

Acteur économique : Pourquoi s'engager dans une stratégie de décarbonation ?

En France, le système économique basé sur la croissance incite les entreprises à se développer et à augmenter leur rentabilité. Pourtant, le contexte actuel de la crise climatique et de la crise énergétique remet en question la viabilité de cette approche. Le développement des entreprises est toujours recherché et félicité mais il doit être compatible avec l'appauvrissement des ressources finies et plus globalement le respect des **limites planétaires**. C'est là que la stratégie de **décarbonation** rentre en jeu. Elle permet aux entreprises de limiter l'impact du réchauffement climatique et de réduire sa dépendance aux énergies fossiles. Elle est également un bon moyen de fournir des preuves d'engagement, nécessaires pour éviter tout **greenwashing**.

En 2023, Le choix de la décarbonation est inévitable

1. L'urgence climatique est réelle.

Grâce aux nombreux appels alarmants des scientifiques (rapports du GIEC), **nous savons aujourd'hui que les activités humaines perturbent le climat et contribuent à l'accélération des catastrophes naturelles** : méga feux, inondations, fonte des glaciers, canicules à répétition, sécheresses, perte de la biodiversité et épidémies... Autant d'événements malheureux que nous avons déjà vu en 2022 et qui vont continuer de se produire dans les années à venir.

Nous savons également que **l'utilisation des énergies fossiles dans l'industrie, les transports, l'agriculture et les bâtiments génère d'importantes émissions de gaz à effet de serre**. La concentration croissante de ces composés dans l'atmosphère crée un **effet de serre additionnel**, qui est lui-même responsable du dérèglement climatique.

Si nous voulons **limiter le réchauffement climatique à +2°C**, comme le prévoient les Accords de Paris de 2015, nous devons donc miser sur la décarbonation de l'économie et **remplacer les énergies fossiles par des énergies faiblement émettrices de GES, et des énergies renouvelables** par exemple. Nous devons également **réduire notre consommation globale** en parallèle car à ce jour nous ne savons pas maintenir notre société à un tel niveau de consommation énergétique sans utiliser les énergies fossiles. En 2019, elles représentaient plus de 84% de notre consommation énergétique...

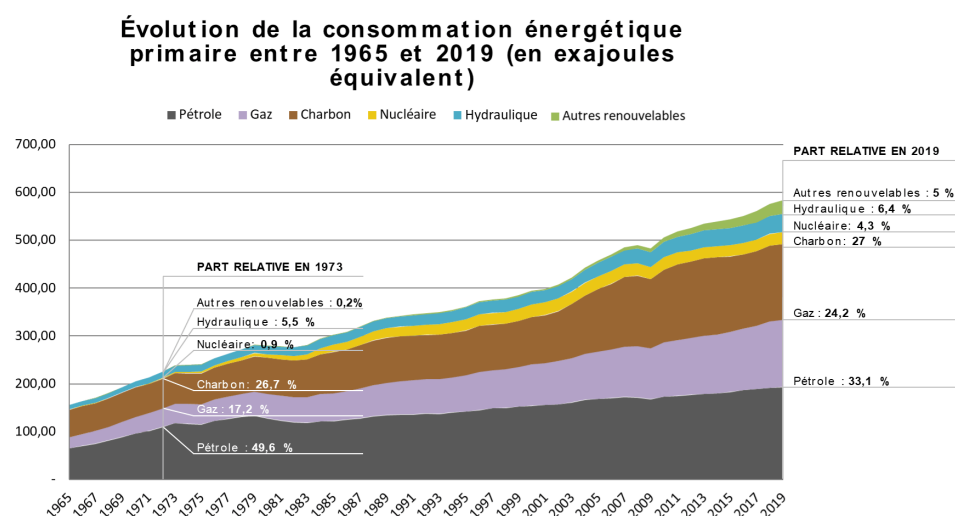


Illustration 1 : Les énergies ne se remplacent pas, elles s'accumulent.
Évolution de la consommation énergétique primaire entre 1965 et 2019

2. Des réglementations de plus en plus strictes se mettent en place.

Face à l'urgence climatique, les décideurs politiques ont décidé d'établir un plan qui vise à **atteindre la neutralité carbone d'ici 2050**. Plus concrètement, chaque Etat signataire des Accords de Paris prévoit une stratégie pour décarboner son économie, c'est-à-dire **réduire drastiquement les émissions de carbone** induites par les activités du pays d'une part et **maximiser les puits de carbone** naturels pour compenser les émissions qu'il n'est pas possible de réduire d'autre part.

