

## Table des matières

1. S'impliquer de manière transparente dans la définition des politiques climatiques
2. Faire preuve d'honnêteté sur son engagement écologique
3. Exercer un contrôle préalable sur le marché de la compensation du carbone
4. Recommandations



## Garantir la transparence des entreprises afin d'atténuer les changements climatiques

L'atténuation visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre nécessitera des changements radicaux dans les politiques énergétiques et les habitudes des consommateurs, ainsi que dans le développement des technologies. Principales émettrices de gaz à effet de serre (GHG) et vecteurs du changement technologique, les entreprises joueront un rôle essentiel dans la définition des solutions qui seront apportées à nombre de ces défis.

L'ampleur des changements nécessaires ne manquera pas de créer des opportunités pour certaines entreprises. Pour d'autres, cela exigera d'adapter leurs modèles d'activité traditionnels. Lorsque les entreprises réagissent au changement climatique, il importe qu'elles le fassent d'une manière permettant aux parties prenantes — les citoyens, les consommateurs et les investisseurs — de comprendre si leurs nouvelles pratiques et leurs engagements sont transparents, soutiennent le développement durable et contribuent à un avenir à faible émission de carbone.

### Les actions de *lobbying* et le changement climatique

En 2009, les groupes d'intérêt des secteurs des combustibles et du gaz ont dépensé, à eux seuls, la somme de 175 millions de dollars dans les actions de *lobbying* en matière de changement climatique, éclipsant de la sorte les 22,4 millions de dollars déboursés par les groupes de défense de l'environnement la même année, concernant des activités similaires (un record jamais égalé jusqu'à présent pour ces derniers).

Bien qu'il n'existe pas de registre obligatoire pour les groupes de pression en Europe susceptible de permettre de retracer les dépenses en la matière, dans la région, les entreprises sont considérées comme ayant un poids important dans le cadre des discussions liées aux changements climatiques.

Dans d'autres pays, tels que l'Inde, les entreprises utilisent leurs ressources pour façonner les politiques consacrées au changement climatique. Par exemple, les représentants des entreprises indiennes ont fait du *lobbying* de manière intensive, tant sur le plan national qu'international, afin de veiller à ce que les projets d'atténuation du changement climatique servent leurs intérêts.

## 1. S'impliquer de manière transparente dans la définition des politiques climatiques

Nombreux sont les pays dans lesquels le monde des affaires utilise des ressources considérables pour s'impliquer dans le débat politique sur les changements climatiques. Au cours de ces dernières années, on a assisté à une expansion et à une diversification significatives de l'implication des entreprises dans les actions de *lobbying* autour du changement climatique. Aux États-Unis, un des rares pays à tenir un registre obligatoire des activités de *lobbying*, environ 2 000 groupes de pression ont été enregistrés comme travaillant sur les questions de changement climatique, en 2009. Alors que le *lobbying* peut constituer une forme d'expression valable, on peut aussi s'inquiéter du fait que lorsque l'influence de certains groupes devient disproportionnée, les choix politiques peuvent être façonnés, à tort, par des influences excessives (voir colonne sur le côté).

Les impacts négatifs des actions de *lobbying* peuvent résider dans les politiques climatiques favorisant certaines industries, ou dont les ambitions sont trop modestes en ce qui concerne les actions d'atténuation des effets du changement climatique. Ainsi bien que la Commission européenne ait apporté son soutien initial à une mise aux enchères de la totalité des permis d'émissions dans le cadre du Système européen d'échange de quotas d'émission de gaz à effet de serre, les industries à forte intensité énergétique ont fait en sorte de bénéficier d'une exonération en ce qui concerne l'achat de leurs permis. Aux États-Unis et en Australie, certains observateurs affirment que l'échec des lois relatives au changement climatique en 2009 pourrait trouver son origine dans l'influence exercée par les entreprises.

Vu l'importance de l'enjeu, il apparaît essentiel que les entreprises divulguent au public la nature et la portée de leur engagement dans la définition des politiques publiques, ainsi que la manière dont sont prises les décisions internes en matière de changement climatique. Une telle transparence pourrait aider les gouvernements, les citoyens et les investisseurs à comprendre où résident les intérêts des entreprises en la matière. Cette information pourrait être également utilisée par les gouvernements pour mieux travailler avec le secteur privé, dans le cadre de la transition vers une économie à faible émission de carbone, en faisant, le cas échéant, de certains opposants aux politiques progressistes en matière de changement climatique des partenaires.

