À quoi ressemble une stratégie climatique ambitieuse sur le long terme pour la fabrication industrielle ? Quelles actions doivent mettre en place les fabricants pour répondre et s'adapter efficacement au changement climatique et aux conséquences sur l'environnement ?

Parallèlement, les dernières tendances économiques, géopolitiques et sociales - liées à la COVID et aux conflits dans le monde - ont profondément impacté le coût et la disponibilité des ressources dont dépendent de nombreux fabricants, provoquant ainsi des perturbations importantes dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. Le conflit militaire russo-ukrainien a entraîné une flambée des prix du pétrole et du gaz, se traduisant par une augmentation

des coûts énergétiques pour les fabricants. La hausse des prix et la raréfaction des ressources placent les fabricants devant des choix difficiles, notamment celui de répercuter la hausse des coûts sur les prix de leurs produits ou de l'absorber, ce qui représente un risque commercial dans les deux cas.

Si l'on s'intéresse de plus près à la chaîne de valeur industrielle, force est de constater qu'il reste beaucoup à faire. Mais les actions mises en place au sein de ce secteur permettront d'accélérer l'atteinte des objectifs internationaux de net zéro et de se prémunir contre les risques associés au réchauffement climatique.

Une stratégie climatique solide et crédible permet aux entreprises du secteur d'anticiper ces grands changements. Donner la priorité à la décarbonisation de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, privilégier les énergies renouvelables et repenser les produits en fonction de l'économie circulaire sont autant de solutions pour préparer l'avenir. Ces mesures atténuent en effet les risques liés aux matières premières coûteuses et rares, permettent de réduire les coûts et de répondre aux attentes des clients et partenaires afin de développer de nouveaux produits et solutions innovantes en collaboration avec les fournisseurs.

Le développement d'une véritable stratégie climatique requiert l'accompagnement d'un partenaire de confiance et des solutions dont l'impact est avéré. Depuis près de deux décennies, les équipes South Pole vous guident dans la compréhension des risques et des enjeux liés au changement climatique, et vous proposent des solutions

innovantes basées sur notre connaissance approfondie sur le sujet de la durabilité pour atteindre vos objectifs environnementaux. Nous avons conscience que les fabricants exercent une influence considérable sur leurs réseaux de fournisseurs et peuvent faire évoluer tout un écosystème d'acteurs pour atteindre les objectifs climatiques.

Nous espérons que ce rapport fournira aux décideurs du secteur de l'industrie manufacturière, les connaissances et les solutions nécessaires pour initier la mise en place d'une stratégie net zéro. Pour prendre part à la transition climatique, **il est temps d'agir.**



Irene Hofmeijer

Practice Lead, Circular Economy



Carolyn Addy

Senior Business Development
Manager, Renewable Energy Solutions



Nancy Xie

Senior Managing Consultant,
Climate Risks and Opportunities



Sommaire

ÉVALUER LES RISQUES ET MESURER SON EMPREINTE CARBONE

04 Risques et opportunités liés au changement climatique dans le secteur industriel

05 L’empreinte carbone des entreprises du secteur

07 **Coup de projecteur :** stratégie relative aux émissions de scope 3

09 **Paroles d’expert :** l’industrie 4.0

ÉLABORER UNE FEUILLE DE ROUTE PRÉCISE

10 Le net zéro dans l’industrie manufacturière

11 Détails d’une feuille de route net zéro

13 **Paroles d’expert :** les objectifs SBTs dans le secteur automobile

14 Stratégie liée aux énergies renouvelables

15 **Coup de projecteur :** ASM International a choisi South Pole comme partenaire expert pour soutenir son objectif d’atteinte du net zéro d’ici 2035 et ses efforts de conformité à la TCFD

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

16 Efficacité énergétique et utilisation du biogaz

17 Solutions énergétiques

18 **Paroles d’expert :** les énergies renouvelables et l’industrie manufacturière

19 Repenser la chaîne d’approvisionnement

20 Stratégie produit et économie circulaire

21 Réduire les déchets tout au long de la chaîne d’approvisionnement

22 **Coup de projecteur :** lutter contre les déchets plastiques et soutenir les communautés locales

23 **Paroles d’expert :** Economie circulaire

FINANCER L’ACTION CLIMATIQUE

24 Mieux comprendre les crédits carbone

25 Les projets d’action climatique

26 Élimination du carbone

ENGAGER LES PARTIES PRENANTES

28 Communication climatique

29 Des revendication crédibles en matière d’action climatique



● ÉVALUEZ LES RISQUES ET MESUREZ VOTRE EMPREINTE CARBONE

1.1 Risques et opportunités liés au changement climatique dans le secteur industriel

Changement climatique : quels impacts sur l'industrie et la chaîne de valeur ?

Ce n'est un secret pour personne : les risques climatiques vont s'intensifier à mesure que la planète continue de se réchauffer et peuvent constituer une menace bien réelle pour les sites de production. Les sites se trouvant dans des régions côtières de faible altitude pourraient par exemple connaître des inondations fréquentes ou des glissements de terrain, tandis que d'autres zones pourraient pâtir de la sécheresse ou des feux de forêt. Par ailleurs, ces risques physiques vont probablement impacter l'accès aux matières premières utilisées dans la production ou en augmenter les coûts d'acquisition.

Pour préparer efficacement votre entreprise à cette réalité future, vous devez analyser ces risques, identifier vos points faibles et définir des mesures d'atténuation. De telles analyses renforcent votre entreprise et suscitent la confiance de vos investisseurs. Il est recommandé également de vous conformer aux recommandations [du groupe de travail sur la publication d'informations financières relatives au climat](#) (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD), une pratique qui pourrait devenir obligatoire dans votre région d'activité. En se conformant à ce cadre, les entreprises peuvent répondre à deux besoins en une seule action : se préparer à l'évolution des réglementations et à l'augmentation des prix du carbone. C'est aussi l'occasion d'anticiper les [risques liés à la transition](#).

Cependant, ces risques ne sont qu'un aspect du changement climatique. La transition vers un avenir à faible émission de carbone offre également de nombreuses *opportunités*. Par exemple, en repensant votre gamme de produits, vous pouvez attirer des consommateurs et des investisseurs plus soucieux de durabilité. De plus, la mise en place de méthodes de fabrication circulaires et plus efficaces sur le plan énergétique vous permet de réduire les coûts, diminuer les déchets et favoriser l'innovation.

Comment évaluer les risques et opportunités liés au changement climatique pour une entreprise ?

South Pole évalue les risques et opportunités climatiques en trois étapes :

- 1 État des lieux :** identifier les risques et opportunités actuels et potentiels de votre entreprise liés au changement climatique.
- 2 Analyse des scénarios :** comprendre comment ces risques et opportunités spécifiques peuvent évoluer selon différents scénarios climatiques.
- 3 Étude de l'impact sur l'entreprise :** évaluer les impacts commerciaux potentiels en se basant sur l'analyse des scénarios.

Une fois cette évaluation réalisée, South Pole recommande d'apprécier **la résilience de l'entreprise** en corrélant les stratégies d'atténuation actuelles et planifiées avec les risques et opportunités présentant le plus grand impact potentiel.



ÉVALUEZ LES RISQUES ET MESUREZ VOTRE EMPREINTE CARBONE

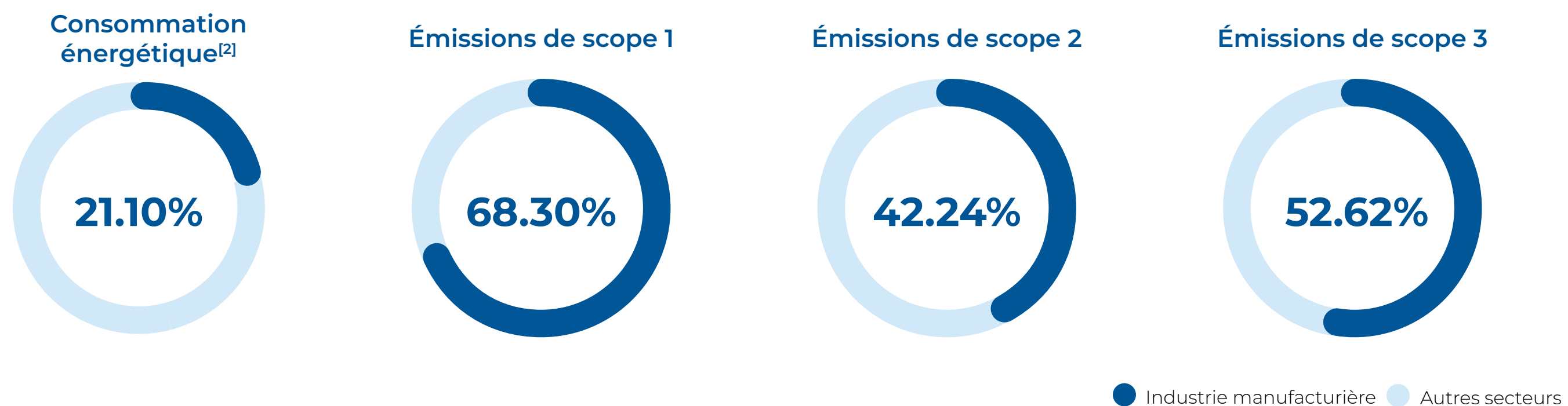
1.2 L’empreinte carbone des entreprises du secteur

Dans la plupart des pays développés, l’industrie manufacturière est l’une des trois principales sources d’émissions de gaz à effet de serre (GES). Aux États-Unis et en Europe, cette industrie représentait en 2020 près d’un quart des émissions de GES dans ces régions — 24 % aux États-Unis et 22,16 % en Europe.

En se basant sur des données disponibles publiquement et différents rapports sur la durabilité, South Pole a analysé la façon dont les acteurs de l’industrie transforment les objectifs climatiques en actions concrètes. Nous avons examiné en détail les secteurs d’activités industriels et leurs émissions de scope 3 (les plus complexes):

- Industrie automobile
- Machines & équipements
- Matériaux de construction
- Matériel informatique
- Métaux
- Équipements électroniques
- Papiers & produits forestiers

Nous avons analysé les émissions totales des scopes 1, 2 et 3 de 2 481 entreprises en les comparant aux émissions mondiales indiquées dans le questionnaire CDP de 2021 sur le changement climatique. Cette méthode d’analyse nous a permis de déterminer la proportion des émissions de GES du secteur manufacturier par rapport au total des émissions mondiales déclarées pour les trois scopes. Nous avons appliqué le même processus au calcul de la consommation d’électricité. Enfin, nous avons analysé la stratégie de lutte contre le changement climatique généralement utilisée dans le monde industriel, en examinant les engagements de durabilité pris publiquement par les acteurs du secteur dans le cadre de l’initiative SBTi, du programme RE100^[1] et du TCFD. Les déclarations dans le CDP sont également prises en compte (voir la section 2.2).



Voici nos trois principales observations :

- 1 Le secteur manufacturier est un émetteur majeur dans le monde :** il représente plus de 40% du total des émissions déclarées dans le CDP^[2], pour les trois scopes.
- 2 L’industrie manufacturière dépend fortement de la consommation directe de carburant :** environ deux tiers des émissions totales de scope 1 déclarées proviennent des entreprises manufacturières, ce qui signifie que la plupart d’entre elles dépendent fortement de la consommation directe de carburant.
- 3 Plus de la moitié des émissions totales de scope 3 déclarées^[3] proviennent du secteur industriel.**

^[1] Organisation non gouvernementale réunissant des entreprises internationales qui s’engagent à s’approvisionner en électricité 100% renouvelable d’ici 2050 au plus tard.

^[2] Ces données proviennent du CDP et concernent la consommation globale d’énergie, comprenant le carburant, l’électricité, la vapeur, la chaleur et le refroidissement.

^[3] L’analyse de South Pole se base sur les réponses des entreprises au questionnaire CDP 2021 sur le changement climatique et sur des données publiquement disponibles (recueillies par South Pole) relatives aux engagements de durabilité. Données au 28 avril 2022.

