



**Association des Professionnels
en Conseil Climat,
Energie et Environnement**

Atelier Produrable du 4 avril 2018

10 Conseils Clés pour réussir sa stratégie climat

**Et 10 Questions- Réponses
posées par les participants**



SOMMAIRE

Les 10 Conseils-Clés présentés par nos experts	3
Comment mieux gérer vos flux de marchandises ?	4
Compter pour agir, c'est bien beau mais encore faut-il avoir les moyens d'agir !	5
L'importance de la prise en compte des émissions indirectes dans une stratégie climat	6
Pourquoi l'indicateur GES doit-il être intégré aux priorités de votre entreprise ?	8
Résultat à court-terme et vision à moyen-terme : comment concilier les deux ?	9
Comment remplir et suivre correctement vos indicateurs clés ?	11
Agissez sur vos émissions indirectes en mobilisant vos parties prenantes !	13
Comment faire passer mes collaborateurs à l'action ?	15
Comment réduire la facture de mes commerciaux sur la route ?	16
Comment susciter l'adhésion de tout le comité de direction à la mise en place d'une stratégie climat ?	17
Réponses aux questions posées à l'écrit par les participants	18
« Quelles sont, sans réellement réaliser un PCAET, les principales études (à faible coût et rapides) à réaliser pour construire un plan simple et clair pour la population et les agents de la ville ? Par exemple une étude qualité de l'air ? »	19
« Comment "embarquer les élus" et les mobiliser efficacement sur la thématique PCAET et associer les parties prenantes aux travaux, en particulier les administrés ? »	20
« Comment gérer les indicateurs dans un plan climat, de la façon la plus performante ? »	22
« Comment influencer astucieusement la direction dans une structure qui n'a pas de stratégie climat existante ou communiquée, ni de bilan GES ? »	23
« Comment mettre en place un plan de mobilité douce pour des consultants intervenant chez des clients divers en région parisienne, afin de permettre de faire notre part pour réduire notre Bilan Carbone® ? »	23
« Comment se fixer des objectifs de CO2 réalistes et ambitieux ? Comment lier les actions de réduction GES avec les baisses ou hausses de CO2 indiquées par les bilans carbone ? A quel moment peut-on parler de neutralité carbone lors de la mise en place d'actions de compensation carbone ? »	24
« Par où commencer lorsqu'on démarre ou souhaite mettre en œuvre une stratégie climat ? Avez-vous des exemples de gains/bénéfices économiques en entreprise ? »	26
« Comment passer d'un faisceau d'actions en faveur du climat à une conviction que nous mettons en œuvre ce qui est nécessaire et suffisant pour rester en deçà des 2°C lorsqu'il n'y a pas de référentiel sectoriel défini ? »	28
« Comment estimer correctement le scope 3 en aval, compte-tenu de la diversité des produits que nous fabriquons ? Comment définir une stratégie qui s'aligne sur les 2°C, en particulier le scope 3 ? »	29
« Comment réduire l'empreinte carbone en amont dans la chaîne d'approvisionnement de nos produits, en sachant que nous n'intervenons pas directement sur cette partie de leur cycle de vie ? »	30

Ce document est un recueil des conseils clés présentés et des réponses de nos consultants aux problématiques qui ont été soumises lors de l'Atelier : « 10 conseils clés pour réussir sa stratégie climat », au salon Produrable, le 4 avril 2018 en partenariat avec l'IFC.

Si vous avez toujours des questions suite à la lecture de ce document, n'hésitez pas à contacter l'APCC pour en discuter avec nos membres à l'adresse : contact@apc-climat.fr

Bonne lecture !
L'équipe de l'APCC

Les 10 Conseils-Clés présentés par nos experts



Comment mieux gérer vos flux de marchandises ?

Intégrer les flux de marchandises dans sa stratégie climat est primordial pour une approche carbone complète. Mais comment avoir une vision claire de leur chaîne de transport ? La solution : en réaliser une cartographie géographique et temporelle.

Cartographier ses flux de marchandises

Le manque de visibilité sur le transport de vos marchandises peut nuire à la prise en compte globale de l'impact carbone de votre structure dans sa stratégie climat. Vous connaissez certainement vos tonnages achetés, vendus et évacués mais peut-être manquez-vous de connaissance sur les flux de ces marchandises, car vous n'intervenez pas directement à cette étape.

Or, la connaissance des flux de marchandises, quelles qu'elles soient, est un élément majeur pour une approche carbone complète. Il s'agit d'une connaissance à acquérir pour l'entreprise qui ne dispose souvent que d'informations partielles sur le sujet.

La solution efficace est de bâtir une cartographie des flux. Cette cartographie doit se réaliser sur deux échelles :

Une cartographie géographique des flux

Elle vise à retracer les mouvements des marchandises, aussi loin que l'on peut les identifier ou au moins sur lesquels une action est envisageable. Ainsi, type de marchandise par type de marchandise, les différentes étapes sont portées sur un graphique de flux : départ, étapes, lieux de livraison. La plus facile est souvent celle des flux sortants que l'on maîtrise. Celle des flux entrants nécessite des échanges avec vos fournisseurs et celle des flux de déchets des échanges poussés avec les organismes gestionnaires de la collecte et du traitement. Cette cartographie va souvent faire apparaître des étapes insoupçonnées.

Une cartographie "temporelle".

Même si le terme de cartographie semble peu adapté, il s'agit ici de faire une représentation graphique du nombre de mouvements. Combien de livraisons et quels jours ? Combien de départs clients par semaine ? Ce type de représentation fera bien souvent apparaître immédiatement les mutualisations possibles et les regroupements à envisager.

Avec ces deux outils, votre structure sera en mesure de mieux visualiser le parcours complet de vos marchandises, dans le temps et l'espace. Cela fera ainsi ressortir les leviers d'actions dont vous disposez pour optimiser ces flux.

Cette cartographie des flux est tellement nécessaire qu'elle est devenue obligatoire dans la V8 de la méthode Bilan Carbone®.

Gilles Grandval

Responsable du pôle énergie-climat chez [Mosaïque Environnement](#)

Compter pour agir, c'est bien beau mais encore faut-il avoir les moyens d'agir !

Avoir utilisé ses ressources pour réaliser un Bilan GES exhaustif, c'est bien ; mais quels moyens reste-il ensuite pour le traduire en actions concrètes ? La solution : s'appuyer sur quelques données clés pour pouvoir se concentrer sur les actions à mener.

Il n'est pas rare que les entreprises mettent beaucoup d'efforts dans la réalisation de bilans d'émissions de gaz à effet de serre pour évaluer leur impact carbone, sans réussir à franchir l'étape suivante : mettre en œuvre des actions concrètes pour influencer sur cet impact carbone ! Consommer ainsi toutes ses ressources dans la comptabilité et manquer de moyens pour passer à l'action ne facilite pas les choses... Alors comment faire pour aller au-delà du simple bilan ?

S'appuyer sur quelques données clés de façon continue

Nous rencontrons beaucoup d'entreprises qui mettent à jour un Bilan GES complet tous les ans. Cela n'est pas nécessaire : votre Bilan GES peut-être suivi de très près au moyen d'un tableau de bord de 5 à 20 données-clés selon les cas. Cela suffit amplement à mesurer son évolution sur le court et moyen terme. Identifiez ces données clés lorsque vous réalisez votre premier Bilan GES, qui lui se doit d'être exhaustif. Par la suite, contentez-vous de suivre annuellement ces indicateurs clés, sans refaire le bilan complet. Vous économiserez ainsi beaucoup de temps et de ressources et cela vous incitera également à vous concentrer sur les sujets qui comptent. Attention à bien suivre ces indicateurs à l'année, sans discontinuité, pour avoir le meilleur suivi possible des résultats de vos actions.

Réaliser de nouveau un Bilan GES complet lorsque nécessaire

Malgré tout, le Bilan GES complet ne doit pas non plus être complètement remis au fond du tiroir. Continuez à le réaliser à intervalles réguliers ainsi que si votre activité évolue substantiellement. En effet, une évolution d'activité va bien évidemment également faire évoluer les données de votre comptabilité carbone et nécessiter de mettre à jour vos données clés et votre plan d'action.

