

BILAN CARBONE

**10 raisons de le réaliser
maintenant pour mon
entreprise**



Quand il s'agit du climat, (presque) tout le monde s'accorde à dire qu'il y a urgence. Pour autant, mettre en place votre propre stratégie bas carbone peut prendre du temps. La bonne nouvelle ? On est passé par là, et on sait par où vous devez commencer - ou continuer :)

Parce qu'on gère toujours mieux ce qu'on peut mesurer, voici les 10 raisons pour lesquelles vous devriez, dès aujourd'hui, réaliser le bilan carbone de votre entreprise.

Qu'est-ce qu'un Bilan carbone ?

Le concept de Bilan Carbone ne date pas d'hier : il consiste en l'estimation et le suivi des émissions de gaz à effet de serre (GES) générées par l'activité de votre entreprise. Ces données sont souvent exprimées en dioxyde de carbone équivalent (CO₂e).

Si le principe est relativement simple, le défi réside souvent dans le choix du périmètre pertinent pour la réalisation du Bilan Carbone, la collecte des données nécessaires et la bonne compréhension des méthodologies de calcul.

Quel périmètre considérer ?

Quelles sont les installations concernées par votre bilan carbone ? Votre structure, quelque soit son niveau de complexité, peut posséder, gérer ou être impliquée dans les activités d'une ou plusieurs installations. C'est le périmètre "organisationnel". Chaque installation peut comporter des puits et/ou des sources de gaz à effet de serre.

Il convient ensuite de définir votre périmètre opérationnel, c'est-à-dire les différents postes d'émissions de CO₂ et qui vont être analysés dans votre bilan. Ces postes sont souvent rangées dans 3 "familles" distinctes : **Scope 1, 2 et 3.**

Scope 1/2/3, kezaiko ?

Le scope 1 est le périmètre le plus "limité" de calcul des émissions de CO2 d'un bilan carbone. On y mesure uniquement les émissions qui sont directement la conséquence des activités contrôlées par votre entreprise, donc directement liées à la fabrication de votre produit ou service.

Le scope 2 regroupe les émissions indirectes de CO2 liées à la production d'électricité ou de chaleur. La fabrication de votre produit ou service implique une consommation d'énergie qui, en soi, ne produit pas de GES : ce qui nous intéresse ici, c'est la production d'électricité associée - par exemple, celle nécessaire pour alimenter un entrepôt de torréfaction de café.

Le scope 3 est le plus "large" puisqu'il inclut les autres émissions indirectes, c'est-à-dire toutes ces émissions de GES qui ne sont pas directement associées à la fabrication de votre produit / service. Il faut alors regarder partout ailleurs sur votre chaîne de valeur : l'achat de matières premières, l'approvisionnement, le transport de marchandises, la gestion des déchets, l'utilisation de votre service par vos clients, etc.



Ainsi, collecter les données nécessaires au bilan carbone sur votre périmètre va vous permettre de **mieux apprécier l'impact de votre entreprise sur son environnement**, et ainsi vous donner toutes les billes pour atteindre un objectif de réduction de vos émissions.



1.

PRENDRE DU REcul SUR VOTRE ENTREPRISE

Comme toute autre forme de mesure, d'audit, d'étude ou de benchmark, le bilan carbone vous permet de prendre du recul sur votre structure.

Ce pas de côté ouvre de nouvelles perspectives : pourquoi avez vous fait les choses ainsi ? Auriez vous pu faire autrement ?

Ce bilan peut aussi être une occasion de vous comparer avec vos pairs et vos concurrents. Si l'un d'entre eux

génère significativement moins de CO₂, que pourriez-vous faire pour changer votre approche et faire mieux ?



Réaliser son bilan carbone est souvent la première étape d'une démarche plus globale qui consiste à interroger vos fondamentaux : quelle est votre raison d'être ? Avez-vous une mission sociale, sociétale ou environnementale et, sinon, comment intégrer de nouveaux objectifs dans votre culture d'entreprise, votre business model et vos opérations quotidiennes ? Comment pourriez-vous apporter une contribution positive à la société et **ne pas chercher à être les meilleures AU monde, mais les meilleures POUR le monde ?**



2.

METTRE EN PLACE DES ACTIONS QUI MARCHENT VRAIMENT

Limiter son impact environnemental en tant qu'entreprise est une nécessité. Mesurer son bilan carbone permet de faire un audit complet de son impact environnemental. Cela permet d'identifier les pans de son activité les plus carbonés. De fait, grâce au bilan carbone vous identifier facilement là où accentuer vos efforts pour vous concentrer sur les actions de réduction qui auront vraiment un impact. Mettre à jour son bilan carbone régulièrement vous permettra de suivre l'évolution de votre impact dans le temps et vous pouvez également demander à votre prestataire de de vous aider à définir des objectifs de réduction dans le temps et d'y associés un plan d'action.

