



Incompatible!

Carrefour



Une entreprise ambitieuse sur le papier – mais qui préfère avancer sans réorienter sa boussole climatique sur le scope 3...et passe ainsi à coté de l'objectif 2°C.



REPORTING CARBONE

Pour l'année 2016, Carrefour fait passer sous silence environ 80% de son impact climatique. **Les émissions des postes d'émissions les plus significatifs pour l'entreprise (celui des achats des produits agricoles et sylvicoles et celui de l'utilisation des produits vendus) sont absents du reporting** même si l'entreprise développe par ailleurs des actions pour réduire l'impact climatique de ces émissions...



OBJECTIF CLIMAT

Carrefour s'est fixé des **objectifs climatiques ambitieux sur les émissions directes** qui paraissent en ligne avec un scénario 2°C. Cependant, les postes d'émissions en amont et en aval qui pèsent le plus lourd dans le bilan ne sont pas couverts par ces objectifs climatiques.



RISQUES CLIMAT

Analyse mitigée - Dans le chapitre dédié à la gestion des risques, **seule la dimension physique des risques climatiques est mentionnée explicitement.**

La prise en compte des évolutions réglementaires couvre certainement les politiques climatiques mais cela n'est pas mentionné spécifiquement. Dans la matrice de matérialité, la réduction des émissions de gaz à effet de serre liées à l'activité des magasins (donc des émissions directes) est un enjeu considéré important par l'entreprise et les parties prenantes.



OBJECTIF CARBONE

Le reporting des émissions de gaz à effet de serre de Carrefour pour l'année 2016 ne prend pas en compte les postes d'émissions les plus significatifs – ni celui des émissions liées à l'achat des produits, notamment agricoles, ni celui de l'utilisation des produits vendus qui correspondent aux émissions générées par la fabrication et par l'utilisation des produits qu'on trouve dans les rayons de Carrefour. Il est temps d'élargir ce reporting carbone et l'article 173 IV de la loi relative à la transition énergétique et la croissance verte demande clairement aux entreprises plus de transparence concernant leurs émissions indirectes significatives. Carrefour aurait pu saisir cette occasion pour communiquer sur ces postes qui relèvent de sa responsabilité élargie.

Même si l'entreprise s'engage sur des projets qui permettent de diminuer l'impact climatique en amont (encouragement de l'approvisionnement en produits non issus de la déforestation), aucun suivi complet des émissions n'est mis en place. **L'entreprise avance donc sans boussole climat...**

5 670
MAGASINS ET
115 000
SALARIÉS EN FRANCE
EN 2016.

13 MILLIONS
CHAQUE JOUR,
CARREFOUR ACCUEILLE
13 MILLIONS DE CLIENTS

103,7 MDE
LE GROUPE A RÉALISÉ
EN 2016 UN VOLUME
D'AFFAIRES DE 103,7
MILLIARDS D'EUROS

Appréciations & commentaires



Les émissions que Carrefour couvre dans son reporting : les émissions équivalentes à 350.000 français

...et les émissions que Carrefour devrait couvrir

en prenant en compte la totalité ses émissions indirectes (selon l'estimation du bureau d'études Le Basio) : les émissions équivalentes à 3210.000 français

Même si l'entreprise met en place des actions pour réduire l'impact des émissions indirectes en amont il est important de présenter son poids climatique complet d'une manière transparente.



OBJECTIF CLIMAT

Carrefour a mis en place des objectifs climatiques ambitieux sur les émissions directes qui paraissent en ligne avec le scénario 2°C de l'Agence Internationale de l'Energie. Cependant, **les postes d'émissions qui pèsent le plus lourd ne sont pas couverts par ces objectifs**. Ils se situent en amont et en aval de l'activité de l'entreprise et restent dans l'ombre de son engagement climatique. **Ils représentent environ 80 à 90% des émissions totales du groupe !** Pour avoir une activité réellement compatible avec une trajectoire 2°C, il faudrait mettre en place des objectifs sur les postes les plus significatifs : le choix et l'achat des produits agricoles vendus et l'utilisation des produits vendus. Notons que Carrefour met en place des actions pour réduire l'empreinte environnementale de son activité – aussi en amont de fabrication sur la sélection des produits agricoles par exemple (l'entreprise vise un objectif de « déforestation zéro » en 2020 pour certains de ces produits). **Ces activités ne sont par contre pas chiffrées en termes de potentiel de réduction de gaz à effet de serre.**



