

## L'équipe ESG

**Anaïs CASSAGNES**

Analyste ESG

a.cassagnes@amplegest.com

01 86 26 17 76

**Stéphane CUAU**

Responsable de la Politique ESG

s.cuau@amplegest.com

01 40 67 08 40

**Maxime DURAND**

Responsable de la notation ESG

m.durand@amplegest.com

01 40 67 08 43

**Ivan PETIT**

Responsable de la notation ESG

i.petit@amplegest.com

01 40 67 10 65

**Alexandre Neuvy**

Directeur Gestion Discretionnaire

**Arnaud de LANGAUTIER**

Représentant du Directoire

## Introduction

Comment repérer les fausses promesses et les mensonges des entreprises se vantant d'intégrer les enjeux ESG ? Par une démarche d'investisseur professionnel évaluant concrètement les actes au-delà des déclarations d'intention.

Depuis bientôt un an, la réglementation ESG applicable aux entreprises (cotées et non cotées) progresse à marche forcée. La « taxonomie environnementale » oblige désormais les entreprises européennes à classer leurs activités économiques selon leur impact sur l'environnement et à publier leur niveau d'alignement. Dès 2024, de nouvelles obligations de reporting de durabilité (directive CSRD) vont contraindre les sociétés à publier des informations très détaillées (en matière environnementale, sociale et de gouvernance) en suivant des normes européennes. Et la taxonomie sociale est déjà largement en préparation...

Dans ce contexte de plus en plus contraignant, de nombreuses entreprises, profitant de l'attrait grandissant pour la finance durable et d'une réglementation encore floue, exercent encore des pratiques de communication trompeuses. Car entre l'affichage des bonnes intentions et la réalité, il y a parfois un gouffre. Ainsi, la chasse au « greenwashing » est devenue un enjeu crucial pour tous les investisseurs désireux de sélectionner des émetteurs vraiment respectueux des critères ESG (environnement, social, gouvernance).

L'Agence de la transition écologique (ADEME) attire ainsi l'attention des investisseurs sur l'utilisation de mots vagues, de visuel confus, de la mise en avant de données reposant sur des preuves inexistantes ou d'auto-certifications contestables alors même que leurs actions contredisent les belles promesses prononcées. Par ailleurs, le manque d'informations ou la mise en avant de points hors sujets doit alerter l'investisseur scrupuleux.

## Neutralité carbone : la seule mesure des Scope 1 et 2 est insuffisante

Les Etats et les entreprises sont aujourd'hui engagés dans une course de fond : atteindre la neutralité carbone à horizon 2050 pour respecter les engagements pris lors de l'Accord de Paris en 2015. Cette neutralité signifie simplement que l'émetteur en question ne doit pas émettre davantage de gaz à effet de serre (GES) que ce qu'il absorbe. Or, le calcul des émissions de carbone reste sujet à contestation.

En effet, de quel « scope » parle-t-on ? Si on se limite aux émissions scope 1 (émissions directes de gaz à effet de serre d'un émetteur) et scope 2 (émissions indirectes de GES liées à la consommation d'énergie nécessaire à la fabrication d'un produit ou service), on ne prend pas en compte le scope 3 qui permet d'évaluer les émissions directes et indirectes dans leur intégralité, pour chaque étape de la chaîne de valeur. Cela suppose de disposer des données nécessaires pour être en mesure de calculer les émissions en amont (upstream) et en aval (downstream).

Or, le montant du scope 3 peut s'avérer largement supérieur à celui des scope 1 et 2. En outre, l'utilisation abusive de mesures de compensation d'émission de carbone permet de détourner le concept de neutralité carbone et de tromper le public. Ainsi, telle major pétrolière affiche des objectifs de neutralité carbone (en plantant des arbres en Asie) tout en continuant de développer de nouveaux projets pétroliers et gaziers (en Afrique).

L'investisseur potentiel doit prendre connaissance du DICI et du prospectus visé par l'AMF. Les OPCVM présentent un risque de perte en capital. Il peut ne pas convenir à tous les investisseurs. Ce document est publié à titre d'information uniquement et ne constitue en aucun cas une offre de service, une incitation à acheter, à vendre ou à souscrire à des titres ou à tout autre instrument financier. Il ne s'agit pas d'un conseil en investissement.

**CSR**

La Directive CSRD – Corporate Sustainability Reporting Directive – vise à favoriser la transition vers une économie mondiale durable, tenant compte de la justice sociale et de la protection de l'environnement.

Elle remplacera bientôt la directive sur le reporting extra-financier des entreprises (NFRD), afin de renforcer les objectifs de l'Union Européenne en matière de transparence des entreprises.

