

# LA DÉCARBONATION DES ENTREPRISES

DANS LA BRANCHE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS



# CONTEXTE



Fondement de la transition écologique, la décarbonation (également appelée décarbonisation) est définie par le Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique comme « l'ensemble des mesures et des techniques permettant de réduire les émissions de dioxyde de carbone ». En d'autres termes, elle englobe tous les moyens par lesquels une organisation peut réduire son empreinte carbone en baissant ses rejets de Gaz à Effet de Serre (GES) afin, principalement, de limiter l'impact sur le climat. Pour l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), la décarbonation implique une métamorphose profonde des pratiques économiques et une réinvention de la manière dont les entreprises interagissent avec l'environnement.

Le cadre législatif et règlementaire applicable en matière de décarbonation s'est progressivement développé :



- **Au niveau international**, l'Accord de Paris du 12 décembre 2015 constitue le premier traité mondial juridiquement contraignant sur le changement climatique. Il a pour objectif principal de contenir le réchauffement climatique bien en-dessous de 2°C par rapport aux niveaux préindustriels, avec l'ambition de le limiter à 1,5°C.

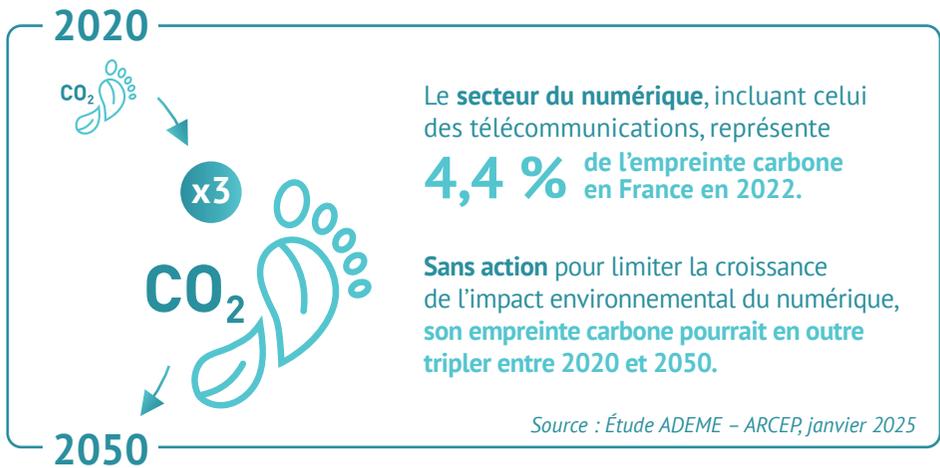


- **À l'échelle européenne**, l'entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2024 de la directive européenne dite « CSRD » (*Corporate Sustainability Reporting Directive*) a joué un rôle clé dans le développement d'une politique en matière de décarbonation. En effet, l'obligation faite aux entreprises de rendre compte de leurs émissions de GES les incite à la mise en place d'actions concrètes pour réduire leur empreinte carbone.



- **En France**, la Loi du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte (LTECV) a introduit la Stratégie Nationale Bas-Carbone (SNBC), qui constitue le cadre d'action principal visant à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050. La Loi du 22 août 2021, dite « Climat et Résilience », est ensuite venue compléter ce dispositif en intégrant des mesures concrètes pour réduire les émissions de GES dans tous les secteurs de l'économie.

# CONTEXTE



Dans l'axe de la Loi du 10 février 2020 dite AGEC (Anti Gaspillage et Économie Circulaire) et de la Loi du 15 novembre 2021 dite REEN (Réduction de l'Empreinte Environnementale du Numérique), un ensemble de mesures visant à concilier le développement des usages numériques et la maîtrise de leur empreinte environnementale a été élaboré par les pouvoirs publics et les acteurs du numérique. La mise en œuvre de ces mesures est pilotée par le Haut Comité pour le Numérique Écoresponsable (HCNE), créé en novembre 2022. Celui-ci peut notamment s'appuyer, dans le cadre de ses missions, sur la « Feuille de route de décarbonation de la filière numérique » et sur la « Stratégie d'accélération Numérique écoresponsable ».

