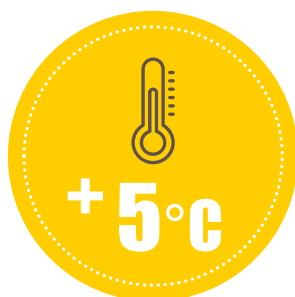


Introduction

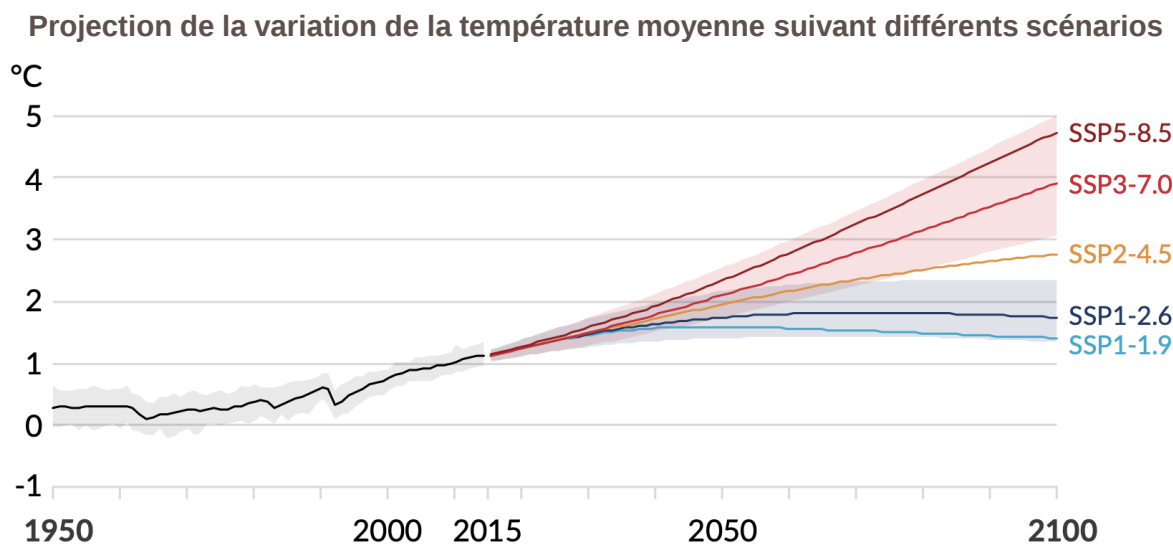
1



Entreprise de conseil, PMP Strategy est intervenue sur de nombreux sujets comme la stratégie, l'innovation, ou développement de nouvelles activités. Ses clients sont actifs dans divers secteurs comme les télécoms, les transports, la distribution, l'énergie ou les banques et assurances.



C'est l'augmentation maximale de la température terrestre qui est attendue en 2100 en l'absence de l'adoption de mesures fortes.



Source : GIEC, 1^{er} groupe de travail, 2021

Les **conséquences de ce changement climatique** sont déjà visibles et s'accroîtront dans les années à venir.

En tant qu'acteur engagé, **PMP Strategy** a souhaité réaliser un bilan de ses émissions de gaz à effet de serre et s'engager dans une **démarche de transition via le Diag Décarbon'action** proposé par Bpifrance, en partenariat avec l'ADEME et en collaboration avec l'ABC. L'accompagnement a été réalisé par la société **BL Evolution**.

Résultats

2



C'est le Bilan GES de PMP Strategy pour l'année fiscale 2022

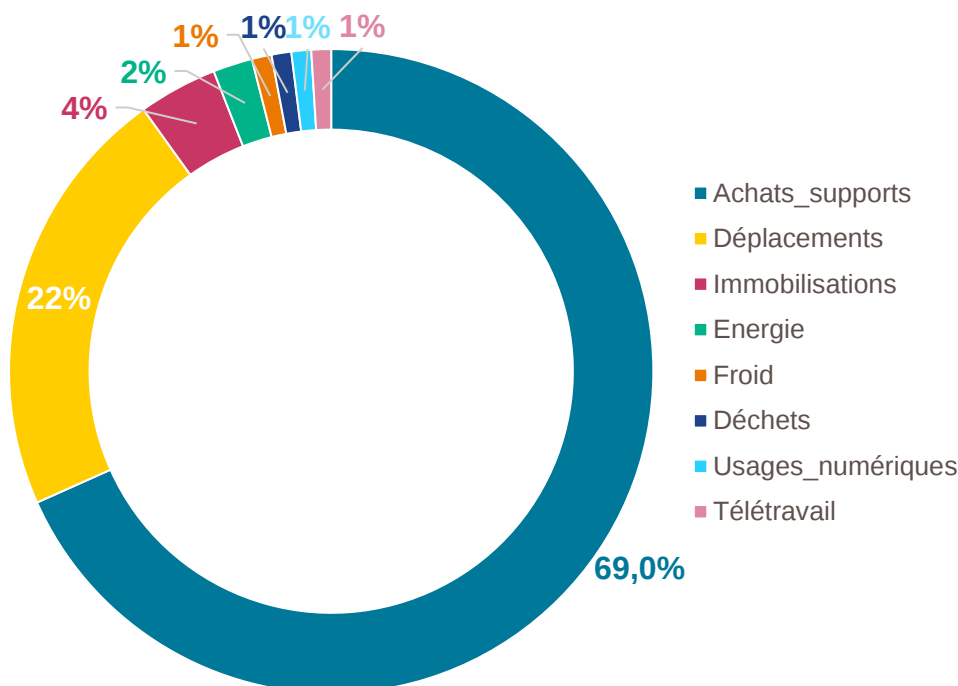
Ce qui est équivalent :

- aux émissions annuelles de 60 français ;
- à 73 tours de la Terre en avion ;
- à la combustion de 1 400 L de gasoil.