Petit rappel ! Il est important d'avoir en tête que **le concept de « zéro émission nette » ne peut pas s'appliquer directement aux acteurs économiques**. Pour y voir plus clair et aider les entreprises à décarboner leur activité, Carbone 4 a créé le référentiel Net Zero Initiative, qui pose les fondations d'une interprétation du concept « zéro émission nette » à l'échelle des entreprises.

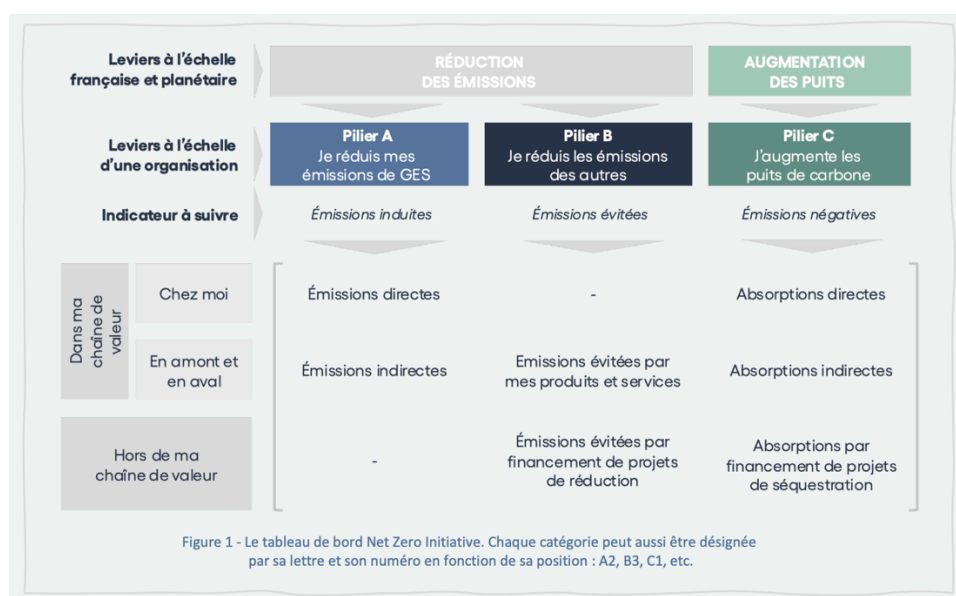


Illustration 2 : Tableau de bord Net Zero Initiative. Explication du concept « zéro émission nette » à l'échelle des entreprises.

Les acteurs économiques ont un grand rôle à jouer pour atteindre cet objectif. En France, ils doivent pouvoir comprendre et **contribuer à la stratégie nationale bas carbone (SNBC)**, qui définit le cadre pour engager la transition bas carbone du pays.

Ainsi, à horizon 2050, la France prévoit une réduction drastique des émissions de GES dans l'Agriculture (46%), dans l'Industrie (81%), dans le transport (zéro émission à l'exception du transport aérien domestique) et dans le bâtiment (zéro émission). Tous les acteurs de l'économie française sont concernés.

La loi française a également prévu **un bilan d'émissions de GES**, à réaliser tous les 3 ou 4 ans, et obligatoire pour certains acteurs économiques. **Les entreprises du secteur privé, et de plus de 500 salariés sont concernées.** Pour aider les entreprises, le gouvernement a investi en février 2022, 5,6 milliards d'euros, entièrement dédiés à la décarbonation de l'industrie française.

3. Le marché de carbone européen s'étend à tous les secteurs et au-delà des frontières. Bonne nouvelle pour les entreprises ?

Depuis l'instauration du marché de carbone européen en 2005, mesure incitative prévue par le **Protocole de Kyoto** pour encourager les Etats à réduire leurs émissions, les entreprises sont soumises à des quotas : elles bénéficient d'aide financière si elles réduisent leurs émissions de carbone, et dans le cas contraire, elles doivent payer un droit à émettre, selon **le principe du pollueur-payeur**.

Si le système a eu ses défauts, permettant à certaines entreprises de privilégier l'achat de quotas plutôt que de réduire ses émissions de carbone dans les années suivant la crise de 2008, **la Commission européenne a prévu en 2021, une série de mesures permettant de renforcer le marché et d'atteindre les objectifs du Pacte vert européen visant à réduire de 55% les émissions de carbone de l'UE d'ici 2030.**

Cette réforme cherche notamment à inclure tous les acteurs économiques, **en mettant fin aux quotas gratuits pour les compagnies aériennes, à partir de 2027, en étendant le marché actuel au secteur maritime ou encore en créant, à partir de 2026, un nouveau marché du carbone pour le transport routier et le chauffage des bâtiments.**

Pour rappel, l'UE s'est fixé des objectifs ambitieux de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre en visant notamment la neutralité carbone d'ici 2050 et mis en place **le pacte vert** pour réaliser ces objectifs.