Les opérateurs de télécommunications, pour leur part, se sont résolument inscrits dans une démarche coordonnée de progrès continu en matière de sobriété énergétique et environnementale. Par la signature en décembre 2021 de la « Charte des opérateurs en faveur d'un numérique durable », ils ont ainsi pris l'initiative de mettre en place des actions volontaires et ambitieuses « pour un numérique sobre en carbone et en ressources finies ».



*Dans ce contexte, la présente plaquette entend contribuer à doter les entreprises – quelle que soit leur taille – et les salariés de la branche des Télécommunications d'outils pédagogiques destinés à leur permettre de développer une véritable politique de décarbonation.*

# LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE EN MATIÈRE DE DÉCARBONATION

La mise en place d'une stratégie d'entreprise en matière de décarbonation se décompose, classiquement, en quatre étapes.

## 1<sup>re</sup> ÉTAPE

### RÉALISATION D'UN ÉTAT DES LIEUX

Dans un premier temps, l'entreprise cherchant à réduire son empreinte carbone se doit de réaliser un bilan carbone. Ce dernier permet d'obtenir une vision claire des principaux postes de l'entreprise émetteurs de GES sur l'ensemble des scopes 1, 2 et 3 et, ainsi, des leviers pouvant être mobilisés.

---

## 2<sup>e</sup> ÉTAPE

### CONSTRUCTION D'UNE STRATÉGIE

Dans un deuxième temps, sur la base des données issues à la fois de son bilan carbone et de l'analyse de double matérialité devant être réalisée dans le cadre de la mise en œuvre de la directive dite « CSRD », l'entreprise est en capacité de construire une stratégie en matière de décarbonation tenant compte des risques qui lui sont propres. Elle peut ainsi se fixer des objectifs à court, moyen et long terme en matière de réduction des émissions de GES. Dans le cadre de la construction de cette stratégie, chaque entreprise peut notamment s'appuyer sur la SBTi (*Science Based Targets Initiative*) et, plus particulièrement, sur le standard « Net Zéro ».

---

## 3<sup>e</sup> ÉTAPE

### DÉPLOIEMENT D'UN PLAN D'ACTION

Dans un troisième temps, l'entreprise est amenée à déployer la stratégie en matière de décarbonation qui a été élaborée, en mobilisant un certain nombre de leviers. Cette stratégie peut être formalisée à travers un plan d'action inscrit dans la politique de développement de l'entreprise.

# LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE EN MATIÈRE DE DÉCARBONATION

4<sup>e</sup>

ÉTAPE

## ÉVALUATION DE LA DÉMARCHE ET COMMUNICATION

Dans un quatrième et dernier temps, l'entreprise se doit d'évaluer sa stratégie de décarbonation, afin à la fois d'identifier les progrès réalisés et de la faire évoluer avec pertinence. Elle peut en parallèle communiquer sur sa démarche, dans une double optique de valorisation de l'entreprise et d'inspiration des autres acteurs du secteur. Dans le cadre de cette double démarche d'évaluation et de communication, l'entreprise peut mobiliser un certain nombre de leviers : certification selon la norme ISO 50001 « Management de l'énergie », participation à des initiatives de *reporting* comme le *Carbon Disclosure Project* (CDP), obtention de labels, adhésion ou publication d'une « charte RSE », etc. (cf. plaquette CTE « Les fondamentaux de la RSE »).

### Une démarche au service de la stratégie de l'entreprise



La mise en place d'une politique de décarbonation présente de nombreux avantages pour les entreprises, quelle que soit leur taille. Ces bénéfices peuvent être environnementaux (contribution à la lutte contre le changement climatique, réduction des émissions de GES, etc.), économiques et concurrentiels (réduction des coûts par la réalisation d'économies de ressources, facilitation de l'accès à des appels d'offres et à des financements en raison de la prise en compte croissante par les investisseurs des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), etc.), ou d'image (attraction des talents, réponse aux attentes des consommateurs, etc.).

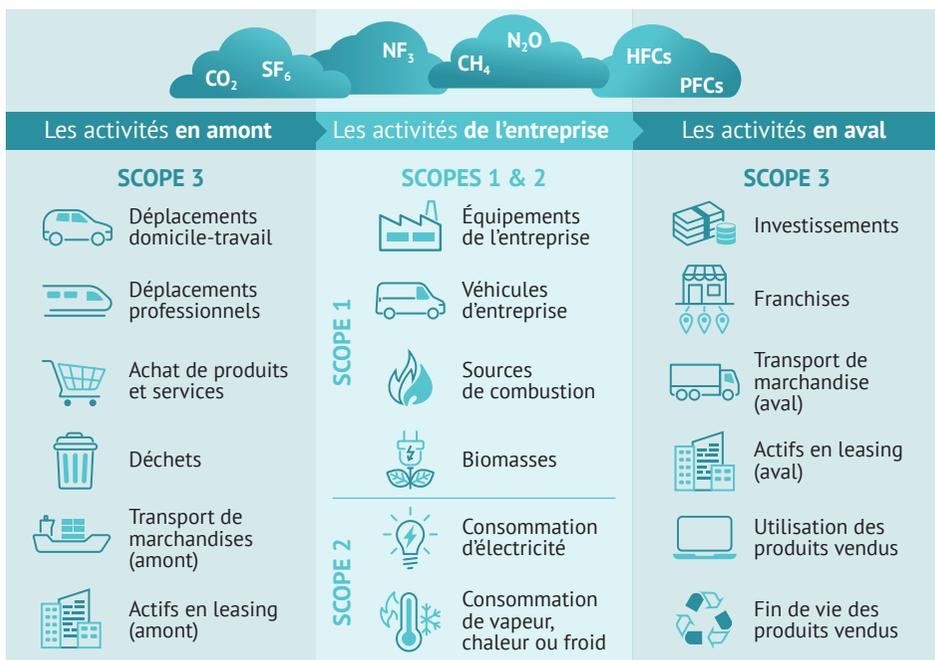
# LES SCOPES DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Les scopes 1, 2 et 3 correspondent à des catégories d'émissions de GES. Utilisés pour réaliser un bilan carbone, ils permettent d'identifier les sources directes et indirectes d'émissions de GES d'une entreprise selon des périmètres précis. L'entreprise dispose ainsi d'une vision propre de ses émissions de GES, lui permettant de déployer une démarche de décarbonation adaptée à sa situation particulière.

Les scopes des émissions de GES sont les suivants :

- > **Scope 1** : il concerne l'ensemble des émissions directes de GES résultant des activités d'une entreprise, qu'elles soient liées à la combustion de carburants ou aux processus industriels.
- > **Scope 2** : il englobe toutes les émissions indirectes de GES associées à la consommation d'énergie (électricité, vapeur, chaleur ou froid) et qui surviennent en dehors des installations de l'entreprise.
- > **Scope 3** : il inclut l'ensemble des émissions indirectes de GES qui échappent au contrôle direct de l'entreprise. En conséquence, il englobe les activités situées en amont et en aval de la chaîne de valeur de l'entreprise.

