

La
MANU
factURE 
des
CAPUCiNS

 **Seinergy**
LAB

**Acter** **Seine**



GRAND PARIS
SEINE
& OISE
COMMUNAUTÉ URBAINE

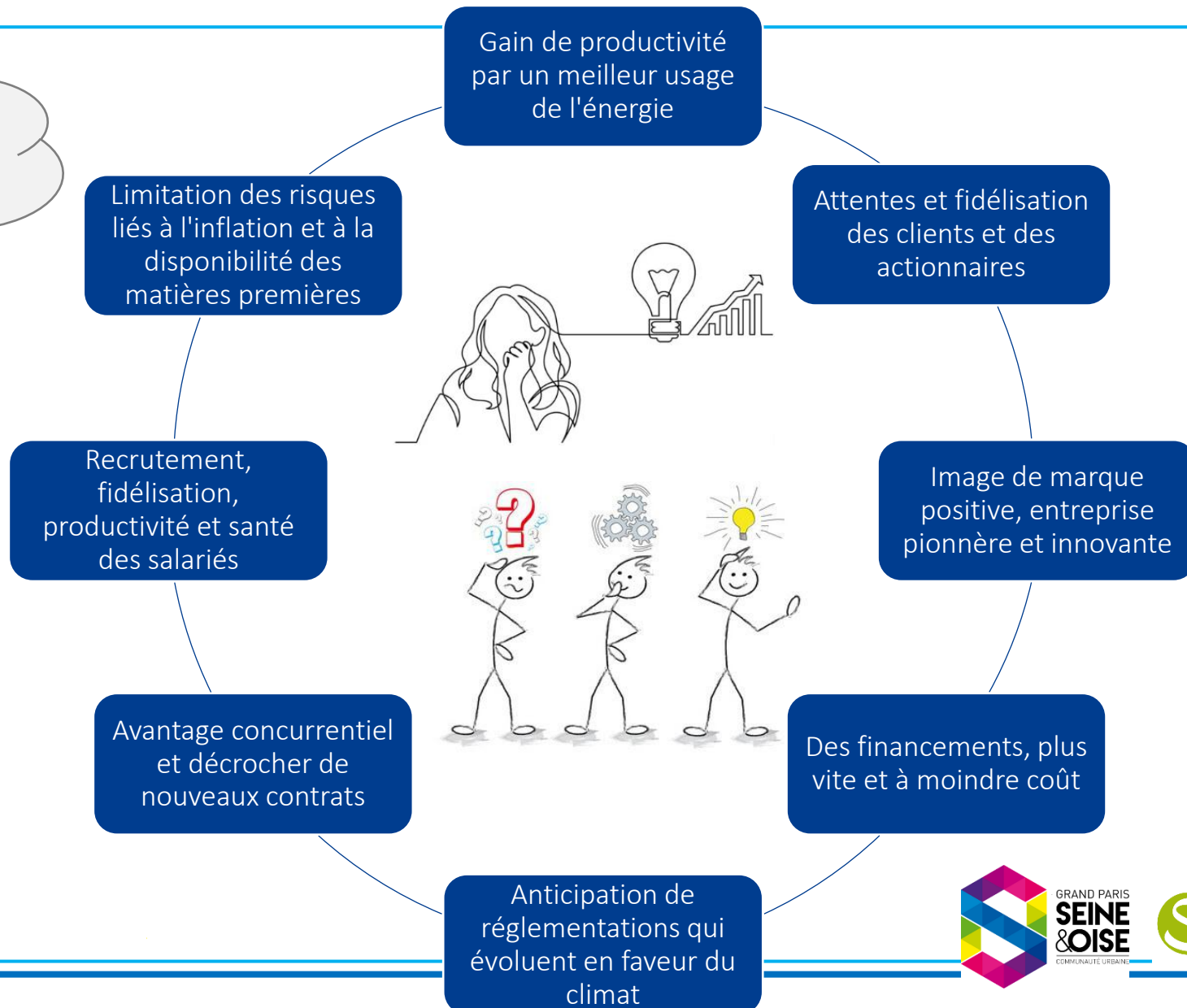
Projet ACT collectif
2025



Vallée de la Seine

Où sera votre entreprise dans 20 ans ?

Coût de l'inaction vis-à-vis du changement climatique, en France, 10% du PIB/an



Qu'est-ce-que l'Initiative ACT ?



- Initiative internationale, portée en France par l'ADEME "**Passer du plan à l'action pour un avenir bas carbone**"
- Créée en 2015, à la suite de l'Accord de Paris sur le Climat



Les objectifs








- Accompagner et évaluer les organisations dans leurs démarches de transition dans un monde bas carbone.
- Permettre aux entreprises de réduire leur impact carbone par des actions concrètes.

Une méthodologie reconnue et éprouvée



Pourquoi embarquer dans le projet ACT Collectif ?

 Passez à l'action en 6 étapes concrètes, sur 18 à 24 mois, ponctuées de temps collectifs avec d'autres entreprises du territoire :

 Bilan carbone →  Diagnostic →  Risques & opportunités
→  Vision →  Stratégie →  Plan d'action
 Clôture conviviale pour valoriser vos engagements !

