



CO2Logic, pionnier dans la réduction de l'empreinte carbone des entreprises, modifie son processus de certification.
 Objectif: plus de science et moins de flou.

Un nouveau label zéro carbone pour empêcher le greenwashing



© PHOTONEWS

Bpost fait partie des entreprises labellisées «CO2-Neutral» pour ses activités de courrier administratif et de livraisons de colis.

LE RÉSUMÉ MICHEL LAUWERS

En Belgique, la société CO2Logic a déjà certifié quelque **220 entreprises** via l'octroi d'un label «CO2-Neutral».

C'est ce label que CO2Logic a décidé de revoir dans un sens à la fois plus étayé (basé sur la science) et plus transparent.

Parmi les sociétés labellisées à l'ancienne mode, l'initiative est bien accueillie; la preuve par Eaglestone, VO Group et bpost.

Les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre fixés en Europe pour 2030 et 2050 ne pourront pas être atteints sans l'apport des entreprises. Une évidence qui n'est pas sans laisser planer quelque inquiétude. Selon une enquête réalisée par l'organisme certificateur South Pole auprès de 60.000 sociétés dans le monde, seuls 2% des entreprises ont déjà pris des engagements pour parvenir à la neutralité carbone d'ici à l'échéance 2050. «Nous avons été étonnés qu'il y en ait aussi peu», convient Antoine Geerinckx, fondateur et CEO de CO2Logic, une société créée il y a 15 ans en Belgique pour accompagner les entreprises dans leurs efforts de réduction des émissions de CO2. Sous nos latitudes, CO2Logic a déjà certifié quelque 220 entreprises via l'octroi d'un label «CO2-Neutral»: cela signifie que ces sociétés ont calculé leurs émissions, défini comment les réduire, adopté un plan pour y parvenir et décidé de compenser leurs émissions résiduelles. Un itinéraire validé par CO2Logic avec le concours d'un tiers neutre, le cabinet Vincotte, et qui doit être revu chaque année, puisque se déroulant dans un cadre très évolutif. C'est ce label que CO2Logic a décidé de revoir

dans un sens à la fois plus étayé et plus transparent. «Nous avons réécrit le cahier des charges en relevant le niveau de nos exigences», explique Antoine Geerinckx. Il faudra désormais réduire ses émissions en ligne avec les critères du SBTi, l'organisme international qui définit des objectifs basés sur la science, et communiquer de manière plus transparente à ce sujet grâce au nouveau QR Code que pourront afficher les entreprises labellisées.»

Un QR Code qui règle tout

En scannant le QR Code, toute personne intéressée accèdera automatiquement et en temps réel aux informations détaillées sur les efforts de réduction de l'organisation: comment et combien elle a calculé d'émissions, comment et combien elle réduit le CO2 émis, combien elle compense, etc.

L'initiative est accueillie avec enthousiasme par des entrepreneurs disposant déjà du label «classique». «Cela permettra de lutter contre le "greenwashing" en donnant accès à tout ce qu'il y a derrière le label», relève ainsi Jean-Luc Brosse, directeur technique du groupe immobilier Eaglestone. «On pourra découvrir la substance des efforts faits pour atteindre la neutralité carbone. Ce sera très utile pour éveiller les consciences et éviter les discours creux.»

CHIFFRES CLÉS

220

CO2Logic a déjà certifié **les parcours vers la neutralité carbone de 220 entreprises** en Belgique.

24

Depuis 2021, CO2Logic est détenue par l'organisme suisse South Pole, grâce auquel elle accède à un groupe et des compétences à l'international (24 pays).

2%

Selon une enquête réalisée par l'organisme certificateur South Pole auprès de 60.000 sociétés dans le monde, **seuls 2% des entreprises ont déjà pris des engagements** pour parvenir à la neutralité carbone d'ici à l'échéance 2050.

Les sociétés déjà couvertes jusqu'ici par CO2Logic auront un an pour adapter leurs calculs, méthodes et mesures aux contraintes du nouveau label. Et en cas de succès, elles se verront cotées selon une gradation à trois niveaux.

«La plupart devraient se qualifier pour le niveau Bronze, qui recouvre les émissions de Scope 1 et 2, estime Geerinckx. Une partie plus étroite le fera pour le Silver, soit Scope 1, 2 et une partie du 3, et une plus étroite encore pour le Gold, qui englobera Scope 1, 2 et 3, mais c'est normal, car il s'agit d'un cheminement, avec progressivité.» Le Scope 1 désigne pour rappel les émissions directes de l'entreprise, le 2 ses émissions indirectes tandis que le 3 intègre celles de toute la chaîne autour d'elle (fournisseurs...).

Si CO2Logic s'est mise à l'heure du SBTi (Science Based Targets Initiative), c'est parce que cette organisation a affiné ces dernières années ses objectifs par secteur d'activité. Elle tient compte aujourd'hui des spécificités de chacun d'entre eux. Le secteur des services a, par exemple, moins de mal que l'industrie ou l'agriculture à atteindre le Scope 3, tandis que les fonds et holdings doivent tenir compte des émissions des sociétés participées, etc.

«Désormais, les entreprises intéressées seront doublement stimulées, conclut Antoine Geerinckx: par les critères du SBTi et par le prix de la compensation. Le label sera dès lors un vrai accélérateur pour l'action climatique.» Allusion au dernier rapport du Giec (groupe intergouvernemental sur le climat), qui a conclu qu'on n'atteindrait pas la neutralité en 2050 sans compenser. «Compenser» veut dire, pour les entreprises ayant des émissions de CO2 résiduelles, qu'elles financent des projets de réduction ailleurs en proportion de celles-ci.

Crédibilité renforcée

«Le nouveau label permettra de se défaire de l'image négative parfois associée à la compensation, jugée par d'aucun comme trop facile ou comme une conscience rachetée», commente Manon Clauden, conseillère en transition dans le groupe de communication et d'événements VO, qui a mis au point des outils pour calculer les émissions des événements et des campagnes publicitaires. «Le QR Code donnera toute l'information voulue et les trois niveaux de labellisation permettront de mettre en évidence les progressions dans les démarches des entreprises.»

Même satisfait chez bpost, qui a décroché le label classique pour ses activités de courrier administratif et de livraison de colis sur le dernier kilomètre. «Le nouveau label offrira une meilleure visibilité et aura une crédibilité renforcée», estime Karin Enzlin, sa directrice du développement dans la durabilité. «Plutôt que de voir chacun œuvrer dans son coin, il est important qu'une organisation comme CO2Logic prenne le lead, car cela uniformise l'exercice, ce qui rend d'autant plus crédible.»

À noter que CO2Logic est la seule entreprise belge active dans ce créneau. Ses concurrents sont allemand (Climate Partners) ou néerlandais (Climate Neutral Group). Depuis 2021, elle est détenue par l'organisme suisse South Pole, grâce auquel elle accède à un groupe et des compétences à l'international (24 pays).

La nouvelle version du label sera présentée ce mardi soir à un public d'entrepreneurs à Bruxelles, en présence de la ministre fédérale du Climat Zakia Khattabi.



L'Echo 20/09/2022, pages 12 & 13

Tous droits réservés. Réutilisation et reproduction uniquement avec l'autorisation de l'éditeur de L'Echo