En conclusion, l'idée est donc de faire un effort sur le diagnostic et l'identification des indicateurs clés, la première année, puis de concentrer cet effort sur le pilotage des actions à mener les années suivantes. Les indicateurs clés vous permettront alors de faire évoluer votre plan d'action en fonction des résultats obtenus, pour continuer à bien orienter vos ressources.

Rémi Marcus

Co-fondateur, consultant et formateur chez [ECO2 Initiative](#)

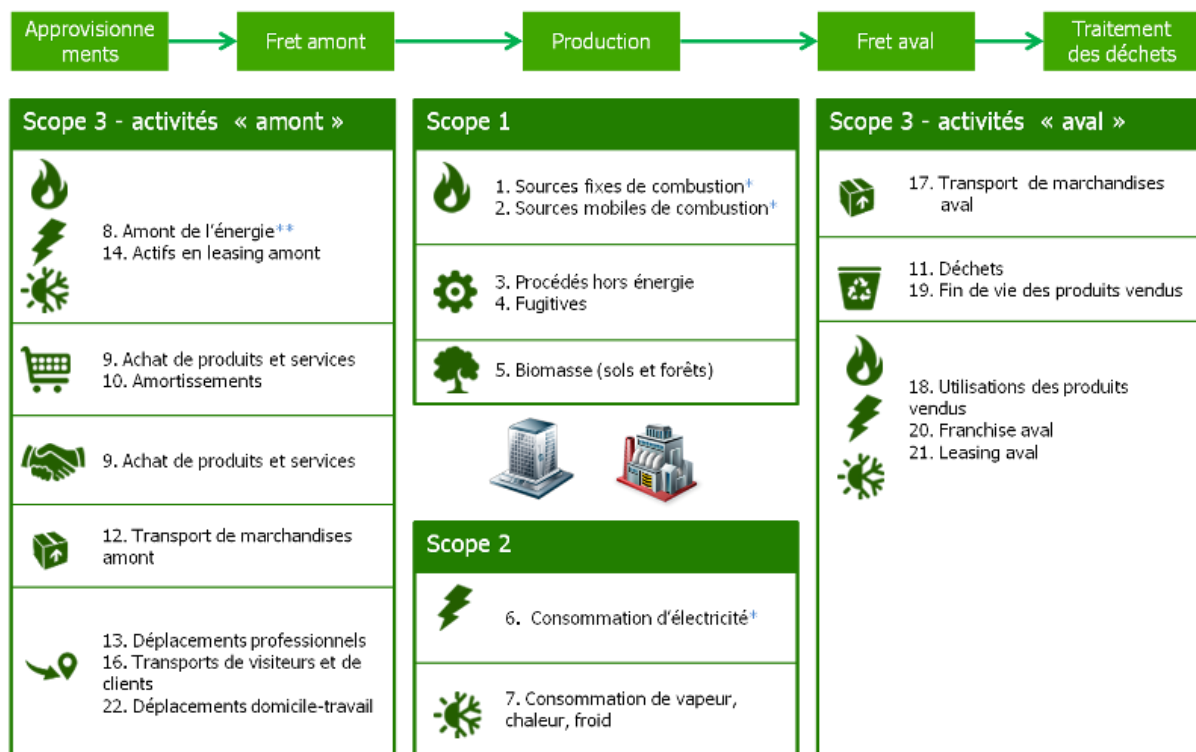
L'importance de la prise en compte des émissions indirectes dans une stratégie climat

Agir sur les émissions directes d'une organisation via la scope 1 et 2 est une bonne base de stratégie climat. Cependant, s'intéresser aux émissions indirectes (scope 3) permet de réduire de manière bien plus significative ses émissions de gaz à effet de serre.

Si votre structure est concernée par un Bilan GES réglementaire, les retours d'expérience montrent qu'il est fort probable que vos efforts soient concentrés sur le scope 1 et 2 de ce bilan, obligatoires. Cependant, vous êtes-vous également intéressés au scope 3 ? Bien que non obligatoire, il est très fortement conseillé par l'ADEME et vous permettra d'agir de manière plus efficace et plus globale sur vos émissions.

Qu'est-ce que le scope 3 ?

Si le scope 1 concerne les émissions directes de GES générées par l'activité de l'organisation ou du territoire et le scope 2 les émissions associées à la consommation d'électricité et de chaleur, le scope 3 s'intéresse aux émissions indirectes d'une organisation. Ainsi, le scope 3 va concerner les activités en amont et en aval de votre organisation. A la différence des scopes 1 et 2 qui prennent en compte uniquement les enjeux énergétiques, le scope 3 concerne tous les flux d'activités : l'achat de produits, les déplacements, les immobilisations, les déchets, l'utilisation des produits et leur fin de vie, etc.



* Utiliser uniquement la part combustion des facteurs d'émissions

** Utiliser uniquement la part amont des facteurs d'émissions

Source : ADEME: Catégories et Bilan GES organisation

En quoi est-ce important de l'inclure dans sa stratégie climat ?

L'objectif final de l'évaluation des émissions de GES de votre organisation est de réussir à réduire de manière significative ces émissions. Les scopes 1 et 2 ne se concentrant que sur les enjeux énergétiques, cela revient à se focaliser sur seulement 15 à 20% des émissions totales d'une organisation en général (mis à part l'industrie verrière, minière ou toute industrie nécessitant de très fortes consommations énergétiques). Vous aurez donc des difficultés à agir significativement sur vos émissions de gaz à effet de serre sans inclure le scope 3, qui occupe la part la plus importante : les 80% restants.

Ainsi, en baissant de 3 à 5% de vos émissions sur des postes concernant le scope 3, vous aurez un impact bien plus important qu'en baissant de 3 à 5% vos émissions sur des postes concernant les scopes 1 et 2. Cela ne veut pas dire qu'il ne faut pas faire d'efforts sur ces scopes, mais qu'il est important de bien intégrer le scope 3 dans votre stratégie climat.

En allant au-delà des obligations du Bilan GES réglementaire, vous aurez ainsi l'opportunité d'agir plus globalement sur votre impact carbone.

Jacques Aflalo

Dirigeant du Cabinet [A2DM](#)

Pourquoi l'indicateur GES doit-il être intégré aux priorités de votre entreprise ?

La politique GES d'une entreprise, une fois liée à sa politique globale, permet d'évaluer correctement les choix stratégiques pris pour demain. Il faut prendre l'exercice de comptabilité GES comme une analyse des risques.

Dans votre entreprise, il peut y avoir :

- une politique générale,
- une politique RSE,
- une démarche GES engagée avec un premier Bilan Carbone et un plan d'actions,
- un plan d'économies d'énergies et fluides au niveau industriel...

Tous ces éléments existent de leur côté, mais ne fonctionnent pas nécessairement ensemble. Pourtant, il est primordial de faire du lien entre ces projets pour que votre politique GES vienne alimenter votre stratégie globale.

Quel lien y-a-t-il entre GES et économie ? Comment faire le lien entre les différents projets stratégiques et opérationnels ?

C'est le cadre général de développement de votre entreprise qui donne les grandes orientations et les objectifs pour demain. La démarche GES fait partie de ce cadre et vient l'alimenter. Il faut prendre l'exercice de comptabilité GES comme une analyse des risques : "Que se passe-t-il si je ne fais rien ?" Quel est l'impact de l'augmentation du prix des énergies sur mon activité, sur mes usines, sur mes fournisseurs ?... Quel est l'impact de l'augmentation de la taxe carbone à court terme et à moyen terme ? A partir de quand n'est-ce plus financièrement viable de produire ou s'approvisionner de telle matière à tel endroit ?

Pour répondre à ces questions, il est nécessaire de passer par une **étape de diagnostic** : "où en suis-je aujourd'hui ?" pour faire de la **prospective** : "où pourrais-je aller demain?" et ainsi alimenter vos réflexions à tous les niveaux de l'entreprise : achats, investissement, innovation...

Dans ce schéma, la politique globale et la politique RSE ne font ainsi plus qu'un. L'indicateur GES adossé à des simulations économiques devient alors percutant pour évaluer les choix pour demain, et trouve toute sa place dans les indicateurs revus en comité de direction à côté des indicateurs de performance.

Fanny Pénet

Directrice des opérations et responsable du pôle carbone chez [O2M Conseil](#)

Résultat à court-terme et vision à moyen-terme : comment concilier les deux ?

Comment réussir à lier résultats à court-terme avec des actions qui demandent plus de vision ?
L'objectif : entraîner le management et légitimer ces actions à plus de 3 ans. Les clés de réussite : Quick Wins, outils de reporting et rythme de transition carbone d'ici à 2030.

Lors de la mise en place d'une stratégie climat au sein de votre entreprise, il y a fort à parier que vous vous retrouviez confronté au problème de la temporalité de votre plan d'action. En effet, les actions de réduction des émissions de GES sont pour une bonne partie des actions avec un temps de mise en œuvre qui dépasse les 3 ans, ce qui est souvent l'horizon de temps déjà maximal d'une entreprise. Alors comment les légitimer malgré tout ?

En parallèle, les parties prenantes externes de votre entreprise peuvent vous interroger sur des horizons encore plus à long-terme : 2030, voire 2050. Ces perspectives sont intéressantes pour fixer un cap à l'entreprise, mais de telles échelles de temps relèvent presque de la science-fiction pour le management ! Comment réussir à les convaincre de se projeter à si long-terme ?

Pour répondre à ces problématiques, voici deux volets sur lesquels travailler :

Volet 1 : Calculer et valoriser les gains réalisés année après année

Sur une période de un à trois ans, valorisez les actions « quick wins », c'est-à-dire les actions et mesures simples à mettre en place qui peuvent porter leurs fruits dans une courte échelle de temps. Par exemple : le passage à un fournisseur d'électricité verte, le changement de flotte de véhicule, etc.

Pour les actions qui ont un impact sur une période plus longue, de trois à six ans, telles que le développement de nouveaux produits ou le travail sur la supply chain, suivez avec un tableau de bord trimestriel l'avancement de l'action et des sous-actions. Ceci vous permettra de garder votre plan d'action sous-contrôle et de pouvoir faire le reporting des actions entreprises même si elles n'ont pas encore d'impact sur la performance carbone.

Enfin, réalisez une analyse d'écart de l'évolution de la tendance de la performance carbone d'une année sur l'autre : effet volume, effet mix produits, effet prix, effet actions de réduction des émissions de GES... Vous pourrez ainsi mettre en évidence le réel impact des actions mises en œuvre sur la performance carbone.

Volet 2 : Définir et valider un objectif de performance à long-terme (2030)

Cet objectif de long-terme (2030 par exemple) ne doit pas être vu comme un objectif opérationnel qu'il faut impérativement atteindre quoi qu'il arrive, mais plutôt comme un moyen de poser un "rythme" de transition carbone dans l'entreprise : X% de décarbonation par an pour les 12 ans à venir par exemple. Il permet de fixer un cap et de remonter les ambitions de décarbonation.

Cet objectif à long-terme a vocation à être révisé tous les 3 ans. Vous pourrez de toute façon ajuster la visée en fonction des progrès réalisés et des nouvelles informations et techniques disponibles. En effet, les outils et les scénarios de transition carbone s'amélioreront beaucoup d'ici 3 ans et vous pourrez redéfinir de nouveaux objectifs en conséquence à ce moment.

Cette démarche peut être encadrée par un label (Science Based Targets Initiative par exemple) ou par un dispositif comme ACT (Assessing Low Carbon Transition) qui permet d'évaluer si la stratégie mise en œuvre est cohérente avec l'objectif fixé

Guillaume Neveux

Directeur associé chez [I Care & Consult](#)

Comment remplir et suivre correctement vos indicateurs clés ?

La bonne tenue de vos indicateurs clés conditionne la réussite de votre stratégie climat globale. Pour s'assurer de les remplir et de les suivre correctement, l'implication des salariés dans le processus ainsi que leur sensibilisation aux enjeux énergie climat sont essentielles.

Mettre en place une stratégie climat au sein de votre entreprise nécessite de fixer des indicateurs clés pour rendre compte de l'impact des actions réalisées et fixer la trajectoire de votre stratégie. Ces indicateurs, pour être efficace, se doivent d'être correctement rempli et suivi. Or, il est parfois bien difficile de s'assurer que ces tâches soient réalisées comme il faut ! L'obstacle : un manque de compréhension de leur mission de la part des personnes en charge de remplir les indicateurs.

Voir au-delà du comité de pilotage

Pour s'assurer d'avoir des indicateurs fonctionnels, une solution est donc de sensibiliser l'ensemble des personnes amenées à prendre part dans le plan de réduction des émissions, et ce quel que soit leur niveau d'implication. En effet, il est fort possible que votre entreprise possède un petit groupe de personnes déjà très impliquées, à savoir le comité de pilotage qui suit généralement l'ensemble de la mission d'évaluation et de réduction des émissions de gaz à effet de serre de votre structure.

Cependant, ce petit groupe très « sachant » sur les enjeux carbone et qui généralement décide des indicateurs à mettre en place, va devoir s'appuyer sur un réseau de salariés au niveau d'engagement moindre, mais situés à des postes clés de l'entreprise dans le cadre du plan de réduction des émissions. Ces salariés participeront de manière active au plan de réduction et devront renseigner les indicateurs mis en place... autant de missions qui demandent de la motivation !

Or, cette motivation va découler en grande partie de la compréhension de la stratégie qui est mise en place et du sentiment d'avoir été activement impliqué(e) dans la démarche. Ainsi, il est essentiel de les faire participer à différents stades de la démarche.

Deux leviers d'actions pour impliquer vos salariés

Mettre en place une concertation de parties prenantes internes.

Au moment de déterminer les indicateurs à mettre en place, une bonne démarche est de procéder à une concertation des parties prenantes internes. Identifiez les personnes qui auront un rôle à jouer dans le remplissage et le suivi des potentiels indicateurs, puis assurez-vous de recueillir l'avis de ces personnes et d'en tenir compte. Ceci peut se faire via des ateliers participatifs, en co-construction avec un membre du comité de pilotage par exemple, ou un sondage ludique.

Sensibiliser en amont

Pour mieux faire comprendre l'intérêt qu'à l'entreprise à s'investir dans une démarche de réduction des GES et donc l'intérêt de suivre les indicateurs, il est important que les personnes concernées comprennent les enjeux énergie climat et puissent établir le lien avec l'activité de leur entreprise.

Cette sensibilisation peut se faire en présentiel comme à distance, par des formations sur site ou des visioconférences. Des outils de communication interne peuvent également vous aider à véhiculer le message à l'ensemble de vos salariés.

En impliquant vos salariés dans la prise de décision et en les sensibilisant à la démarche, il y a de fortes chances pour qu'ils soient plus motivés à remplir et à suivre correctement les indicateurs que vous aurez mis en place. Ainsi, ces actions auront un impact positif sur l'efficacité globale de votre stratégie climat.

Jacques Aflalo

Dirigeant du Cabinet [A2DM](#)

Agissez sur vos émissions indirectes en mobilisant vos parties prenantes !

Pour identifier les pistes d'actions couvrant un large périmètre et obtenir une vision stratégique la plus large possible, impliquez vos parties prenantes au moyen d'un forum participatif, d'un world-café ou d'un pro-action café.

Votre Bilan Carbone® a été réalisé et vous avez lancé des actions qui concernent votre périmètre de responsabilité directe. Votre difficulté : vous avez des postes d'émissions importants qui sortent de ce périmètre et vous ne parvenez pas à les intégrer à votre plan d'actions. Or, la prise en compte des émissions indirectes est un facteur clé de réussite de votre stratégie climat, car elles représentent de manière générale environ 80% des émissions d'une structure. Alors comment réussir à agir au-delà du périmètre des actions directes ?

La clé pour réussir à influencer sur vos émissions indirectes va être d'impliquer toutes vos parties prenantes dans le processus de mise en place de votre stratégie climat.

La première étape consiste donc à identifier les parties prenantes avec lesquelles il est nécessaire de discuter pour aller au-delà d'un périmètre de responsabilité directe : fournisseurs, intermédiaires, transporteurs, clients, revendeurs ... Ensuite, invitez-les de manière nominative en leur expliquant les raisons de l'invitation, l'état d'avancement du plan d'actions, la contribution demandée et les modalités de travail.

Des modalités de travail participatives

Lors de la réunion avec vos parties prenantes ciblées, utilisez des modalités de travail participatives : forum ouvert par exemple, « world café » ou « proaction café ». Chacun de ces formats de travail répond à une situation donnée, en particulier suivant l'état d'avancement des pistes d'actions. Ils permettent de faire émerger les idées, de travailler en bonne entente et bien souvent de stimuler positivement les participants.

Le forum ouvert

Le forum ouvert, qui consiste à reproduire la richesse des échanges informels qui ont lieu lors des pauses café, permet de « débroussailler » les idées si vous en êtes au début du processus. Réunis en cercle, à l'aide de feuilles de papier et de stylos, les participants proposent toutes leurs idées et posent toutes leurs questions à propos du sujet, avec la coordination d'un facilitateur. Les grandes idées ainsi ressorties vous serviront de base pour la suite.

Le world-café

Si des pistes ont déjà été identifiées, le « world café » vous permet de les soumettre aux parties prenantes et de les enrichir. En effet, cette technique consiste à débattre d'une idée ou d'une question en petits groupes autour de tables, avec un roulement des participants autour de la table à intervalles réguliers. Seule une personne reste à la table et résume les échanges qui ont

eu lieu aux nouveaux arrivants. Cette méthode permet de mettre en place un dialogue constructif et d'obtenir des retours intéressants sur les pistes identifiées.

Le pro-action café

Enfin, si les pistes d'action ont déjà été travaillées, le « pro action café » est tout à fait approprié pour les améliorer, les « challenger ». Tout comme le « world café », les participants se réunissent en petits groupes autour de tables, avec un roulement. Cette fois-ci, vous allez présenter vos projets de manière argumentée. Le rôle des participants présents à la table est de challenger les projets. Cette méthode est efficace pour pousser plus loin votre réflexion, identifier d'éventuels écueils et surtout de nouvelles opportunités d'actions.

En réunissant ainsi vos parties prenantes de manière participative, vous créez les conditions de réussite de votre stratégie climat. Ces échanges vous permettront de mieux comprendre où et comment agir sur vos émissions de manière stratégique, tout en mobilisant la volonté de vos parties prenantes à s'impliquer dans le processus.

Jean-Luc Manceau

Dirigeant du cabinet [Climat Mundi](#)

Comment faire passer mes collaborateurs à l'action ?

Lorsque la réussite d'un projet est conditionnée par le changement de comportement de la part d'acteurs, quels qu'ils soient, c'est un élément parfois problématique, souvent difficile au travers duquel il faut réussir à passer. La mise en œuvre d'une stratégie climat ne fait pas exception à la règle et le passage des collaborateurs à l'action est souvent pointée du doigt comme une difficulté communément rencontrée, notamment dès les étapes relatives à la collecte des données.

Voici donc une clé permettant de favoriser le passage à l'action des collaborateurs dans ce cas.

Engager sur un geste "fil rouge"

La collecte des données n'est pas la tâche la plus « fun » et c'est pourquoi il est important de trouver des solutions pour rendre l'exercice plus ludique et impliquant pour ceux et celles qui le réalisent.

L'idée est d'engager **dès la première réunion** les collaborateurs sur un « geste fil rouge », un « écogeste », bref une action **simple et rapide** à mettre en place et sur laquelle ils seront cobayes.

Il s'agit bien là de mettre volontairement la charrue avant les bœufs, et de passer d'un raisonnement linéaire à un raisonnement cyclique.

Et de fait, au-delà de l'aspect de « mise en mouvement ludique et engageante » des collaborateurs vers la mise en œuvre d'une stratégie climat, cette solution présente d'autres avantages.

Plus particulièrement elle va pouvoir venir alimenter très concrètement le plan d'actions avec un ou des retours d'expérience de ces premières actions mises en œuvre. Quels sont les freins qui ont été rencontrés, les leviers, etc ... , ces actions concrètes vont venir contrebalancer les discussions abstraites, essentielles, mais difficilement appropriables par tout un chacun.

Elles vont également être un vecteur de communication et d'échange, les points de blocage et les ressources insoupçonnées rencontrées lors de ces « mini-expérimentations terrain » sont précieuses et donnent un aperçu de ce qui risque d'être rencontré lors de la mise en œuvre plus massive du plan d'actions qui aura été défini.

Charles-Adrien Louis

Co-fondateur et co-gérant de **B&L Evolution**

Comment réduire la facture de mes commerciaux sur la route ?

D'apparence simple, cette question ne l'est pas forcément, mais le constat du coût lié aux commerciaux terrain qui font beaucoup de Km en voiture avec un prix du carburant à la hausse est indéniable.

La toute première question à se poser relève de l'analyse de l'activité de l'entreprise et des déplacements effectués.

Rappelons que **le déplacement le moins cher et le moins impactant sur l'environnement est celui que l'on ne fait pas**, néanmoins il conviendra aussi de vérifier le coût et l'impact de ce par quoi il est remplacé pour répondre au besoin qui aura été identifié.

- > Pourquoi mes commerciaux se déplacent-ils ? Pour répondre à quel « besoin client » ?
- > Qu'est-ce qui est important pour mon client ? Est-ce vraiment que mes commerciaux se déplacent jusqu'à eux ?
- > Est-ce que le fait que mes commerciaux se déplacent constitue un avantage concurrentiel ?
- > Quels sont les autres avantages collatéraux liés aux déplacements (pour moi, pour mes commerciaux)
- > D'où partent mes commerciaux, où vont-ils, quand et comment ?

Une fois cette réflexion menée, il convient de mettre en regard les différents modes de déplacement possible avec les besoins définis, les coûts associés, mais aussi l'acceptabilité des différentes possibilités pour les commerciaux (d'où la question sur les avantages collatéraux que représentent les déplacements pour les commerciaux).

Enfin, pour les cas où le déplacement en voiture est le meilleur choix au regard des étapes précédentes, plusieurs solutions sont possibles et cumulables.

Tout d'abord, il est intéressant de former les commerciaux à l'éco conduite (ceci peut représenter jusqu'à 20% d'économie de carburants).

Il faut ensuite reprendre l'analyse des types de trajets effectués (urbain, péri-urbain, longues distances) et cela conditionnera le choix du véhicule. Pour de l'urbain, l'achat d'un véhicule électrique s'impose. Pour le péri-urbain, pourquoi ne pas envisager un hybride rechargeable ? Pour les longues distances, il est conseillé d'opter pour un véhicule hybride ou GNV.

Bruno Vic

Gérant du cabinet [Labels & Territoires](#)

Comment susciter l'adhésion de tout le comité de direction à la mise en place d'une stratégie climat ?

Les membres d'un comité de Direction peuvent être variés et c'est pourquoi les arguments susceptibles de faire adhérer chaque membre du comité doivent aussi être variés et calibrés sur le profil des personnes présentes.

Cela tombe bien, car les bénéfices liés à la mise en place d'une stratégie climat sont nombreux et il y en a pour tous les goûts dans une optique gagnant-gagnant !

- Pour la direction : c'est un projet positif de réduction qui apportera de la fierté aux collaborateurs
- Pour les financiers : les réductions de GES apporteront des réductions de coûts
- Pour les commerciaux : mettre en avant la politique climat dans leur marketing est une merveilleuse façon de répondre à une demande forte du marché
- Pour le département HR : la stratégie climat est un super outil fédérateur pour tous.