Ce que vous gagnez :

- **Créer des liens forts** avec d'autres entreprises du territoire
- **Faire progresser votre entreprise** face aux enjeux climatiques
- **Partager des bonnes pratiques** et mutualiser les idées
- **Fédérer vos équipes** autour d'un projet positif et stimulant
- **Montrer votre engagement RSE** et valoriser votre image

Un accompagnement

- proposé par SEINERGY LAB en partenariat avec CUGPS&O



- financé de 60 à 80% par l'ADEME



Quels axes sont étudiés par ACT Pas-à-Pas ?



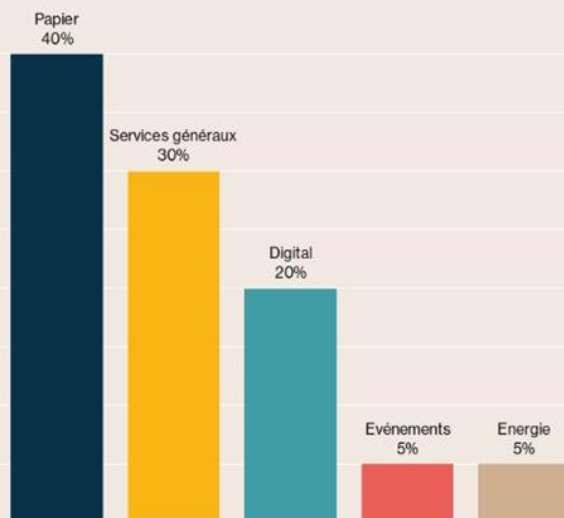
Une **stratégie climat** doit :

- ✓ Prendre en compte tout le **modèle d'affaire**
- ✓ incarner les **valeurs de l'entreprise**
- Elle s'intègre à la **stratégie globale de l'entreprise**.

Panorama complet

Illustration pour un journal français (1/2)

La synthèse du bilan carbone d'un journal français



Les principaux leviers identifiés à la suite de l'analyse de l'inventaire GES visent à réduire les impacts opérationnels.

Exemple des grands leviers de réduction identifiés à partir de ces résultats

1. RÉDUIRE L'IMPACT DE L'ACTIVITÉ D'IMPRESSION

- Achat de papier recyclé
- Réduction de la consommation de papier
- Politique d'impression responsable
- Revalorisation des journaux

2. RÉDUIRE L'IMPACT DU FONCTIONNEMENT DU JOURNAL

- Analyse de la maturité des fournisseurs
- Intégration de clauses contractuelles et accompagnement des fournisseurs
- Réduction des consommations d'énergie et d'eau dans les bâtiments

3. METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE DE NUMÉRIQUE RESPONSABLE

- Eco-conception et design numérique
- Sélection responsable des fournisseurs de services numériques
- Publicité numérique responsable

4. ECO-CONCEVOIR LES ÉVÉNEMENTS

- Gestion de la provenance des invités et sensibilisation aux modes de transport durables
- Restauration responsable lors des événements
- Optimisation et recyclage des décors et matériaux utilisés lors des événements

Illustration pour un journal français (2/2)

Identification des grands leviers de durabilité de l'entreprise après une réflexion stratégique sur l'intégration du climat dans le modèle économique du journal.

➤ **ACT collectif offre une vision systémique tournée vers l'avenir.**

Exemple d'orientation du journal prise à la suite d'une réflexion stratégique et du bilan carbone

L'entreprise souhaite se positionner comme un acteur engagé au quotidien pour améliorer l'information sur tous les sujets à l'aune de l'urgence climatique. Nous visons à être le leader dans la couverture des actualités climatiques et à promouvoir des solutions positives.

Notre mission est d'outiller nos lectrices et lecteurs pour leur permettre de décrypter l'actualité et de faire des choix éclairés.

Exemple des grands leviers de réduction identifiés à partir de cette réflexion

1. ENGAGER LE LECTEUR ET CONTRIBUER AU CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

- Définition de la couverture médiatique centrée sur le climat
- Formation des journalistes et de la régie publicitaire axée sur le climat

2. ACCOMPAGNER NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

- Évaluation des fournisseurs via des questionnaires sur leur démarche climat
- Intégration de clauses contractuelles relatives à la réduction des émissions
- Accompagnement des fournisseurs moins matures

3. FAIRE PREUVE D'EXEMPLARITÉ DANS NOS OPÉRATIONS

- Mise en place d'un système de management environnemental
- Eco-conception du journal papier
- Promotion de la sobriété numérique et éco-conception des événements

Merci de votre attention

Vos contacts :

Christine NABRIN, SEINERGY LAB

c.nabrin@seinerylab.fr - 06 85 89 23 80

Marie-Gabrielle MERY, SEINERGY LAB

mg.mery@seinerylab.fr - 06 70 13 56 76

Amélie BATTISTEL, CUGPS&O

amelie.battistel@gpseo.fr - 06 28 41 86 54