## Les trois scopes d'émissions de GES



# LES SCOPES DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

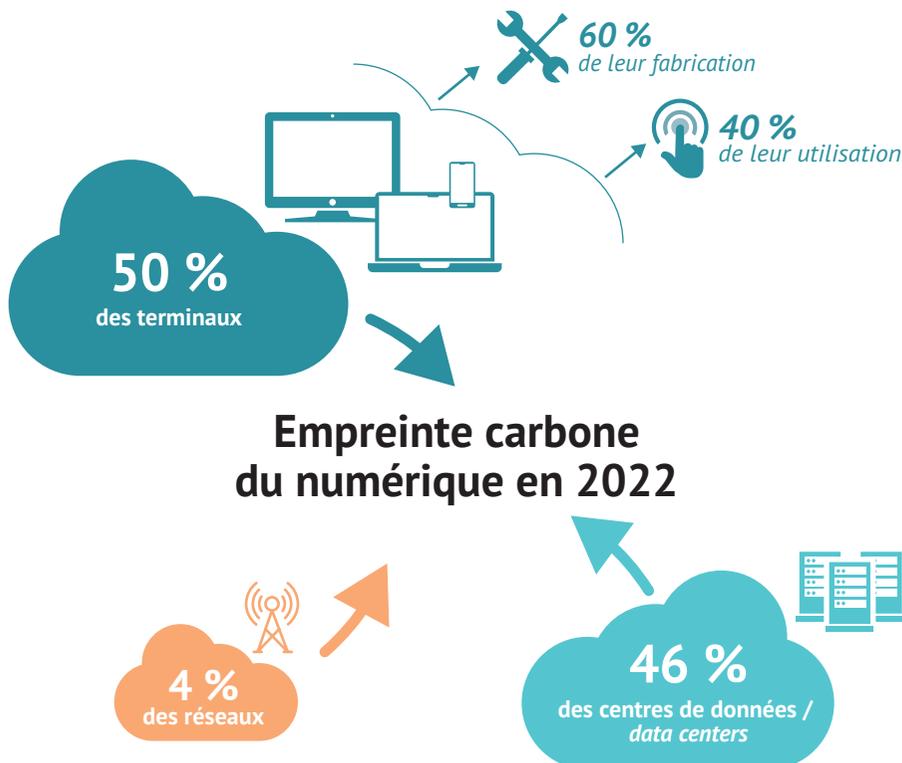
Pour mesurer ses impacts en matière d'émissions de GES, le numérique est communément divisé en trois composantes :

- les terminaux utilisateurs (téléviseurs, smartphones, ordinateurs, etc.) ;
- les centres de données / *data centers* ;
- les infrastructures réseaux (fixes ou mobiles).

En 2022, 50 % de l'empreinte carbone du numérique provient des terminaux (à 60 % de leur fabrication et à 40 % de leur utilisation), 46 % des centres de données / *data centers* et 4 % des réseaux (source : Étude ADEME – ARCEP, janvier 2025).

Les émissions de GES au sein du secteur des télécommunications relèvent donc majoritairement du scope 3.

## Répartition de l'empreinte carbone du numérique en France en 2022



# LES LEVIERS DE LA DÉCARBONATION EN ENTREPRISE (SCOPES 1 & 2)

Dans le cadre de la mise en place d'une politique de décarbonation, de nombreux leviers peuvent être mobilisés par une entreprise. Les leviers relevant des scopes 1 & 2 tiennent principalement dans la limitation du recours aux énergies fossiles. Ils sont, notamment, les suivants :



- Mise en place d'une démarche de sobriété énergétique : régulation de la température sur les lieux de travail en adaptant le chauffage et la climatisation des bâtiments (qu'il s'agisse des bureaux ou des points de vente) en fonction de l'occupation et de la température extérieure, réduction de la consommation de l'éclairage en déployant des LED ou des éclairages basse consommation, etc. ;
- Mise en place d'une démarche de sobriété numérique : arrêt des systèmes audiovisuels non indispensables tels que les écrans des halls d'accueil, extinction des ordinateurs la nuit, etc. ;
- Recours aux énergies renouvelables (solaire, éolienne, hydroélectrique, etc.) ;
- Utilisation d'équipements à performance énergétique élevée ;
- Rénovation des bâtiments (amélioration de l'isolation, etc.) ;
- Décarbonation de la flotte des véhicules d'entreprise.