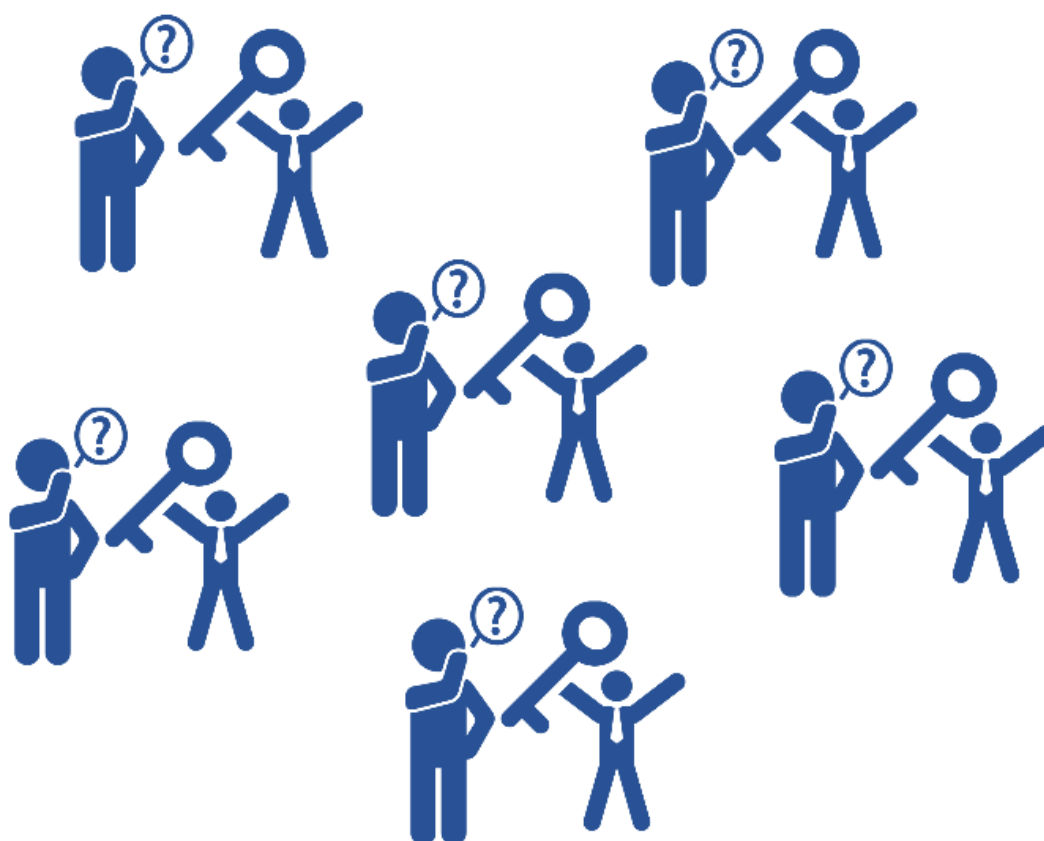
Conclusion : Peu importe la raison qui motive la mise en place d'une stratégie climat, l'important c'est de le faire ! De plus, dans chaque crise il y a une opportunité, mettre en place une stratégie climat, c'est saisir l'opportunité de changer en interne et de se positionner positivement vers ses clients.

Et pour essayer de convaincre les récalcitrants, je présente des exemples concrets d'une stratégie climat réussie. N'oublions pas que la stratégie climat est un levier économique qui doit s'adapter à la politique de l'Entreprise.

Frédéric Mathot

Directeur du cabinet [CO2 Strategy](#)

Réponses aux questions posées à l'écrit par les participants



« Quelles sont, sans réellement réaliser un PCAET, les principales études (à faible coût et rapides) à réaliser pour construire un plan simple et clair pour la population et les agents de la ville ? Par exemple une étude qualité de l'air ? »

Question posée par une mairie pour une ville de moins de 20.000 habitants, en région parisienne.

De rapides éléments de diagnostics du territoire peuvent être obtenus auprès des agences locales ou régionales de l'énergie, de l'air (Atmo) ou du climat. Ce diagnostic simple doit permettre d'identifier les grandes tendances d'évolution climatique, les grands postes de consommation d'énergie fossile et d'émissions de polluants atmosphériques du territoire. En général, à de rares exceptions près transports et chauffage représentent une part significative du problème sur lesquels une collectivité doit concentrer ses efforts. S'il s'agit d'une première démarche, il peut être intéressant de concentrer les moyens d'actions sur quelques actions exemplaires et visibles par tous afin de mobiliser autour de cette première action politique plutôt que de se lancer dans de longs et fastidieux diagnostics. Pour cela, une collectivité peut aujourd'hui s'appuyer sur les nombreux retours d'expérience de territoires pionniers qui ont entamé des démarches exemplaires à travers toute la France. On peut par exemple citer le réseau TEPOS animé par le CLER.

Par exemple, une identification des axes de déplacements majeurs sur le territoire directement réalisée par les acteurs peut permettre de prioriser le déploiement d'un réseau de pistes cyclables adaptées. En milieu rural où le bois-énergie représente une part importante des modes de chauffage, si l'enjeu est l'amélioration de la qualité de l'air, des techniques simples d'utilisation (foyers fermés, allumage par le haut, séchage du bois) permettent d'améliorer rapidement la qualité de l'air avant d'envisager des investissements plus importants via des changements d'équipement.

Enfin, les enjeux de la transition écologique et solidaire nécessitent une mobilisation large et transversale de tous les acteurs d'un territoire. A l'échelle d'une commune, les habitants et les services peuvent être inclus dans l'identification d'actions prioritaires à mettre en œuvre. Les entreprises, les agriculteurs et les associations peuvent également être mobilisés. L'ensemble de ces acteurs représentent souvent une ressource insoupçonnée d'un territoire. En effet, certains citoyens, certaines entreprises ou certaines associations ont développé depuis plusieurs années une fine expertise des enjeux énergie / climat qui peut aussi guider l'action politique d'une collectivité modeste. Evidemment, ce genre de démarches concertées demandent de réinventer les modes de décision politiques pour éviter que chacun ne cherche à tirer la couverture à soi tout en bénéficiant de l'expertise locale des différents acteurs.

Guillaume Martin
Pôle Energie Carbone chez [B&L Evolution](#)

« Comment “embarquer les élus” et les mobiliser efficacement sur la thématique PCAET et associer les parties prenantes aux travaux, en particulier les administrés ? »

Question posée par une communauté de communes de presque 42.000 habitants, à dominante rurale, organisée autour d'une ville centre et d'une vingtaine de communes de tailles plus modestes.

Il convient dans un premier temps de distinguer les temps que vous choisirez comme relevant de la co-construction, ceux relevant de la participation et ceux relevant de l'information.

La co-construction nécessite, pour être efficace, de bénéficier de participants ayant un minimum de connaissances sur les thématiques abordées et pouvant avoir des propositions valables à l'échelle d'un secteur d'activité. Il est donc souvent recommandé de la réaliser avec les élus et les représentants socio-économiques du territoire. Ce temps est un travail en commun permettant d'avancer sur des éléments très précis et concrets du PCAET. Il se réalise souvent sous forme d'ateliers de travail.

La participation est une remontée d'information, de points de vue, d'attentes vers la structure élaborant le PCAET. Les administrés y sont alors associés sous des formes qui peuvent être variables selon le temps disponible et les moyens consacrés : débat public, forum internet, adresse email dédiée pour faire remonter des propositions... Sur des territoires assez vastes, la participation des élus peut également être une méthode intéressante (via un questionnaire web par exemple) pour faire remonter les projets communaux en lien avec le PCAET à la connaissance de l'EPCI.

Enfin, l'information est une communication “descendante”. Elle accompagne les autres temps de concertation et est indispensable à une bonne appropriation de la démarche. Elle devra bien entendu être adaptée au public cible : réunion publique, expositions ou publication dans les bulletins locaux pour le grand public par exemple, documents de synthèse ou chiffres clés pour des élus.