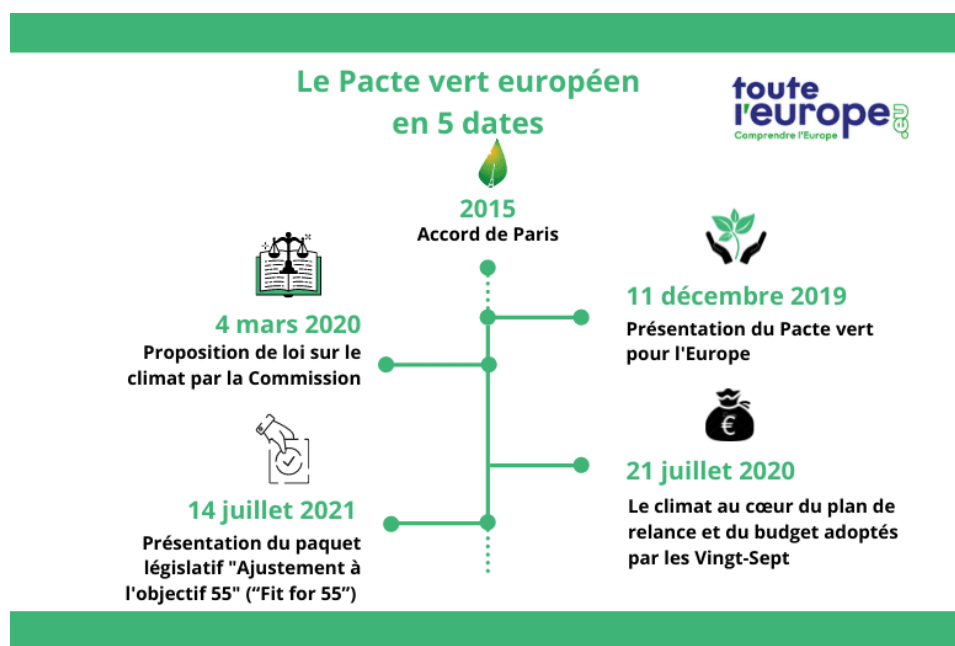


Illustration 3 : Le Pacte vert européen en 5 dates clés, 2021.

Pour aller plus loin, les législateurs européens ont conclu un accord en décembre 2023 pour la mise en œuvre d'une **taxe carbone aux frontières**. « Cet instrument vise à **préserver la compétitivité des entreprises européennes**, en assurant une juste concurrence avec les États tiers aux normes climatiques moins exigeantes et en les poussant à s'aligner sur les canons européens. »¹ Si le

¹ Source ; <https://www.lesechos.fr/monde/europe/climat-le-parlement-europeen-adopte-la-taxe-carbone-aux-frontieres-1888558>

dispositif n'entre en vigueur qu'à partir de 2026, les importateurs doivent déclarer dès octobre 2023, la quantité d'émissions contenues dans les biens reçus.

De fait, le contexte réglementaire européen valorise de plus en plus les organisations qui s'engagent dans une stratégie de décarbonation. Entamer une démarche bilan carbone, c'est donc non seulement un moyen de répondre à l'urgence climatique mais aussi de **respecter les réglementations françaises et européennes** et les anticiper pour **rester compétitif** sur le marché économique.

Plaire à son écosystème pour réussir

1. La société d'aujourd'hui réclame plus de responsabilité et de sobriété

Répondre aux demandes de la société est le devoir de tout acteur économique. S'il est vrai que certaines entreprises créent des nouveaux besoins et contribuent à la surconsommation, (modèle responsable en partie du dérèglement actuel), d'autres répondent simplement à la demande du moment.

Dans les années 1950, l'heure était à la mobilité, avec le développement de la voiture pour voyager librement pendant les vacances. Dans les années 2010, l'heure était à la communication instantanée, avec le développement des smartphones et des réseaux sociaux pour être connecté partout à n'importe quelle heure de la journée. Dans les années 2020, la mobilité et la communication instantanée sont toujours autant en vogue mais à cela, vient s'ajouter **l'heure de la responsabilité et de la sobriété**. Ce n'est pas pour rien si le terme sobriété a atteint des records sur Google Trends au début du mois d'octobre. **56% des Français pensent qu'il est urgent d'agir pour le climat.**



Illustration 4 : Campagne de prévention pour la sobriété énergétique : « chaque geste compte », novembre 2022.