ÉVALUEZ LES RISQUES ET MESUREZ VOTRE EMPREINTE CARBONE

1.2 L’empreinte carbone des entreprises du secteur

Comment mesurer l’empreinte carbone d’une entreprise ?

Collecter l’ensemble des données nécessaires pour réaliser l’inventaire de vos émissions carbone est souvent une tâche longue et fastidieuse. Alors que vous recueillez déjà les informations nécessaires au calcul de vos émissions de scopes 1 et 2 dans le cadre de vos vérifications internes, la collecte des données relatives aux émissions de scope 3 peut s’avérer ardue. Elle nécessite l’intervention de nombreuses parties prenantes en interne, et souvent de plusieurs fournisseurs pour les données propres à votre chaîne d’approvisionnement. Cette tâche peut mobiliser énormément de ressources et prendre du temps, parfois plusieurs mois.

South Pole peut vous aider à trouver le bon équilibre entre le recueil de données suffisamment précises pour identifier vos priorités en termes d’émissions et l’élaboration d’une feuille de route pertinente pour les réduire. Plus les informations disponibles sont nombreuses, plus votre stratégie sera ciblée et plus il sera facile de réduire vos émissions.

Émissions de scope 1 :

GES qui proviennent directement de sources détenues ou contrôlées par l’entreprise.

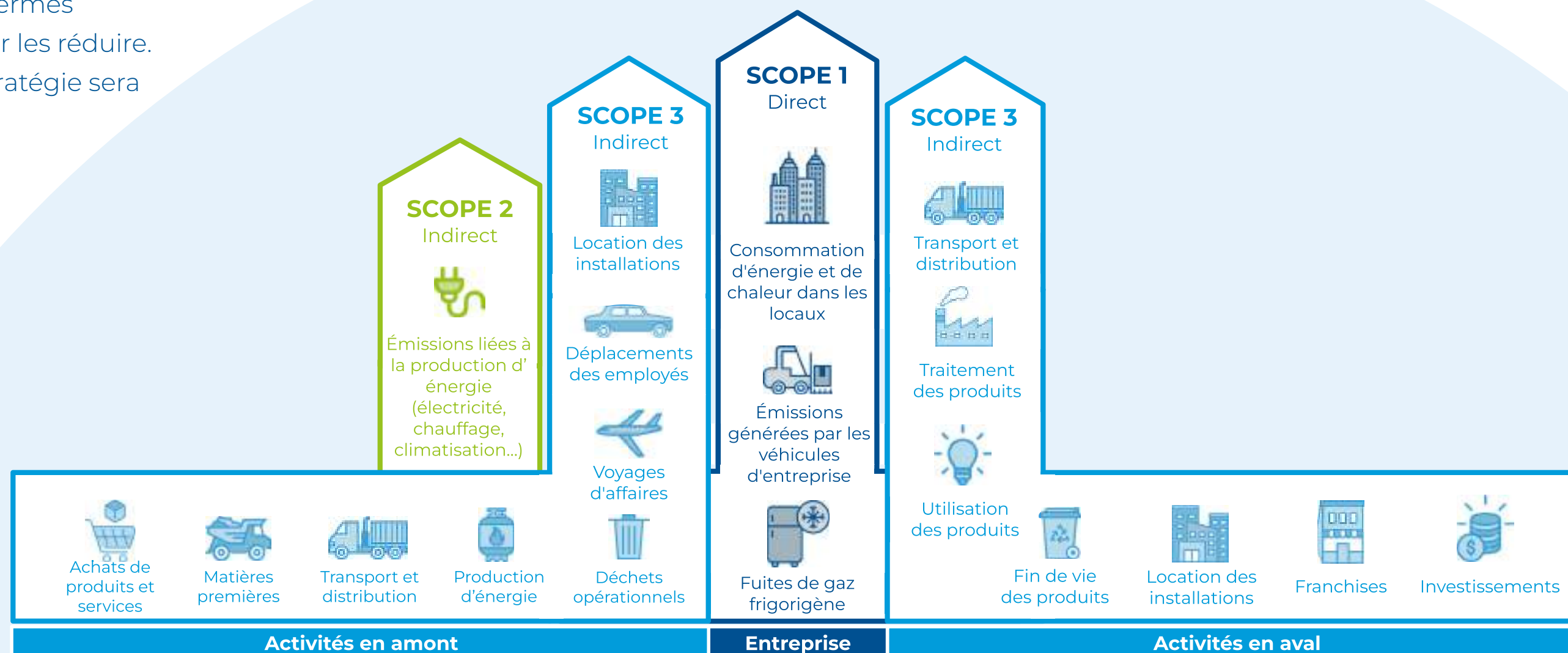
Émissions de scope 2 :

GES provenant de la production d’énergie achetée.

Émissions de scope 3 :

GES qui proviennent indirectement de sources qui ne sont pas détenues ou contrôlées directement par l’entreprise.

À quoi correspondent les scopes 1, 2 et 3 ?



ÉVALUEZ LES RISQUES ET MESUREZ VOTRE EMPREINTE CARBONE



1.3 Coup de projecteur : stratégie relative aux émissions de scope 3

D'après nos recherches et analyses, le secteur industriel est responsable de plus de la moitié des émissions de scope 3 déclarées, ce qui a un impact énorme sur la planète. Comment les entreprises peuvent-elles réduire ces émissions indirectes ?

Pour réduire vos émissions de scope 3, vous devez d'abord les mesurer avec le plus de précision possible. Cette tâche peut sembler insurmontable pour un fabricant travaillant avec des chaînes d'approvisionnement internationales. Vous devrez prendre en compte l'ensemble du processus concernant vos opérations.

Des données complètes sont essentielles pour mieux comprendre vos priorités en termes d'émissions, mais il se peut que vous ne disposiez pas de toutes les informations nécessaires au départ. Commencez par utiliser les données les plus pertinentes possibles sur votre première année d'inventaire, puis complétez-les par des données sur les moyennes du secteur. Avec ces informations, vous pourrez repérer vos priorités en termes d'émissions de scope 3. En améliorant vos pratiques de collecte et de surveillance des données, vous renforcez la précision de celles de vos fournisseurs. Même avec des données moins précises, il est possible et conseillé de fixer des objectifs de réduction fondés sur la science (SBT), à condition que l'ensemble de vos sources d'émissions sont couvertes ([pour en savoir plus sur l'initiative Science-Based Targets et les objectifs SBT, voir la section 2.2](#)). Certaines plateformes comme [la gestion de la chaîne d'approvisionnement^{\[4\]} du CDP](#) permettent de simplifier et de rationaliser le processus de collecte des données, et d'impliquer les fournisseurs.

Quelles sont les meilleures pratiques pour réduire les émissions liées à la chaîne de valeur ?

Il n'y a pas de modèle universel. Toutefois, l'élaboration d'une stratégie d'engagement ouverte et continue avec vos fournisseurs est un bon point de départ. Montrez l'exemple : intégrez des critères ESG (Environnement, Social, Gouvernance) aux consignes données à vos fournisseurs et surveillez leurs progrès.

En suivant les [critères de validation des objectifs](#) les plus récents de la SBTi, il vous est possible de fixer des objectifs à vos fournisseurs. Vous pouvez également les inviter à s'associer avec vous dans des initiatives d'amélioration continue dans la lutte contre le changement climatique. Commencez par identifier vos fournisseurs clés et expliquez-leur les avantages de ces actions. Vous pouvez étendre votre influence de différentes manières, par exemple en dispensant des formations, en montrant l'exemple ou en encourageant l'action — l'ajout de métriques de durabilité à vos appels d'offres en est un bon exemple. Vous pouvez également mettre en place des critères de sélection excluant les nouveaux fournisseurs n'atteignant pas un certain niveau de maturité en matière de durabilité, ou leur soumettre un code de conduite.^[5]

Tout au long de ce parcours de transition climatique, il est fondamental d'impliquer aussi vos clients. En tant que fabricant, votre responsabilité est grande : en effet, la réduction des émissions de carbone repose en grande partie sur vous. Proposez des produits qui vous aideront à réduire plus facilement et efficacement les émissions liées à votre chaîne de valeur, grâce à l'économie circulaire par exemple ou aux énergies renouvelables. En outre, l'éducation est importante : l'ajout d'instructions sur la manière d'utiliser un produit (par exemple, fermez les fenêtres lors de l'utilisation de la climatisation ; lavez vos vêtements à 30 °C, etc.) peut également modifier les comportements à long terme.

Vous devez aussi prendre le temps d'expliquer à vos clients vos actions en faveur du climat, et ce en toute transparence. Détaillez votre stratégie climatique et partagez régulièrement vos progrès, qu'il s'agisse de vos succès ou des domaines sur lesquels vous travaillez encore. Enfin, [communiquez sur votre stratégie climatique](#) de manière réfléchie.

^[4] Le CDP (anciennement connu sous le nom de « Carbon Disclosure Project ») est un système de déclaration international qui permet aux entreprises, aux villes, aux États et aux régions de mesurer et de gérer leur impact environnemental.

^[5] Pour plus d'informations sur la réduction des GES du champ d'application 3, consultez le document "[Value Change in the Value Chain](#)" du SBTi.



ÉVALUEZ LES RISQUES ET MESUREZ VOTRE EMPREINTE CARBONE



1.3 Coup de projecteur : stratégie relative aux émissions de scope 3

Réglementation sur les émissions : quels impacts pour les entreprises du secteur de l'industrie ?

Il est important que les entreprises soient conscientes des risques liés à la transition climatique, par exemple, ceux liés à la mise en place d'une taxe carbone. Le [TCFD](#) et l'analyse de scénarios permettent d'identifier ces menaces et de développer des stratégies de réponse.

Réductions des émissions de scope 3 : quels sont les pièges à éviter ?

En travaillant avec des organisations appartenant à différents secteurs d'activité, nous avons constaté que souvent, elles ne mettent pas en pratique les process recommandés et reconnus internationalement. Corriger les problèmes liés aux critères ESG nécessite beaucoup plus de temps et d'argent, et s'avère plus risqué en termes de réputation, que de mettre en place dès le départ les moyens pour les anticiper. Il peut s'avérer difficile de faire adhérer vos dirigeants, vos responsables commerciaux et votre conseil d'administration au respect de ces critères. Cependant, cette stratégie représente la meilleure solution sur le long terme, car elle permet de réduire les risques et de rendre votre entreprise plus résiliente et rentable.



ÉVALUEZ LES RISQUES ET MESUREZ VOTRE EMPREINTE CARBONE



Paroles d'expert : l'industrie 4.0

Qu'est-ce que l'industrie 4.0 et pourquoi est-elle pertinente pour la durabilité ?

Le terme « industrie 4.0 » fait référence à la transformation de la production industrielle à l'aide des technologies numériques. Cette transformation est si importante qu'elle peut s'apparenter à une quatrième révolution industrielle (la première, la deuxième et la troisième étant respectivement la mécanisation, l'électrification, et l'essor de l'automatisation et des technologies de l'information). Le secteur industriel a un rôle prépondérant à jouer dans la création d'un monde durable, en tant qu'employeur et créateur de valeur d'une part, et en tant que grand consommateur d'énergie et émetteur de gaz à effet de serre d'autre part. La transformation numérique est l'une des clés pour rendre l'industrie manufacturière plus durable.

Comment la digitalisation et la durabilité peuvent-elles aller de pair ?

Les technologies numériques permettent de réduire considérablement l'impact environnemental de la production. Elles favorisent la transparence tout au long de la chaîne de valeur et peuvent servir de base à une stratégie de durabilité. Par exemple, un passeport numérique peut être mis en place pour chaque produit, permettant d'identifier ses composants et permettre aux utilisateurs de la chaîne de valeur de le réutiliser, de le recycler ou de l'éliminer correctement.