Il n'existe pas de “recette miracle” pour susciter l'intérêt autour du PCAET et de ses temps de concertation. Cependant, quelques techniques peuvent permettre d'optimiser la mobilisation :

- S'appuyer sur les réussites du territoire, de manière à les citer en exemple et susciter des idées par prolongement
- S'appuyer sur les autres documents et plans existants ou en cours afin de lier les problématiques et d'éviter un PCAET “hors-sol”
- Traduire les éléments parfois trop théoriques que sont les émissions de GES, les consommations d'énergie ou bien encore les objectifs du PCAET en exemple concrets : surfaces de panneaux photovoltaïque pour des objectifs d'augmentation de la production d'énergie renouvelable, nombre de logements chauffés pour exprimer des consommations énergétiques...
- Faire témoigner des acteurs du territoire: AMAP, associations, utilisateurs de modes doux... qui deviennent alors des ambassadeurs du PCAET

Enfin, au-delà de la construction du PCAET, il est important de mobiliser les parties prenantes sur la mise en œuvre du programme d'action. Certains territoires ont choisi de faire s'engager les porteurs d'actions (organismes de transports, associations, communes, gestionnaire d'énergie, industriels, voire particuliers) par la signature d'un "engagement PCAET". Cela permet de mobiliser, de mettre en avant et valoriser les volontaires et de pouvoir avoir un contact régulier et suivi de la mise en œuvre des actions.

Gilles Grandval

Responsable du pôle énergie-climat chez [Mosaïque Environnement](#)

« Comment gérer les indicateurs dans un plan climat, de la façon la plus performante ? »

Question posée par un bureau d'études et de conseil

Les bonnes pratiques pour déterminer des indicateurs dans le cadre d'un plan climat résultent de plusieurs facteurs.

Facteur 1 : les indicateurs liés à une action doivent être déterminés par, ou en étroite collaboration avec, les personnes qui sont en charge de piloter cette action. Il ne servirait en effet à rien d'imaginer un indicateur théorique qui ne serait pas calculable facilement. Un bon critère de choix est de pouvoir mesurer le point 0 : d'où partons-nous ? Si l'indicateur choisi ne permet pas de déterminer le point de départ, changez immédiatement d'indicateur et/ou essayez-vous de déterminer la méthode pour calculer cet indicateur de manière simple.

Facteur 2 : Identifier qui suit quel indicateur, suivant quelle fréquence il est calculé et comment il "remonte" dans un tableau de bord global.

Facteur 3 : Distinguer ce que l'on veut mesurer avec plusieurs indicateurs, un nombre limité par action :

- La réalisation de l'action : combien de bâtiments isolés ? combien de vélos déployés ? combien d'éoliennes déployées ?
- Le résultat : combien de MWh économisés ? combien d'utilisateurs des vélos déployés ? combien d'énergie produite ?
- Le coût de l'action déployée.

Facteur 4 : Chaque pilote d'action tenant à jour ses deux ou trois indicateurs, ils sont ensuite regroupés par le chef de projet PCAET dans un tableau de bord qui permet à ce dernier d'avoir une vision globale pour piloter le plan d'actions, renseigner les élus et sa hiérarchie et, surtout, en mesurer l'efficacité.

Facteur 5 : Ces indicateurs doivent pouvoir permettre in fine de calculer périodiquement un indicateur global de coût, un indicateur d'énergie économisée, un indicateur d'énergie renouvelable produite et un indicateur de réduction de tonnes de CO2.

Facteur 6 : Ne pas oublier des indicateurs plus qualitatifs qui ne contribueront pas à un calcul d'efficacité globale mais qui pourront indiquer une tendance d'évolution, en particulier pour ce qui concerne les volets vulnérabilité/adaptation et sensibilisation/mobilisation pour lesquels des indicateurs de nature plus sociologique seront attendus.

Jean-Luc Manceau

Dirigeant du cabinet [Climat Mundi](#)

« Comment influencer astucieusement la direction dans une structure qui n'a pas de stratégie climat existante ou communiquée, ni de bilan GES ? »

Question posée par une structure internationale, mais de petite taille en France (<180 employés)

Il est difficile de répondre à cette question tant que l'on ne connaît pas le secteur d'activité et le type de clients (grands comptes ou non par exemple, importance de l'empreinte environnementale...) de l'entreprise.

En tout état de cause l'une des astuces, me semble-t-il, est de mettre en perspective le modèle économique de l'entreprise et les enjeux de GES. Il faut donc étudier si les clients importants de l'entreprise sont sensibles ou sont intéressés par ces enjeux et ne pas hésiter à interpeller la gouvernance sur l'opportunité de se pencher sur la question.

Il est possible aussi, lorsqu'une démarche RSE et/ou ISO 14001 est engagée, d'insister sur l'intérêt de s'appropriier ces enjeux dans le cadre d'une certification environnementale ou labellisation future en termes de RSE...

Jacques Aflalo

Dirigeant du Cabinet [A2DM](#)

« Comment mettre en place un plan de mobilité douce pour des consultants intervenant chez des clients divers en région parisienne, afin de permettre de faire notre part pour réduire notre Bilan Carbone® ? »

Question posée par un cabinet de conseil en management

Le plan de mobilité douce est un document cadre visant à mettre à disposition des pratiquants de la mobilité douce des réseaux de parcours attrayants, sûrs et continus ainsi que des infrastructures appropriées.

Dans le cadre de votre entreprise, il serait intéressant d'analyser les déplacements des consultants. Quel(s) moyen(s) de transport(s) utilisent-ils fréquemment ? Rail (métro, RER, transilien), bus, vélo, Autolib...

A partir de ce constat, je vous conseille de mettre en place un document de synthèse regroupant toutes ces informations.

Le plan de mobilité s'appuiera sur ce document en tenant compte du temps de déplacement et favoriser les énergies douces.

Bruno Vic

Gérant du cabinet [Labels & Territoires](#)

« Comment se fixer des objectifs de CO2 réalistes et ambitieux ? Comment lier les actions de réduction GES avec les baisses ou hausses de CO2 indiquées par les bilans carbone ? A quel moment peut-on parler de neutralité carbone lors de la mise en place d'actions de compensation carbone ? »

Questions posées par une grande entreprise fabricante de produits bio et naturels.

▪ **Comment se fixer des objectifs de CO2 réalistes et ambitieux ?**

Pour fixer les objectifs de réduction de CO2 réalistes et ambitieux, il est important d'impliquer tous les acteurs de l'entreprise, ainsi que les parties prenantes.

Le plan d'action doit être co-construit avec les responsables de services concernés. Quand on est impliqué dès l'émergence d'une action, on est généralement moteur à la voir se concrétiser.

Le plan d'actions doit :

- Intégrer les actions passées, en cours et à venir pour valoriser tous les efforts.
- Consolider les différents plans d'actions présents dans l'entreprise : énergies et fluides, investissements, système de management, R&D, emballages, réduction des déchets, ...) puisque toutes ces thématiques peuvent avoir des bénéfices pour le Bilan Carbone®.

Le plan d'actions doit ensuite être challengé : faisabilité technique, simulation économique, risque à mettre en place l'action ET risque à ne pas mettre en place l'action, acceptabilité client, échéancier, innovation, niveau de réduction de CO2 attendu sur l'impact global, coût de la tonne de CO2 évitée, externalités positives...

▪ **Comment lier les actions de réduction GES avec les baisses ou hausses de CO2 indiquées par les Bilans Carbone® ?**

Tout d'abord, la comparaison des résultats du Bilan Carbone® sur la variation d'émissions de GES se fait de manière interannuelle : analyser les résultats obtenus sur une échelle de temps plus courte ne serait pas significatif. Ensuite, l'interprétation des données récoltées dans le Bilan GES d'une année à l'autre par rapport aux actions entreprises doit être réalisée avec prudence.

Les points de vigilance à avoir lors de l'interprétation d'écarts perçus :

- Les périmètres organisationnels et opérationnels ont-ils changé ?
- A-t-on utilisé la même méthodologie et la même version de l'outil Bilan Carbone® ?
- Certains facteurs d'émission ont-ils évolués ?

Si vous répondez oui à une de ces questions, une analyse des écarts liés à ces questions doit être faite avant d'associer des réductions ou augmentations à des actions réalisées.