# LES LEVIERS DE LA DÉCARBONATION EN ENTREPRISE (SCOPE 3)

Un certain nombre de leviers « généraux » relevant du scope 3 peuvent être mis en œuvre par une entreprise engagée dans une démarche de décarbonation. Ils sont, principalement, les suivants :

- Digitalisation de certains processus : envoi des bulletins de paie en version numérique, utilisation de la signature électronique, etc. ;
- Mise en place d'une politique de transport plus écologique : incitation des salariés (*via* le forfait mobilités durables (FMD) par exemple) à réduire l'impact de leurs déplacements (cf. plaquette CSPS « Prévenir les risques liés à l'usage des nouveaux modes de mobilité »), limitation des déplacements professionnels, etc. ;
- Intégration du critère environnemental dans le choix des prestataires.

## Le développement d'une « culture environnementale »



La décarbonation concerne l'ensemble des services d'une entreprise et chacun de ses salariés. Dès lors, il est essentiel de faire émerger et infuser une « culture environnementale » au sein de l'entreprise. Cela passe notamment par la sensibilisation et la formation des salariés aux enjeux environnementaux et aux écogestes, la facilitation et la valorisation de l'engagement des salariés pour l'environnement, le développement d'un dialogue social d'entreprise en matière environnementale, la création de commissions internes consacrées à l'environnement, etc.

# LES LEVIERS DE LA DÉCARBONATION EN ENTREPRISE (SCOPE 3)

La majorité des émissions de GES du secteur des télécommunications étant liée à la fabrication des terminaux utilisateurs, certaines actions spécifiques relevant principalement du modèle de l'économie circulaire peuvent dès lors être mises en place en matière de décarbonation :

- promouvoir les principes de l'éco-conception dans la fabrication des produits ;
- combattre l'obsolescence programmée en proposant des produits durables (grâce notamment à une meilleure conception et à une meilleure réparabilité, destinées à permettre un allongement de la durée de vie) ;
- mettre en place des programmes de collecte et de recyclage / reconditionnement des appareils électroniques pour réduire l'empreinte carbone liée à la fabrication de nouveaux équipements et à la gestion des déchets électroniques ;
- recourir, dans la mesure du possible, à des équipements reconditionnés ;
- développer des campagnes de sensibilisation à destination du grand public sur l'empreinte carbone des produits, afin d'accompagner les clients des opérateurs de télécommunications vers une consommation responsable.



# RÉFÉRENCES UTILES

## > **MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE**

- <https://www.ecologie.gouv.fr>

## > **HAUT CONSEIL POUR LE CLIMAT**

- <https://www.hautconseilclimat.fr>

## > **AGENCE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE (ADEME)**

- <https://www.ademe.fr>
- <https://librairie.ademe.fr>
- <https://bilans-ges.ademe.fr>

## > **SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE (SBTI)**

- <https://sciencebasedtargets.org>

## > **ÉTUDE ADEME – ARCEP : « Évaluation de l'impact environnemental du numérique en France »**

- <https://ecoresponsable.numerique.gouv.fr/docs/2024/etude-ademe-impacts-environnementaux-numerique.pdf>

## > **INFRANUM : « Catalogue de bonnes pratiques environnementales »**

- <https://infranum.fr/wp-content/uploads/2023/09/Catalogue-2023-Presentation-page-a-page.pdf>

## > **« Prévenir les risques liés à l'usage des nouveaux modes de mobilité dans la branche des Télécommunications »**

- <https://humapp.com/wp-content/uploads/2023/07/Plaquette-Nouveaux-Modes-Mobilite-2023.pdf>

Toutes les plaquettes publiées par la CTE sont disponibles sur le site de l'HumApp Télécoms (Organisation professionnelle des Télécommunications).

<https://humapp.com/transition-ecologique/>



Cette plaquette a été imprimée sur du papier recyclé avec des encres végétales.

Document établi par la Commission paritaire « Transition Écologique » de la branche des Télécommunications (Commission composée paritairement des organisations syndicales CFDT, CFE-CGC – FCCS, CFTC, CGT, FO et de la Fédération employeurs HumApp Télécoms).