Indicateurs clés



Répartition des émissions

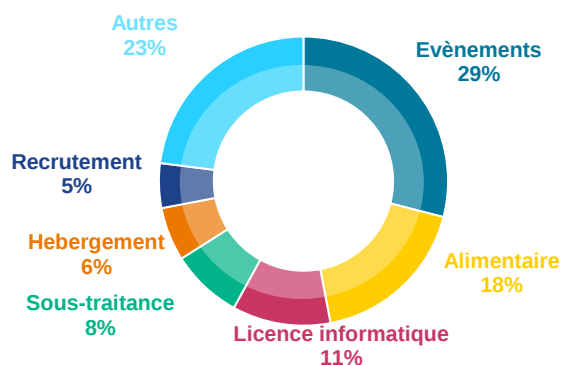


La réalisation du bilan carbone 2022 de PMP Strategy a permis de mettre en évidence que la majorité des émissions étaient liées à **des achats dits supports** (de services ou de petits matériels) **avec environ 69% des émissions** totales. Le second poste majeur est celui des déplacements quotidiens et professionnels (**22% des émissions**) des employés. On retrouve ici, des résultats classiques pour une entreprise de conseil comme PMP Strategy.

Analyses

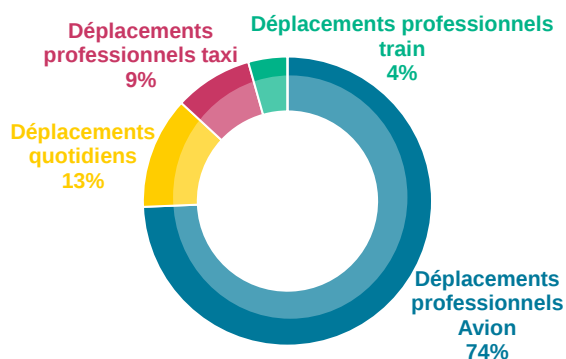
3

1^{er} poste d'émissions : Achats support (69%)



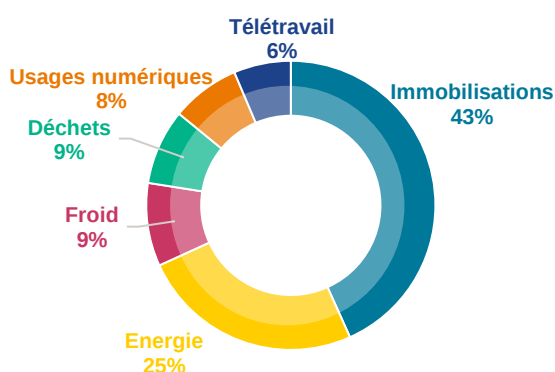
Les diverses dépenses de PMP Strategy ont été associées à **différentes macro-catégories** afin d'en faciliter le traitement. La majorité des émissions du poste achats support est donc liée à des **dépenses d'événementiels, alimentaires ou de services divers**.

2^{ème} poste d'émissions : Déplacements (22 %)



Les émissions associées aux déplacements sont pour la plupart causées par des déplacements professionnels (**87% des émissions contre 13% pour les déplacements quotidiens**). Cela est notamment lié à **des distances parcourues plus importantes et des moyens de transport plus carbonés** (avion, voiture).

3^{ème} poste d'émissions : Autres postes (9%)



Les émissions des autres postes représentent **9% du bilan global**. Au sein de ceux-ci on retrouve principalement des émissions liées aux **immobilisations** (matériel informatique, locaux, mobilier...) et aux **consommations d'énergie** (électricité).

Pistes d'actions

4



C'est l'objectif de réduction des émissions relatives de GES que s'est fixé **PMP Strategy** pour 2030 (soit passer de 4,7 tonnes par ETP à 2 tonnes par ETP).

THÉMATIQUES	PRINCIPALES ACTIONS ENVISAGÉES
 Politique d'achats responsables	• Création d'une la politique d'achats responsables ; • Mettre en place des indicateurs de suivi sur les achats ; • Déploiement de la politique d'achats.
 Politique de déplacements bas-carbone	• Limiter au strict nécessaire les allers-retours sur des missions à l'étranger ; • Renforcer le report modal vers des mobilité bas-carbone pour les trajets au sein d'un même pays ; • Requestionner la nécessité de se déplacer et réduire autant que possible les déplacements.
 Précision du bilan carbone	• Passer à des données physiques pour l'évaluation des émissions des principales sources d'émissions pour le poste achats ; • Améliorer des hypothèses posées ; • Collecte de données auprès des fournisseurs.
 Rayonnement	• Evaluer l'impact qualitatif de PMP Strategy sur les missions de conseils ; • Développer des offres sur des thématiques RSE en lien avec d'autres acteurs du secteur ; • Entamer des réflexions sur comment participer/accompagner à des changements de modèles d'affaires plus vertueux ; • Sensibilisation en interne des consultants PMP Strategy.
 Exemplarité	• Critères de sélection de nouveaux locaux (énergétique, surfaces occupées...) • Rationalisation des équipements achetés et prolongement de leur durée de vie ; • Sensibilisation sur bons gestes quotidiens.