Des gouvernements locaux, régionaux et nationaux ont d'ores et déjà introduit toute une série de politiques encourageant l'engagement positif des entreprises à l'égard des questions liées au changement climatique. Les politiques fiscales, au Danemark et en Israël, ont contribué à ouvrir la voie à la mise en place des infrastructures nécessaires pour la mise en circulation de voitures électriques. Aux États-Unis, l'État de Californie a utilisé le mécanisme du découplage du taux afin de proposer une incitation financière aux sociétés de services publics qui

mettaient en œuvre des mesures contribuant à augmenter l'efficacité énergétique. De telles initiatives envoient des signaux politiques clairs et rendent plus aisée la transition des entreprises vers l'économie verte, en lieu et place des actions de lobbying qui s'opposent au progrès.

## 2. Faire preuve d'honnêteté sur son engagement écologique

Outre la déclaration de leur engagement dans la définition des politiques publiques relatives au changement climatique, il est également important que les entreprises fassent preuve de transparence en ce qui concerne l'empreinte carbone des biens et services qu'elles fournissent. Lorsqu'une telle information est accessible et crédible, les entreprises renforcent leur réputation, ainsi que la confiance des consommateurs, tout en apportant leur soutien à la protection de l'environnement.

Les clients s'intéressant davantage au climat, ils demandent à présent plus d'informations aux entreprises concernant leur empreinte carbone. L'attention de plus en plus importante que les consommateurs accordent aux questions climatiques a entraîné un nombre croissant d'accusations « d'éco-matruage » à l'encontre des entreprises— pratique consistant à affirmer que les produits ou les services proposés par une entreprise sont plus respectueux de l'environnement qu'ils ne le sont en réalité. C'est le cas, par exemple, lorsque des sociétés se servent de statistiques mensongères ou vantent les bienfaits d'un unique produit vert pour améliorer la réputation d'une entreprise dans son ensemble ou de toute une industrie (voir colonne sur le côté en page 3).

Alors que les entreprises exercent, dans une certaine mesure, une autorégulation pour décourager l'éco-matruage, des normes commanditées par les gouvernements ont été développées afin d'aider les consommateurs à identifier les produits respectueux de l'environnement. Il s'agit là d'une initiative puissante, en théorie, mais nombreuses sont les normes qui pourraient être renforcées. La norme de l'Union Européenne en matière d'efficacité énergétique adopte ainsi un classement allant de G à A++, ce qui peut porter les consommateurs à penser qu'un produit classé dans la catégorie « A » correspond au degré le plus élevé d'efficacité. Aux États-Unis, une étude de 2010 menée par le Government Accountability Office (l'équivalent de la Cour des comptes en France) a conclu que le système national d'approbation de l'efficacité énergétique était vulnérable à la fraude et aux abus, et que les produits proposés en vue de l'obtention du label n'étaient pas systématiquement évalués de manière rigoureuse. La représentation honnête des biens et des services est, in fine, une décision qui appartient aux entreprises, mais il n'en demeure pas moins que le découragement de l'éco-matruage pourrait être soutenu par des normes de label qui feraient preuve de plus de discernement et qui exigeraient une transparence totale, avec un engagement accru des consommateurs et des citoyens dans la dénonciation des violations.

### L'éco-matruage : des campagnes marketing dépourvues de transparence

De nombreux fournisseurs d'énergie ont surestimé sur leur engagement vis-à-vis de l'environnement.

Shell et BP ont ainsi dépensé des millions d'euros par an afin de vanter publiquement leurs investissements dans les énergies renouvelables, bien que ces derniers ne représentaient, en général, qu'un faible pourcentage de leurs budgets.

La société danoise Dong a communiqué dans ses publicités sur son engagement afin de fournir de l'énergie éolienne au Danemark, alors qu'elle construisait des usines fonctionnant au charbon à l'étranger.