Cette prise de conscience vient modifier les consommations, permettant au marché de la mobilité douce d'exploser avec une augmentation du nombre de cyclistes de 66% en à peine un an, pour ne citer qu'un exemple. **Aujourd'hui, les consommateurs attendent des actions réelles d'engagement des entreprises.** La stratégie de décarbonation est un réel atout, puisqu'elle envoie un signal fort d'engagement pour la planète.

Ces nouveaux besoins se font également ressentir à l'intérieur des entreprises. D'après une étude d'Audencia et jobs_that-makesense, publiée en avril 2022 et menée auprès de salariés et d'étudiants, **le sens au travail est une préoccupation pour 92% des répondants.** Et **plus de 8 jeunes sur 10 ont le sentiment qu'il est important d'avoir un emploi utile à la société.** À l'heure où l'attraction et la rétention des talents est l'un des premiers enjeux pour permettre aux entreprises de rester dans la course, les collaborateurs sont de plus en plus exigeants et réclament un engagement réel pour le climat.

Le collectif Pour un réveil écologique exprime très bien les nouvelles ambitions des jeunes diplômés des grandes écoles, et invite toutes les entreprises à prendre en compte ce nouveau critère pour changer réellement leurs pratiques et inclure l'écologie dans leur activité.

2. Embellir son image, mais à quel prix ?

Tous les consommateurs (ou presque) souhaitent vivre dans un monde plus respectueux de l'environnement, dans un monde où nos économies ne reposent plus sur les énergies fossiles et s'engagent dans une transition bas carbone.

Pour répondre à ces besoins, **certaines entreprises usent, consciemment ou inconsciemment, de stratagème pour verdir une offre, minimiser l'impact de leurs activités, et utiliser certains arguments écologiques à des fins publicitaires** (la compensation carbone sans réduction drastique des émissions de carbone, par exemple). Seulement le public n'est pas dupe. Les réseaux sociaux sont un très bon moyen de voir les effets du **greenwashing**. Et de nombreuses associations, médias et consommateurs alertés n'hésitent pas à dénoncer les entreprises qui usent de ces mauvaises pratiques.

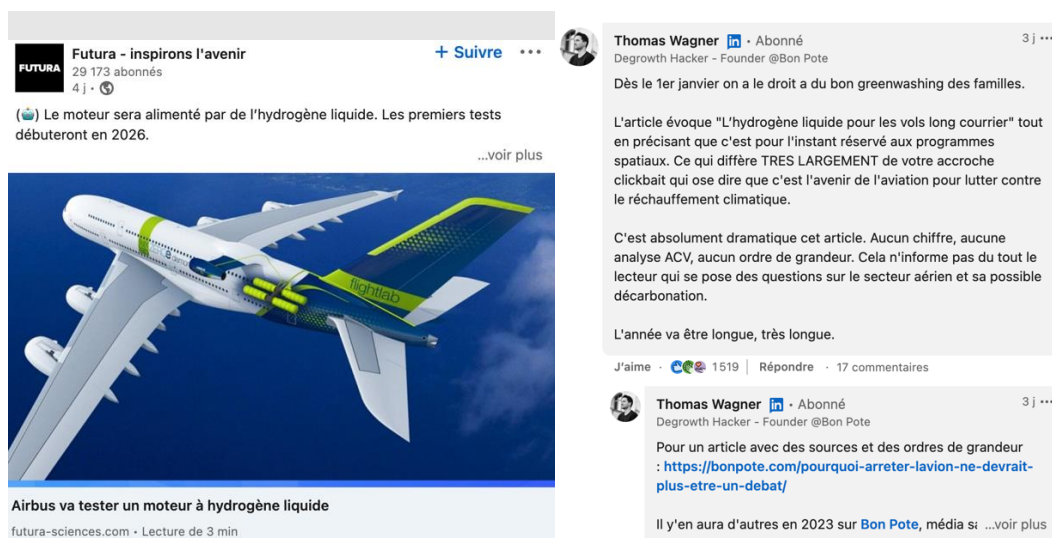


Illustration 5 : Publication et commentaires sur LinkedIn, entre la page Futura – inspirons l’avenir et Thomas Wagner (Bon pote).