Ce qui compte aujourd'hui, c'est de façonner activement l'innovation numérique autour de critères de durabilité, car l'impact négatif de ces technologies (comme la demande énergétique et le fort besoin en ressources des technologies



Interview d'expert

Silke Niehoff

Senior Research Associate, IASS Potsdam
Institute for Advanced Sustainability Studies

Image credits: (c) IASS/Lotte Ostermann

numériques) doit également être pris en compte. L'innovation durable est possible mais il convient de ne garder en tête que les technologies numériques n'apportent pas forcément que des avantages écologiques.

Vous avez lu les derniers rapports de durabilité de certains des plus grands industriels d'Allemagne. Quelles tendances pouvez-vous identifier en termes de développement durable et de digitalisation, et quels sont les principaux défis ?

Dans l'échantillon que j'ai analysé, j'ai vu émerger des modèles que nous pouvons considérer comme contre-productifs en termes de développement durable. Je m'explique : si les entreprises s'efforcent de digitaliser leur activité uniquement pour faire plaisir aux clients en offrant rapidité et prix bas, ce type de production alimente des modèles de croissance non durables, surtout si le reste de l'activité demeure inchangé. En revanche, nous avons observé une tendance positive : de nombreuses entreprises s'efforcent d'obtenir l'engagement de leurs employés, et de les inciter à innover et à intégrer des principes durables

dans leur travail. Il reste encore beaucoup à faire en termes de participation et de considérations éthiques, notamment en ce qui concerne l'intelligence artificielle. D'après mes recherches, il semble que les entreprises commencent tout juste à comprendre ce que la digitalisation peut leur apporter dans leur activité, concernant les ressources naturelles mais aussi pour les personnes qui travaillent sur les sites de production du monde entier. Espérons que nous pourrions tirer bénéfice de la numérisation et donner le coup d'envoi d'une course vers l'excellence en termes de développement durable.



● ÉLABORER UNE FEUILLE DE ROUTE PRÉCISE

2.1 Le net zéro dans l'industrie manufacturière

Que signifie l'expression "net zéro" ?

Le net zéro désigne un état dans lequel les émissions de GES entrant dans l'atmosphère sont équilibrées par les GES éliminées de l'atmosphère. La SBTi définit deux critères essentiels pour atteindre le niveau net zéro. Premièrement, les entreprises doivent réduire les émissions des scopes 1, 2 et 3 provenant de leur chaîne de valeur, conformément à l'objectif de limiter la hausse de la température planétaire à 1,5° C^[6]. Deuxièmement, ces objectifs de réduction doivent être complétés par des investissements en vue d'éliminer les émissions de GES résiduelles générées par une entreprise. Toutes les entreprises sont censées atteindre cet objectif d'ici 2050, quel que soit leur secteur d'activité.

L'objectif net zéro et le secteur de l'industrie manufacturière

Étant donné que les fabricants sont responsables d'une part importante des émissions, et que les émissions des utilisateurs dépendent en partie de la façon dont les entreprises conçoivent leurs produits, l'industrie doit en assumer la responsabilité et contribuer à une transition durable. En parallèle, les entreprises doivent commencer à planifier leur transition vers le net zéro pour de nombreuses autres raisons, notamment l'obligation de communiquer sur les risques et les effets de leurs activités sur l'environnement. De plus en plus d'organisations internationales sont tenues de communiquer sur leur action climatique. La Commission européenne a récemment adopté une proposition de nouvelle directive sur la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises (CSRD), des pays comme la Nouvelle-Zélande et le Royaume-Uni introduisent des exigences en termes de communication climatique et la Commission des États-Unis sur la Sécurité et les Échanges a proposé des mesures similaires. Anticipez ces changements en posant les bases

pour atteindre votre objectif net zéro et vous conformer aux réglementations en vigueur.

Cependant, la performance environnementale n'est pas qu'une question de conformité. Elle concerne aussi l'efficacité commerciale et votre stratégie pour l'avenir. Si vous ne commencez pas à fixer des objectifs clairs et concrets et à communiquer votre action climatique publiquement, la confiance de vos investisseurs, employés, clients et autres parties prenantes clés risque d'en pâtir.

Selon la SBTi,

“ Le monde est en train d'évoluer vers une économie bas carbone. Plus de 3 000 entreprises et institutions financières se basent sur l'initiative Science-Based Targets pour réduire leurs émissions en accord avec les découvertes de la science du climat. ”

— [COMPANIES TAKING ACTION](#)

^[6] L'objectif de 1,5°C fait référence à l'objectif fixé par l'Accord de Paris, qui appelle tous les secteurs d'activité à prendre des mesures climatiques concertées en vue de réduire les émissions de GES afin de limiter le réchauffement de la planète à 1,5°C par rapport aux niveaux préindustriels.



● ÉLABORER UNE FEUILLE DE ROUTE PRÉCISE

2.2 Détails d'une feuille de route net zéro

Quelles sont les composantes d'une feuille de route net zéro ?

Net zéro

Pour qu'une entreprise atteigne le net zéro, elle doit réduire la majorité de ses émissions de GES (généralement de 90 % par rapport à l'année de référence définie) et neutraliser toutes ses émissions restantes incompressibles. Trois éléments sont indispensables pour atteindre le net zéro : la réalisation des objectifs SBT à court terme, à long terme et l'engagement dans des efforts supplémentaires au-delà de la chaîne de valeur directe contribuant à la réduction et à l'élimination des émissions inévitables dans l'atmosphère.

Pour plus d'informations, consultez notre blog

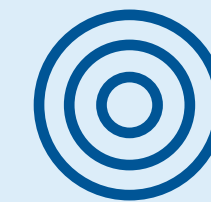
Objectifs fondés sur la science (SBT)

Selon la SBTi, les objectifs SBT « offrent une feuille de route claire pour réduire les émissions de GES, contribuant ainsi à prévenir les pires conséquences du changement climatique et à assurer la croissance future des entreprises ». La SBTi est le cadre principal à adopter pour traiter les émissions de scope 3. En 2021, la SBTi a lancé la [norme net zéro](#), qui détaille les exigences auxquelles une entreprise doit répondre pour atteindre le net zéro, y compris l'établissement d'objectifs crédibles concernant les émissions de scope 3.

De plus, les fabricants commencent à prendre leurs émissions davantage au sérieux. D'après nos recherches, 11,85 % des 2 481 entreprises de l'industrie manufacturière ont fixé des objectifs SBT ou se sont engagées à en fixer.

Part des entreprises de l'industrie manufacturière prenant des mesures en faveur du climat

Sur 2 481 entreprises du secteur, seulement :



294 entreprises
11,85%

ont fixé des objectifs climatiques fondés sur la science



165 entreprises
6,65%

suivent les recommandations de la TCFD



52 entreprises
2,10%

sont membres de la RE100



639 entreprises
25,76%

ont reçu une note CDP

Source: Données South Pole basées sur le CDP et les informations publiques disponibles

ÉLABORER UNE FEUILLE DE ROUTE PRÉCISE

2.2 Détails d'une feuille de route net zéro

Les fabricants doivent se fixer deux objectifs clés pour respecter leurs engagements net zéro :

1. Les objectifs SBT à court terme couvrent une période de cinq à dix ans à partir de l'année de proposition de l'objectif :
 - **Au moins 95 % des émissions de carbone des scopes 1 et 2** doivent être réduites, ce qui représente une diminution annuelle linéaire des émissions de 4,2 %, soit 42 % sur 10 ans.
 - **Au moins 67 % des émissions de carbone de scope 3** (si elles représentent plus de 40 % des émissions totales) doivent être réduites, ce qui implique une diminution annuelle linéaire de 2,5 %, soit 25 % sur 10 ans.
 - Il est également possible de fixer des objectifs d'engagement des fournisseurs pour les émissions de scope 3.
2. Les objectifs SBT à long terme doivent être atteints d'ici 2050. Dans la plupart des secteurs d'activité, au moins 95 % des émissions des scopes 1 et 2, et 90 % des émissions de scope 3 doivent être réduites par rapport à l'année de référence.

La SBTi a déjà développé quelques **objectifs par secteur** et devrait en publier d'autres prochainement (voir les [orientations sectorielles du SBTi](#)). Les orientations de la SBTi pour le secteur des transports devraient être publiées d'ici fin 2022. Cela permettra aux constructeurs automobiles et aux équipementiers (OEM) de fixer des objectifs en fonction de l'intensité carbone des véhicules fabriqués. Ces objectifs seront axés sur les émissions de scope 3 résultant de l'utilisation des produits vendus (c'est-à-dire les émissions de GES des utilisateurs des véhicules fabriqués par l'entreprise qui fixe l'objectif). Les constructeurs automobiles devront définir des objectifs basés sur l'intensité carbone par véhicule-kilomètre ($\text{kgCO}_2\text{e/vkm}$) pour tous les véhicules fabriqués. Ces objectifs deviendront monnaie courante dans l'ensemble du secteur. Ainsi, toutes les entreprises devront converger vers un objectif commun de limitation de la hausse de la température à 1,5 °C, comme le préconise le GIEC.

Investissements

Si les objectifs SBT se concentrent sur la réduction des émissions provenant de la chaîne de valeur des entreprises, la crise climatique exige d'autres mesures. Le document [« Beyond value chain mitigation »](#) décrit des mesures d'atténuation et des investissements en vue de réduire, supprimer ou contribuer au stockage des émissions mondiales de GES concernant des activités qui ne font pas

partie de la chaîne de valeur. Ces actions prennent souvent la forme d'investissements dans des projets qui génèrent deux types de crédits carbone : les crédits de réduction et les crédits d'élimination.

À court terme, les entreprises sont encouragées à investir dans des crédits carbone certifiés et de haute qualité issus de projets axés sur des solutions fondées sur la nature, telles que la protection des forêts, l'aide aux communautés locales ou la fourniture de fourneaux propres dans les pays en développement. Selon les [principes de compensation carbone d'Oxford alignés sur le concept de net zéro](#), les crédits carbonés certifiés dans lesquels l'entreprise investit peuvent être progressivement convertis en crédits d'élimination issus de projets utilisant des techniques innovantes, telles que le captage et le stockage directs de CO_2 dans l'air (DACs).

À long terme, d'ici 2050, lorsque les entreprises auront atteint tous leurs objectifs de réduction basés sur le SBT, il ne leur restera qu'une part marginale d'émissions résiduelles (environ 10 % de leurs émissions de référence). Celles-ci devront être neutralisées par l'achat de crédits dans des technologies de haute qualité et dans des systèmes naturels d'élimination du carbone. Ce n'est qu'à cette condition que les entreprises pourront prétendre avoir atteint le net zéro.

Étapes prioritaires

Nous recommandons aux entreprises de suivre des objectifs d'atténuation clairement définis en vue d'atteindre le net zéro. Pour élaborer une base de référence et réduire votre empreinte carbone, vous devez d'abord dresser un inventaire de vos émissions de GES. Une fois que vous avez une idée précise de votre empreinte carbone, vous devez fixer des objectifs de réduction à court et à long terme, fondés sur la science (SBT). Pour ce faire, des actions clés et les investissements nécessaires doivent être identifiés et mis en œuvre (par le biais notamment d'un système de suivi aligné sur le [cadre de mesure, de déclaration et de vérification de la SBTi](#)). Une fois ces étapes réalisées, [les entreprises doivent investir dans des mesures d'atténuation au-delà de la chaîne de valeur](#), en vue d'obtenir des avantages sociétaux plus larges.



● ÉLABORER UNE FEUILLE DE ROUTE PRÉCISE

2.3 Paroles d'expert : les objectifs SBTs dans le secteur automobile



Interview d'expert :

Bence Cserna

Senior Managing Consultant, Climate Strategies

Quelles sont les sources d'émissions les plus courantes dans le secteur automobile ?