La société allemande RWE se présente comme étant une entreprise verte car elle utilise le vent et l'eau en tant que combustibles, bien que ces sources d'énergie représentent moins de 3 % de l'énergie qu'elle produit.

### Qu'est-ce que la compensation ?

La compensation en matière de carbone est une réduction des émissions de dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>) ou d'équivalent CO<sub>2</sub> qui vient compenser une quantité d'émissions analogue émise ailleurs (connue sous la dénomination de crédit de réduction des émissions).

Les gouvernements ou les entreprises qui doivent réduire leurs émissions dans le cadre d'un système de plafonds et d'échange de crédits financent souvent des projets de compensation dans des zones non réglementées par un plafond, afin de se procurer des crédits de réduction des émissions leur permettant de maintenir ou d'augmenter leurs niveaux d'émission.

### 3. Exercer un contrôle préalable sur le marché de la compensation du carbone

Les entreprises qui peuvent s'appuyer sur les crédits de compensation (voir colonne sur le côté) doivent bien comprendre la manière dont ceux-ci sont générés pour s'assurer qu'ils apportent les bénéfices qu'ils revendiquent. Les sociétés, notamment certaines compagnies aériennes, qui encouragent leurs clients à régler une faible somme pour compenser leur empreinte carbone, pourraient se pencher davantage sur la question, sauf si elles sont certaines que les projets qu'elles financent entraînent des effets réels, durables et positifs.

Le contrôle préalable pourrait contribuer à garantir que le recours aux crédits de compensation ne fait pas courir des risques de réputation aux entreprises, qu'il ne porte pas préjudice au climat, ou encore qu'il n'ouvre pas la porte à une corruption éventuelle. Pourtant, assurer l'intégrité en matière de crédits n'est pas toujours une tâche aisée. En effet, bien que les normes dans le marché volontaire du carbone soient en passe de se consolider et de devenir plus solides, les crédits ne représentent pas systématiquement les exigences les plus élevées en matière de développement durable.

Ceci constitue un problème pour de nombreux acheteurs du secteur privé, lesquels se portent acquéreurs de crédits de compensation dans le cadre de leurs programmes de responsabilité sociale d'entreprise. Les projets de réduction des émissions peuvent, par exemple, se dérouler dans des zones dans lesquelles le droit foncier n'est pas clairement défini, mettant ainsi potentiellement en péril les moyens de subsistance et le bien-être des populations locales. Ainsi, en Inde, un projet d'énergie éolienne a débouché sur de violents affrontements entre les agriculteurs locaux et la police, en 2010, après que les promoteurs du projet ont abattu 12 000 arbres, afin de construire des antennes éoliennes.

Si les projets ne sont pas supervisés de manière appropriée, ils peuvent générer moins de réductions d'émissions que de crédits, compromettant ainsi l'intégrité du système. Dans des cas rares et extrêmes, les crédits carbone peuvent être totalement fictifs. Une société hongroise a présenté des crédits de carbone au Vatican, promettant de planter des arbres et de faire du Vatican le premier territoire neutre en matière de carbone. D'après des sources d'informations, la société a alors proposé des crédits de compensation à la vente sans n'avoir planté aucun arbre.

### 4. Recommandations

La capacité des citoyens, des consommateurs et des investisseurs à comprendre la manière dont les entreprises répondent au changement climatique, ainsi que l'obligation qui incombe à ces dernières de rendre compte, détermineront le succès des efforts en matière d'atténuation des effets du

changement climatique. Aussi, TI appelle chacune des parties prenantes à mettre en œuvre les actions suivantes :

#### *De la part des entreprises*

**Les entreprises doivent faire preuve de transparence en ce qui concerne leur implication dans la définition des politiques relatives au changement climatique, en :**

- expliquant la manière dont les décisions nationales en matière de politiques climatiques sont adoptées, notamment concernant la façon dont les problèmes sont identifiés, les contrôles sont réalisés et le dialogue avec les parties prenantes est organisé ;
- alignant la stratégie de la société tant en interne que vis-à-vis de l'extérieur : la position publique en matière de changement climatique d'une société devrait être en accord avec les actions de *lobbying* qu'elle mène ;
- assurant une vérification indépendante des déclarations en matière de changement climatique.