La CSRD doit étendre les exigences de la NFRD et les appliquer à un nombre plus important de sociétés (plus de 52 000 sont concernées) tout en améliorant le contenu des rapports de durabilité. Les entreprises devront ainsi communiquer des informations relatives aux problématiques de durabilité, de changement climatique et évaluer l'impact de leur activité sur l'environnement et la société en général.

**ADEME**

L'ADEME est l'acronyme de l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie.

Créé en 1991, cet établissement public à caractère industriel et commercial est placé sous la tutelle des ministères de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation et de la Transition écologique et solidaire.

L'ADEME participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle propose son expertise aux entreprises, collectivités locales et pouvoirs publics, mais également au grand public. L'objectif de l'agence est de permettre à ces différents interlocuteurs de progresser dans leur démarche environnementale.

Par ailleurs, les agrocarburants vantés comme des énergies de transition sont aujourd'hui contestés si l'on prend en compte l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre tout au long de leur cycle de vie.

**Promesses environnementales : le diable est dans les détails**

La promesse de protection de l'environnement affichée par de nombreux groupes industriels cache souvent une réalité bien différente. Prenons l'exemple d'un producteur d'acier qui met en avant dans son rapport annuel 2022 sa volonté de réduire sa consommation d'eau et de protéger la biodiversité et les écosystèmes. Problème, aucun objectif quantitatif n'est avancé et aucun programme concret mis en œuvre. On découvre au contraire que la consommation d'eau par tonne d'acier produit par cet aciériste a augmenté, passant de 2,7 m3/tonne d'acier en 2021 à 3,7 m3/tonne d'acier l'an dernier.

Telle autre groupe chimique d'envergure internationale clame haut et fort sa volonté de réduire son impact environnemental et de développer des techniques de production bénéfiques pour la planète. Mais dans le même temps, le groupe doit répondre d'une condamnation aux Etats-Unis dans le cadre d'une affaire de contamination des eaux usées aux PCB, une substance cancérigène et nocive pour l'environnement, officiellement interdite en 1979.

Enfin, citons telle marque de vêtements célèbre se vantant d'utiliser du coton biologique et du polyester recyclé. Aucun label indépendant ne vient pourtant certifier le caractère biologique du coton utilisé. Par ailleurs, le lavage du polyester recyclé relâche des microparticules de plastiques dans l'eau, ce que se garde bien de nous préciser l'entreprise.

**La trajectoire climatique : un effort forcément collectif**

Les entreprises qui se veulent engagées doivent donc dépasser les effets d'annonce et définir des objectifs lisibles et concrets, certifiées par des labels indépendants pour ne plus être accusées de pratiquer le « greenwashing ». Elles doivent aussi expliquer clairement comment des objectifs climatiques ambitieux (réduction d'émission, trajectoire...) pourront être atteints grâce à aux actions entreprises avec les principales contreparties (fournisseurs, clients).

Le groupe Schneider Electric s'est par exemple fixé des objectifs à court et long terme de réduction de ses émissions en absolu (et non en relatif) sur tous ses scope (1, 2 et 3). Pour permettre la réalisation de ces objectifs ambitieux, il a décidé d'accompagner ses 1.000 premiers fournisseurs pour réduire leurs émissions de CO2 de 50% d'ici 2025. C'est ainsi la preuve que certaines entreprises jouent le jeu et que le rôle des investisseurs est justement de décerner les émetteurs vraiment engagés (oui, ils existent !) de ceux qui profitent des contours encore flous de la réglementation.

Pourtant, celle-ci avance et si la disparition du « greenwashing » n'est pas pour demain, il va devenir de plus en plus difficile pour les entreprises dévoilant des informations mensongères ou incomplètes de passer entre les mailles du filet de la finance responsable. Investisseurs, analystes, associations engagées (ONG) ou épargnants veillent désormais au grain.

A l'avenir, les entreprises qui ont trop axé leurs efforts sur la communication et non sur la mise en œuvre de mesures concrètes risquent de perdre toute crédibilité auprès de la communauté financière et de la société dans son ensemble.

L'investisseur potentiel doit prendre connaissance du DICI et du prospectus visé par l'AMF. Les OPCVM présentent un risque de perte en capital. Il peut ne pas convenir à tous les investisseurs. Ce document est publié à titre d'information uniquement et ne constitue en aucun cas une offre de service, une incitation à acheter, à vendre ou à souscrire à des titres ou à tout autre instrument financier. Il ne s'agit pas d'un conseil en investissement.