En ce qui concerne les réductions de CO2, le suivi annuel du plan d'action de GES permet de connaître les actions mises en place et le niveau de réalisation (10%, 50%, 100%). Chaque action est

quantifiée pour évaluer les gains de CO2 associés. Ainsi, ils permettent d'interpréter une partie des écarts inter-annuels.

Enfin, les hausses de CO2 peuvent être liées :

- A l'augmentation d'activité, c'est pourquoi il est important de suivre son intensité carbone en valeur absolue (TCO2) et en valeur relative (TCO2/unité de production).
- A une moins bonne efficacité annuelle, qui peut être expliquée par des facteurs internes (ex : nouvelle ligne de production) ou externes (ex : météo).
- A la répercussion d'une action de réduction mise en place sur un autre poste.

L'entreprise a planté 1 030 000 arbres dans le monde depuis 2011, avec comme facteurs clés de réussite des demandes des associations, des recherches et visites sur place ainsi que du mécénat environnemental.

- **Comment savoir combien ces arbres stockent de carbone chaque année ? Quelles sont les conditions pour pouvoir parler de neutralité carbone ?**

La compensation carbone répond à des règles très strictes :

- **La mesurabilité** : les émissions de GES évitées doivent être comptabilisées sur la base d'une méthodologie validée par un tiers indépendant.
- **La vérifiabilité** : un auditeur indépendant vérifie annuellement les économies de GES réalisées sur le projet.
- **La permanence** : les émissions de GES doivent être évitées pendant au moins 7 ans.
- **L'additionnalité** : le projet doit permettre d'éviter des émissions de GES par rapport à une situation de référence. Le porteur du projet doit également prouver que sans le revenu issu de la vente des crédits carbone, son projet n'aurait pas pu être mis en œuvre.

Ainsi, l'organisme auquel vous faites appel doit pouvoir vous fournir un certificat de compensation vous indiquant combien de carbone est stocké grâce aux arbres plantés.

Pour pouvoir parler de neutralité carbone, il faut être très attentif au périmètre sur lequel on souhaite communiquer. On parle de neutralité carbone pour une activité ou un produit 100% compensé. Ainsi, il est nécessaire d'être transparent sur le périmètre organisationnel étudié, la méthode de comptabilisation des émissions, les scopes et postes pris en compte.

Fanny Pénet

Directrice des opérations et responsable du pôle carbone chez [O2M Conseil](#)

**« Par où commencer lorsqu'on démarre ou souhaite mettre en œuvre une stratégie climat ?
Avez-vous des exemples de gains/bénéfices économiques en entreprise ? »**

Question posée par une grande entreprise fabricante de biscuit

Par où commencer lorsqu'on démarre ou souhaite mettre en œuvre une stratégie climat ?

Voici les étapes qui permettront de réussir sa stratégie climat :

1. Définir un « green team » responsable de l'étude et de la mise en place de la stratégie climat.
2. Définir sa stratégie climat sous forme d'une vision et d'un objectif. Exemple : « Notre entreprise souhaite agir concrètement pour le bien de la planète et s'engage à diminuer de x% ses émissions de gaz à effet de serre à l'horizon 2030 ».
3. Respecter les étapes de la méthode Bilan Carbone® :
 - 3.1. Sensibiliser tous les collaborateurs aux enjeux climatiques : étape essentielle qui permettra de fédérer le personnel dans la mise en place de la stratégie climat.
 - 3.2. Définir le champ d'étude et la cartographie des flux : ce qui permettra de définir le périmètre de l'étude carbone pour ensuite cartographier l'ensemble des flux inclus dans ce périmètre.
 - 3.3. Collecter les données.
 - 3.4. Exploiter et analyser les résultats.
 - 3.5. Organiser des groupes de réflexions afin d'établir un plan d'action. Moment très important où le personnel sera impliqué dans des réflexions pour réduire les émissions.
 - 3.6. Mettre en place ce plan et assurer son suivi.
4. Communiquer les résultats en interne et en externe.
5. Compenser une partie ou toutes les émissions résiduelles de CO2 afin d'offrir un produit « neutre en CO2 ».

Avez-vous des exemples de gains/bénéfices économiques en entreprise ?

Dans la majorité des cas, une diminution des émissions de CO2 se traduira par une diminution des coûts. En effet, si, par exemple, des actions permettent de diminuer les consommations énergétiques, cela implique forcément moins de dépenses pour ce poste. Ou encore, si vous optimisez vos livraisons pour diminuer les émissions de CO2 liées à ce flux, cela signifiera qu'il y aura moins de transport et donc, diminution du coût de ce poste.

Les gains/bénéfices varient en fonction du type d'entreprise.

A titre d'exemple, pour une société wallonne qui fabrique des blocs en bétons, nous avons, à l'aide des chauffeurs, mis en place des actions qui se sont traduites par une diminution importante de la consommation des camions utilisés pour les livraisons (environs 15%), et donc, par une diminution importante du coût de ce poste qui représentaient l'achat de plus d'un million de litres de diesel par an.

Cet exemple démontre l'importance d'impliquer les personnes concernées dans la mise en place d'actions de réduction afin que ces réductions soient intégrées dans les gestes au quotidien, et ce, pour toujours !

Frédéric Mathot

Directeur du cabinet [CO2 Strategy](#)

« Comment passer d'un faisceau d'actions en faveur du climat à une conviction que nous mettons en œuvre ce qui est nécessaire et suffisant pour rester en deçà des 2°C lorsqu'il n'y a pas de référentiel sectoriel défini ? »

Question posée par un grand groupe industriel dans le secteur de la chimie.

Le secteur chimie, par la diversité de ses actions, est effectivement difficile à benchmarker, ce qui explique l'absence à ce stade de référentiel SDA précis pour ce secteur.

Dans ce contexte, pour rester sur les émissions du scope 1 et 2 liées à votre activité, plusieurs approches sont possibles, de la plus générale à la plus spécifique à votre activité :

- Utiliser une méthode globale SBT, basée sur la réduction de l'intensité carbone économique de l'activité
- Utiliser le référentiel général "industrie" pour définir un rythme de décarbonation "nécessaire"
- Proposer pour vos 3 principaux segments d'activité votre propre vision de la trajectoire de réduction atteignable, basée sur l'estimation des gisements atteignables et les études prospectives existantes sur le rôle de la chimie dans un monde 2°C.

Mais ces approches restent à notre sens partielles car ne rendent compte que de la moitié de l'enjeu stratégique lié au climat pour votre entreprise. En effet, en tant que fournisseur de "matériaux innovants" et de "briques de base" pour l'ensemble des activités économiques, l'évaluation de la contribution de vos produits aux objectifs 2°C des différents marchés finaux (automobile, ...) est aussi importante que l'évaluation de la trajectoire des émissions directes de l'entreprise.

Guillaume Neveux

Directeur associé chez [I Care & Consult](#)

« Comment estimer correctement le scope 3 en aval, compte-tenu de la diversité des produits que nous fabriquons ? Comment définir une stratégie qui s'aligne sur les 2°C, en particulier le scope 3 ? »

Question posée par un grand groupe industriel dans le secteur de la chimie.

En ce qui concerne le Scope 3 et en particulier le Scope 3 aval, il faut accepter de progresser pas à pas, d'un bilan sur l'autre, pour en affiner progressivement la prise en compte d'un BEGES à l'autre.

Si l'entreprise met sur le marché une diversité importante de produits, il s'agit de les rassembler en catégories aussi homogènes que possible du point de vue de leurs impacts GES respectifs au sein de ces étapes de leurs cycles de vie (procédés de transformation, consommations d'énergie et/ou de matière à l'usage puis modalités de traitement de fin de vie comparables), puis pour chacune des catégories ainsi définies prendre le temps d'étudier le profil d'impact GES d'un produit phare au sein de cette catégorie.

Les postes du BEGES se calculeront par extrapolation des résultats obtenus sur ce produit à l'ensemble de la catégorie, puis par somme des émissions de GES ainsi calculées pour chaque catégorie.

