

Ensemble contre le changement climatique

En agissant de concert, les entreprises peuvent réaliser des progrès exponentiels.

 Lire 5 minutes

Aux grands maux les grands remèdes : un nombre croissant d'entreprises affichent des ambitions de plus en plus élevées en matière de lutte contre le changement climatique. En plus de définir des processus et des objectifs de décarbonation en interne, elles ont décidé d'unir leurs forces pour obtenir plus rapidement des résultats décisifs.

Nombre d'entre elles ont en effet compris que les initiatives en faveur du climat avaient beaucoup plus d'impact lorsqu'elles étaient déployées dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. En encourageant leurs partenaires commerciaux à leur emboîter le pas, elles peuvent ainsi réaliser des progrès exponentiels.

L'idée d'un engagement environnemental collectif et concerté a donc fait son chemin. On peut même lire dans le rapport « State of Green Business » de 2021, publié par le groupe GreenBiz et S&P Global, que « la perspective d'une action internationale rapide et à grande échelle semble plus crédible que jamais ».

Un simple indicateur illustre cette évolution : plus de 1 000 entreprises du monde entier se sont fixé des objectifs de réduction des émissions via l'initiative Science Based Targets et sont désormais le fer de lance des efforts de décarbonation. Plus de 450 d'entre elles, dont Steelcase, ont accepté de relever le défi le plus ambitieux qui soit : faire coïncider leurs objectifs de réduction des émissions avec ceux de l'Accord de Paris, à un niveau permettant de limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C.

Miser sur l'effet domino

Philips, géant néerlandais de l'électronique, compte parmi les principales entreprises internationales s'étant engagées à viser cet objectif mondial de 1,5 °C. Leader reconnu et distingué dans le domaine du développement durable, Philips a atteint la neutralité carbone en 2020. Désormais, 100 % de l'électricité qu'il consomme sont issus de sources renouvelables, et il entend couvrir plus de 75 % de sa consommation totale d'énergie avec des renouvelables d'ici 2025. L'influence qu'il exerce sur son immense chaîne de valeur fait partie intégrante de sa stratégie environnementale.

« L'effet domino joue un rôle essentiel dans notre capacité à atteindre rapidement l'échelle requise, explique Robert Metzke, en charge du développement durable chez Philips. Les organisations qui exercent un leadership environnemental par le biais des objectifs ambitieux qu'elles se fixent peuvent en inspirer d'autres en montrant l'exemple, en partageant leurs bonnes pratiques et en adoptant une attitude raisonnable vis-à-vis du public et du législateur. Le développement de programmes d'achats durables conséquents, par exemple, peut avoir un effet d'entraînement significatif dans la mesure où les chaînes d'approvisionnement des multinationales se déploient sur tous les continents et touchent des millions d'autres entreprises et leurs employés. En tant que leader dans le domaine des équipements médicaux, nous sommes en mesure de jouer un rôle de premier plan face aux grands défis de notre époque. »

Un impact sur toute la chaîne de valeur

L'éditeur de logiciels Salesforce, basé à San Francisco, a lui aussi adopté très tôt des objectifs ambitieux en matière de décarbonation dans le cadre des efforts internationaux ciblant 1,5 °. Dans le même temps, Salesforce incite les différents maillons de sa chaîne d'approvisionnement à réduire leurs émissions.

« Nous considérons l'environnement comme une partie prenante centrale et tâchons d'intégrer le développement durable à tous les domaines de notre activité, assure Patrick Flynn, vice-président du développement durable chez Salesforce. Nous faisons de la pédagogie auprès de nos partenaires et leur donnons les moyens de mettre en œuvre des pratiques durables en les conseillant et en contribuant à la réflexion globale autour de la lutte contre le changement climatique. »

L'engagement de Salesforce, à la fois fournisseur et client de Steelcase, envers la décarbonation a permis de développer des initiatives réciproques qui ont renforcé de manière notable la relation commerciale des deux entreprises.

« Nous devons entreprendre des actions audacieuses en faveur du climat, et nous sommes plus efficaces lorsque nous travaillons main dans la main avec nos clients et nos fournisseurs, souligne Patrick Flynn. C'est pourquoi nous nous sommes publiquement engagés à collaborer avec les fournisseurs représentant 60 % de notre scope 3 (émissions indirectes) afin de les inciter à définir leurs propres objectifs d'ici 2024. Imaginez l'impact de ces mesures sur l'ensemble de la chaîne de valeur si tous ces fournisseurs fixent à leur tour des objectifs pour leur scope 3, et ainsi de suite ! »

« Les obstacles que nous rencontrons tout au long du processus nous permettent de comprendre les difficultés des différentes parties prenantes, et nous savons qu'en aidant nos clients, nos pairs et nos partenaires à les surmonter, nous avons l'opportunité de décupler notre impact. »

PATRICK FLYNN | Vice-président du développement durable chez Salesforce

Patrick Flynn considère la relation Salesforce/Steelcase comme un excellent exemple de la manière dont les efforts collectifs « étendent l'impact de l'entreprise au-delà de sa seule activité et favorisent les réactions en chaîne ». Il est ainsi convaincu qu'il est urgent et nécessaire de faire preuve d'ambition dans le domaine du développement durable. « Les organisations, estime-t-il, doivent dépasser les approches graduelles et se concentrer sur la manière dont elles peuvent travailler de concert en vue de répondre aux besoins imminents de la planète et créer un environnement sain pour tous. »

Comme dans tout partenariat, la réciprocité est la résultante de l'alignement des efforts et des objectifs. « Les obstacles que nous rencontrons tout au long du processus nous permettent de comprendre les difficultés des différentes parties prenantes, et nous savons qu'en aidant nos clients, nos pairs et nos partenaires à les surmonter, nous avons l'opportunité de décupler notre impact. »

Faire des émules

Dans le cadre de son plan de décarbonation, Steelcase entend assurer la participation de ses fournisseurs d'ici 2025 et aider ses clients à atteindre leurs propres objectifs en développant de nouvelles offres produits et en répondant aux attentes des entreprises avec qui elle entretient une relation durable.

« Nous savons que la lutte contre le changement climatique requiert une action collective, indique Maeve Tropf, chargée de l'énergie, du climat et des renouvelables chez Steelcase. C'est pourquoi notre feuille de route prévoit d'impliquer nos partenaires dans cette stratégie. »

À travers le monde, un nombre croissant de dirigeants sont convaincus que l'avenir de la planète en dépend.

Pour en savoir plus sur les efforts de Steelcase en matière de lutte contre le changement climatique et d'implication de ses partenaires, rendez-vous sur www.steelcase.com/eu-fr/decouvrez/steelcase/developpement-durable/.