Chez Carbo on dit **non au greenwashing et oui au plan d'actions** ! Les features Carbo représentent l'outil clé pour engager votre entreprise dans une démarche de réduction.





3 ■ CONSTRUIRE UN AVANTAGE CONCURRENTIEL

Le Bilan Carbone est un outil très efficace pour sortir du lot. Le genre de choses que les clients et les investisseurs apprécient généralement :) Ces derniers en particulier sont devenus exigeants sur la



performance environnementale de leur portefeuille de clients, et exigent de plus en plus d'informations détaillées sur leur performance extra-financière. Les entreprises pionnières dans ce domaine sont donc plus susceptibles d'attirer du business sous toutes ses formes. Pour les organisations qui cherchent à être rachetées, ou à se développer par fusion ou acquisition, soigner sa performance environnementale va devenir indispensable.

Ne soyez pas celle qui regarde le train passer "parce que vous n'avez pas le temps" ou parce que "ce n'est pas prioritaire", vous risquez de le regretter rapidement :/



Quelques start-up et PME attestent déjà de cet avantage concurrentiel en obtenant des labels reconnus. Par exemple, **la startup Phenix a renouvelé sa certification B-Corp en 2022 après avoir réalisé son premier bilan carbone avec Carbo.** Ce label n'est certainement pas une fin en soi mais il atteste d'un long processus au cours duquel vous avez passé au crible tous les domaines clés : la gouvernance, les collaborateurs, la collectivité, l'environnement et les clients. Elles pollinisent même tout leur écosystème de fournisseurs, clients ou partenaires, qui seront plus enclins à travailler avec elles, et les privilégier à d'autres sociétés concurrentes.

Profitez-en : même si de plus en plus d'entreprises ont recours à ce type de démarches, elles sont encore trop peu nombreuses à communiquer efficacement sur leurs initiatives écologiques.



La label B-Corp fédère plus de 5000 entreprises de toutes tailles et tous secteurs dans 74 pays.



4 ■ DÉPENSEZ MOINS, DÉPENSEZ MIEUX



Mesurer votre performance environnementale vous permet de prendre de meilleures décisions pour l'améliorer. Sur le plan économique, les actions de réduction des émissions de CO2 peuvent se traduire par une baisse des coûts de fonctionnement, une amélioration de la qualité des produits.

En premier lieu, ça signifie plus de sobriété dans vos consommations d'énergie et de ressources : des économies substantielles sont à prévoir sur vos factures d'électricité, de chauffage, sur vos coûts d'approvisionnement liés à l'utilisation de ressources recyclées, etc. C'est un axe particulièrement attrayant en période de pandémie et une économie sous perfusion.

Selon une étude récente du Ministère de l'Environnement, les économies potentielles de mesures de sobriétés en énergie et en ressources à court-terme (ROI d'un an) s'élevaient à environ 25 milliards d'euros, principalement la réduction des déchets (20 G€), la consommation d'énergie (4 G€) et la consommation d'eau (1 G€).

5.

RENFORCER VOTRE IMAGE DE MARQUE



We are on a
highway to
climate hell



déclarait le secrétaire général des Nations Unies, Antonio Guterres, lors de la COP 27. Ces derniers mois dans les médias, on est passé du changement à l'urgence climatique.

C'est limpide : les entreprises qui prennent le leadership sur le sujet, en publiant volontairement leur Bilan Carbone et en déployant un vrai plan d'actions, vont bénéficier d'une meilleure perception du public. Vous disposez de chiffres précis et détaillés, d'analyses tangibles et certifiées pour communiquer sur votre démarche auprès de votre écosystème. Zero greenwashing. Zero bullshit.

Qui dit meilleure image de marque dit plus de chiffres d'affaires : **vous disposez d'un nouvel argument commercial**. Vous rassurez des consommateurs et des clients toujours plus nombreux à préférer un produit ou un service issu d'une marque responsable.





6. **OBTENIR DES CERTIFICATIONS ET DES LABELS**

Alors que les acteurs financiers sont de plus en plus regardant sur l'engagement des entreprises en ce qui concerne l'environnement, les labels et certifications sont devenus essentiels pour montrer patte blanche.

De la certification B-Corp aux normes ISO, en passant par le label Positive Workplace, réaliser son bilan carbone dès maintenant vous aidera à remplir les critères exigeants de ces certifications.