Les sources d'émissions les plus évidentes dans ce secteur sont les émissions des scopes 1 et 2 dues aux processus de fabrication, mais aussi les émissions de scope 3 liées à la production des matières premières. Toutefois, la principale source d'émissions résulte de l'utilisation des véhicules avec la combustion du carburant (émissions de scope 3).

Comment les constructeurs automobiles peuvent-ils réduire leurs émissions de scope 3 en se basant sur les objectifs SBT ?

Comme toutes les entreprises, les constructeurs automobiles doivent fixer à la fois des objectifs SBT à court terme, concernant les émissions générées les 10 premières années suivant la proposition d'un objectif, et à la fois des objectifs SBT à long terme, à atteindre d'ici 2050. [Consultez notre section sur les objectifs pour en savoir plus.](#)

La SBTi a élaboré des orientations propres à certains secteurs, connues sous le nom d'« approche de décarbonation sectorielle (SDA) ». La SDA est un outil essentiel permettant aux entreprises de fixer des objectifs de réduction des émissions par rapport à leur production. Il s'agit par exemple du rapport

entre les tonnes d'émissions d'équivalent dioxyde de carbone (tCO₂e) et les tonnes d'acier produites. Ces procédures sectorielles ont été élaborées sur la base de différents modèles climatiques, tels que les parcours de transition énergétique de l'Agence internationale de l'énergie (AIE). Elles tiennent compte des émissions liées à la production actuelle, ainsi que de la croissance future de l'activité et du potentiel de réduction des émissions. Cette approche tient également compte de la croissance potentielle de l'entreprise en considérant son activité actuelle et future, par rapport à une approche basée sur la réduction absolue des émissions.

La SBTi a temporairement suspendu la validation et la mise à jour des objectifs à court et à long terme pour les constructeurs automobiles, en attendant le développement et la validation des objectifs de scope 3 (limiter la hausse de la température à 1,5 °C) liés aux émissions lors de l'utilisation des nouveaux véhicules. Il n'existe actuellement aucune approche de décarbonation permettant aux entreprises du secteur automobile d'aligner leurs objectifs d'émissions liés à l'utilisation des nouveaux véhicules avec l'objectif SBT. Pour que les constructeurs automobiles respectent l'objectif de limitation de la hausse des températures à 1,5 °C, cette pause temporaire a été décidée jusqu'à ce que la SBTi soit en mesure de mettre à jour les parcours de la SDA pour le secteur des transports et d'apporter ces changements respectifs aux critères de la SBTi. Les entreprises ayant déjà pris des engagements se verront accorder des prolongations si elles sont concernées par cette politique. D'autres mises à jour seront communiquées vers la fin de l'année 2022.

Que faire en attendant les nouvelles orientations de la SBTi dans le secteur des transports ?

Nous encourageons les constructeurs automobiles à contacter la SBTi et à s'abonner aux newsletters pour se tenir régulièrement informés. Participer au développement de cette nouvelle approche pour ce secteur est également possible.



● ÉLABORER UNE FEUILLE DE ROUTE PRÉCISE

2.4 Stratégie liée aux énergies renouvelables

L'énergie est essentielle pour faire fonctionner l'économie mais elle contribue à plus de 70 % des émissions dans le monde. De par sa consommation d'énergie, chaque secteur d'activité peut donc jouer un rôle dans le développement d'une économie durable grâce aux énergies renouvelables qui exploitent des technologies sûres et fiables, abordables et largement disponibles.

Energie renouvelable : quel rôle dans l'industrie manufacturière ?

Le secteur industriel représente plus de 20 % des entreprises engagées dans l'initiative RE100, regroupant des organisations (incluant entre autres Apple et General Motors) qui se sont engagées à utiliser 100 % d'électricité renouvelable. En 2021, les membres de la RE100 ont consommé 340 TWh d'électricité provenant à 45 % d'énergies renouvelables (152 TWh). Depuis le début de l'année 2022, 34 autres entreprises ont rejoint cette organisation, ce qui démontre un intérêt croissant pour les énergies renouvelables.

Les achats d'énergies renouvelables s'intensifient, non seulement parce que les consommateurs, les investisseurs et les employés le demandent, mais aussi parce que les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique sont indispensables pour parvenir à un objectif de net zéro. En effet, le recours aux énergies renouvelables est l'un des leviers les plus faciles à mettre en place pour réduire les émissions. Elle peut également constituer un outil efficace pour faire face au problème de la volatilité des coûts énergétiques sur le long terme.

Recourir aux énergies renouvelables et identifier des opportunités commerciales stratégiques.

Votre entreprise a peut-être déjà adhéré à l'initiative RE100 (par laquelle vous vous engagez à utiliser 100 % d'électricité renouvelable d'ici 2050 au plus tard, avec des étapes intermédiaires d'au moins 60 % en 2030 et 90 % en 2040), défini un objectif SBT (qui exige un minimum de 80 % d'approvisionnement en électricité renouvelable d'ici 2025 et de 100 % d'ici 2030) ou s'est engagée à atteindre un objectif net zéro. Comme la demande en énergies renouvelables devrait s'intensifier dans les années à venir, toutes les entreprises devront élaborer des stratégies intelligentes d'approvisionnement et explorer toutes les possibilités qui s'offrent à elles.

La définition de vos objectifs et votre parcours de transition vers les énergies renouvelables vont de pair. Nous vous recommandons de prendre en compte vos objectifs de durabilité pour définir votre stratégie d'approvisionnement en énergies renouvelables sur le long terme. Ceci vous permettra de **réaliser des économies** et de **prendre en compte le risque lié au prix**. Envisagez toutes les options pour votre portefeuille d'énergies renouvelables, telles que les tarifs verts, les certificats d'attributs énergétiques, les contrats d'achat d'électricité hors site et la production sur site. South Pole soutient ses clients partout dans le monde grâce à ses experts présents localement dans de nombreux pays.



ÉLABORER UNE FEUILLE DE ROUTE PRÉCISE

2.5 Coup de projecteur : ASM International a choisi South Pole comme partenaire expert pour soutenir sa stratégie climatique.

ASM International (ASM) est un fournisseur international d'équipements de traitement des circuits électriques, basé aux Pays-Bas et présent dans 14 pays. ASM s'est fixé l'objectif ambitieux de se procurer 100 % de son électricité à partir de sources renouvelables pour l'ensemble de ses activités à partir de 2024 et d'atteindre le net zéro d'ici 2035. L'entreprise a fièrement annoncé cet objectif en 2021 lors d'une journée dédiée à ses investisseurs ainsi que dans un communiqué de presse.

Le projet en quelques mots :

Chez ASM International, ce qui est bénéfique pour les personnes et la planète l'est également pour le business. Ainsi, l'objectif Net Zero 2035 est une priorité en matière de durabilité, et une étape clé consiste à maximiser l'utilisation de l'électricité renouvelable (ER). Les équipes South Pole ont prodigué leur soutien et leurs conseils tout au long de ce parcours, de l'évaluation de l'empreinte carbone de l'entreprise à l'action sur les énergies renouvelables, en passant par la mise en place d'une stratégie solide pour faire face aux risques et opportunités liés au climat, conformément aux recommandations de la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD).

L'objectif

ASM a pour ambition de maximiser son impact positif sur les personnes et la planète. À ce titre, son objectif net zero 2035 (jusqu'à la trajectoire 1,5°C, et en incluant tous les champs d'application) est parmi les plus ambitieux de son secteur. En outre, ASM s'est engagé à appliquer des normes élevées dans la définition, la portée, la transparence et la réalisation de cet objectif. L'un des aspects clés de cet engagement est la volonté de l'entreprise de créer un impact positif fort. Elle souhaite soutenir la transition énergétique en évaluant les nouvelles opportunités d'approvisionnement en énergies renouvelables et en encourageant la construction de nouveaux projets d'électricité renouvelable. Identifier les risques et opportunités en tenant compte des différents scénarios de changement climatique et intégrer des méthodes solides pour évaluer les impacts commerciaux est aussi un élément important pour l'entreprise. Cela lui permettrait d'identifier et de mettre en œuvre des plans d'action.

Les défis

ASM avait déjà une bonne connaissance de ses émissions des scopes 1 et 2 et, dans le cadre de la revalidation, l'entreprise voulait

s'assurer qu'aucun aspect n'avait été omis, que le calcul avait été effectué avec la plus grande intégrité et qu'elle pouvait prétendre à la validation SBTi (Science Based Targets initiative). Dans le même temps, ASM avait besoin d'aide pour examiner et évaluer les concepts liés à l'approvisionnement en électricité renouvelable et aux meilleures pratiques internationales en matière d'objectifs et de stratégie (comme la RE100). ASM avait commencé le processus d'identification des principaux risques et opportunités liés au climat, mais nécessitait l'aide d'experts pour l'analyse de scénarios concernant les modèles climatiques et les voies de transition.

La solution

ASM a sollicité South Pole pour la comptabilisation complète de ses émissions de GES afin de soutenir son objectif Net Zero 2035 et la validation SBTi.

De plus, ASM avait déjà commencé à accélérer l'utilisation des énergies renouvelables pour atteindre son objectif de 100 % d'ici 2024 (elle en était déjà à 76 % en 2021). Avec une équipe d'experts internationaux en énergies renouvelables, South Pole soutient ce projet ambitieux. Grâce à l'analyse des stratégies d'approvisionnement en énergies

renouvelables et des implications pour l'entreprise, l'équipe d'experts de South Pole a aidé ASM à élaborer un objectif concernant le recours à l'électricité renouvelable avec des engagements clairs à court terme et une stratégie solide pour l'atteindre de manière rentable. Le processus comprenait la définition d'objectifs à moyen terme pour les marchés où l'accès à l'électricité renouvelable est plus compliqué ou pour lesquels les données sont insuffisantes.

South Pole a également réalisé une analyse de scénario climatique en collaboration avec ASM. En commençant par une analyse qualitative couvrant 23 risques et opportunités dans un monde à +1,5°C et +4°C. Cette analyse qualitative a ensuite été étendue à une analyse quantifiée détaillée de trois risques. Cela a permis à l'entreprise de mieux comprendre et évaluer les principaux risques et opportunités climatiques à moyen et long terme (2030 et 2050).

“ L'équipe South Pole est tout simplement incroyable ! Leur perspicacité, leur anticipation de nos besoins et de nos questions, leur réactivité, leur positivité et leurs résultats ont été très appréciés ! Leur préparation et la confiance qu'ils nous ont accordée nous ont permis d'exécuter notre engagement dans un délai que je n'aurais jamais cru possible. Je ne peux que recommander vivement cette équipe. ”

Peter Gaudette

Vice-président d'entreprise, excellence opérationnelle et développement durable chez ASM International

“ ASM a fait appel à South Pole pour nous aider à mettre en place nos ambitions en matière d'action climatique, nous avons été très impressionnés par les équipes net zéro et énergies renouvelables pour leur passion, leur expertise et leur travail d'équipe lors de leur accompagnement. Leur dévouement et leur attention aux détails nous a donné confiance et nous avons réalisé que nous étions entre de bonnes mains. De plus, le produit final et le calendrier ont dépassé nos attentes. Une équipe vraiment extraordinaire. ”

John Golightly

Directeur principal, environnement, santé, sécurité et développement durable chez ASM International.



● RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

3.1 Efficacité énergétique et utilisation du biogaz

Après avoir défini votre feuille de route, il vous faut prendre des mesures de réduction de vos émissions. Un des moyens d'y parvenir est d'investir dans l'efficacité énergétique. Lors de la définition des objectifs de réduction, examinez le potentiel d'économie sous tous les angles, du changement de comportement des employés à l'investissement dans la technologie. De cette façon, vous pourrez commencer à réduire vos émissions de scopes 1 et 2 à la source.

Vous pouvez également envisager de passer au biogaz comme alternative régionale plus respectueuse de l'environnement. Le biogaz est produit de manière écologique à partir de sources biodégradables (y compris le fumier et les déchets organiques) avant d'être transformé en biométhane de même qualité que le gaz naturel et d'être injecté dans le réseau de gaz existant.

Si vous souhaitez réduire les émissions liées à votre consommation d'énergie, découvrez comment [South Pole](#) et [Siemens Smart Infrastructure](#) s'associent pour offrir à leurs clients des solutions de [décarbonation sur mesure de bout en bout, tout au long de la chaîne de valeur.](#)

[Lire le communiqué de presse](#)



RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

3.2 Solutions énergétiques

Une fois que vous avez défini votre objectif d'utilisation d'énergies renouvelables et conçu votre stratégie, vous pouvez passer à la phase de mise en œuvre. Pour garantir la mise en œuvre efficace de votre stratégie à long terme, vous devrez vous associer à des experts en durabilité, en approvisionnement ainsi qu'à des analystes des risques financiers et commerciaux. Le secteur de l'énergie varie d'un marché à l'autre, ce qui entraîne une disponibilité différente des solutions d'énergie renouvelable, et peut inclure tout ou partie des éléments suivants :

Périmètre des différentes solutions d'énergie renouvelable

Électricité décarbonée	Economie financière potentielle	Facilité de transaction	Protection des prix de l'électricité	Additionnalité
Réduit les émissions de scope 2	Réduit potentiellement vos coûts d'approvisionnement en électricité	Rapidité et coût de la recherche de solution	Niveau de protection de la solution comparé à la volatilité moyenne des prix de l'électricité du marché	La solution permet-elle de fournir de l'énergie renouvelable supplémentaire dans le réseau ?

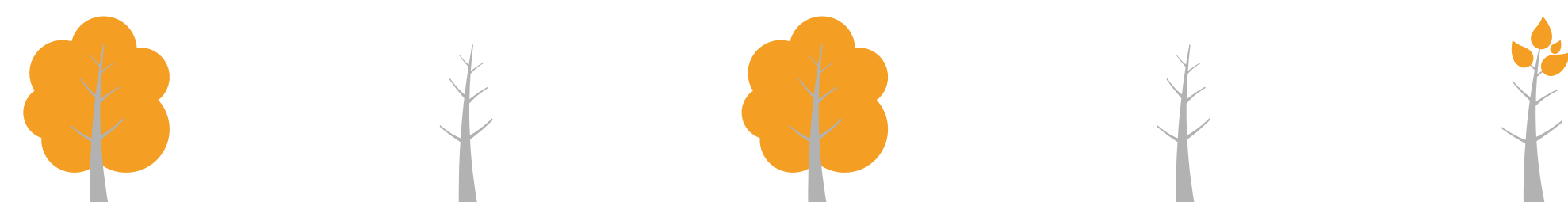
Tarifs verts

Électricité achetée à un fournisseur et associée aux énergies renouvelables dans le cadre d'un tarif énergétique où l'électricité est livrée avec des certificats d'attributs énergétiques (EAC)



EAC dégroupés

Les certificats d'attributs énergétiques (EAC en anglais) sont un outil de suivi certifiant que l'énergie renouvelable a été produite dans une installation spécifique et achetée séparément de l'électricité du réseau. Chaque EAC certifie que un mégawattheure (1 MWh) d'énergie renouvelable a été ajouté au réseau.



EAC plus

Accord d'achats d'EAC à long terme avec des fournisseurs d'énergies renouvelables.



Énergies renouvelables sur site

Energies renouvelables produites sur les biens immobiliers de l'entreprise pour une consommation, un stockage ou une exportation directs.



Contrats d'achat d'électricité (PPA)

Contrat d'achat à long terme d'électricité produite par une installation d'énergie renouvelable spécifique.



Note: Plus l'arbre est dense, plus l'impact est important.

● RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

3.3 Paroles d'expert : les énergies renouvelables et l'industrie manufacturière

Que doivent savoir absolument les fabricants concernant les énergies renouvelables ?

Il est essentiel que vos parties prenantes en interne comprennent les avantages des énergies renouvelables. Elles peuvent contribuer à créer un avantage concurrentiel pour votre entreprise en réduisant les coûts de production et en renforçant votre position auprès des clients et des fournisseurs par exemple. Étant donné que la demande va s'intensifier, vous devez envisager dès maintenant une stratégie d'approvisionnement en énergie renouvelable sur le long terme.

Dans certaines régions, il est compliqué de trouver des sources d'énergie renouvelable. Pour quelle raison ?

Il existe de nombreuses régions où les solutions d'énergie renouvelable sont largement utilisées, par exemple en Amérique du Nord et en Europe. Cependant, la disponibilité et le coût de ce type d'énergie varient considérablement entre les pays et les continents, en raison d'un ensemble de facteurs

physiques, réglementaires et commerciaux. Il peut donc s'avérer difficile pour les entreprises d'appliquer les mêmes conditions sur tous leurs sites. Cependant, les marchés de l'énergie renouvelable se développent rapidement et certains pays, comme la Chine, proposent de nouvelles solutions. Il est donc important de se tenir au courant de l'évolution du marché et des opportunités. Les entreprises ont également la possibilité de faire preuve de leadership en matière d'action climatique lorsqu'elles contribuent à la transition énergétique sur les nouveaux marchés.

Quels sont les éléments les plus importants à garder à l'esprit lors de l'élaboration d'une stratégie d'énergie renouvelable efficace ?

Vous devez collecter les bonnes données pour étayer vos décisions. Heureusement, la plupart des entreprises suivent déjà leur consommation et leurs coûts énergétiques, ce qui est un bon début. Faites confiance à nos experts, qui prendront en compte vos exigences en matière de durabilité et d'approvisionnement. Plusieurs solutions peuvent être nécessaires pour élaborer votre feuille de route en fonction de votre



Interview d'expert

Carolyn Addy

Senior Business Development Manager,
Renewable Energy Solutions

empreinte et de la dynamique du marché local. Il est important de prendre en compte l'évolution de ces éléments au cours des prochaines années.

Quel est le lien entre énergie renouvelable et net zéro ?

Après avoir réduit autant que possible votre consommation énergétique, les énergies renouvelables sont l'un des moyens les plus puissants pour réduire vos émissions rapidement et de façon importante. Pour avoir un impact maximal sur la réduction des émissions de GES, il convient d'appliquer ces deux solutions en parallèle.

Comment l'initiative RE100 aide-t-elle les entreprises ? Existe-t-il d'autres initiatives axées sur l'énergie renouvelable auxquelles les entreprises peuvent adhérer ?

Le programme RE100 est une initiative internationale qui rassemble les entreprises les plus influentes du monde s'engageant à s'approvisionner en électricité 100 % renouvelable. Cette collaboration implique l'accès aux technologies et innovations les plus

récentes, la possibilité d'utiliser l'énergie renouvelable plus facilement et à des prix compétitifs, et le fait de revendiquer de manière crédible son action climatique. Certaines entreprises ne faisant pas partie de ce programme, définissent tout de même les orientations de l'initiative RE100 comme les meilleures pratiques concernant l'approvisionnement en énergie renouvelable. L'adhésion à la RE100 devrait aller de pair avec la définition d'un objectif SBT et une communication climatique transparente dans le cadre du CDP et de la TCFD.

Quel est l'avenir de l'énergie renouvelable dans l'industrie manufacturière ?

Nous constatons une utilisation accrue de l'énergie renouvelable dans le monde entier, grâce notamment aux entreprises de l'industrie qui ont pour priorité de réduire leurs émissions de scope 1. Par ailleurs, les fabricants se penchent de plus en plus sur leurs chaînes de valeur, et s'engagent auprès de leurs fournisseurs et leurs clients à réduire leurs émissions de GES, ce qui devrait continuer à stimuler la demande en énergie renouvelable.

● RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

3.4 Repenser la chaîne d'approvisionnement

Au cours des prochaines années, les entreprises pourraient être confrontées à des coûts importants liés aux risques environnementaux concernant leur chaîne d'approvisionnement, ces coûts pouvant aller jusqu'à 120 milliards de dollars, selon le CDP. Dans le même temps, toujours selon le CDP, les émissions liées à la chaîne d'approvisionnement sont en moyenne 11,4 fois plus élevées que celles générées par les opérations. Si l'on ajoute à cela la pression croissante par rapport à la communication sur les émissions de scope 3, il est clair que la gestion des émissions de GES et de l'impact des produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement est essentielle pour rester compétitif et résilient.

En tant que fabricant vous êtes en droit d'exiger la transparence de vos fournisseurs. Le [questionnaire 2021 du CDP Global Supply Chain Report](#) s'avère particulièrement efficace pour inciter à la transparence et encourager les fournisseurs à réduire leurs émissions et leurs coûts. En 2021, ceux ayant publié leurs données par le biais du CDP ont indiqué avoir réduit leurs émissions de 1,8 milliard de tCO₂e et économisé plus de 29 milliards de dollars.

Pour préparer votre entreprise pour l'avenir et vous aligner sur les initiatives internationalement reconnues comme la SBTi, définir une stratégie concernant les émissions de votre chaîne d'approvisionnement (scope 3) est nécessaire.

Comment traiter ces émissions indirectes ? Pour être efficace, votre plan d'action doit d'abord prévoir le renouvellement énergétique de la chaîne d'approvisionnement, ce qui accélérera la transition de vos fournisseurs vers l'électricité renouvelable. Il s'agit d'un effort global favorisant la collaboration et les relations à long terme avec vos fournisseurs.

En savoir plus :

[Re-powering the supply chain](#)

[A checklist for the sustainability drivers in your supply chain](#)

[Insetting : The Full-Circle Sustainable solution for supply chain](#)

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

3.5 Stratégie produit et économie circulaire

L'un des moyens les plus efficaces dont disposent les entreprises pour réduire leurs émissions est de transformer ou repenser leurs produits. Il s'agit d'une véritable opportunité qui exige que plusieurs équipes en interne (par exemple, les départements en charge de la durabilité, de la conception de produits et de l'approvisionnement) collaborent et réfléchissent ensemble sur la façon de réduire l'impact environnemental de chaque produit.

Création d'un modèle de réduction, réutilisation, recyclage, récupération et reconception.

Réduire :

De nombreux matériaux de fabrication sont relativement bon marché et pratiques. Toutefois, si l'on tient compte de leur impact environnemental, l'équation coûts-bénéfices change radicalement. La première chose à prendre en compte est de déterminer si tous les matériaux utilisés sont essentiels, et s'il existe d'autres solutions plus durables et moins dommageables pour l'environnement.

Nos suggestions :

- Réduisez l'utilisation de matière vierges en sélectionnant des matériaux recyclés/réutilisables.
- Repensez vos produits afin de réduire le volume total des matériaux utilisés et/ou des déchets lors du processus de production.
- Réduisez ou éliminez les additifs qui réduisent les possibilités de recyclage.

Réutiliser :

La réutilisation de produits ou de composants nécessite moins d'énergie que leur recyclage, et peut contribuer à diminuer les émissions par rapport à la fabrication durable de matériaux jetables. Idéalement, la réutilisation des matériaux devrait toujours être privilégiée par rapport au recyclage.

Nos suggestions :

- Mettez en place des systèmes de récupération et/ou de recyclage à différentes étapes de vos opérations.
- Créez des systèmes de reprise auprès de vos clients et consommateurs.
- Permettez et encouragez l'entretien des produits afin d'augmenter leur durée de vie et leur potentiel de réutilisation (grâce notamment à des modes d'emploi, un accès facile aux pièces de rechange et aux connexions, etc.)

Recycler :

Accroître le recyclage des produits manufacturés permet d'augmenter la disponibilité des matériaux recyclés pour remplacer les matériaux vierges dans les nouveaux produits. Cela peut contribuer à réduire les émissions et à améliorer l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement. Les types de matériaux choisis, ainsi que la manière dont le produit est conçu, ont une forte incidence sur les possibilités de recyclage après utilisation.

Nos suggestions :

- Utilisez des matériaux dont le recyclage est rentable.
- Évitez les combinaisons irréversibles de matériaux (celles comprenant de la colle par exemple).
- Éliminez les substances dangereuses, car elles empêchent souvent le recyclage.
- Tenez compte de la valeur résiduelle de vos produits dès leur conception. Plus la valeur résiduelle est élevée, plus il est facile de la récupérer, et plus votre produit a des chances d'être recyclé.
- Un étiquetage clair des matériaux peut aider vos consommateurs pour le recyclage du produit lorsque cela ne dépend pas du fabricant.

Récupérer :

La mise en place de systèmes de récupération de produits ou de matériaux spécifiques peut contribuer à améliorer le recyclage ou à utiliser des méthodes d'élimination alternatives permettant d'éviter la pollution et la mise en décharge.

Nos suggestions :

- Développez des stations de récupération à différents stades de vos opérations.
- Soutenez les systèmes de collecte pour vos produits et emballages, par exemple le retour en magasin/au fabricant et les programmes de crédit.
- Récupérez les déchets internes (à haut niveau de pureté) pouvant être vendus à des recycleurs afin d'améliorer les matières premières secondaires.

Reconcevoir :

La reconception est l'une des étapes les plus importantes du processus visant à accroître la circularité d'un produit. Les décisions prises au stade de la conception déterminent le type de matériaux utilisés, leur réutilisation, leur recyclage et la probabilité de récupérer une valeur résiduelle du produit.

Nos suggestions :

- Intégrez et révissez la reconception tout au long du cycle de vie du produit pour assurer la circularité.
- Repensez vos produits pour faciliter leur démontage et la réutilisation, le réusinage ou le recyclage des composants.
- Déterminez si votre produit peut être reconçu afin de faciliter la réutilisation d'éléments spécifiques.
- Sensibilisez vos clients à vos efforts de reconception pour les inciter à entamer eux aussi un parcours d'économie circulaire et augmenter l'impact de vos choix de reconception.

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

3.6 Réduire les déchets tout au long de la chaîne d'approvisionnement

En plus d'être une source d'émissions, les emballages génèrent des déchets et polluent l'environnement. Pour de nombreux acteurs industriels, des solutions simples existent : opter pour des emballages réutilisables (palettes en bois), des emballages à faibles émissions comme le carton, intégrer des matériaux fabriqués à partir de matières recyclées... La complexité est de repenser les emballages et les produits pour mettre en œuvre ces solutions.

Réduire les emballages permet de diminuer à la fois les émissions et les coûts. Pour aller plus loin, vous pouvez repenser non seulement vos emballages, mais aussi le contenu réel de vos produits. Il est possible d'économiser jusqu'à 20 % des émissions mondiales liées aux emballages en expédiant uniquement les ingrédients actifs, les consommateurs ayant simplement à « ajouter de l'eau » à des produits comme les savons et les détergents.

Les programmes de responsabilité élargie du producteur (REP), qui se multiplient actuellement, incitent les fabricants à évaluer l'impact de leurs emballages. Il existe différentes initiatives de ce type dans le monde, mais la plupart d'entre elles exigent la prise de mesures strictes de la part des fabricants pour améliorer leurs emballages, comme par exemple mesurer l'impact environnemental des emballages, payer des taxes ad hoc, ou encore contribuer au financement de la collecte et du traitement des emballages en fin de vie.

Pourquoi les fabricants doivent-ils limiter l'utilisation des plastiques dans leurs chaînes d'approvisionnement ?

Invisibles dans les processus de fabrication ou de logistique, les déchets plastiques non traités continuent d'alimenter la crise mondiale liée à la pollution plastique à grande échelle. Pratiquement toutes les entreprises utilisent du plastique. C'est d'ailleurs le matériau de prédilection utilisé dans les emballages partout dans le monde. Il est flexible, hygiénique et peu coûteux, ce qui le rend plus avantageux que d'autres matériaux, comme le carton ou l'aluminium. Léger, il génère en général moins d'émissions que les matériaux réutilisables, comme le verre. Dans ce contexte, le plastique pourrait être considéré comme le choix privilégié pour réduire l'empreinte carbone d'une entreprise. Cependant, les quantités et variétés de plastique utilisées dans la fabrication et dans les biens de consommation sont telles que le plastique est à l'origine d'une pollution importante dans le monde, nuisant gravement aux populations et à la planète.

Évaluer son empreinte plastique

En tant que contributeurs majeurs, les industriels peuvent réduire considérablement la pollution plastique dans le monde en réduisant leurs emballages et en repensant leurs opérations et la fin de vie de leurs produits plastiques.

Évaluer l'empreinte plastique de votre entreprise est la première étape pour mesurer l'impact environnemental de vos déchets. Ceci permet de fournir des indications claires sur les volumes de plastiques recyclés, mis en décharge, incinérés, exportés ou non collectés en raison d'un manque d'infrastructure. Une fois que vous avez cerné l'impact des déchets de votre entreprise, vous pouvez prendre des mesures pour le réduire. South Pole peut vous aider à atteindre cet objectif en définissant des actions concrètes de réduction des plastiques, en éliminant progressivement les plastiques toxiques ou non recyclables ou en investissant dans des projets certifiés de réduction du plastique dans des régions du monde particulièrement touchées. Il est important que votre entreprise évalue son impact, et prenne des mesures correctives, que ce soit par des actions en interne ou par une collaboration avec les partenaires de votre chaîne de valeur.

Comment contribuer à la lutte contre la pollution plastique ?

Une fois votre feuille de route établie pour réduire et repenser l'utilisation des plastiques dans vos opérations et votre chaîne d'approvisionnement, la part restante incompressible de déchets plastiques peut être traitée grâce à l'achat de crédits plastiques. Il s'agit d'unités mesurables, vérifiables et transférables représentant une quantité spécifique de plastique collectée ou recyclée. Ils permettent de financer des projets éligibles qui améliorent les

infrastructures de traitement des déchets dans les pays en développement. Les crédits carbone créent également des emplois durables, protègent l'environnement et stimulent la transition vers une économie circulaire mondiale. Ces crédits peuvent être utilisés dans le cadre de la stratégie d'atténuation de votre entreprise pour atteindre vos objectifs au cours d'une année donnée.



RÉDUIRE LES ÉMISSIONS



3.7 Coup de projecteur : lutter contre les déchets plastiques et soutenir les communautés locales

À Nairobi, le [projet de recyclage Taka Taka](#) est une belle initiative permettant de réduire efficacement la pollution plastique tout en offrant de nombreux autres avantages socio-économiques. En collectant et recyclant plus de 5 000 tonnes de déchets plastiques par an, ce projet contribue à résoudre le grave problème de la gestion des déchets au Kenya, tout en garantissant un environnement de travail sûr et des salaires plus avantageux pour les travailleurs, ce qui permet de dynamiser le secteur de l'emploi durable du pays.

Pour favoriser le passage à l'économie circulaire dans le monde, les entreprises doivent soutenir des projets de réduction du plastique dans toutes les régions où leurs produits ont un impact. Les projets financés doivent également concerner des plastiques similaires à ceux produits par l'entreprise. Si aucun projet n'est disponible dans une région concernée, les entreprises peuvent commencer par soutenir un projet qui favorise localement le passage à une économie circulaire par exemple, puis opter pour d'autres projets au fur et à mesure de leur disponibilité.

[En savoir plus sur ce projet](#)



RÉDUIRE LES ÉMISSIONS

3.8 Paroles d'expert : Économie circulaire



Interview d'expert :

Irene Hofmeijer

Practice Lead, Circular Economy

Quels sont les principaux avantages de l'économie circulaire pour les entreprises ?

Il y en a un certain nombre :

- Réduction de l'empreinte carbone (émissions de scope 3, catégorie 1) grâce à l'utilisation de matériaux recyclés ou réutilisés
- Amélioration de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement et réduction des coûts et des risques logistiques grâce à l'intégration de matières premières recyclées dans les opérations (le contenu recyclé provenant souvent de sources locales)
- Avantages économiques et environnementaux pour les entreprises (les déchets de fabrication d'une entreprise pouvant être utiles pour une autre)

- Économies réalisées grâce à la nouvelle conception des produits pouvant nécessiter moins de matériaux
- Avantage concurrentiel des fabricants ayant opté pour l'économie circulaire (les clients étant de plus en plus soucieux de l'environnement)
- Adaptation plus facile aux futures réglementations environnementales

Quels sont les défis de l'économie circulaire auxquels les fabricants sont confrontés ?

L'économie circulaire n'en est encore qu'à ses balbutiements. Si la réutilisation des déchets semble être une excellente idée, sa mise en œuvre pose de nombreux problèmes, notamment la disponibilité, le coût, l'incompatibilité et le manque de technologie. Par exemple, le coût de l'utilisation de matériaux recyclés/réutilisés peut être plus élevé que celui des matériaux vierges, et il peut être difficile de s'en procurer. En outre, les équipements de fabrication ne sont pas

forcément conçus pour être compatibles avec les matériaux recyclés/réutilisés et peuvent nécessiter de coûteuses modifications.

Enfin, les opérations circulaires vous obligent à identifier de nouveaux partenaires, ce qui demande du temps et des ressources.

Par où commencer ?

Une analyse du cycle de vie (ACV) des principaux produits que vous fabriquez est un bon point de départ. Cela vous permet de repérer la possibilité d'intégrer des matériaux recyclés/réutilisés, d'identifier les avantages environnementaux potentiels du produit, et de le concevoir en vue de son recyclage et/ou de sa réutilisation. Il est également important d'évaluer, dès la fabrication, les étapes d'utilisation et d'élimination des substances dangereuses afin de réduire l'impact sur l'environnement, les employés et les consommateurs finaux.

Une fois l'analyse effectuée, vous pouvez considérer les différentes opportunités et

vous focaliser sur l'atteinte de vos objectifs de circularité. Par exemple, recherchez des partenaires et des collaborateurs potentiels pour vous fournir des matériaux recyclés/réutilisés et/ou acheter vos déchets, et commencez à définir vos objectifs SBT.

Pouvez-vous nous donner quelques exemples d'entreprises promouvant l'économie circulaire auprès de leurs clients ?

South Pole a récemment travaillé avec un fabricant d'ingrédients pour l'aider à concevoir des emballages recyclables/réutilisables et à élaborer des directives, qu'il a transmises à ses clients. Les emballages provenant de l'économie circulaire aident les clients à atteindre leurs objectifs de diminution des déchets. De plus, le partage des connaissances leur permet de mieux comprendre le principe de circularité et de l'intégrer dans leurs propres activités et chaînes de valeur.

Un autre exemple concerne un groupe de producteurs de panneaux solaires demandant à leur fournisseur (un fabricant de produits en aluminium) des structures en aluminium ayant une empreinte carbone plus faible. Nous avons collaboré avec le fabricant en question afin de remplacer l'aluminium vierge par des déchets d'aluminium, ce qui a permis de réduire considérablement les émissions de gaz à effet de serre du fabricant mais aussi des clients.

Quelles sont selon vous les perspectives d'avenir ?

Je pense que les entreprises accéderont plus facilement aux matières premières issues des flux de déchets de matériaux régionaux destinés au recyclage.

FINANCER L'ACTION CLIMATIQUE

4.1 Mieux comprendre les crédits carbone

Pourquoi les entreprises doivent-elles compenser leurs émissions ?

Les fabricants ont désormais compris l'urgence de la crise climatique et les opportunités que peuvent représenter les actions à mettre en place. Toutefois, même les entreprises qui s'efforcent de décarboner leur activité restent confrontées à des émissions incompressibles, et nombre d'entre elles jouent un rôle, direct ou indirect, dans les dommages sociaux ou environnementaux. C'est là que les crédits carbone entrent en jeu.

Pour optimiser leur action climatique, les entreprises comprennent qu'en plus de réduire leurs propres émissions (objectifs de réduction fondés sur la science), elles peuvent également compenser l'impact de leurs émissions de gaz à effet de serre inévitables. Les crédits carbone sont la solution privilégiée, car ils financent des projets dont les effets sont mesurables et certifiés par des normes fiables et indépendantes. Les crédits carbone sont ainsi devenus un élément essentiel d'une stratégie climatique globale soutenant l'atténuation au-delà de la chaîne de valeur de l'entreprise^[7], afin d'accélérer l'action climatique mondiale.

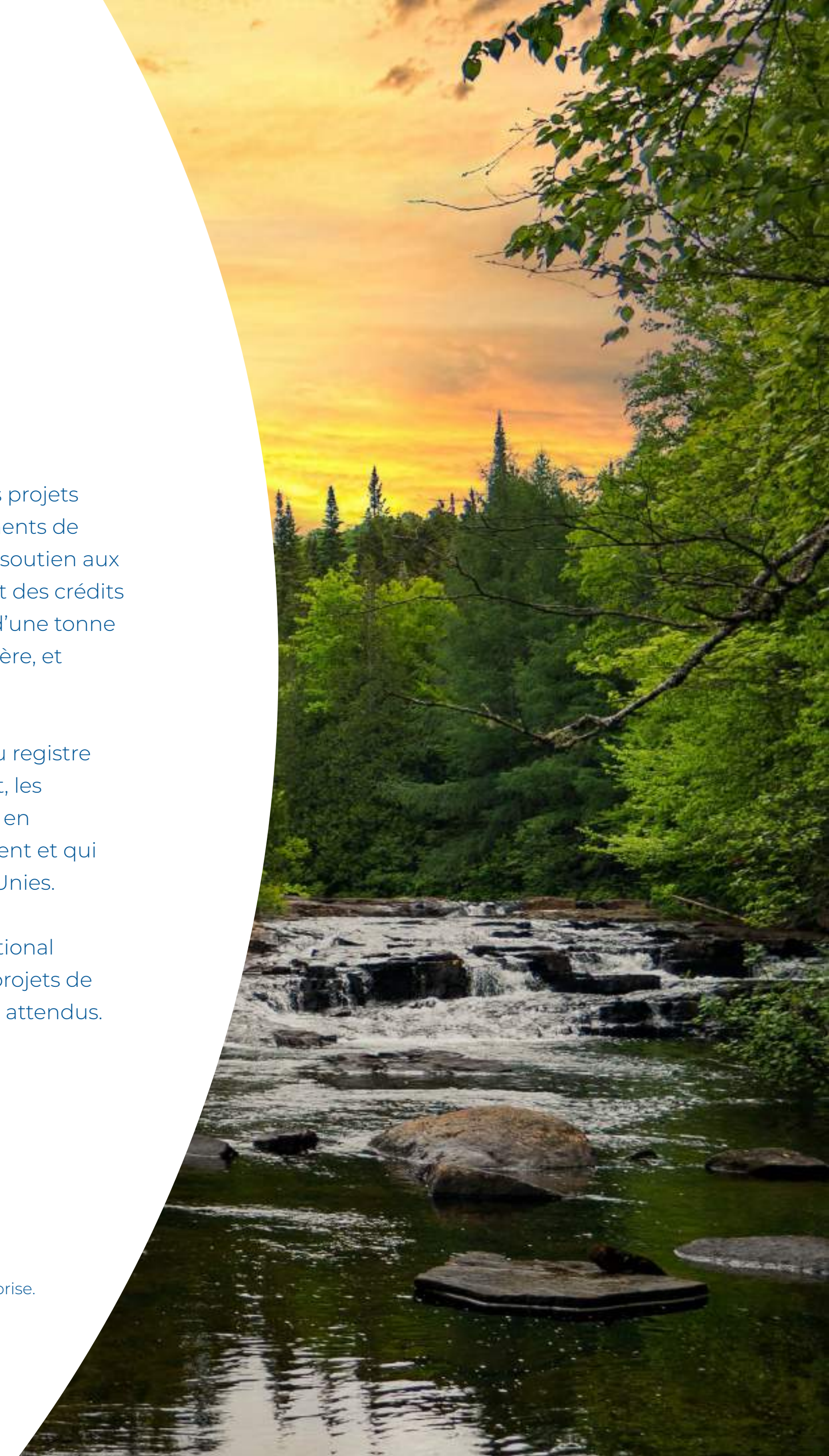
Comment fonctionnent les crédits carbone ?

Le changement climatique étant un problème mondial, les projets d'atténuation peuvent être mis en œuvre partout sur la planète. Ces projets vont de la protection des forêts menacées à la fourniture d'équipements de cuisson propres dans les pays en développement, en passant par le soutien aux infrastructures d'énergie renouvelable. Les projets certifiés génèrent des crédits carbone. Chaque crédit représente l'évitement ou la séquestration d'une tonne métrique d'équivalent dioxyde de carbone (1 tCO₂e) dans l'atmosphère, et possède un numéro de série unique stocké dans un registre public.

Lorsqu'une entreprise achète un crédit carbone, celui-ci est retiré du registre afin de garantir son utilisation unique. En achetant ce type de crédit, les entreprises peuvent contrebalancer leurs émissions résiduelles tout en finançant des projets qui n'auraient peut-être pas vu le jour autrement et qui contribuent aux Objectifs de Développement Durable des Nations Unies.

Les accréditations de normes carbone reconnues au niveau international garantissent que les crédits carbone générés par le portefeuille de projets de South Pole créent les impacts environnementaux et sociaux positifs attendus.

^[7] L'initiative Science-Based Targets encourage l'atténuation au-delà de la chaîne de valeur, c'est-à-dire les efforts de réduction des émissions de carbone qui échappent au contrôle opérationnel de l'entreprise.



FINANCER L'ACTION CLIMATIQUE

4.2 Les projets d'action climatique

Comment choisir les projets d'action climatique à soutenir ?

Les entreprises achètent fréquemment des crédits carbone issus d'activités proches de la leur, que ce soit géographiquement ou en termes de secteur. Pour une entreprise manufacturière, cela peut consister en des projets de traitement des déchets ou d'énergie renouvelable. Ce faisant, les entreprises s'attaquent plus directement aux effets qu'elles créent au-delà de leur chaîne de valeur. Cependant, il existe de nombreux types de projets différents, qui contribuent tous à la transition mondiale vers un monde à faible émission de carbone.

Le point principal à retenir lors de la sélection des projets d'action climatique que vous allez soutenir réside dans le choix de projets certifiés selon des normes carbone approuvées par l'International Carbon Reduction & Offset Alliance (ICROA). L'ICROA veille à ce que l'ensemble du système de crédit carbone soit transparent et crédible. Les normes carbone fournissent le cadre des méthodologies de calcul de l'impact des projets, des exigences en matière de vérification par des tiers et de suivi régulier de l'avancement des projets. ICROA exige également que les projets soient complémentaires, réels, mesurables et permanents.



Coup de projecteur : Siam Solar, Thaïlande

Le projet [Siam Solar](#) en Thaïlande permet de rassembler des fonds pour financer la production d'énergie propre et la réduction des émissions responsables du réchauffement climatique, tout en créant des emplois durables et en améliorant l'accès à l'énergie. Situé dans le centre du pays, ce projet ouvre la voie à l'énergie durable en Asie du Sud-Est. Regroupant 10 centrales solaires, il convertit l'énergie des rayons du soleil en électricité propre. En soutenant ce projet dans le cadre d'une stratégie de durabilité, les entreprises contribuent à la transition mondiale vers une économie à faibles émissions de carbone et engendrent de nombreux avantages sociaux, tels que la création de plus de 100 emplois locaux.

[En savoir plus sur ce projet](#)



FINANCER L'ACTION CLIMATIQUE

4.3 Élimination du carbone

Le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) affirme que les objectifs de l'Accord de Paris sur le climat ne seront pas atteints sans l'élimination à grande échelle du dioxyde de carbone (CO₂) de l'atmosphère. La séquestration du CO₂ peut ainsi réduire les émissions nettes aujourd'hui et peut contribuer à réduire les niveaux absolus de CO₂ afin de rester dans les limites planétaires et maintenir le réchauffement climatique en dessous de +1,5 °C. South Pole soutient une approche globale de l'élimination du dioxyde de carbone pour contribuer à la réussite de cette mission. Selon le GIEC, le processus de séquestration du carbone consiste à retirer le CO₂ directement de l'atmosphère ou via la biosphère, puis à le stocker dans des réservoirs naturels ou des produits artificiels.

L'élimination du carbone va changer la donne en matière d'action climatique

Les entreprises cherchent de plus en plus à intégrer l'élimination du carbone dans leur stratégie net zéro. S'attaquer aux émissions résiduelles pour atteindre le net zéro démontre la nécessité d'agir sur la séquestration (vérifiée) du dioxyde de carbone.

La séquestration du dioxyde de carbone existe actuellement sous différentes formes et dans des proportions différentes et un éventail croissant de solutions est encore en cours de développement. Cela inclut les solutions de séquestration basée sur la nature, comme la restauration des écosystèmes, le boisement et la gestion des sols agricoles, ainsi que

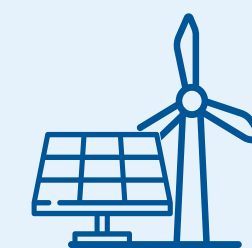
des solutions utilisant des solutions technologiques tels que le captage et le stockage directs de CO₂ dans l'air (DACs), la séquestration et le stockage du carbone dans la biomasse (BiCRS), la minéralisation des produits, le biochar à haute température et l'amélioration de la météorisation. Ces différentes approches s'accompagnent d'une série d'avantages allant au-delà de l'atténuation du changement climatique. Les prix varient en fonction des co-bénéfices, de la durée de stockage et de la disponibilité de l'approvisionnement.

South Pole aide les entreprises à intégrer les actions d'évitement ou de séquestration du carbone à leur stratégie à long terme de réduction des émissions.

Stratégie net zéro et élimination (ou séquestration) du carbone

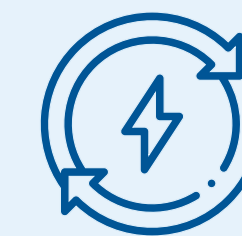
L'intégration de l'élimination du carbone dans les plans d'action climatique à long terme des entreprises a été compliquée par l'absence de consensus sur la manière d'atteindre le net zéro. En ce qui concerne la séquestration du carbone, les orientations du SBTi indiquent qu'il peut être utilisé pour traiter les émissions résiduelles, mais aussi pour atténuer les émissions au-delà de la chaîne de valeur d'une entreprise. South Pole a récemment interrogé des dirigeants d'entreprise sur la manière dont la séquestration du dioxyde de carbone s'intègre dans leur stratégie net zéro à long terme. Il en ressort que cette pratique est un instrument de dernier recours.

