

Comment proposer la compensation carbone à ses clients ?

Compenser ses émissions de CO2 c'est bien, mais l'étendre à ses clients est une étape délicate. Sa réussite passe par la définition du critère pertinent d'émissions qui ne se résume pas forcément au transport.

Après avoir adopté un plan de réduction à la source de leurs émissions de CO2, de nombreuses entreprises s'engagent dans des programmes de compensation volontaire. Et les plus engagées d'entre elles franchissent un palier supplémentaire : proposer à leurs clients de compenser le CO2 que génère leur relation commerciale. Louable, l'initiative requiert, d'abord, d'en déterminer le périmètre pertinent. Le déplacement des marchandises ou des hommes vient spontanément à l'esprit, surtout pour un transporteur. Ainsi, le loueur de voitures aux entreprises ING Car Lease retient logiquement le critère des kilomètres parcourus. Mais, pour éviter que les inconditionnels des grosses cylindrées ne trouvent là un moyen de se donner bonne conscience, il réserve son programme Ecofleet aux véhicules les moins émissifs. Depuis l'origine, en 2009, le plafond d'éligibilité a déjà été abaissé de 200 à 175 g de CO2/km. « Il diminuera encore au fil de l'évolution des flottes des constructeurs. Cela n'a jamais été un frein à l'adhésion à Ecofleet », indique Catherine Rodier, responsable communication.

D'autres entreprises adoptent aussi le critère du transport, comme le collecteur de déchets alsacien Schroll. Pour son programme (e)CO2 démarré l'automne dernier, il a raisonné principalement en nombre et type de trajets pour aboutir à trois catégories d'acheminement : utilisation d'un véhicule de plus de 3,5 tonnes pour un seul client, même véhicule dans une tournée multiclient, et le fourgon léger. Leurs émissions de CO2 ont été calculées respectivement à 46, 15 et 6 kg par trajet. Pour d'autres activités, l'analyse de cycle de vie peut aider à identifier un autre critère que la mobilité. L'extraction et la transformation des matières premières d'origine pétrochimique (le polyamide, les colles...) sont apparues comme le choix le plus pertinent pour le fabricant de revêtements de sols InterfaceFlor. « Les matières premières représentent 68 % de notre impact CO2, alors que le transport aux clients se limite à 8 % », souligne Laure Rondeau, responsable développement durable de la filiale française. Pour convertir les émissions en crédits carbone, les entreprises passent le relais aux « opérateurs de compensation ». Pour homogénéiser les méthodologies de calcul, l'Ademe a piloté la rédaction d'une charte de bonnes pratiques de compensation signée par les principaux acteurs du conseil en CO2. Ils s'engagent, par exemple, à utiliser la méthodologie du Bilan carbone de l'agence.

Mais, une fois les émissions carbone converties en euros pour financer directement un projet compensateur, faut-il intégrer leur montant dans le prix de la prestation ou le facturer en plus au client ? « Si le surcoût est modique, la première option se conçoit bien », estime Éric Parent, directeur associé de l'opérateur Climat Mundi. Chez InterfaceFlor, le supplément se limite à 9 centimes le mètre carré. Le fabricant ne l'applique qu'à ses dalles de moquette les plus émissives. ING Car Lease fonctionne sur l'adhésion volontaire, qui induit, en général, un surcoût entre 4 et 6 euros HT par mois. Le loueur détermine le prix en estimant les émissions selon le type de véhicule et le kilométrage inscrit dans le contrat de location, puis il l'ajuste en cours de prestation ou à son terme en fonction de la distance parcourue. « L'adaptation s'opère ainsi au plus juste : si le client roule moins que prévu, nous lui remboursons le trop-perçu et, dans le cas inverse, il se voit facturer des émissions excédentaires », décrit Catherine Rodier.

Avec (e)CO2, Schroll propose à ses clients de participer directement à un programme de reforestation au Pérou. C'est lui qui achète les crédits carbone pour leur compte, selon un montage qui minore leur contribution financière sans que la reforestation en pâtisse : comme il a choisi une association reconnue d'utilité publique, Coeur de forêt, il bénéficie d'une déduction fiscale de 60 % qu'il remet au pot du programme, le client n'apportant que les 40 % restants.

En six mois, (e)CO2 a suscité l'adhésion de 8 % des clients, représentant 111 tonnes compensées. « Le démarrage est satisfaisant ; nous enregistrons chaque mois de nouvelles entrées et nous ambitionnons d'atteindre le taux le plus élevé possible, pourquoi pas 100 % », projette le dirigeant Vincent Schroll.

Vérifier la bonne utilisation des crédits carbone est une précaution indispensable. Notamment dans le cas d'un reboisement, dont le bénéfice n'est pas toujours assuré pour l'économie locale et dont la conformité à la charte de bonnes pratiques est soumise à des critères stricts, qui ont conduit les principaux opérateurs de

compensation à sortir ces projets de leur portefeuille. Pour le programme péruvien qui concerne les clients de Schroll, la permanence des crédits carbone demandée par la charte doit être garantie par l'engagement des acteurs locaux à ne pas brûler le bois une fois coupé mais à l'utiliser, pour la construction par exemple.

Contacts

Climat Mundi, www.climatmundi.fr

Coeur de forêt, www.coeurdeforet.com

ING Car Lease, catherine.rodier@ingcarlease.fr

InterfaceFlor, Laure.Rondeau@interfaceflor.eu

Schroll, Caroline Finantz, CFinantz@schroll.fr

Aller plus loin

Geres, www.co2solidaire.org

La Charte de l'Ademe, www.compensationco2.fr

Christian ROBISCHON

(c) 2011 Victoires-Editions. All rights reserved