Par exemple, pour obtenir la norme ISO 14001 pour votre entreprise, la réalisation d'un bilan carbone avec Carbo permet de recenser vos pratiques, mettre en place une stratégie environnementale et vous aurez tous les outils pour répondre aux trois critères qui vous donnent accès à cette norme.



7.

BOOSTER VOTRE TEAM (ET VOTRE RECRUTEMENT)



Que cherchent les étudiants au travail ? Selon un sondage Opinion Way pour le salon des entrepreneurs, 95% des jeunes de la génération Z souhaitent exercer une activité qui a du sens. 40% des jeunes estiment la quête de sens au travail importante. L'enquête souligne aussi, et c'est plus étonnant, que 57% des étudiants seraient prêts à accepter un travail mal rémunéré s'ils estiment qu'il a du sens, avec un attrait grandissant pour les métiers de l'économie sociale et solidaire (ESS) et le travail au sein des ONG (23% en 2017 contre 14% en 2014, selon l'étude du NewGen Talent de l'EDHEC).

Lorsqu'il s'agit de trouver un emploi, **les étudiants sont devenus très attentifs au « service rendu à la société »** avec, en tête, la protection de l'environnement, la lutte contre la pauvreté et l'accès au savoir. Le collectif "Pour un réveil écologique", créé en septembre 2018 et qui réunit des élèves de HEC, Polytechnique, ENS Ulm, AgroParisTech et Centrale Supélec ont élaboré un manifeste qui interroge : « À quoi cela rime-t-il de se déplacer à vélo quand on travaille par ailleurs pour une entreprise dont l'activité contribue à l'accélération du changement climatique ou à l'épuisement des ressources ? »

Tout est dit.



57%

des étudiants seraient prêts à être mal rémunérés pour rejoindre une entreprise qui a du sens

1/3

des millenials disent fournir plus d'efforts quand leur entreprise adopte une démarche éco-responsable

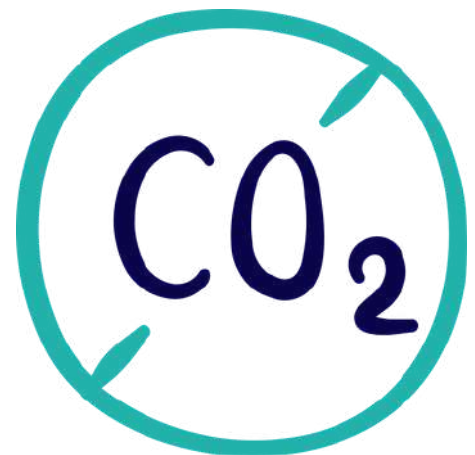




8.

ANTICIPER LA LOI

À ce jour, la réalisation et la publication d'un bilan carbone est obligatoire pour les entreprises de plus de 500 employés ainsi que les entreprises de 50-250, et de plus de 250 employés bénéficiant du Plan France Relance. De plus, dans le cadre de la CSRD, **le bilan carbone deviendra obligatoire pour toutes les entreprises de plus de 250 salariés à partir de 2025.**



Nous avons plusieurs raisons de penser que cette obligation va être prochainement étendue aux entreprises de toute taille, dont la vôtre.

D'une part, avec **une Stratégie Nationale Bas Carbone qui prévoit de réduire nos émissions par 5 d'ici 2050**, nous n'avons pas vraiment le choix : toutes les entreprises, quelque soit leur taille, doivent s'y mettre.

D'autre part, **il s'agit d'une des recommandations de la Convention Citoyenne pour le Climat**, qui propose d'ajouter systématiquement dans le bilan comptable des entreprises un Bilan Carbone (proposition PT6-1), alors que les structures privées de la finance se verraient elles aussi obligées de fournir un reporting annuel de leurs émissions de CO2 (PT6-2). La CCC prévoit même des sanctions en pourcentage du chiffre d'affaires en cas de non-respect de ces objectifs. A l'inverse, **les sociétés les plus vertueuses seraient récompensées par les autorités.** Aussi, les aides publiques pourraient être conditionnées par l'évolution positive du bilan carbone d'une entreprise (PT6-3).

9.

ÉLARGIR VOS OPTIONS DE FINANCEMENT

Si vous publiez votre Bilan Carbone dans les prochains mois, attendez vous à recevoir des coups de fil ou des emails d'investisseur(s). Effet garanti ! Les investisseurs voient dans toute entreprise ayant adopté une stratégie carbone une opportunité de surfer sur un incontestable engouement en faveur du développement durable. Bien évidemment, ces investissements à risque ne s'éloignent pas de l'objectif de rentabilité : les actionnaires y vont parce qu'ils sont persuadés de la pertinence de modèles économiques associés. Certaines des start-up européennes se positionnent de facto en potentiels leaders mondiaux, parce que – pour une fois – parties les premières.