Il n'est pas rare qu'il apparaisse assez vite que l'impact GES de l'une (ou d'un nombre très réduit) de ces catégories domine largement toutes les autres: dans ce cas, l'effort principal pour obtenir un calcul fiable devra clairement porter sur ce poste pour ces étapes du cycle de vie des produits, tout comme - et c'est le plus important - le plan d'action qui découlera du BEGES.

Il n'existe pas de stratégie simple et uniforme pour définir une stratégie d'alignement 2° du Scope 3 aval. Une approche possible est de s'intéresser aux objectifs 2° des secteurs d'activités qui transforment et utilisent les produits vendus par l'entreprise et de fixer les objectifs de progrès de l'entreprise sur cette partie du cycle de vie des produits en référence à ceux de ces secteurs d'activité.

Si l'entreprise vend ses produits dans plusieurs secteurs d'activité différents, elle peut ainsi imaginer se fixer un objectif pertinent, en principe, par combinaison de ceux de ces secteurs d'activité.

Nous n'avons pas de retour d'expérience sur cette approche à ce stade.

Rémi Marcus

Co-fondateur, consultant et formateur chez [ECO2 Initiative](#)

« Comment réduire l’empreinte carbone en amont dans la chaîne d’approvisionnement de nos produits, en sachant que nous n’intervenons pas directement sur cette partie de leur cycle de vie ? »

Question posée par un grand groupe dans le secteur agroalimentaire

La façon la plus directement opérationnelle de progresser sur le sujet de l’empreinte carbone de vos produits est de nouer un/des partenariat(s) avec un/des fournisseur(s) en ayant la volonté commune de s’améliorer sur ce critère. Leur attitude positive ou non devant une telle proposition pourrait même devenir un critère de sélection à court terme. L’empreinte carbone des produits achetés pourra intervenir in fine comme un des critères de choix d’un fournisseur, à qualités gustative et nutritive équivalentes. Cette option est applicable seulement si vous êtes un client important du fournisseur bien sûr.

La relation partenariale a l’avantage pour le fournisseur concerné de réduire le risque commercial associé à l’évolution de ses pratiques, puisque la démarche se fait en accord avec son client. Bien entendu, cela revient à modifier votre intervention sur vos produits et à intervenir - au travers de cette relation partenariale provisoire et de façon transitoire - sur les étapes amont du cycle de vie.

Un autre levier intéressant à utiliser auprès de vos fournisseurs est d’apprendre à poser les bonnes questions pour mieux évaluer l’impact environnemental de vos produits. En effet, pour pouvoir agir sur leur empreinte carbone, il est important d’en comprendre les principaux déterminants. Cette démarche sera d’autant plus facile si la relation avec votre fournisseur est ouverte à la collaboration, comme vu ci-dessus.

S’il s’agit d’un produit brut acheté auprès d’un exploitant agricole :

- Quelle quantité et quel type d’énergie consommée par kilogramme de produit pour la culture et/ou l’élevage ?
- Quels sont les intrants utilisés pour cultiver le produit : insecticides, pesticides, types d’engrais ? Quelle quantité d’intrants par kilogramme de produit ?
- Quels modes de cultures pour un produit d’origine végétale : hors-sol, sous serre, en pleine terre, etc ?
- Quels modes d’élevages pour un produit d’origine carnée : plein air, pâturage, type de nourriture donnée aux animaux ?
- Quels labels de qualité possède-t-il : bio, label rouge, AOP, etc ?
- Quelle est sa provenance et quel est le mode de transport utilisé ?
- Quels emballages utilisés : quantité et type ?
- Quelle quantité de déchets par kilogramme produit ?

S'il s'agit de produits déjà préparés achetés auprès d'une entreprise ayant déjà procédé à une première transformation :

- Quels sont les constituants ? Une viande bovine aura un impact beaucoup plus important que n'importe quelle autre viande ou que n'importe quelle protéine d'origine végétale.
- Quelle est la provenance de ces constituants et les modes de transports utilisés ?
- Quelle quantité et quel type d'énergie consommée pour le processus de transformation ?
- Quels emballages utilisés : quantité et type de matériau ?
- Quelle quantité de déchets par kilogramme produit ?

Plus vous serez proches de vos fournisseurs, plus il vous sera facile de poser des questions précises et de travailler sur les points d'amélioration de l'empreinte carbone de vos produits, en amont de la chaîne d'approvisionnement. L'avantage pour vous est de gagner en savoir-faire sur les marges de manœuvre à cette étape du cycle de vie, autant de leviers d'actions que vous pourrez ensuite demander à d'autres fournisseurs d'activer. Vous récupérez ainsi la maîtrise de votre empreinte carbone tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Jean-Luc Manceau

Shafik Asal

Rémi Marcus

Dirigeant du cabinet
[Climat Mundi](#)

Directeur associé chez
[ECO2 Initiative](#)

Co-fondateur chez
[ECO2 Initiative](#)

N'hésitez pas à faire appel aux [membres de l'APCC](#), tous experts sur les thématiques énergie, climat et environnement, pour vous conseiller et vous accompagner !

[L'annuaire des membres](#) vous permet de trouver chaussure à votre pied grâce aux index par domaine de compétences, spécialités sectorielles et zones géographiques.

Vous pouvez aussi [contacter directement l'APCC](#) pour nous poser vos questions et/ou diffuser une annonce ou un appel d'offre



Association
des Professionnels
en Conseil Climat
Énergie et Environnement

2018

ANNUAIRE DES MEMBRES

www.apc-climat.fr
contact@apc-climat.fr



Missions



Représenter les entreprises qui accompagnent et conseillent au quotidien les entreprises, collectivités et établissements publics sur les sujets liés à la transition énergétique



Inscrire ses membres dans une **démarche d'échange et d'amélioration continue**



Informé, expliquer, donner des clés et diffuser les bonnes pratiques aux organisations sur les thématiques liées à la transition énergétique

Actions phares

- Participation aux politiques pour la transition vers une économie décarbonée
- Consultation dans le cadre des évolutions réglementaires et méthodologiques
- Groupes de travail, d'échange et de réflexion, production de livrables
- Participation à des travaux avec nos parties prenantes
- Les Webconf' de l'APCC
Les Journées Nationales du Climat, dans la continuité des Rencontres Régionales du Carbone

Objectifs des groupes de travail de l'APCC



Inscrire la profession dans une démarche d'échange et d'amélioration continue

- Echanges d'informations thématiques entre pairs
- Retours terrain
- Interprétations de la loi



Etre en capacité d'influencer la législation

- Propositions concrètes aux législateurs
- Interlocuteurs privilégiés des institutionnels



Gagner en visibilité auprès de potentiels clients

- Diffusion des productions des GT à un large public

Métiers représentés

Plans de mobilité

Adaptation au changement climatique

Stratégie carbone (SBTI / ACT)

Compensation et comptabilité carbone

Accompagnement aux certifications ISO 50001 / ISO 14001

Plans climat air énergie territoriaux (PCAET)

Planification énergétique des territoires

Évaluation environnementale stratégique

Énergies renouvelables

ACV / Éco-conception



Energie, climat et RSE

*L'un des tous premiers instituts
de formations environnementales
et sociétales...*

**VOUS SOUHAITEZ RENFORCER
ET ACCROÎTRE VOS COMPÉTENCES
SUR LES ENJEUX CLIMAT, ÉNERGIE ET RSE...**



Depuis de nombreuses années, l'IFC a pour buts de permettre à votre entreprise, à votre collectivité, à votre institution de :

- > mettre à jour vos connaissances,
- > monter en compétence,
- > mieux vous préparer à répondre à vos exigences réglementaires.

Nos formations sont animées par des consultants connus et reconnus sur des sujets tels que : Bilan Carbone® - Fondamentaux Energie/Climat - Système de management GES - Mise en place d'une politique RSE - Événements responsable - Achats responsables - Communication responsable - Gestes éco-responsables...



RENDEZ-VOUS SUR WWW.IF-CARBONE.COM OU CONTACTEZ-NOUS AU 0805 693 444