En plus d’influenceurs aguerris comme Thomas Wagner, fondateur du média indépendant Bon Pote, ou le collectif Pour un réveil écologique, ou même le très célèbre Jean-Marc Jancovici, c’est au tour des réglementations françaises de condamner les entreprises qui font du greenwashing.

Depuis le 1^{er} janvier 2023, l’utilisation abusive du label « neutralité carbone » est punie par la loi (Loi Climat et résilience). Les entreprises qui ne s’y tiennent pas risquent une amende de 100 000 euros.

Il ne faut donc pas oublier que **communiquer sur les enjeux écologiques implique une démarche transparente**, qui va de pair avec une stratégie de décarbonation, et plus globalement une stratégie climat.

S'engager dans une stratégie de décarbonation c'est anticiper des risques à tous les niveaux :

- Gérer l'appauvrissement des ressources finies (énergies fossiles) et affronter la crise énergétique avec plus de sérénité
- Anticiper les réglementations et éviter des coûts supplémentaires
- Répondre à la quête de sens des collaborateurs pour recruter et fidéliser les talents
- Conserver la confiance des clients et des partenaires avec une communication transparente

Les risques de la dépendance carbone

impakt

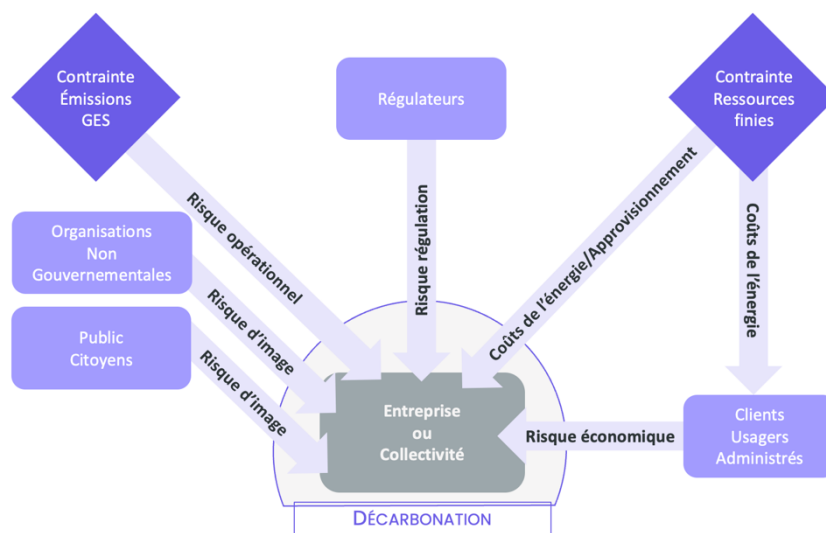


Illustration 6 : Les risques de la dépendance carbone : risque d'image, opérationnel, de réglementation, économiques et coûts de l'énergie.

Loin de répondre uniquement au défi climatique, **s'engager dans une stratégie de décarbonation permet aux acteurs économiques de revoir leur gestion globale des risques**. À l'heure où les crises se multiplient dans nos sociétés (COVID 19, conflits géopolitiques à la porte de l'UE, inflation, crise énergétique, intensification des phénomènes météorologiques hors norme etc...), il est plus que temps pour les entreprises d'**anticiper l'avenir et de prévoir un plan d'action concret pour réduire ses émissions de carbone**.

Tout savoir sur le carbone en France

- [Ecologie.gouv - la SNBC en 10 points \[1\]](#)
- [CEDEF - bilan carbone entreprise \[2\]](#)
- [ADEME, la décarbonation de l'industrie se poursuit avec France 2030 \[3\]](#)
- [Vie publique - le marché européen du carbone en 7 questions \[4\]](#)
- [Les Echos.fr – le parlement européen adopte la taxe carbone aux frontières](#)
- [Le net zéro](#)

Les études

- [Greenflex et Yougov, Baromètre 2021 de la consommation responsable, 2022 \[6\]](#)
- [Harris Interactive pour Pour un réveil écologique, « les jeunes et la prise en compte des enjeux environnementaux dans le monde du travail », 2022 \[8\]](#)

A propos du greenwashing

- [Pour un réveil écologique, Calendrier de l'Avent du Greenwashing sur les réseaux sociaux \[9\]-](#)
- [ADEME, guide de la communication responsable, édition 2022](#)
- <https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/greenwashing-lutilisation-abusive-du-label-neutralite-carbone-punie-par-la-loi-1893390>

Autres

- [Le Parisien, comment l'année 2020 a tout bouleversé à Paris et au delà, 27.12.2020](#)