Retenez que la France est très active dans le domaine de l'investissement responsable. La Fondation de France a ainsi lancé un fonds d'investissement à impact de 100 millions d'euros, aligné avec les objectifs de développement durable édictés par l'ONU.



On ne compte plus ces nouveaux fonds dédiés à l'Impact Investing, qui s'intéressent aussi bien aux projets d'innovation de rupture lancés par des start-up au début de leur cycle de croissance qu'au profit d'entreprises plus établies ayant besoin de capital pour industrialiser leurs solutions.

Une enquête récente menée par Atomico assure que les fonds d'investissements en Europe ont investi en 2020 plus de 4 milliards de dollars dans des start-up européennes à impact écologique et social, soit plus du double de l'année dernière.

Même si les investissements, en valeur, sont encore limités.

10.

ACCÉDER À DE NOUVEAUX MARCHÉS



C'est un fait, en France comme dans de nombreux pays européens : les grands comptes et les marchés publics intègrent de plus en plus de critères environnementaux contraignants dans leurs processus de sélection et d'appels d'offres. C'est le cas de la SNCF qui va prendre en compte, dès 2023, le bilan carbone de ses fournisseurs. En poussant le raisonnement, **bientôt seules les entreprises Bas Carbone pourront remporter ces nouveaux marchés** pour fournir leurs produits et services.

Si vous évoluez dans des activités B2B, publier votre Bilan Carbone va vous permettre de répondre aux contraintes environnementales croissantes imposées par ces acteurs de marché. Si vous êtes dans le B2C, vous serez en mesure de répondre aux consommateurs de plus en plus sensibles à l'engagement environnemental des marques. Dans tous les cas, si vous voulez gagner des parts de marché...il faut en être !



EN RÉSUMÉ

1.

Prendre du recul sur votre entreprise
2.

Mettre en place des actions qui marchent vraiment
3.

Construire un avantage concurrentiel
4.

Dépensez moins, dépensez mieux
5.

Renforcer votre image de marque
6.

Obtenir des certifications et labels
7.

Booster votre team (et votre recrutement)
8.

Anticiper la loi
9.

Elargir vos options de financement
10.

Accéder à de nouveaux marchés

Lunii fait confiance à Carbo pour mesurer et piloter son bilan carbone



En 2021, on a décidé de collaborer avec Carbo. On s'est lancé dans un premier exercice d'analyse de notre bilan carbone qui fut une réussite. Convaincus par les résultats présentés par l'outil Carbo, nous avons décidé de renouveler l'exercice pour une autre année, de janvier à décembre 2021.

On a appris de nos bilans carbone que notre impact est principalement lié à nos usages numériques, la fabrication de nos produits (principalement la Fabrique à Histoire) et notre communication externe.

C'est pour cette raison qu'on a décidé de continuer avec Carbo, qui nous aide à construire un plan de réduction ambitieux.



Grégory Hoareau
Chargé d'éco-conception



Lunii, en bref :

- **Produit phare** : La fabrique à Histoire en 8 langues
- **Création** : 2014
- **Effectifs** : 67 collaborateurs
- **Bilan carbone 2021** : 9,4tCO₂e