Solutions et outils les plus populaires pour atteindre les objectifs net zéro



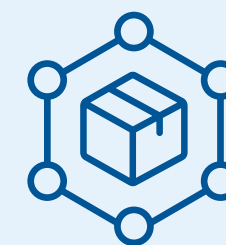
76%

Utilisation des énergies renouvelables



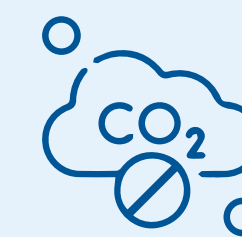
58%

Efficacité énergétique



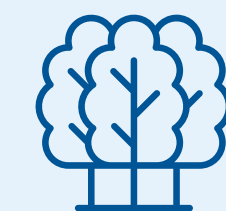
48%

Chaînes d'approvisionnement plus vertes grâce à la diminution des émissions de scope 3



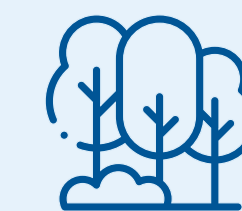
35%

Compensation carbone volontaire



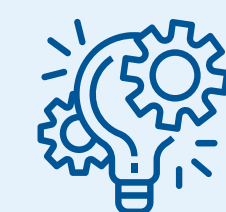
34%

Solutions de séquestration carbone fondées sur la nature



29%

Solutions fondées sur la nature



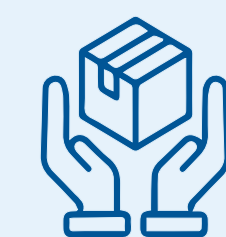
24%

Innovation des matériaux



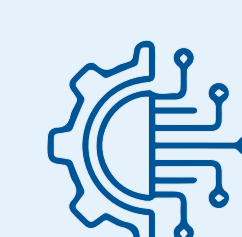
23%

Futurs carburants verts



15%

Nouveau modèle de produit ou de service



13%

Solution technologique de séquestration du carbone



10%

Captage et stockage du carbone (CCS)



8%

Utilisation et captage du carbone (CCU)

FINANCER L'ACTION CLIMATIQUE

4.3 Élimination du carbone

Une décennie décisive pour les techniques de séquestration du carbone

Les prochaines années s'annoncent révolutionnaires pour les techniques de séquestration du carbone, les grandes entreprises étant de plus en plus nombreuses à annoncer des investissements substantiels dans ce type de technologies. Certaines entreprises leaders telles que [Microsoft](#) et [Stripe](#), et des pays comme la Suisse et la Suède, façonnent l'approche mondiale.

Le besoin en solutions techniques rentables d'élimination du carbone n'a jamais été aussi pressant. Les solutions fondées sur la nature ne pourront pas, à elles seules, éliminer en quelques décennies les milliards de tonnes de carbone qui se sont accumulées. Une plus grande transparence sur les avantages et les inconvénients des différentes solutions de séquestration, ainsi que des conseils clairs sur leur utilisation permettront la mise en œuvre d'une stratégie solide vers le net zéro.



Coup de projecteur : projet NextGen CDR Facility

En mai 2022, cinq grandes entreprises (Boston Consulting Group, LGT, Mitsui O.S.K. Lines, Swiss Re et UBS) basées en Asie, en Europe et en Amérique du Nord ont annoncé leur intention de rejoindre le [projet NextGen CDR Facility](#) en tant qu'investisseurs principaux. L'objectif est de développer considérablement les technologies de séquestration du carbone et de stimuler le marché pour une stratégie poussée d'élimination du carbone.

Des solutions fiables de séquestration doivent être développées de manière exponentielle dans le but de supprimer plus de trois gigatonnes de carbone par an d'ici 2030^[8], et ainsi éviter de dépasser l'objectif de 1,5 °C de réchauffement de la planète.^[9] Le coût de la séquestration du carbone par les projets techniques est très élevé par rapport aux compensations

conventionnelles. Cela empêche l'adoption massive par le marché, pourtant essentielle si nous voulons atteindre ce jalon climatique mondial en moins d'une décennie. Investir dans des projets de séquestration de carbone au cours de cette décennie permettrait aux fournisseurs de ces technologies de financer leurs opérations et de se développer, ce qui se traduirait par une baisse des prix au fil du temps. En regroupant la demande dans les projets de séquestration des grandes entreprises, NextGen permettra à ces projets innovants de se développer.

Dans un premier temps, NextGen prévoit d'acheter d'ici 2025 plus d'un million de tonnes de dioxyde de carbone séquestré certifié suite à des projets soutenus par différentes technologies (cela concerne les émissions devant être générées d'ici

2030). Les entreprises qui adhéreront au projet auront un impact immédiat grâce à leur apport financier nécessaire à la mise en place de solutions performantes conformes aux normes de l'ICROA.

NextGen est en train de constituer un pipeline de projets utilisant cinq méthodes de séquestration innovantes, dont le déploiement nécessite des capitaux : séquestration et stockage du carbone dans la biomasse (BiCRS), capture et stockage directs du CO₂ dans l'air (DACs), météorisation améliorée, biochar à haute température et minéralisation des produits. À l'avenir, NextGen continuera à fonder ses décisions d'achat sur les données scientifiques disponibles les plus fiables et à se référer aux meilleures pratiques.

^[8] Selon la Commission pour la transition énergétique (CTE), nous devons éliminer 3,6 Gt de carbone par an d'ici 2030 afin de maintenir l'augmentation de la température mondiale sous le seuil de 1,5 °C <https://www.energy-transitions.org/publications/mind-the-gap-cdr>.

^[9] D'après le rapport spécial du GIEC intitulé « Réchauffement planétaire de 1,5 °C » (SR15), il est urgent d'intensifier les efforts visant à atteindre l'élimination de 100 à 1 000 Gt de carbone d'ici 2050, mesure nécessaire pour maintenir le réchauffement planétaire en dessous de 1,5 °C. Si nous voulons atteindre le net zéro d'ici 2050, nous devons recourir à des solutions tant naturelles que technologiques, en plus d'entreprendre des efforts considérables de décarbonation et d'évitement des émissions (tels que la conservation des forêts).

● ENGAGER LES PARTIES PRENANTES

5.1 Communication climatique

La communication climatique est le meilleur moyen d'informer vos clients, fournisseurs, investisseurs... de votre impact climatique et de votre stratégie d'action. Cette transparence proactive peut s'avérer véritablement positive pour votre entreprise.

Dans le monde entier, de plus en plus d'entreprises sont tenues de publier des informations sur leur impact et leur stratégie climatique, sauf que les conditions de communication sont de plus en plus complexes. Si vous souhaitez adopter les meilleures pratiques en termes de communication climatique, nous vous conseillons de vous référer aux recommandations du Global Reporting Initiative (GRI), de la [TCFD](#) et du [CDP](#).

Notre équipe d'experts est là pour vous accompagner. En effet, alors que la pression réglementaire s'intensifie et que les parties prenantes demandent toujours plus de transparence, il est temps de prendre de l'avance.

Quelle est la prochaine étape ?

La communication climatique est en constante évolution. Nous nous attendons à voir de nouvelles orientations sectorielles de la part du SBTi, des exigences accrues de la part des gouvernements, des nouvelles réglementations, des reportings et des vérifications toujours plus poussées, sans oublier une pression plus importante des investisseurs concernant la transparence et la responsabilité des entreprises.

En 2021, les administrateurs de la Fondation International Financial Reporting Standards (IFRS) ont annoncé la création du [conseil des normes de durabilité internationales](#) (ISSB, International Sustainability Standards Board). L'ISSB a été créé pour rassembler plusieurs règles et fournir une base internationale de normes concernant la communication liées au développement durable. Elle informe les investisseurs ainsi que les autres acteurs des marchés financiers des risques et opportunités climatiques pour les entreprises. La première version finalisée de ces nouvelles normes est attendue pour fin 2022. Les experts South Pole peuvent vous aider à comprendre ces évolutions, et à réussir le suivi et la communication de vos actions de durabilité à destination de vos clients, fournisseurs et investisseurs, conformément aux meilleures pratiques internationales.



ENGAGER LES PARTIES PRENANTES

5.2 Des revendications crédibles en matière d'action climatique

Les gouvernements entendent de plus en plus les demandes de la société concernant la transparence accrue des entreprises par rapport à leurs actions climatiques, en particulier si cette communication peut induire en erreur les consommateurs et les investisseurs. **Les entreprises doivent donc communiquer plus efficacement sur leur stratégie climatique auprès des parties prenantes et montrer leurs progrès de la manière la plus transparente possible.**

L'étude récente de South Pole sur les déclarations de neutralité carbone a révélé que, sur les 60 000 entreprises mondiales contrôlées, seules 1 075 (moins de 2 %) ont annoncé un engagement de neutralité climatique, et une part encore inférieure a aligné ses engagements sur les objectifs SBT. Ces résultats indiquent que, dans le secteur privé, l'ambition climatique, sans même parler d'action climatique, est encore très insuffisante si l'on veut atteindre le net zéro d'ici 2050. Alors que le secteur industriel se classe parmi les trois premiers secteurs d'activité en termes d'alignement des déclarations de neutralité carbone sur la science, moins de la moitié (41,6 %) des engagements des entreprises ont été soutenus par un objectif SBT, ce qui est essentiel pour établir une feuille de route climatique crédible et solide.

Les marques et les entreprises ont beaucoup à gagner concernant l'intégration de la durabilité dans leur proposition de valeur pour les consommateurs et les clients. En effet, les ménages soucieux de l'environnement représentent 446 milliards de dollars pour le secteur des produits de grande consommation^[10]. Les accusations de greenwashing ont entre-temps pris de l'ampleur et les litiges liés à des allégations écologiques ont doublé entre 2017 et 2020^[11].

Les déclarations environnementales qui ne sont pas fondées sur une stratégie climatique ambitieuse et fondée sur la science présentent un risque sérieux pour la réputation de l'entreprise : celle-ci peut être accusée de greenwashing et devoir payer une amende. Cependant, si vous faites une déclaration qui répond aux critères stricts fixés par les normes internationales^[12], l'engagement de votre entreprise sera perçu comme légitime, crédible et cela vous démarquera de vos concurrents.

Les experts South Pole vous accompagnent dans votre communication climatique, depuis la définition de vos objectifs, jusqu'aux stratégies de communication à destination de vos parties prenantes.

Comment communiquer de manière transparente et crédible sur l'action climatique ?

D'après nos experts, il existe quatre principes clés à respecter par les entreprises pour une communication climatique optimale, afin d'éviter les accusations de greenwashing.



TRANSPARENCE

Évitez les affirmations imprécises, présentez les étapes d'avancement. Pour être crédibles, vos déclarations d'action climatique doivent détailler en toute transparence les activités que vous menez et montrer que ces activités s'inscrivent dans une stratégie climatique globale à long terme.



RESPONSABILITÉ

Une communication climatique transparente, ainsi que des informations mises à jour régulièrement concernant vos progrès (bons et moins bons) sont essentielles pour préserver l'intégrité et la responsabilité de toute action climatique.



IMPACT

Mettez en valeur vos actions, détaillez-les. Quelles actions concrètes appuient vos déclarations ? Des preuves opérationnelles solides et des données chiffrées constituent un moyen efficace de vérifier que vos déclarations sont fondées.



AUTHENTICITÉ

Alignez toujours votre stratégie de communication sur votre stratégie d'entreprise et de durabilité à long terme. Les entreprises sont encouragées à communiquer sur leur marque de façon à refléter l'ensemble de leurs actions climatiques.

[Téléchargez le rapport](#)

^[10] Kantar (2021)

^[11] Rapport de l'ONU sur les litiges relatifs au climat, dans le monde (2020)

^[12] Initiative Science-Based Targets : The Net-Zero Standard (2021)

Auteurs



Carolyn Addy

Senior Business Development Manager,
Renewable Energy Solutions



Akash Arasu

Managing Consultant, Agricultural Value Chains
and Corporate Climate Targets



Kata Bors

Head of Client Communications



Bence Cserna

Senior Managing Consultant,
Climate Strategies



Remi-Nicole Dickinson

Solutions Specialist, Labels



Irene Hofmeijer

Practice Lead, Circular Economy



Silke Niehoff

Senior Research Associate, IASS Potsdam
Institute for Advanced Sustainability Studies

Image credits: (c) IASS/Lotte Ostermann



Emily Sharples

Senior Solutions Marketing Specialist



Katy Williams

Junior Solutions Marketing Specialist



Nancy Xie

Senior Managing Consultant,
Climate Risks and Opportunities



South Pole conseille et accompagne les entreprises et institutions à travers le monde dans la définition et la mise en œuvre de stratégies de durabilité intégrées et ambitieuses, à la hauteur des enjeux climatiques. Prenez contact avec l'un de nos experts pour en savoir plus.

1971FR, 10.2022/V1

Copyright © 2022 South Pole. Les informations contenues dans le présent document sont sujettes à modification sans préavis.
South Pole n'est pas responsable des erreurs ou omissions techniques ou éditoriales.