**Les entreprises qui vantent les bienfaits pour le climat des biens et des services qu'elles proposent devraient le faire avec honnêteté, en :**

- reconnaissant le risque en termes de réputation associé à l'éco-matquage et en améliorant leurs antécédents d'autorégulation ;
- travaillant en collaboration avec les organes gouvernementaux, afin d'améliorer les normes et les labels relatifs aux produits respectueux de l'environnement.

**Les entreprises qui utilisent des crédits de compensation carbone devraient exercer un contrôle préalable (*due diligence*), en :**

- s'informant de l'origine de leurs crédits et en s'obligeant à acheter des crédits qui satisfont aux exigences des principaux organismes de régulation ;
- vérifiant leurs crédits carbone obtenus par l'intermédiaire de tiers et en s'assurant qu'ils figurent dans des registres, qu'ils contribuent au développement durable et à la préservation de l'environnement et qu'ils apportent des bienfaits réels au climat.

#### *De la part des gouvernements*

**Les gouvernements devraient rendre les activités de *lobbying* plus intègres, en :**

### Garantir la transparence des entreprises afin d'atténuer les changements climatiques

La présente Prise de position a été rédigée par Krina Despota, membre du département de recherche et de connaissances du secrétariat de TI.

Les constatations et les recommandations contenues dans ce document se fondent sur le *Rapport mondial sur la corruption : changement climatique*, publié par TI. L'ensemble des données et des chiffres, sauf indications contraires, est extrait dudit rapport.

Le rapport susvisé comporte les contributions de plus de 50 experts et praticiens de premier ordre, qui se penchent sur les risques de corruption les plus importants dans le domaine du climat. Pour en savoir plus, veuillez consulter le lien suivant : [www.transparency.org/publications/gcr](http://www.transparency.org/publications/gcr).

- mettant en place des registres obligatoires en la matière, lesquels éclaireraient davantage le public sur l'identité des groupes qui exercent des pressions sur le législateur et dans quels domaines ;
- organisant des processus décisionnels consultatifs, ainsi que des auditions publiques sur la législation, afin de contrebalancer les interventions des entreprises avec la participation des membres de la société civile.

**Les gouvernements locaux, régionaux et nationaux pourraient encourager les progrès du secteur privé dans le domaine du changement climatique, en :**

- utilisant des signaux politiques clairs indiquant un engagement à long terme par rapport au changement climatique et en affichant une orientation politique prévisible et fiable ;
- donnant l'exemple. Même en l'absence d'initiatives nationales, les gouvernements régionaux ou locaux peuvent adopter des engagements dans le domaine de la réduction des émissions de carbone ;
- créant des incitations appropriées, afin d'aider les entreprises dans leur transition.

#### *De la part des citoyens*

**Les citoyens et les consommateurs devraient identifier des domaines à améliorer dans la divulgation d'informations par les entreprises, en :**

- se servant des médias sociaux, y compris les annuaires et les blogs, afin d'attirer l'attention sur les entreprises qui gonflent leur contribution environnementale ;
- continuant à demander la divulgation détaillée de l'implication des entreprises dans les politiques de changement climatique et de leurs engagements en la matière, en tant qu'élément essentiel de la déclaration des entreprises ;
- améliorant la collaboration entre les différents groupes de la société civile, afin d'accroître les impacts et les risques de réputation pour les entreprises qui affichent des positions en matière de changement climatique ou mettent en avant le caractère écologique des biens et des services qu'elles proposent qui ne correspondent pas à la réalité.

**TRANSPARENCY  
INTERNATIONAL**

N° téléphone

**+49-30-343820 -0**

Fax

**+49-30-347039 -12**

Secrétariat international

**Alt-Moabit 96**

**10559 Berlin**

**Allemagne**

© 2011 Transparency International. Tous droits réservés.

**Transparency International (TI) est la principale organisation de la société civile qui mène la lutte contre la corruption à travers le monde. Avec plus de 90 sections dans le monde entier et un secrétariat international à Berlin, Allemagne, TI fait prendre conscience des effets néfastes de la corruption, et travaille avec les gouvernements, les entreprises et la société civile pour élaborer et mettre en œuvre des mesures efficaces pour la combattre. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site Internet suivant : [www.transparency.org](http://www.transparency.org)**