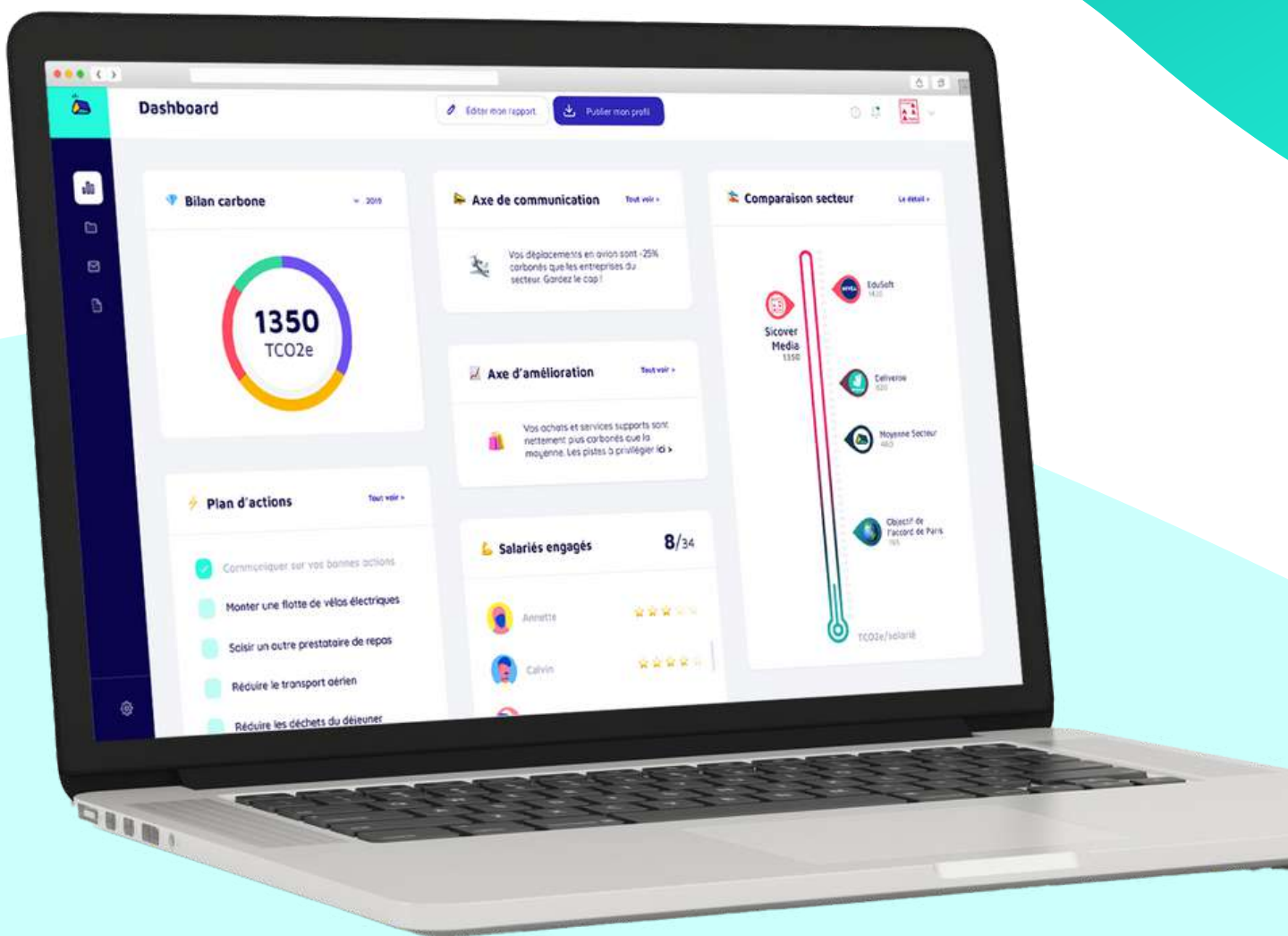
Après un deuxième bilan carbone réalisé avec Carbo en 2021, Lunii se lance dans un plan de réduction ambitieux de ses émissions de CO₂e grâce à l'accompagnement Carbo et sa fonctionnalité de trajectoire et plan d'actions. Lunii bénéficie également du dispositif ACT lancé par France Relance pour se faire indemniser son plan de réduction.

[>en savoir plus sur le dispositif ACT](#)



Votre Bilan GES, plan d'actions et trajectoire bas carbone.

Facilement.



Contactez un expert bilan carbone



L'allié de votre engagement climat



ÉDITION DU CALCUL CARBONE

Evaluer facilement les émissions générées par l'ensemble des activités de votre entreprise.



KITS DE COMMUNICATION

Exploitez nos kits prêts à l'emploi pour faire connaître votre engagement en interne / externe.



ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS

Collectez vos données carbone de manière participative et engagez vos troupes dans une démarche bas-carbone ambitieuse.



STRATÉGIE NET ZERO

Découvrez vos scénarios de trajectoire adaptés à votre entreprise, grâce au modèle de projection Carbo !



ACV SIMPLIFIÉE

Utilisez notre fonctionnalité d'ACV simplifiée pour faire un focus sur les émissions générées par la fabrication d'un ou plusieurs produits spécifiques.



ACCOMPAGNEMENT

Bénéficiez d'une réunion de cadrage personnalisée pour valider les données utiles et paramétrer ensemble de l'outil à l'image de votre entreprise.



POUR EN SAVOIR PLUS

hellocarbo.com

Vous en voulez encore ? Voici une autre ressource Carbo qui devrait vous plaire !

Le guide ultime du Bilan Carbone pour les PME volontaires

TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT



Dossier réalisé par :



Emmanuel Watrinet
CMO @ Carbo
team@hellocarbo.com

<https://www.hellocarbo.com>