Les objectifs climat de Carrefour s'appliquent sur un périmètre d'émissions restreintes qui **ignore la grande majorité des émissions significatives de l'entreprise** : l'objectif phare de Carrefour de réduire les émissions de 40% en 2025 ne représente qu'une diminution de l'impact climatique d'environ 5% de l'entreprise si on prend comme base la totalité des émissions en amont et en aval. **Un objectif ambitieux sur le papier devient ainsi proche du « business as usual »...**



RISQUES CLIMAT

Dans le chapitre dédié à la gestion des risques, uniquement la **dimension physique des risques climatiques** est mentionnée. La prise en compte des évolutions réglementaires couvre certainement aussi les politiques climatiques mais cela n'est pas mentionné explicitement. Dans la matrice de matérialité, la réduction des émissions de gaz à effet de serre liés à l'activité des magasins (donc des émissions directes) est un enjeu considéré important par l'entreprise et les parties prenantes. Avec la mise en place d'un prix interne du carbone Carrefour incorpore une mesure phare relative aux changements climatiques afin d'orienter les choix stratégiques de l'entreprise dans le bon sens climatique.

L'absence d'un reporting carbone complète concernant l'impact climatique en amont et en aval de la production résulte dans un manque d'approche stratégique pour diminuer les risques climat qui peuvent être spécifiques à ces étapes.

LE RÉSEAU ACTION CLIMAT ATTEND QUE CARREFOUR

- ☐ Intègre dans son prochain reporting carbone **les postes des émissions liées aux achats des produits agricoles et l'utilisation des produits vendus** ;
- ☐ Fasse **un test de comptabilité de 2°C** concernant son objectif principal qui porte sur les émissions directes ;
- ☐ Mette en place un **objectif de réduction de gaz à effet de serre sur un périmètre élargi** qui inclut le poste des émissions liées aux achats des produits agricoles et celui de l'utilisation des produits vendus compatible avec une trajectoire 2°C ;
- ☐ Publie la **matrice de matérialité** des risques dans le document de référence.

Sans contraintes politiques et réglementaires, il est difficile pour des entreprises multinationales de mettre en place des politiques climatiques ambitieuses car cela nécessite **une évolution de leur business model vers des solutions de transition écologique**. Céder au chantage à l'emploi ou de la menace de délocalisation n'est pas l'intérêt des entreprises. **Celles qui s'adapteront en premier à des activités « zéro émission » auront un réel avantage compétitif**.

LE RÉSEAU ACTION CLIMAT ATTEND QUE LES DÉCIDEURS POLITIQUES

- ☐ Mettent en place des **règles pour assurer la transparence et la qualité des objectifs climatiques des entreprises** françaises (rôle de la compensation, des émissions évitées, définition des objectifs en valeur absolue, etc.) en ligne avec les engagements nationaux et internationaux sur le climat ;
- ☐ Publient des **trajectoires d'émissions par branches d'activités**, en parallèle de la SNBC (stratégie nationale bas carbone) ;
- ☐ Recommandent pour toute entreprise **un « test 2°C » de leur stratégie climatique** qui se base sur les émissions significatives de l'entreprise ;
- ☐ Mettent en place un calendrier sur 5 ans de **suppression des niches fiscales en faveur des énergies fossiles** qui bénéficient en grande partie aux entreprises.

Date de publication : 11 décembre 2017

Pour plus d'informations concernant la méthodologie d'analyse et les résultats d'analyse d'autres entreprises :
<https://reseauactionclimat.org/publications/entreprises-climat-2degre/>

Le Réseau Action Climat fédère les associations impliquées dans la lutte contre les changements climatiques



Ce travail a été effectué en partenariat avec B&L évolution, la Fondation pour la Nature et l'Homme, Le Basic.

Publication réalisée avec le soutien de l'Ademe et du Ministère de la Transition écologique et solidaire. Les auteurs sont seuls responsables du contenu de cette publication, qui ne reflète pas nécessairement l'opinion des financeurs et des entreprises analysées. Les financeurs ne sont pas responsables de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenus.