



D5.5 Climate Commitment Booklet - 2025 – Compiled French version

Dissemination Level: Public



Tiimiakatemia
by jamk





D5.5 Booklet sur l'engagement climatique – Finlande 2025 – version en français

Niveau de diffusion : Public



Tiimiakatemia
by jamk



KONFEKOOP
Euskadiko Kooperatiben Konfederazioa
Confederación de Cooperativas de Euskadi



Amplo Kaya



Initiative Développement

Document information

Issued by	Initiative développement
Issue date	26/06/2025
Authors	Anni Arkimaa, Eveliina Holm, Ada-Ellen Virtanen, Jonna Markkanen - Proofreading by Margaux SINNAEVE
Dissemination level	Public

Document history

Version	Date	Comments and main modifications
01	11/06/2025	Version 1
02	26/06/2025	Version 2 with feedbacks and layout

Funding information and disclaimer

The teamit+ project is funded by the european union (grant agreement nr. 101111560). Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the european union or the european education and culture executive agency (eacea). Neither the european union nor eacea can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

Table des matières

I. Introduction : notre expérience et notre motivation	4
II. Choix du sujet et de la recherche	4
L'empreinte carbone des entreprises locales en Finlande – Aperçu général	5
Réglementations et objectifs	5
Défis et efforts.....	5
Solutions pour les PME	5
III. Défi d'innovation de 24 heures en Grèce	5
1. Premier jour	6
2. Deuxième jour	6
IV. Introduction au sujet.....	6
V. Campagne.....	6
Brochure de la campagne	6
VI. Rencontres.....	7
VII. Recommandations à l'intention des petits acteurs du secteur de la mode pour soutenir la consommation durable.....	11
VII. Conclusion	12
Références	12

I. Introduction : notre expérience et notre motivation

Notre expérience au sein du programme a été à la fois enrichissante et exigeante. Les déplacements et la logistique étaient très bien organisés, et notre équipe a travaillé efficacement ensemble. Nous avons su préserver un fort esprit d'équipe et nous nous sommes bien adaptés à des situations nouvelles, voire difficiles. Tout au long du processus, nous nous sommes soutenus mutuellement et avons mis à profit nos atouts dans un environnement international – y compris lorsque nous devions aborder des sujets complexes dans une langue étrangère.

Nous avons toutefois rencontré quelques obstacles en cours de route : des barrières linguistiques, un engagement inégal de la part de certains participants, ainsi que des difficultés liées au calendrier et à l'organisation. De plus, les déplacements trop nombreux, combinés à un sujet de départ très vaste, ont ralenti nos progrès au début.

Malgré ces défis, nous avons acquis des connaissances précieuses sur le travail d'équipe international, l'impact des différences culturelles sur la communication et la prise de décision, ainsi que sur les questions environnementales dans différents pays. Nous avons également amélioré nos compétences linguistiques et gagné en confiance pour exprimer nos opinions et nos idées dans un contexte international.

II. Choix du sujet et de la recherche

Avant la rencontre en Grèce, nous avons choisi notre thème global en votant à l'aide d'un formulaire commun. Le thème retenu était : « L'empreinte carbone des entreprises locales ». Nous avons commencé à étudier ce sujet en Finlande avant notre départ et avons rédigé un petit résumé à partager avec le groupe.

L'empreinte carbone des entreprises – en particulier des petites et moyennes entreprises (PME) – est un sujet crucial, car elle a un impact considérable sur les émissions. Réduire l'empreinte carbone d'une entreprise contribue non seulement à lutter contre le changement climatique, mais aussi à améliorer la conformité réglementaire, à favoriser la rentabilité et à répondre à la demande croissante des consommateurs en matière de pratiques durables.

Vous trouverez ci-dessous un aperçu plus détaillé de la situation actuelle, des défis et des opportunités liés à l'empreinte carbone des petites et moyennes entreprises (PME) finlandaises :

L'empreinte carbone des entreprises locales en Finlande – Aperçu général

En Finlande, l'empreinte carbone d'une entreprise se compose des émissions directes (consommation de carburant), des émissions indirectes (électricité, chauffage, refroidissement) et des émissions liées à la chaîne d'approvisionnement (matières premières, transports, cycle de vie du produit). Les petites et moyennes entreprises (PME) jouent un rôle important dans l'économie finlandaise et sont confrontées à des défis pour trouver un équilibre entre responsabilité et rentabilité.

Règlementations et objectifs

- Directive CSRD : d'ici 2026, les PME cotées en bourse devront publier des informations sur le développement durable, avec une période de transition allant jusqu'en 2027.
- Objectif de neutralité carbone de la Finlande : atteindre la neutralité carbone d'ici 2035.
- Objectif de neutralité carbone de l'UE : atteindre la neutralité carbone d'ici 2050.
- Loi sur les forêts et labels : garantir des pratiques durables et la transparence des données relatives à l'empreinte carbone.

Défis et efforts

- Les PME ont un impact significatif sur les émissions via leur consommation d'énergie, leur logistique et leurs chaînes d'approvisionnement.
- L'obligation de reporting concerne principalement les grandes entreprises, ce qui laisse aux plus petites le soin de mener des initiatives volontaires.
- Des entreprises telles que Foodini et Lindström sont des pionnières en matière de pratiques durables.

Solutions pour les PME

- Transition énergétique : passage aux énergies renouvelables.
- Logistique respectueuse de l'environnement : optimisation des transports et utilisation de véhicules électriques.
- Aides publiques : les PME ont besoin de davantage d'incitations pour mettre en œuvre des mesures durables.

Même si les grandes entreprises respectent les exigences en matière de développement durable, les entreprises locales ont besoin d'un soutien structuré et d'incitations pour mesurer et réduire efficacement leur empreinte carbone.

III. Défi d'innovation de 24 heures en Grèce

Premier jour

Nous avons commencé par faire connaissance et partager ce que nous avons étudié dans nos pays respectifs avant le voyage. Après avoir présenté nos travaux préparatoires, nous avons défini un problème commun basé sur nos recherches. Nous avons présenté des questions guides qui nous ont aidés à comprendre la direction que nous souhaitons prendre.

Cela nous a amenés à l'idée de créer une plateforme web mondiale présentant des entreprises durables de chaque pays. Grâce à ce site web, les utilisateurs pourraient trouver des entreprises locales respectueuses de l'environnement et utiliser des ressources utiles pour promouvoir le développement durable dans leur région.

Nous avons ensuite établi un programme pour le lendemain et nous nous sommes répartis en groupes de travail thématiques.

Deuxième jour

Nous avons formé de petits groupes de travail internationaux, composés chacun de représentants de différents pays. Nous avons commencé à rechercher des entreprises écoénergétiques dans nos pays d'origine, à partager nos observations et à les synthétiser ensemble. Ces entreprises ont été ajoutées au site web.

Par la suite, nous avons préparé un pitch pour le site web, que nous avons présenté lors d'un événement d'innovation de 24 heures organisé à Kozani.

IV. Introduction au sujet

À la suite d'un travail international mené en Grèce, nous avons décidé d'affiner notre sujet pour le rendre plus concret et plus pertinent au niveau local. En Finlande, nous avons choisi de nous concentrer sur l'industrie du textile et de l'habillement.

Au fil de nos recherches et de nos discussions, nous avons compris que la surconsommation de vêtements constituait un problème majeur. La Finlande, comme de nombreux pays développés, est touchée par la mode éphémère, un taux de consommation élevé et un cycle de vie court des produits. Ces comportements ont un impact significatif sur les émissions de dioxyde de carbone et la production de déchets.

En limitant notre sujet à la surconsommation de vêtements, nous avons créé un message plus ciblé et plus parlant pour les consommateurs et les entreprises finlandais. Grâce à cette orientation, nous pouvons explorer des solutions concrètes : de l'allongement du cycle de vie des vêtements et de la promotion de leur réutilisation à la mise en avant d'entreprises locales qui ont déjà pris des mesures durables.

Notre approche raffinée vise à encourager tant les entreprises que les particuliers à adopter des pratiques durables dans le secteur textile, ce qui contribuera en fin de compte à réduire l'empreinte carbone au niveau local.

V. Campagne

Notre campagne vise à réduire la surconsommation, en particulier dans l'industrie textile. Nous sommes convaincus qu'une consommation réduite conduit non seulement à une planète plus saine, mais aussi à une vie plus légère et plus riche de sens. Dans un monde où l'on nous incite sans cesse à acheter davantage, nous souhaitons remettre en question l'idée selon laquelle le bonheur ne se trouve pas dans les biens matériels.

Au contraire, nous encourageons les gens à renouer avec ce qu'ils possèdent déjà – en particulier leurs vêtements préférés – et à apprécier les histoires, les souvenirs et les valeurs qui s'y cachent. En consommant moins et en faisant des choix plus réfléchis, nous pouvons réduire l'impact environnemental de la mode, soutenir des entreprises plus durables et évoluer vers un mode de vie où le bien-être prime sur la surconsommation.

Moins vous consommez, mieux vous vous sentez — pour vous-même et pour la planète.

Brochure de la campagne



Image réalisée avec Canva AI

VI. Rencontres

Liste des personnes et des entreprises que nous souhaitons rencontrer

- Femme, députée depuis 2019, âgée de 33 ans
- Femme, ambassadrice de l'accord climatique de l'UE et déléguée finlandaise à la jeunesse pour le climat (2023–2024), âgée de 20 ans
- Homme, entrepreneur et PDG d'une start-up, âgé de 31 ans, secteur du textile, 5 à 20 employés, entreprise fondée en 2016, spécialisée dans la production responsable de vêtements
- Femme, entrepreneuse, 40 ans, secteur textile, 20 à 30 employés, entreprise créée en 2015
- Femme, économiste, chercheuse, 33 ans
- Entreprise, secteur du textile, 1 000 à 2 000 employés, fondée en 1848
- Entreprise, traitement et élimination des déchets, 40 à 50 salariés, fondée en 1997
- Entreprise, secteur textile, 10 à 20 salariés, fondée en 2013
- Femme, chercheuse et experte en développement durable, âgée de 43 ans
- Entreprise du secteur textile, 5 à 10 employés, fondée en 2003, spécialisée dans le design finlandais et la transparence de la chaîne de production.
- Femme, futurologue, professeure associée en gestion environnementale des entreprises, âgée de 50 ans
- Femme, entrepreneuse et autrice, 45 ans
- Femme, experte en responsabilité d'entreprise et autrice, âgée de 41 ans
- Homme, PDG depuis 2023, 40 ans, entreprise du secteur textile comptant entre 60 et 70 employés, fondée en 2015.
- Femme, chef de projet, technologie, environnement durable, 29 ans
- Homme, chercheur en politique climatique, âgé de 50 ans.

- Femme, experte spécialisée dans le développement durable et les marchés publics. Elle travaille dans une entreprise du secteur textile comptant environ 60 à 70 salariés, fondée en 2006 et spécialisée dans les vêtements militaires et de plein air.
- Femme, maître de conférences en sociologie économique et chargée de cours à l'université, âgée de 36 ans.
- Femme, chercheuse boursière étudiant l'anti-consommation et le bien-être liés à la consommation de vêtements, Université de Vaasa, âgée de 35 ans.
- Spinnovagroup, entreprise du secteur textile, a développé une technologie brevetée pour la production de textiles. Utilisation de fibres de cellulose pour les besoins de l'industrie de l'habillement, fondée en 2009, 60 à 80 employés.
- Entreprise, secteur textile, entreprise du secteur du textile et de l'habillement fondée en 2012, spécialisée dans la production et la vente de tricotés en laine d'alpaga, 18 employés.
- Entreprise du secteur de la gestion des déchets, représentant les services publics de gestion des déchets et 33 centres de traitement municipaux qui assurent efficacement la gestion des déchets de 5,3 millions de personnes, fondée en 2000.
- Entreprise du secteur textile, association représentant les intérêts des entreprises des secteurs du textile, de l'habillement et de la mode, proposant des services d'expertise, des formations et des événements, comptant 260 entreprises membres, fondée en 1978.

1. Liste des personnes que nous avons rencontrées

- Femme, ambassadrice de l'accord climatique de l'UE et déléguée finlandaise des jeunes pour le climat (2023–2024), âgée de 20 ans
- Femme, professionnelle finlandaise du développement durable et doctorante à l'université LUT, âgée de 43 ans.
- Femme, chargée de projet, technologie, environnement durable, 29 ans.
- Femme, professeure associée en gestion environnementale des entreprises, École de commerce de l'université de Jyväskylä, 50 ans.
- Homme, entrepreneur et PDG d'une start-up, âgé de 31 ans, secteur du textile, 5 à 20 employés, fondée en 2016, spécialisée dans la production responsable de vêtements
- Femme, députée depuis 2019, âgée de 33 ans

2. La mode ultra-rapide : défis et opportunités pour la mode responsable

Lors des entretiens avec les clients, l'impact croissant de la fast fashion sur le secteur de la mode a été mis en évidence. L'évolution rapide des tendances et la production à bas coût exercent une pression constante tant sur l'environnement que sur les entreprises qui s'efforcent d'agir de manière responsable. La durabilité ne constitue plus un avantage concurrentiel, mais est devenue une exigence fondamentale pour les consommateurs. Plusieurs marques de vêtements finlandaises ont récemment fait faillite ou connu des difficultés financières. Les causes en sont souvent une surestimation de la demande, d'importantes commandes anticipées et une focalisation sur les tenues de cérémonie, dont la demande a diminué. Les entreprises n'ont pas su réagir assez rapidement à l'évolution des conditions du marché, ce qui a entraîné des problèmes financiers.

Toive a été citée lors des rencontres comme un exemple d'adaptation réussie. L'entreprise repose sur des valeurs durables, mais son succès repose notamment sur une approche agile, de petits lots de production et une spécialisation dans les vêtements de tous les jours. Chez Toive, la responsabilité financière est considérée comme tout aussi importante que la responsabilité environnementale : un endettement réfléchi et une planification réaliste de la production se sont avérés être des facteurs de réussite essentiels. De plus, la pandémie et l'incertitude économique générale ont incité les consommateurs à accorder davantage d'importance au quotidien, ce qui a renforcé la position de l'entreprise sur le marché.

Du point de vue du comportement des consommateurs, la durabilité reste une valeur importante, mais le prix continue d'influencer fortement les décisions d'achat. Les promotions et les campagnes suscitent actuellement plus d'intérêt que les messages sur la responsabilité. Lors des rencontres, des inquiétudes ont également été exprimées quant au fait que les entreprises pourraient rejeter la responsabilité de la baisse des ventes sur les consommateurs, alors que les véritables causes résident souvent dans leurs propres modèles économiques et dans des erreurs de prévision.

Parmi les tendances d'avenir, on a notamment identifié l'essor de la mode d'occasion et la mise en avant du caractère local. Les consommateurs sont particulièrement sensibles aux services de recyclage organisés localement, tandis que les plateformes internationales de vente de vêtements d'occasion ne suscitent pas le même intérêt. De nombreuses discussions ont également porté sur la question de savoir si la fabrication de vêtements neufs était encore nécessaire ou justifiée, compte tenu de la crise climatique. Une participation plus active des consommateurs aux pratiques de l'économie circulaire – par exemple via la collecte de textiles ou la co-crédation – a été considérée comme une tendance intéressante et en plein essor.

En matière de législation, l'UE n'en est qu'aux prémices de l'élaboration d'une réglementation sur la mode ultra-rapide, et aucune mesure concrète n'a encore été mise en place. Lors des rencontres, la collaboration avec plusieurs acteurs responsables du secteur, tels que Ommellinen, Alpa, Kaiko et Black Moda/Aarre, a été recommandée. Les discussions ont mis en évidence un fort sentiment de solidarité entre les marques finlandaises responsables, ainsi que la nécessité de former un front commun face aux grandes entreprises de la mode ultra-rapide.

3. Responsabilité des entreprises, éducation des consommateurs et soutien politique à la promotion de la mode durable

Lors des rencontres avec les clients, une vision commune est revenue à plusieurs reprises : la responsabilité de permettre des choix durables incombe en premier lieu aux entreprises, et non aux consommateurs individuels. La communication sur la responsabilité a été jugée plus efficace lorsqu'elle repose sur une approche positive et axée sur les solutions. En revanche, une approche fondée sur la critique ou la culpabilisation ne génère pas de changement durable ou significatif dans le comportement des consommateurs. Lors des rencontres, il a également été souligné que les consommateurs ne disposent pas d'informations suffisantes sur les impacts de leurs propres choix, ce qui rend nécessaire de renforcer la sensibilisation et la compréhension du public, en particulier concernant le cycle de vie des textiles et les chaînes d'approvisionnement.

De nombreuses entreprises locales ont déjà adopté des modèles d'activité responsables, comme le fait de n'acheter des produits qu'en petites quantités afin d'éviter les excédents de stock et le recours aux soldes. Elles encouragent également activement leurs clients à consommer de manière plus réfléchie et à

privilégier des vêtements de qualité et durables, ce qui favorise une consommation responsable et à long terme.

La question de l'orientation politique a été largement mise en avant lors de presque toutes les rencontres. De nombreuses parties prenantes ont souligné que les décisions politiques peuvent jouer un rôle central dans le soutien à une activité commerciale responsable. Le soutien aux entreprises locales est considéré comme un moyen de renforcer l'économie nationale, alors que les achats effectués auprès des grandes enseignes internationales de fast fashion font partir l'argent à l'étranger. Cependant, le processus décisionnel actuel est jugé lent et n'offre pas encore un soutien suffisant au développement durable. Une mesure possible mentionnée est la mise en place d'une fiscalité progressive, qui permettrait d'augmenter les coûts des marques de fast fashion en Finlande tout en freinant la consommation inutile.

4. Idées de développement pour soutenir les pratiques responsables des petites entreprises et des entreprises locales

Les entretiens avec les clients ont mis en évidence plusieurs possibilités concrètes permettant aux petites entreprises et aux entreprises locales de renforcer leurs activités tout en favorisant la responsabilité. La coopération a été considérée comme un moyen essentiel de réduire les coûts et d'accroître l'efficacité. Par exemple, des solutions communes de production et de stockage peuvent contribuer à minimiser les risques commerciaux individuels et le gaspillage de matières premières. Le regroupement de petits lots en commandes globales plus importantes permettrait une production plus rentable tout en conservant une gestion flexible des stocks.

La nécessité de renforcer la sensibilisation des consommateurs a été fortement soulignée. Les entreprises cherchent des moyens d'améliorer la compréhension de leurs clients concernant les choix responsables et leurs implications. En réponse, des campagnes et une communication communes, axées sur des messages positifs et orientés vers les solutions, ont été proposées. Ces mesures pourraient également contribuer à renforcer l'engagement des consommateurs, par exemple grâce à des processus participatifs de conception des collections ou à des chaînes de production transparentes, offrant ainsi aux consommateurs une expérience de consommation plus personnalisée et plus responsable.

De nombreuses petites entreprises agissent déjà de manière responsable en n'achetant des produits qu'en petites quantités et en évitant la surstockage. Beaucoup encouragent également activement leurs clients à consommer moins et à choisir des textiles de qualité et durables. Ces modèles économiques pourraient être davantage soutenus par des systèmes de précommande ou des approches de « fabrication sur commande », qui réduisent la surproduction et adaptent l'offre à la demande réelle.

Les canaux de vente communs – tels que les plateformes de vente en ligne partagées, les boutiques éphémères ou les marchés itinérants – peuvent offrir une visibilité et des économies d'échelle que les entreprises individuelles ont du mal à obtenir seules. Ces solutions peuvent s'avérer particulièrement efficaces lorsqu'elles s'inscrivent dans le cadre d'événements touristiques ou culturels, et permettent d'étendre la visibilité à de nouveaux segments de clientèle.

En outre, la communication sur les actions en matière de responsabilité pourrait gagner en transparence grâce à des indicateurs concrets spécifiques aux produits, tels que l'empreinte carbone ou l'empreinte

hydrique. Ceux-ci permettent aux entreprises de démontrer de manière claire et crédible l'impact environnemental de leurs produits.

Enfin, la prise de décision politique est apparue comme un facteur important lors de presque toutes les réunions. Les entreprises ont appelé de leurs vœux des mesures politiques visant à soutenir davantage la production locale et responsable. Par exemple, des mesures fiscales ou des incitations en matière de marchés publics pourraient permettre d'équilibrer les conditions de concurrence entre les petites entreprises responsables et les grandes marques de fast fashion, dont les modèles économiques ne tiennent souvent pas compte de la responsabilité environnementale et sociale. Le soutien aux entreprises nationales renforcerait également l'économie nationale et l'emploi, puisque l'argent dépensé localement reste dans le pays.

VII. Recommandations à l'intention des petits acteurs du secteur de la mode pour promouvoir une consommation durable

L'un des moyens essentiels de promouvoir une consommation plus durable dans le secteur de la mode consiste à renforcer l'attachement émotionnel des clients à leurs vêtements. Lorsque les consommateurs accordent de l'importance à leurs vêtements, ils font moins souvent des achats impulsifs et en prennent soin sur le long terme. Les marques peuvent favoriser cette dynamique en mettant en place des campagnes invitant les clients à partager des anecdotes sur leurs vêtements préférés – par exemple via le concept « Mes vêtements préférés », qui peut être déployé sur les réseaux sociaux ou dans les vitrines des magasins. Les services personnalisés, tels que la retouche, la réparation ou les imprimés sur mesure, renforcent le lien entre le produit et son utilisateur. Dans les descriptions de produits, il convient également de mettre en avant la qualité et la valeur sentimentale du vêtement, et pas seulement son côté tendance ou sa nouveauté.

Prolonger la durée de vie des vêtements est un élément essentiel de la mode responsable. Les petites marques peuvent y contribuer en proposant des services de réparation dans leurs boutiques ou en collaborant avec des couturiers locaux. Il est également possible de guider les clients vers un entretien adéquat des vêtements en partageant des conseils, par exemple sur le lavage, l'aération et le rangement, via les réseaux sociaux, les newsletters ou des ateliers. Les programmes de reprise ou les rayons de vente de vêtements d'occasion – que ce soit dans les magasins physiques ou en ligne – peuvent quant à eux donner une nouvelle vie aux vêtements et réduire les déchets textiles.

Les consommateurs finlandais accordent de plus en plus d'importance à la transparence et à l'authenticité, tant au niveau de la production que de la communication. Les informations sur la chaîne d'approvisionnement, l'origine des matériaux et les personnes qui travaillent en coulisses renforcent la confiance. Même si une entreprise n'en est qu'aux prémices de son parcours vers la responsabilité, une communication honnête et ouverte sur la situation actuelle et les objectifs futurs favorise des relations clients durables.

Plutôt que de suivre les tendances, une conception de produits axée sur la durabilité est un moyen efficace de promouvoir une consommation réfléchie. Les marques ont tout intérêt à miser sur des produits intemporels, polyvalents et de qualité, capables de résister à des années d'utilisation. La sensibilisation du public aux impacts environnementaux de la fast fashion peut être renforcée, par exemple, par le biais d'articles de blog, de publications sur les réseaux sociaux et de newsletters. Promouvoir la mode durable et le concept de garde-robe capsule – et intégrer ses propres produits dans ces concepts – contribue à orienter les consommateurs vers un comportement d'achat plus réfléchi.

La collaboration est un atout important pour les petites marques. Travailler avec des producteurs locaux, des fabricants textiles et des acteurs de la logistique partageant les mêmes valeurs peut générer des synergies et renforcer le réseau du commerce responsable. L'adhésion à des réseaux du secteur, tels que Eetti ry, Fashion Revolution Finland ou Finnish Textile & Fashion, offre des opportunités de partage d'expériences et d'idées, ainsi que la possibilité d'exercer une influence collective pour faire évoluer le secteur. L'organisation de boutiques éphémères et d'événements en collaboration avec d'autres petites entreprises peut également contribuer à réduire les coûts de marketing et à élargir la clientèle.

Les petites marques jouent un rôle unique et influent en tant que promoteurs de la consommation responsable. Dans la communication, il convient d'éviter tout langage incitant à la surconsommation et d'utiliser plutôt des expressions telles que « fabriqué avec soin en petites séries » ou « conçu pour durer ». Les volumes de production limités peuvent accroître la valeur des produits et réduire le risque de surproduction. On peut encourager les clients à adopter des habitudes de consommation plus durables, comme faire leurs achats de manière saisonnière ou planifier leur garde-robe sur le long terme. Cela permet de construire une relation plus équilibrée et plus durable avec la mode.

VII. Conclusion

Notre campagne de sensibilisation met en avant le changement radical dont les industries de la mode et du textile ont cruellement besoin : passer de la surconsommation à des choix éclairés et responsables. Tout au long du projet, nous avons étudié l'empreinte carbone d'entreprises locales, mené des collaborations internationales et finalement décidé de nous concentrer sur la surconsommation de vêtements en Finlande, un sujet concret, auquel chacun peut s'identifier et qui a un fort impact.

Lors de nos rencontres avec des experts, des entrepreneurs et des défenseurs du développement durable, nous avons appris que la responsabilité dans le secteur de la mode doit commencer au niveau des entreprises – mais qu'elle est d'autant plus forte lorsqu'elle est soutenue par des consommateurs conscients et engagés, ainsi que par des mesures politiques audacieuses. De nombreuses petites entreprises locales font déjà figure de pionnières, ce qui montre que les pratiques durables et la rentabilité économique peuvent aller de pair.

En encourageant les gens à consommer moins, à valoriser ce qu'ils possèdent déjà et à soutenir les entreprises responsables, nous visons à promouvoir une culture de consommation plus durable et plus réfléchie. Le changement commence par la prise de conscience, mais il ne devient réalité que grâce à la coopération, à l'innovation et à la volonté politique. L'avenir de la mode ne réside pas dans des tendances plus rapides ou des prix plus bas, mais dans des valeurs plus profondes, des choix plus avisés et une responsabilité partagée. Ensemble, nous pouvons réduire l'empreinte carbone de l'industrie textile grâce à nos choix éclairés.

5. Sources

- <https://kierratyskeskus.fi/mista-yrityksen-hiilijalanjalki-syntyy-ja-miten-se-mitataan-ota-haltuun-scopet-1-2-ja-3/>
- <https://ilmastopaneeli.fi/hiilineutraalius-2035-on-perusteltu-ja-saavutettavissa-oleva-tavoite>
- <https://ghgprotocol.org/>
- https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

- <https://wwf.fi/uutiset/2024/06/raportti-suomalainen-luonnonvarojen-kulutus-selvasti-euroopan-maiden-keskiarvoa-korkeampaa/>



D5.5 Booklet sur l'engagement climatique – France 2025 – version en français

Niveau de diffusion : Public



Tiimiakatemia
by jamk



KONFEKOOP
Euskadiko Kooperatiben Konfederazioa
Confederación de Cooperativas de Euskadi



Amplo Kaya



Initiative Développement

Document Information

Issued by	Initiative Développement
Date of Issue	26 June 2025
Authors	Eve DINET, Arthur FRESSE, Margaux THIEBLIN - Relecture par Margaux SINNAEVE
Dissemination level	Public

Document History

Version	Date	Comments and main modifications
01	11/06/2025	Version 1
02	26/06/2025	Version 2 with feedback and layout

Funding information and disclaimer

The TEAMIT+ project is funded by the European Union (Grant Agreement No. 101111560). The views and opinions expressed are, however, those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

Table des matières

I. Introduction : pourquoi avons-nous rejoint le projet ?	4
II. Comment avons-nous élaboré notre proposition ?	5
III. Notre campagne : un site web.....	6
IV. Liste des parties prenantes interrogées	9
V. Pourquoi avons-nous choisi ce sujet ?	11
VI. Conclusion	12
Annexe I	13
Annexe II	17
Annexe III	16

I. Introduction : pourquoi avons-nous rejoint le projet ?

L'expérience TEAMIT+ a été bien plus qu'un simple projet pour nous ; ce fut une véritable aventure au service d'une cause importante. Nous avons eu l'occasion unique de participer à une initiative ayant un impact significatif sur notre environnement et nos communautés. Tout au long de ce parcours, nous avons acquis de précieuses compétences en gestion de projet et en lancement d'une campagne de sensibilisation efficace. Nous avons également mis à profit nos compétences linguistiques, enrichissant ainsi notre expérience collective.

Notre équipe d'ambassadeurs est un groupe hétérogène de personnes issues de divers horizons : Eve Dinet, 19 ans, qui suit une formation en gestion de la conservation de la nature ; Arthur Fresse, 23 ans, étudiant en deuxième année d'ingénierie générale des techniques industrielles avancées ; et Margaux Thieblin, 24 ans, étudiante en master de gestion de projets de solidarité internationale.

Nous avons tous choisi de nous investir pleinement dans cette initiative, car nous sommes convaincus que chaque geste compte dans la lutte pour un avenir durable. Ensemble, nous avons souhaité apporter notre contribution et participer activement à la promotion d'une économie circulaire respectueuse de l'environnement.

II. Comment notre proposition a-t-elle vu le jour ?

Début décembre 2024, nous avons été invitées à un événement en Grèce intitulé « 24 Hours of Innovation ». Cet événement rassemble des entreprises et des étudiants autour d'un défi créatif : trouver une idée innovante en 24 heures. Cependant, pour nous, cela allait se passer un peu différemment ; malgré le temps limité initialement alloué à la recherche de nouvelles idées dans le cadre de cet événement intensif, notre objectif était également de prolonger notre travail au-delà de ces 24 heures.

Au cours de ces deux jours passés ensemble, nous avons commencé à élaborer notre solution. Dès le début du processus, plusieurs idées ont émergé grâce aux questions et aux recherches menées par les ambassadeurs représentant les quatre pays présents : la France, l'Espagne, la Finlande et la Grèce.

Nous avons consacré la première journée à faire connaissance et à partager nos expériences, afin de dresser un tableau des défis environnementaux dans chacun de nos pays. Cela nous a permis non seulement d'identifier, mais aussi de cerner précisément les problèmes spécifiques sur lesquels nous devons concentrer nos efforts.

C'est ainsi qu'est née l'idée principale : créer une plateforme en ligne mettant en avant les entreprises durables de chaque pays participant, afin que les utilisateurs puissent facilement trouver des initiatives et des ressources locales dédiées au développement durable.

Le deuxième jour, les équipes ont été constituées, chacune chargée de rechercher les entreprises respectueuses de l'environnement dans sa région respective. Cette approche visait à établir des bases solides pour le prototype final que nous devons présenter.

Ensuite, chaque groupe s'est vu attribuer un thème défini en fonction des caractéristiques de son territoire :

- Pour la France : l'agriculture
- Pour l'Espagne : les émissions des entreprises et les modèles économiques
- Pour la Finlande : la consommation de textiles
- Pour la Grèce : la consommation d'énergie

Cette répartition claire a non seulement permis une plus grande spécialisation, mais nous a également permis de cibler efficacement nos futures campagnes.

Enfin, après deux journées intensives consacrées à l'élaboration de nos propositions, nous avons eu l'occasion de présenter notre projet à l'ensemble des participants et au jury.

III. Notre campagne : un site web

Dans un contexte où les enjeux environnementaux et économiques sont de plus en plus liés, nous pensons qu'il est essentiel de réinventer nos modes de production, de consommation et, surtout, de collaboration. C'est pourquoi, pour relever ce défi, nous avons créé un site web : un espace d'échange d'informations et de mise en relation des différents acteurs engagés dans une démarche durable.

Cette idée est née à la suite de nos discussions avec d'autres ambassadeurs de TEAMIT+ en Grèce. Nous souhaitons créer une plateforme pratique et véritablement utile. Au cours de notre collaboration, nous avons réussi à rassembler tous les éléments nécessaires à notre site web, en veillant à ce que les idées de chacun soient correctement représentées et étayées par des données précises. Le site web a pris forme au cours de ces « 24 heures d'innovation » ; nous l'avons ensuite amélioré à l'aide des informations recueillies, notamment en interrogeant des acteurs clés, afin de le rendre plus complet et plus précis. Aujourd'hui, le site web propose une carte interactive présentant les quatre pays participant au programme TEAMIT+, signalés par des points verts cliquables.

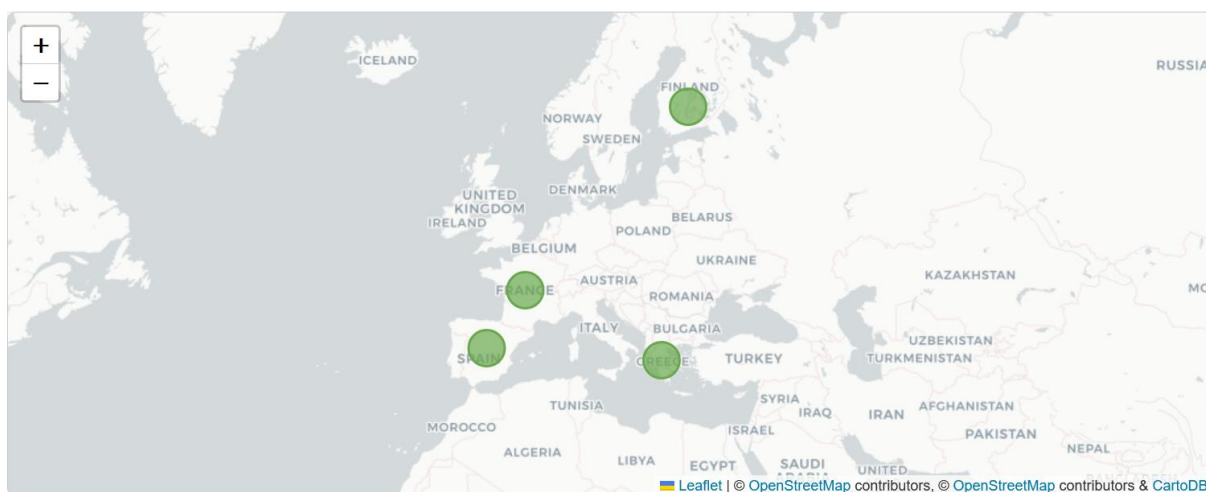


Figure 1 : Carte interactive

Elle contient une multitude de détails sur les différents fournisseurs ou dispositifs d'aide dans des domaines tels que l'énergie, les transports, la gestion des déchets et bien d'autres encore.

Par exemple, si vous sélectionnez la France, le site répertorie un fournisseur d'électricité verte appelé IleK en France, mais fait également référence à l'ADEME.¹

¹ L'Agence française pour la gestion de l'environnement et de l'énergie est un établissement public français à vocation industrielle et commerciale, dont l'objet est d'initier, de diriger, de coordonner, de faciliter ou de mener à bien des activités liées à la protection de l'environnement et, en particulier, à la gestion de l'énergie.

Source : [Wikipédia](#)

Information for France

Suppliers	Transporters	Waste Management	Agriculture	HowTo
Ilek Schneider energetics Le prêt Eco-Energie (PEE) ADEME	Alstom	Local Recycling Industrial Composting Organic Waste Solutions	Agreegreen Fertile Circularity	Energy Saving Tips Eco-friendly Living Sustainable Solutions

Figure 2 : Informations sur le pays sélectionné (la France)

Le site est accessible à l'adresse suivante : <https://www.farthur.github.io/TeamIt>

Objectif

L'objectif de notre campagne était de créer un site web permettant de collecter et de partager gratuitement des informations grâce à une plateforme dynamique, claire et accessible. Nous souhaitons promouvoir l'économie circulaire en Europe en mettant en relation les petites entreprises, les partenaires et tous les acteurs engagés dans une démarche durable. Si ce site web existait réellement, notre intention serait de mettre en avant des initiatives exemplaires afin d'aider les utilisateurs à faire des choix éclairés — par exemple : pourquoi choisir un fournisseur d'énergie verte plutôt qu'un géant comme EDF. Le site web chercherait à centraliser les ressources, l'actualité, les projets et les contacts afin de promouvoir la transition écologique et de renforcer l'efficacité collective.

Nous souhaitons créer une marque de confiance, une référence pour ceux qui souhaitent consommer ou produire autrement.

Fonctionnement de notre site web

L'objectif ultime du site web, s'il avait été lancé, serait de contacter et de sélectionner des acteurs selon des critères stricts, en tenant compte des avis et des besoins des utilisateurs potentiels.

Pour l'instant, la plateforme n'en est qu'au stade de prototype. Elle intègre donc plusieurs des aspects mentionnés ci-dessus et, bien sûr, s'est inspirée de nos recherches, entretiens, etc., afin de répondre aux exigences de la campagne de sensibilisation.

Si nous devions produire une version finale de ce site web, nous contacterions un nombre bien plus important de parties prenantes afin de comparer, trier, sélectionner, etc.

L'objectif étant de donner une idée et d'illustrer les détails de notre réflexion, nous présentons cette version de la plateforme. Comme nous trouvons toujours le concept intéressant, si le projet devait se concrétiser, nous recommandons de mener sans hésiter des recherches plus approfondies et de rencontrer d'autres parties prenantes.

Après avoir discuté avec certains agriculteurs pour comprendre leurs attentes spécifiques, nous pourrions partager ces informations de manière claire et transparente.

Public cible

Cette plateforme s'adresse principalement aux petites et nouvelles entreprises européennes, aux partenaires publics et privés, aux agriculteurs, aux citoyens engagés, aux transporteurs, aux fournisseurs et aux acteurs du secteur du recyclage. Elle s'adresse à toute personne souhaitant participer à l'économie circulaire. Notre objectif est d'avoir un large impact !

Accès et utilisation

La plateforme est entièrement accessible en ligne depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet. Son champ d'application couvre l'ensemble de l'Europe.

Lorsque vous avez besoin d'informations, de contacts ou de ressources liées à l'économie circulaire ! Le site est disponible 24 h/24 et 7 j/7, sans aucune restriction d'accès.

Choix de la méthode

Nous sommes fermement convaincus que les données doivent être accessibles, compréhensibles et fiables.

Cette approche permet non seulement d'optimiser la visibilité, mais aussi de garantir l'accessibilité et la collaboration entre tous les acteurs européens impliqués dans l'économie circulaire.

Cette plateforme en est actuellement à sa première version et constitue un prototype ; nous pouvons donc suggérer des axes prioritaires sur lesquels se concentrer une fois que l'outil sera pleinement opérationnel. Ces axes seraient les suivants : veiller à ce que les informations soient régulièrement mises à jour et garantir la sécurité des données partagées.

IV. Liste des parties prenantes réunies

Objectif de l'initiative

Afin de développer une boîte à outils en collaboration avec d'autres ambassadeurs, nous avons mené des recherches et décidé de poser des questions aux personnes directement concernées par cette problématique : les acteurs clés du secteur agricole et alimentaire. Il est primordial de veiller à la pertinence de nos informations ; c'est pourquoi les avis des utilisateurs potentiels sont essentiels.

Résumé des parties prenantes avec lesquelles nous avons échangé

Activité	Entreprise	Lieu	Annexes aux entretiens
Agriculteur (à la retraite)	Agriculteur bio ²	Deux-Sèvres, France	Annexe 1
Agriculteur (étudiant assistant de direction)	³ /AB/HVE (EARL) ⁴	Gironde, France	Annexe II
Vigneron	Vinification	Gironde, France	Annexe 3

Questions posées aux personnes interrogées

Questions générales :

- Veuillez décrire votre organisation et votre rôle
- Quelles sont vos principales préoccupations en matière d'environnement ?
- Avez-vous déjà mis en place des pratiques durables au sein de votre entreprise ? Si oui, lesquelles ?
- Existe-t-il des outils ou des mesures accessibles pour vous aider à mettre en œuvre des pratiques plus durables ou à réduire votre empreinte carbone ?
- Pensez-vous que votre modèle économique est durable ? Que signifie pour vous la durabilité ?

En ce qui concerne les défis que vous avez rencontrés :

- Quels obstacles avez-vous rencontrés lors de la mise en œuvre de ces mesures ?
- Comment percevez-vous l'impact du changement climatique dans votre travail au quotidien ?

Solutions et innovations :

- Quelles solutions innovantes avez-vous observées ou mises en œuvre pour améliorer la durabilité dans l'agriculture ?
- Avez-vous des recommandations à nous faire (au niveau local, national ou européen, etc.) ?

² Agriculture biologique

³ Exploitation agricole à responsabilité limitée

⁴ Forte valeur environnementale

Soutien / Collaboration :

- Avec quels types d'organisations collaborez-vous (écoles, ONG, autres agriculteurs) ?
- Pensez-vous qu'il serait nécessaire d'encourager davantage d'agriculteurs à adopter ces pratiques agricoles, et si oui, comment ? Vous sentez-vous suffisamment soutenu(e) dans vos efforts (financièrement, techniquement, etc.) ?

Perspectives / Avenir :

- Comment envisagez-vous l'avenir de l'agriculture durable en France dans les années à venir ? Quels changements espérez-vous voir se produire ?
- Quels conseils donneriez-vous aux jeunes agriculteurs qui souhaitent adopter un modèle d'agriculture respectueux de l'environnement ?

V. Pourquoi avons-nous choisi ce sujet ?

Après avoir pris le temps de découvrir nos parcours et nos convictions respectifs, nous avons rapidement réalisé que nous avons un objectif commun : lancer des actions visant à réduire les émissions de carbone en Europe.

Cependant, au fil de nos discussions, nous avons constaté que les secteurs les plus touchés par les émissions de CO₂ varient considérablement d'un pays à l'autre. Pour les participants grecs, le principal défi résidait dans le secteur de l'énergie ; pour les participants espagnols, il s'agissait des émissions liées à l'activité des entreprises et au modèle économique ; pour les participants finlandais, l'industrie de la fast-fashion posait un problème particulier ; et pour nous, les ambassadeurs français, il semblait essentiel de se concentrer sur le secteur agricole.

Sans vouloir exclure aucun de ces domaines, car ils sont tous importants selon le contexte national, nous avons cherché un point d'entrée commun qui engloberait toutes ces différentes réalités. Nous avons ainsi identifié l'économie sociale et solidaire (ESS) comme un levier transversal et inclusif. L'ESS touche en effet plusieurs secteurs clés : l'énergie, les transports, l'activité économique, l'agriculture et même la consommation textile.

Dans cette optique, nous avons su surmonter les divergences entre les territoires et les secteurs autour d'un objectif commun : agir collectivement en Europe pour réduire notre empreinte carbone.

VI. Conclusion

Tout au long de ce travail, nous avons pris conscience que la transition vers le développement durable et l'économie circulaire est bien plus complexe qu'il n'y paraît. En effet, cela nécessite de nombreux leviers : l'engagement des acteurs sur le terrain, la mise en place d'une dynamique de travail grâce à des subventions, des partenariats ou des financements, des consultations, etc.

Ces discussions, notamment avec les agriculteurs, nous ont profondément convaincus de la pertinence de notre choix de nous concentrer sur l'économie circulaire. Elles ont constitué le lien entre notre travail et la réalité de terrain, face aux défis auxquels ces professionnels sont confrontés. C'est grâce à leurs témoignages, leurs espoirs et leurs recommandations qu'il a été possible de rassembler les éléments permettant d'enrichir ce document.

Nous sommes désormais convaincus que la collaboration entre différents secteurs, le partage des connaissances et l'accès à des outils et ressources (tels que notre site web) constituent des atouts essentiels pour évoluer vers un modèle plus durable, qui utilise moins de ressources naturelles tout en renforçant les liens sociaux indispensables.

Ce projet TEAMIT+ a constitué pour nous un pas en avant dans cette direction, mais ce n'est qu'un début. Dans le prolongement du travail que nous avons mené entre nous et avec des ambassadeurs d'autres pays, nous devons maintenir ces engagements dans la durée et nous efforcer de les diffuser le plus largement possible.

Annexe I

Nous avons rencontré un agriculteur à la retraite qui a exercé son métier pendant plus de 40 ans. Aujourd'hui, son frère gère seul l'exploitation. Ils élèvent des chèvres, des vaches et des porcs ; pas en grand nombre, mais suffisamment pour consommer tout le foin et la paille produits sur place. La ferme est située dans l'ouest de la France et est certifiée biologique depuis plus de 40 ans. Cette certification témoigne de l'engagement des deux frères en faveur de la protection de leurs terres.

Les deux frères ont progressivement mis en place des pratiques durables, telles que l'élevage de différentes espèces animales pour répondre à des besoins variés et compléter la production (les porcs se nourrissent des déchets issus de la fabrication du fromage de chèvre, les vaches paissent sur les pâturages plus humides que les chèvres ne fréquentent pas...). Aujourd'hui, ils ont recours à divers outils pour promouvoir l'agriculture durable, tels que :

- les subventions nationales
- Dans le cadre de la Politique agricole commune : avec un soutien financier (programmes écologiques, mesures agro-environnementales et climatiques)
- Plan stratégique national : la version qui intègre les objectifs environnementaux de la PAC
- L'agroécologie : rotation des cultures, haies, diversification...
- l'utilisation responsable de l'eau et des intrants.

Grâce à ces mesures, on peut dire que l'exploitation est durable. Pour eux, cela signifie qu'ils peuvent produire du fromage de chèvre ou de la viande sans nuire à l'environnement ni épuiser les ressources naturelles.

Bien sûr, cela n'a pas toujours été facile. Lorsqu'ils se sont lancés il y a 40 ans, le passage à l'agriculture biologique était mal vu par les autres agriculteurs. Aujourd'hui, le plus grand défi réside dans le fait qu'ils dépendent davantage de la nature que les agriculteurs conventionnels, qui peuvent, par exemple, limiter les risques en utilisant des intrants.

Cependant, ils ont choisi de poursuivre l'agriculture biologique en raison de leur engagement profond en faveur de la protection de l'environnement, pour notre génération et pour les générations futures.

Aujourd'hui, ils constatent clairement l'impact de leur travail sur leur vie, l'environnement et le bien-être animal, et cet impact est plus important que dans l'agriculture conventionnelle. De plus, ils savent que leur travail a du sens et qu'il ne détruit pas l'environnement.

L'agriculteur affirme bénéficier aujourd'hui d'un soutien plus important qu'au début, mais il reste quelque peu inquiet quant à la situation de son frère. Il explique que les subventions nationales et européennes ne cessent d'être réduites. Il espère que les responsables politiques et ses collègues agriculteurs prendront conscience que la protection de l'environnement est le levier le plus puissant pour lutter contre le changement climatique. À cette fin, il recommande de former les agriculteurs aux meilleures pratiques et de leur offrir un soutien financier accru s'ils recourent à des méthodes respectueuses de l'environnement, ce qui, selon lui, pourrait les motiver.

Souhaitant souligner que leur travail a du sens, ils souhaitent exprimer leur engagement en faveur de l'environnement en accueillant des visiteurs dans leur exploitation. En effet, ils accueillent parfois des hôtes dans leur gîte à la ferme pour partager leurs connaissances sur l'environnement ; ils proposent des visites, des activités et, de manière générale, des initiatives qui explorent le rôle de la nature dans l'agriculture. Ils accueillent également parfois des groupes scolaires.

Enfin, l'agriculteur que nous avons interviewé nous a confié qu'il avait de l'espoir pour notre génération. Il estime que si nous voulons éviter le changement climatique en sensibilisant la population, en modifiant les lois ou en aidant les agriculteurs à adapter leurs pratiques, c'est tout à fait possible !

Annexe II

Nous avons rencontré un stagiaire qui occupe le poste de directeur général adjoint au sein d'une entreprise agricole à responsabilité limitée (EARL). Il est engagé en faveur de la préservation de l'environnement et tient particulièrement à protéger les pollinisateurs. En 2019, il a entamé la transition vers l'agriculture biologique (BIO) et, en 2020, il a obtenu la certification « Haute Valeur Environnementale » (HVE 3).

Afin de réduire l'empreinte carbone de son exploitation, il a mis en place diverses pratiques durables. Parmi ses projets d'avenir figure l'envisagement d'un passage aux tracteurs électriques pour améliorer encore la durabilité de ses activités agricoles.

Malgré les défis auxquels il est confronté, notamment le temps nécessaire pour se conformer aux exigences environnementales, il estime que son modèle est durable. Pour lui, une entreprise durable met tout en œuvre pour réduire sa pollution.

De même, il constate l'impact du changement climatique dans son travail quotidien, ce qui nécessite davantage de temps dans le vignoble et rend certaines tâches de routine plus difficiles. Bien qu'il envisage des solutions innovantes telles que le passage à l'agriculture biologique, il souligne un manque général de ressources qui freine d'autres initiatives.

Le stagiaire recommande aux agriculteurs d'apprendre à s'entraider et insiste sur la nécessité d'un soutien accru pour promouvoir les produits biologiques. Selon lui, la situation n'est pas alarmante sur le plan financier ni technique, mais le prix élevé des tracteurs électriques reste un obstacle majeur à leur généralisation.

Pour l'avenir, il craint une baisse du nombre d'agriculteurs, mais espère voir une amélioration continue de la qualité des produits agricoles. Enfin, il donne ce conseil aux jeunes agriculteurs qui souhaitent se lancer dans une agriculture respectueuse de l'environnement : « Engagez-vous pleinement en faveur de la nature ».

Annexe III

Nous avons rencontré un conducteur de tracteur à la tâche et viticulteur dans un vignoble bordelais. Ses principales préoccupations environnementales concernent le traitement des émissions provenant de la cave et du vignoble, ainsi que la stratégie de désherbage mécanique. Il a également pris l'initiative de créer des espaces verts, tels que des bosquets, afin de favoriser la biodiversité.

Il a mis en œuvre plusieurs pratiques durables sur son domaine. Celles-ci comprennent un traitement plus respectueux de l'environnement des vignes, grâce à l'utilisation de produits moins nocifs pour l'environnement, ainsi que la création de haies et l'introduction d'abeilles.

Chaque année, il fait évaluer l'empreinte carbone de son domaine par une société externe qui examine ses données. Bien que les détails précis de cette analyse ne soient pas clairs, il la considère comme un outil essentiel pour améliorer son impact environnemental.

Pour lui, la durabilité consiste à produire chaque année suffisamment de raisins de qualité, tout en préservant la santé de ses vignobles et l'environnement. Heureusement, il n'a pas rencontré beaucoup d'obstacles pour mettre en œuvre ces mesures sur son domaine ; il reconnaît que le fait de disposer des ressources financières nécessaires facilite grandement les choses.

En ce qui concerne l'impact du changement climatique sur son travail quotidien, il constate des étés de plus en plus chauds, des hivers nettement plus froids et une forte variabilité des précipitations.

Le vigneron interrogé souhaite accroître la biodiversité de son vignoble, une solution innovante qu'il envisage de généraliser à l'avenir. Toutefois, lorsqu'on lui a demandé s'il avait des recommandations à formuler ou s'il serait prêt à collaborer avec d'autres organisations telles que des écoles ou des ONG, il a reconnu ne pas disposer de beaucoup d'informations à partager.

En ce qui concerne le soutien nécessaire aux agriculteurs qui souhaitent adopter des pratiques plus durables sur le plan environnemental, bien qu'il n'ait pas encore décidé des mesures spécifiques à prendre, il souligne qu'il faut beaucoup de courage et de patience dans ce secteur très exigeant. Pour conclure ses réflexions sur l'avenir de l'agriculture durable en France, il conseille aux jeunes agriculteurs de « trouver les bonnes personnes et de mener des essais approfondis dans leurs propres vignobles ».



D5.5 Booklet sur l'engagement climatique - Grèce 2025 - version en français

Niveau de diffusion : Public



Tiimiakatemia
by jamk



Amplo Kaya

id Initiative
Développement

Published by	Initiative Développement
Publication date	26 /05/2025
Authors	Eleftherios KARALEFTHIS, Anastasios Veniopoulos, Dimitrios CHADIOS, proofread by Margaux Sinnaeve
Distribution level	Public

Document history

Version	Date	Comments
01	11 /05/2025	Version 1
02	30/05/2025	Version 2

Funding information and disclaimer

The TEAMIT+ project is funded by the European Union (grant agreement No 101111560). However, the views and opinions expressed are those of the authors alone and do not necessarily reflect those of the European Union or the Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the EACEA can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

Table des matières

1. Greece Common Part – Introduction	4
2. Allier innovation et durabilité	4
3. La Grèce peut y arriver – Vers un avenir durable.....	4
4. Intégration des énergies renouvelables : stratégies pratiques pour les entreprises grecques	6
5. Pratiques mises en œuvre : comment les PME grecques ouvrent la voie aux solutions renouvelables	7
6. Chliapas S.A. : Chauffage à la sciure de bois – Une approche pratique et concrète ..	7
7. Un exemple pionnier de durabilité dans le secteur agroalimentaire.....	8
8. Cave Kamkoutis : quand la tradition rencontre l'innovation durable	9
9. Au-delà des PME : comment les grandes entreprises grecques se sont tournées vers les énergies renouvelables	9
10. DEI Renewables	9
11. Parmi ses projets phares, on peut citer	10
METLEN Energy & Metals	10
Principaux investissements :	10
Brasserie d'Athènes (groupe Heineken)	10
Coca-Cola Tria Epsilon	11
Lidl Hellas.....	11
Lamda Development	11
12. Autres exemples illustratifs	12
13. Conclusion : La transition écologique de la Grèce – Ensemble vers le développement pour un avenir durable	12
14. Sources	14

1. Greece Common Part – Introduction

L'événement TEAMIT+ de 24 heures, qui s'est tenu en Grèce, a constitué une occasion unique pour des personnes venues de toute l'Europe de collaborer dans un cadre dynamique et concret de résolution de problèmes. Dans le cadre de la deuxième partie du programme TEAMIT+, l'événement a réuni des participants issus de divers horizons culturels et professionnels, créant ainsi un environnement innovant où des points de vue différents se sont conjugués pour relever des défis complexes de manière créative et efficace.

La composition interdisciplinaire de notre équipe a permis une approche globale de la résolution des problèmes — une approche qui aurait difficilement pu être mise en œuvre au sein d'un groupe plus homogène.

Bien que cette expérience ait été extrêmement enrichissante, elle s'est accompagnée de défis — notamment en ce qui concerne le dépassement des barrières linguistiques et de communication. Avec des membres parlant différentes langues maternelles et issus de contextes culturels variés, une collaboration efficace exigeait de la patience, de la flexibilité et un engagement commun. Cependant, ces obstacles ont renforcé nos compétences de travail en équipe et nous ont poussés à trouver des moyens créatifs de combler les fossés et de renforcer la compréhension entre nous.

De plus, les contraintes de temps strictes se sont finalement révélées être un atout plutôt qu'un frein. Elles ont favorisé la réflexion rapide, la création immédiate de prototypes et la prise de décision rapide — des éléments indispensables à la réalisation des objectifs du programme. Cet environnement soumis à une forte pression a mis en évidence l'importance de la flexibilité et du travail d'équipe, offrant ainsi de précieuses expériences d'apprentissage à tous les participants. Au final, cet événement a non seulement renforcé nos compétences en matière de résolution de problèmes, mais il a également mis en évidence l'importance de la coopération dans un contexte international et multiculturel.

2. Allier innovation et durabilité

Tout comme l'événement TEAMIT+ de 24 heures a mis en évidence la force de la collaboration dans la résolution de problèmes, la réduction de l'empreinte carbone des entreprises nécessite une approche tout aussi innovante et collaborative, en particulier dans le secteur de l'énergie. Partout en Europe, la consommation d'énergie et la durabilité constituent des défis urgents, chaque pays étant appelé à proposer des solutions adaptées à sa situation économique, à ses besoins industriels et aux ressources dont il dispose. Bien que la Grèce dispose d'un potentiel important en matière d'énergies renouvelables, d'autres pays peuvent avoir besoin de solutions différentes et adaptées. Pour relever ces défis avec succès, il faut non seulement des progrès technologiques, mais aussi une coopération transnationale, des décisions stratégiques et de la flexibilité — des éléments qui se sont avérés déterminants dans l'expérience du projet TEAMIT+.

3. La Grèce peut y arriver – Vers un avenir durable

L'impact environnemental des activités économiques constitue désormais l'un des enjeux mondiaux les plus urgents, les émissions de carbone représentant sont considérés comme des facteurs clés contribuant au changement climatique et à la dégradation des écosystèmes naturels. En Grèce, comme dans de nombreux autres pays, les entreprises commencent à prendre conscience que les pratiques durables ne sont pas seulement nécessaires sur le plan environnemental, mais qu'elles sont également

déterminantes pour la résilience économique à long terme. À l'heure actuelle, les entreprises grecques sont responsables d'environ 28 % des émissions totales de dioxyde de carbone du pays. Des secteurs tels que l'industrie, le transport maritime et le tourisme sont particulièrement gourmands en énergie, ce qui rend impérative l'intégration de critères environnementaux dans les stratégies d'entreprise.

Cependant, la Grèce dispose d'atouts importants sur la voie de la durabilité. Son climat méditerranéen ensoleillé, les vents puissants de la mer Égée et le potentiel hydroélectrique de ses régions montagneuses offrent une base solide pour le développement des énergies propres. Les progrès sont déjà remarquables : en 2023, les énergies renouvelables couvraient près de 50 % de la production d'électricité du pays, l'énergie éolienne atteignant 28 % et l'énergie solaire 16 %. Cette évolution témoigne non seulement des progrès réalisés par la Grèce, mais aussi de l'important potentiel inexploité dont elle dispose.

La transition vers une économie à faibles émissions de carbone offre de multiples avantages. Au-delà de la réduction des polluants, elle contribue à la réduction des coûts énergétiques, limite la dépendance vis-à-vis des combustibles fossiles importés et crée de nouveaux emplois dans des secteurs « verts » en plein essor tels que les technologies propres, les énergies renouvelables et les services environnementaux. Cependant, cette transformation exige plus que des ressources naturelles : elle nécessite des investissements ciblés, des politiques de soutien et des actions coordonnées de la part des secteurs public et privé.



Pour réaliser des progrès significatifs, il est indispensable que les entreprises, les décideurs politiques, les chercheurs et les communautés locales s'impliquent directement. C'est en comprenant les défis et les opportunités concrets propres à chaque secteur qu'il sera possible d'élaborer des solutions efficaces et adaptées à chaque contexte. Grâce à une combinaison judicieuse d'innovation, d'investissements et de coopération, la Grèce dispose de tous les atouts nécessaires pour devenir un pionnier de la transition des entreprises vers la durabilité, ouvrant ainsi la voie à un avenir plus vert et plus résilient.

4. Intégration des énergies renouvelables : stratégies pratiques pour les entreprises grecques

Partout en Grèce, les entreprises de toutes tailles commencent à considérer les énergies renouvelables non seulement comme un moyen de réduire leurs coûts, mais aussi comme un avantage stratégique. Pour les petites et moyennes entreprises (PME) — qui constituent l'épine dorsale de l'économie grecque —, le passage aux énergies renouvelables offre une opportunité unique : une réduction des frais d'exploitation, une protection contre les fluctuations des prix des carburants et le respect des normes environnementales plus strictes imposées tant par les autorités de régulation que par les consommateurs.

Heureusement, les riches ressources naturelles du pays et l'écosystème des technologies propres en plein essor rendent cette transition plus réalisable que jamais. De l'industrie manufacturière au tourisme, en passant par l'agriculture et les services, il existe de multiples voies pour intégrer des technologies d'énergie renouvelable adaptées aux besoins de chaque entreprise.

L'énergie solaire constitue un point de départ accessible, et plus précisément les systèmes photovoltaïques (PV) installés sur les toits, les terrains non bâtis ou les auvents de parkings. Ces systèmes permettent aux entreprises de produire leur propre électricité, couvrant souvent une part importante de leur consommation quotidienne. Grâce au « net metering », l'énergie excédentaire est réinjectée dans le réseau, générant des crédits qui réduisent encore davantage les coûts au fil du temps. Pour les secteurs qui nécessitent de grandes quantités d'eau chaude — tels que les hôtels, les blanchisseries ou les usines agroalimentaires —, les systèmes solaires thermiques offrent une solution simple, efficace et durable pour le chauffage à partir de sources renouvelables.

Dans les environnements plus ruraux ou industriels, la biomasse et la bioénergie présentent un potentiel particulier. En exploitant le bois, les résidus agricoles ou les sous-produits organiques pour produire de la chaleur et de l'énergie, les entreprises peuvent développer des modèles circulaires qui limitent les déchets et réduisent la dépendance vis-à-vis des combustibles fossiles — en particulier dans les régions disposant d'un accès direct aux matières premières et aux infrastructures appropriées.

L'énergie éolienne constitue également une option importante, bien que plus spécialisée. Les entreprises disposant d'espaces ouverts ou situées dans des zones côtières exposées peuvent investir dans des éoliennes de petite ou moyenne envergure qui offrent une production d'énergie stable. Dans certains cas, les systèmes hybrides — qui combinent l'énergie solaire, l'énergie éolienne et le stockage par batterie — offrent une plus grande autonomie énergétique et une meilleure fiabilité, en particulier dans les régions isolées ou sur les îles où le raccordement au réseau est instable.

Le plus encourageant est que les outils de financement destinés à ce type d'investissements se multiplient. Les entreprises peuvent désormais bénéficier de subventions publiques, de programmes européens, de prêts « verts » et de modèles de financement basés sur la performance, dans lesquels le remboursement est lié aux économies d'énergie réalisées. Le gouvernement grec a également mis

en place des incitations fiscales pour renforcer l'efficacité énergétique et favoriser l'adoption de systèmes d'énergies renouvelables.

Le principal défi consiste à choisir la solution la mieux adaptée à chaque entreprise, en fonction de sa taille, de son emplacement et de son profil d'exploitation. Cependant, grâce à une meilleure information, au soutien technique disponible et aux nouvelles possibilités de financement, l'énergie renouvelable devient une option de plus en plus réaliste et rentable pour les entreprises grecques.

5. Pratiques mises en œuvre : comment les PME grecques ouvrent la voie aux solutions renouvelables

Bien que les stratégies nationales et les grands projets d'infrastructure constituent les piliers fondamentaux de la transition écologique de la Grèce, les petites et moyennes entreprises (PME) de tout le pays démontrent chaque jour que la durabilité est également possible au niveau local. Trois exemples emblématiques — la société Chliapas S.A., Proionta Gis Voio et la cave Kamkoutis — montrent comment les entreprises grecques intègrent les énergies renouvelables et l'économie circulaire dans leurs activités quotidiennes. Que ce soit dans le secteur de l'industrie manufacturière, de la production agricole ou de la viticulture, ces PME offrent des exemples concrets d'innovation, de résilience et de responsabilité environnementale, mettant en avant le potentiel de l'économie verte grecque « de la base vers le sommet ».

6. Chliapas S.A. : Chauffage à la sciure de bois – Une approche pratique et concrète

La société Chliapas S.A., active dans le secteur de la transformation du bois, a opéré un changement opérationnel décisif qui a débuté comme une solution pratique et s'est transformé en une stratégie de durabilité : le chauffage de ses installations, d'une superficie de 500 m², à l'aide de sciure de bois plutôt que de combustibles conventionnels tels que le fioul. Fonctionnant environ 200 jours par an pendant les mois d'hiver, l'entreprise consomme environ 300 tonnes de sciure par an, ce qui équivaut, sur le plan énergétique, à 30 000 à 35 000 litres de fioul domestique, en fonction du rendement du combustible.

Cette approche permet de réaliser d'importantes économies tout en réduisant la dépendance de l'entreprise vis-à-vis des combustibles fossiles et son exposition aux fluctuations des prix du pétrole. Mais surtout, la sciure est un sous-produit de la transformation du bois effectuée par l'entreprise elle-même, transformant ainsi un déchet potentiel en une source d'énergie précieuse. Il s'agit là d'une application caractéristique des principes de l'économie circulaire : la valorisation des déchets pour répondre aux besoins fondamentaux de l'entreprise d'une manière à faible empreinte environnementale.

L'expérience de Hliapa S.A. démontre que même les secteurs les plus traditionnels peuvent adopter des solutions écologiques présentant des avantages à long terme. En combinant des infrastructures techniques et un état d'esprit stratégique, l'entreprise parvient à chauffer efficacement ses installations, réduisant ainsi considérablement son empreinte carbone.

7. Un exemple pionnier de durabilité dans le secteur agroalimentaire

La société Produits de la Terre de Voïou, une entreprise agroalimentaire de Macédoine occidentale spécialisée dans la production de légumineuses traditionnelles de haute qualité, constitue un autre exemple impressionnant. S'appuyant sur de solides racines locales et une philosophie axée sur la qualité, l'entreprise est devenue une référence en matière d'agriculture durable et de gestion énergétique. Ses activités se distinguent par l'intégration de sources d'énergie renouvelables, telles que les systèmes photovoltaïques, mais aussi par la gestion systématique des ressources naturelles, comme l'eau et le sol.

« Produits de la Terre de Voïo » ne se limite pas à la réduction de son empreinte carbone grâce à l'énergie propre, mais promeut également des méthodes agroécologiques qui contribuent à la régénération des sols et à la préservation de la biodiversité. La stratégie de l'entreprise prévoit la limitation de l'utilisation d'intrants synthétiques, ainsi que l'adoption de pratiques à faibles émissions dans les transports et l'emballage. En intégrant la durabilité tant dans son processus de production que dans son identité d'entreprise, la société montre comment le secteur primaire traditionnel peut se transformer en un modèle moderne de résilience environnementale.



8. Cave Kamkoutis : quand la tradition rencontre l'innovation durable

Située à Velvento, dans le département de Kozani, la cave Kamkoutis constitue un excellent exemple de la manière dont même les petites exploitations agricoles familiales peuvent adopter les énergies renouvelables, renforçant ainsi leur efficacité et leur durabilité. L'entreprise est en train d'installer un système photovoltaïque de 9,72 kW dans le cadre du programme de « net metering », ce qui lui permettra de produire elle-même l'électricité nécessaire et de compenser sa consommation par rapport au réseau national.

Cette initiative devrait réduire le coût total de l'électricité de la cave d'environ 15 % — une économie importante pour une petite entreprise active dans un secteur concurrentiel et à forte consommation d'énergie. En investissant dans l'énergie solaire, la cave Kamkouti réduit non seulement ses frais d'exploitation, mais contribue également aux objectifs nationaux de production décentralisée d'énergie propre. Cette initiative reflète une évolution plus large au sein des PME agricoles, qui reconnaissent désormais que la responsabilité environnementale et la viabilité économique peuvent coexister — même dans des secteurs traditionnels tels que la viticulture.

9. Au-delà des PME : comment les grandes entreprises grecques se sont tournées vers les énergies renouvelables

Alors que la Grèce accélère sa transition vers la durabilité, plusieurs grandes entreprises grecques s'imposent comme des pionnières dans l'intégration des énergies renouvelables dans leurs activités principales. Ces entreprises démontrent que l'adoption d'une énergie propre est non seulement réalisable à grande échelle, mais également indispensable pour conserver un avantage concurrentiel et atteindre les objectifs climatiques nationaux. Leurs initiatives couvrent différents secteurs, démontrant que la durabilité peut être intégrée de manière significative dans la stratégie d'une entreprise, tout en favorisant la croissance économique et la responsabilité environnementale.

10. DEI Renewables

DEI Renewables, filiale spécialisée dans les énergies vertes du plus grand fournisseur d'électricité du pays, développe dynamiquement son portefeuille dans les énergies solaire et éolienne, avec des projets à grande échelle tant en Grèce continentale que dans les îles.

La société s'est engagée dans une transition progressive vers l'abandon du charbon, avec pour objectif de devenir le leader régional de la production d'énergie propre en Europe du Sud-Est. D'ici début 2025, DEI Renewables gère une puissance installée totale de 3,0 GW (1,6 GW en Grèce et 1,4 GW à l'international), avec un objectif de 11,8 GW d'ici 2027.

11. Parmi ses projets phares, on peut citer

Le parc photovoltaïque de Ptolemaïda (550 MW) : l'un des plus grands d'Europe, dont la mise en service est prévue en 2025.

- Projet de Mégaloполиς (490 MW) : il
- une puissance cruciale au portefeuille vert de l'entreprise.
- Centrale photovoltaïque de Kozani (204 MW) : Déjà en service, elle contribue de manière significative à la production d'énergies renouvelables du pays.
- Parcs éoliens de Rodopi, de Phocide et d'Argolide (100 MW) : avec une production annuelle supérieure à 280 GWh et une réduction des émissions de CO₂ de plus de 142 000 tonnes.
- Parc éolien de Deleni (Roumanie, 140 MW) : il devrait produire 370 GWh/an d'ici fin 2025.
- La société investit également dans des systèmes de stockage d'énergie :
- Melitis 1 (48 MW / 96 MWh) en Macédoine occidentale.
- Ptolemaïda 4 (50 MW / 100 MWh) à proximité des anciennes mines de lignite.
- Au niveau international, elle collabore avec RWE pour le développement d'une centrale photovoltaïque de 567 MW en Macédoine centrale. Grâce à sa position de leader en matière d'innovation et de modernisation du réseau, DEI Renewables joue un rôle déterminant dans la transition de la Grèce vers un avenir énergétique durable.

METLEN Energy & Metals

- Le groupe industriel multinational METLEN est actif dans les secteurs de l'énergie, de la métallurgie et des infrastructures, et intègre les énergies renouvelables par l'intermédiaire de sa filiale METKA EGN, qui conçoit et exploite des parcs photovoltaïques en Grèce et à l'étranger.
- L'entreprise s'est fixé des objectifs ambitieux d'ici 2030, en investissant massivement dans la production d'hydrogène vert et dans les technologies de stockage d'énergie.



Principaux investissements :

- projet photovoltaïque de 262 MW à Larissa, dont 210 MW garantis par un contrat d'achat d'électricité (PPA).
- Portefeuille photovoltaïque de 588 MW au Chili, avec une production prévue de 1,6 TWh/an.
- Elle prévoit des investissements à hauteur de 3,3 milliards d'euros en Italie pour renforcer son portefeuille européen d'énergies renouvelables.
- Alliant une solide expérience industrielle à des solutions innovantes en matière d'énergie propre, METLEN démontre que même les secteurs les plus énergivores peuvent se transformer pour devenir durables.

Brasserie d'Athènes (groupe Heineken)

- La brasserie Athénienne constitue un exemple significatif d'intégration des énergies renouvelables dans l'industrie agroalimentaire. Elle utilise des chaudières à biomasse et des systèmes solaires thermiques sur ses lignes de production, tout en

- s'approvisionnant en énergie verte auprès de fournisseurs certifiés.
- Ses actions s'étendent à la gestion de l'eau, à la réduction des déchets et aux emballages recyclables, dans le cadre d'une stratégie de développement durable globale.

Coca-Cola Tria Epsilon

L'entreprise a intégré la durabilité à chaque étape de la production :

- Installation de panneaux photovoltaïques dans les usines.
- Passage d'une flotte de véhicules à des modèles électriques et hybrides.
- Investissement dans la gestion de l'eau et les approvisionnements durables.

Coca-Cola Tria Epsilon montre comment les multinationales peuvent mettre en œuvre des stratégies mondiales de développement durable adaptées à la réalité grecque.



Lidl Hellas

- Lidl Hellas intègre les énergies renouvelables grâce à des installations photovoltaïques dans ses magasins et ses centres de distribution. Parallèlement, l'entreprise investit dans des bâtiments à haute efficacité énergétique, l'éclairage LED et des systèmes de gestion intelligente de l'énergie.
- Sa stratégie vise à la fois à réduire son empreinte environnementale et à améliorer son rendement opérationnel.

Lamda Development

Lamda Development, leader dans le secteur de la promotion immobilière, intègre les énergies renouvelables et les normes de construction écologique dans ses grands projets, tels que l'Athénienne Riviera. Elle met en œuvre :

- Énergie solaire
- Des systèmes CVC à haute efficacité énergétique
- Des matériaux durables et des technologies intelligentes

- Grâce à ses pratiques, elle contribue à la durabilité urbaine et renforce la valeur à long terme de ses investissements.

12. Autres exemples illustratifs

Groupe TITAN : investit dans les combustibles alternatifs, l'efficacité énergétique et l'utilisation des énergies renouvelables dans ses usines. Groupe Ellaktor : élargit son portefeuille de projets éoliens et photovoltaïques, en mettant l'accent sur les infrastructures durables.

TERNA Énergie : L'un des plus grands producteurs d'énergies renouvelables en Grèce, avec plus de 1 GW de puissance installée.

Frigoglass : Elle met en place des installations photovoltaïques et des améliorations énergétiques dans ses usines, réduisant ainsi sa consommation d'électricité et ses émissions.

Ces entreprises démontrent que la responsabilité environnementale et la réussite économique ne sont pas des objectifs contradictoires, mais qu'ils se renforcent mutuellement. Grâce à leurs initiatives, elles soutiennent activement la transition de la Grèce vers un modèle économique durable, innovant et compétitif. Parallèlement, elles ouvrent la voie aux petites entreprises et aux nouveaux secteurs, renforçant ainsi la durabilité de l'ensemble du tissu entrepreneurial grec.

13. Conclusion : La transition écologique de la Grèce – Ensemble vers le développement pour un avenir durable

La Grèce se trouve à un carrefour décisif sur la voie d'un avenir durable. L'engagement dont font preuve les grandes entreprises grecques, associé aux approches innovantes des petites et moyennes entreprises (PME), forme un front solide et uni qui propulse le pays vers la transition verte. De l'industrie lourde et des groupes énergétiques aux entreprises locales flexibles, l'adoption des technologies d'énergie renouvelable prouve que la responsabilité environnementale peut coexister avec la réussite économique et la renforcer.

Les grandes entreprises présentées — DEI Renewables, METLEN (Mytilineos), Athénienne Brasserie, Coca-Cola Tria Epsilon, Lidl Hellas, Lamda Development et d'autres — constituent des exemples inspirants de la manière dont des investissements audacieux et une réflexion stratégique peuvent transformer des secteurs entiers. Leur leadership ne se contente pas d'accélérer la progression de la Grèce vers ses objectifs de réduction des émissions, il renforce également sa position en tant que pôle émergent d'innovation dans le domaine de l'énergie propre en Méditerranée.

Parallèlement, les PME grecques, grâce à leur flexibilité et à leur connaissance du terrain, complètent ces efforts en proposant des solutions pratiques en matière d'énergies renouvelables, adaptées à leurs propres besoins et aux spécificités régionales. Du chauffage à la biomasse et des panneaux photovoltaïques sur les toits aux rénovations énergétiques, les petites entreprises contribuent de manière significative à la réduction de l'empreinte carbone nationale et au renforcement d'économies locales résilientes.



Les riches ressources naturelles de la Grèce — un soleil intense, des vents puissants et un potentiel hydroélectrique — constituent une base précieuse pour cette transition. Associés à des politiques favorables, à un accès accru au financement vert et à une prise de conscience environnementale grandissante, ils ouvrent d'immenses perspectives en matière de développement durable et d'autonomie énergétique.

À l'avenir, l'engagement collectif des entreprises de toutes tailles, s'appuyant sur une infrastructure collaborative entre les secteurs public et privé, sera déterminant pour exploiter pleinement le potentiel des énergies renouvelables en Grèce. Cette approche holistique

approche holistique promet non seulement un environnement plus sain, mais aussi la résilience économique, la création d'emplois et la compétitivité sur un marché mondial en constante évolution.

Grâce à l'innovation, à la coopération et à une vision claire de la durabilité, la Grèce est en mesure de servir de modèle — en démontrant que le passage aux énergies renouvelables n'est pas seulement une nécessité environnementale, mais aussi la voie vers un avenir prospère et résilient pour tous.

14. Sources

- Commission européenne — Rapport national de la Grèce sur les énergies renouvelables
- https://ec.europa.eu/energy/data-analysis/energy-statistical-pocketbook_en
- IRENA (Agence internationale pour les énergies renouvelables) — Statistiques sur les énergies renouvelables : Grèce
- <https://www.irena.org/Statistics/View-Data-by-Topic/Capacity-and-Generation>
- Ministère grec de l'Environnement et de l'Énergie — Plan national pour l'énergie et le climat (NECP)
- <https://www.ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=XXXX&tabid=XXX&language=en-US>
- Association hellénique des entreprises photovoltaïques (HELAPCO)
- <https://helapco.gr/en/>
- Banque mondiale — Analyse du secteur énergétique en Grèce
- <https://www.worldbank.org/en/country/greece/publication/greece-energy-sector-review>
- Agence européenne pour l'environnement (AEE) — Énergies renouvelables en Europe : profils par pays
- <https://www.eea.europa.eu/themes/energy/renewable-energy-in-europe>
- Association grecque des opérateurs d'énergies renouvelables (DAPEEP) — Données de marché
- <https://www.dapeep.gr/en/>
- Observatoire national d'Athènes — Rapports sur le climat et les énergies renouvelables
- <https://www.noa.gr/en/>
- Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD) — Investissements dans les énergies renouvelables en Grèce
- <https://www.ebrd.com/greece-renewable-energy.html>
- Agence internationale de l'énergie (AIE) — Rapport « Renewables 2023 »
- <https://www.iea.org/reports/renewables-2023>
- Société publique d'électricité (PPC) — Initiatives en matière de développement durable et d'énergies renouvelables
- <https://www.ppc.gr/en/sustainability/renewable-energy>
- METLEN Energy & Metals
- <https://www.metlengroup.com/>
- Athenian Brewery (groupe Heineken) — Développement durable et responsabilité environnementale
- <https://www.athenianbrewery.gr/en/sustainability/>
- Coca-Cola Tria Epsilon — Développement durable et actions en faveur de l'environnement
- <https://www.coca-colahellenic.gr/sustainability>
- Lidl Hellas — Responsabilité d'entreprise et efficacité énergétique
- <https://lidl-hellas.gr/en/corporate-responsibility/>
- Lamda Development — Initiatives en matière de développement durable et de construction écologique
- <https://www.lamdadev.com/en/sustainability/>
- Groupe Titan Cement — Développement durable et combustibles alternatifs
- <https://www.titan-cement.com/en/sustainability/>
- Groupe Ellaktor — Projets liés aux énergies renouvelables et au développement durable
- <https://www.ellaktor.com/en/sustainability/>

- Terna Energy — Portefeuille d'énergies renouvelables
- <https://www.terna-energy.com/en>
- Frigoglass — Développement durable et efficacité énergétique
- <https://www.frigoglass.com/sustainability/>



D5.5 Booklet sur l'engagement climatique – Espagne 2025 – version en français

Niveau de diffusion : Public



Tiimiakatemia
by jamk



Document information

Issued by	Initiative développement
Issue date	26/06/2025
Authors	Luis diego lujan, angel ares y garcia, sara cano - proofreading by margaux sinnaeve
Dissemination level	Public

Document history

Version	Date	Comments and main modifications
01	11/06/2025	Version 1
02	26/06/2025	Version 2 with feedbacks and layout

Funding information and disclaimer

The teamit+ project is funded by the european union (grant agreement nr. 101111560). Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the european union or the european education and culture executive agency (eacea). Neither the european union nor eacea can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

Table des matières

1. Introduction à la campagne de plaidoyer du projet TEAMIT+	4
L'efficacité énergétique : la clé d'une transition juste et durable	4
Pourquoi cette campagne ?	4
L'efficacité énergétique : la pièce manquante de la transition énergétique.....	4
Notre engagement.....	5
2. La campagne	6
« 24 heures de l'innovation » à Kozani, en Grèce	6
3. Entretiens avec les acteurs locaux.....	7
Que pensent les PME ?	7
4. Recommandations	9
Privilégier les fournisseurs certifiés et responsables.....	9
Faire appel à des fournisseurs d'électricité garantissant une origine renouvelable	9
Utiliser des plans stratégiques régionaux et des feuilles de route pour la décarbonisation.....	10
5. Brèves conclusions.....	12
6. Annexe 1	13

1. Présentation de la campagne de plaidoyer du projet TEAMIT+

L'efficacité énergétique : la clé d'une transition juste et durable

La transition énergétique n'est plus une option : c'est une nécessité urgente. Le changement climatique, la crise énergétique et la compétitivité des entreprises exigent un modèle plus efficace, plus propre et plus accessible. En Espagne, les secteurs des transports (27 %), de l'agriculture (21 %) et des bâtiments résidentiels et commerciaux (15 %) représentent une part significative des émissions. Cependant, nous n'y voyons pas seulement un problème, mais une opportunité : promouvoir l'efficacité énergétique pour réduire les coûts, améliorer la compétitivité et construire un avenir plus durable.

Pourquoi cette campagne ?

Nous avons axé notre campagne sur l'efficacité énergétique des PME, car 99 % du tissu entrepreneurial espagnol est composé de petites et moyennes entreprises. Bien qu'elles ne soient pas les principaux émetteurs ni producteurs d'énergie, leur impact en termes de consommation énergétique, d'efficacité opérationnelle et d'amélioration des infrastructures est significatif.

Il ne s'agit pas seulement d'économiser de l'énergie, mais de transformer la manière dont nous fonctionnons, faisons des affaires et protégeons l'environnement. L'efficacité énergétique est la mesure la plus appropriée pour la transition énergétique dans les PME : elle leur permet de réduire leur empreinte carbone de manière pratique et abordable, sans avoir à produire elles-mêmes de l'énergie renouvelable.

Efficacité énergétique : la pièce manquante de la transition énergétique

Les énergies renouvelables ne suffisent pas si nous continuons à gaspiller les ressources. L'efficacité énergétique nous permet :

- De réduire la consommation sans sacrifier la productivité.
- Réduire les coûts d'exploitation et augmenter la rentabilité.
- Bénéficier de financements verts et d'avantages fiscaux.
- Se conformer à la réglementation environnementale et attirer une clientèle plus sensibilisée.
- Permettre aux PME de contribuer à la transition énergétique en s'appuyant sur leurs propres capacités.

C'est le moment d'agir. Partout en Europe, des entreprises sont à la pointe de l'innovation en matière de construction durable, d'énergies renouvelables et de gestion intelligente de l'énergie. L'Espagne ne peut pas rester à la traîne.

Notre engagement

Avec cette campagne, nous voulons :

- Sensibiliser au problème : le manque d'accès au financement et aux connaissances techniques ne doit pas constituer un obstacle.

- Mettre les PME en relation avec des solutions : de la formation technique aux aides financières en passant par des stratégies pratiques.
- Servir de passerelle entre les acteurs clés : les gouvernements, les investisseurs et les experts doivent collaborer pour rendre la transition énergétique accessible.

L'Espagne a le potentiel pour être à la pointe en matière d'efficacité énergétique. La question est : allons-nous saisir cette opportunité ?

2. La campagne

« 24h de l'Innovation » à Kozani, en Grèce

Dans le cadre de notre engagement en faveur de la sensibilisation et de la promotion de l'efficacité énergétique, nous avons participé à l'événement « 24h de l'Innovation », qui s'est tenu à Kozani, en Grèce. Cet événement, créé par l'École Supérieure des Technologies Industrielles Avancées (ESTIA) en France en 2007, vise à encourager la créativité et l'innovation dans le cadre d'un format intensif de 24 heures.

La rencontre a réuni des participants venus de France, de Grèce, de Finlande et d'Espagne pour développer cette campagne de sensibilisation sur l'efficacité énergétique et la durabilité. Notre participation nous a permis d'intégrer l'efficacité énergétique dans le discours plus large sur l'innovation. Dans cet environnement international et dynamique, nous avons exploré de nouvelles méthodologies et stratégies pratiques pour faciliter la transition énergétique des PME.

L'événement a également été l'occasion de présenter les objectifs de notre campagne au public. En à peine 24 heures, des idées innovantes ont vu le jour, qui constituent aujourd'hui les piliers de notre proposition. Cette expérience a confirmé notre conviction que l'efficacité énergétique n'est pas seulement une nécessité environnementale, mais aussi un moteur d'innovation entrepreneuriale et de compétitivité.

Afin de rendre notre travail plus accessible et visuellement attrayant, nous avons créé un site web dédié qui rassemble l'ensemble de nos recherches, initiatives et résultats. Cette plateforme aspire à devenir une référence pour les PME, les décideurs politiques et les parties prenantes à la recherche de ressources, de bonnes pratiques et de solutions applicables. Grâce à une expérience interactive et conviviale, nous voulons nous assurer que les entreprises de toutes tailles puissent facilement accéder aux informations nécessaires pour contribuer à un avenir plus durable.

3. Entretiens avec les acteurs du territoire

Que pensent les PME ?

Pour répondre à cette question, nous avons conçu une enquête spécifique (Annexe 1) qui nous a permis de recueillir les principales préoccupations et perceptions des entreprises en matière de durabilité et de transition énergétique, en fonction de l'activité de chacune. Cette phase est fondamentale non seulement pour valider notre engagement envers le projet, mais aussi pour identifier les aspects clés que les entreprises considèrent comme prioritaires dans ce domaine.

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer l'importance de l'efficacité énergétique et de la durabilité sur une échelle de 1 à 5, la majorité des participants ont attribué une note de 4 ou 5, ce qui indique un niveau de sensibilisation et d'engagement généralement élevé. Une personne interrogée a résumé la position de son entreprise en soulignant le besoin d'une plus grande clarté : « Nous avons beaucoup de doutes sur les domaines dans lesquels nous pourrions être plus efficaces sur le plan énergétique ».

Les principaux avantages identifiés par les entreprises en améliorant leur efficacité énergétique étaient les suivants :

- Réduction des coûts d'exploitation.
- Accès à des subventions et à des incitations.
- Amélioration de l'impact environnemental et de l'image de marque.
- Respect de la réglementation environnementale.

Cependant, malgré cette perception positive, les PME se heurtent à plusieurs obstacles pour mettre en œuvre des mesures d'efficacité énergétique :

- Manque de connaissances techniques ou de personnel qualifié.
- Accès limité au financement ou au crédit.
- Manque de temps ou d'orientations claires.

Par exemple, une personne a déclaré : « Le principal problème est le manque de connaissances et le coût élevé de l'adaptation de nos systèmes ». Une autre a ajouté : « Nous ne disposons ni des ressources internes ni de l'expérience nécessaires pour évaluer les options d'économies d'énergie ».

Lorsqu'on leur a demandé quelles mesures avaient déjà été adoptées, certaines entreprises ont indiqué avoir pris des mesures concrètes pour améliorer leur efficacité énergétique. D'autres, en revanche, en étaient encore aux premières étapes, invoquant l'incertitude ou le manque de soutien. Parmi les mesures mises en œuvre, on trouve :

- Remplacement de l'éclairage conventionnel par des systèmes LED.
- L'utilisation de sources d'énergie renouvelables (solaire, éolienne).
- Des programmes de formation et de sensibilisation du personnel.
- L'utilisation optimisée des équipements à forte consommation d'énergie.

En ce qui concerne le financement, seul un petit nombre d'entreprises a déclaré avoir reçu une aide financière. Beaucoup ignoraient l'existence d'incitations ou ne savaient pas si leur entreprise en avait demandé. Lorsqu'on leur a demandé quel type de soutien serait le plus utile, les réponses les plus fréquentes ont été :

- Audits énergétiques et diagnostics gratuits.
- Des conseils techniques personnalisés.
- Subventions directes ou incitations fiscales pour les investissements.

Les réponses ouvertes ont révélé que les préoccupations des PME vont au-delà des aspects financiers. Parmi les thèmes clés, on peut citer :

- Le coût et la faisabilité de l'adoption de pratiques durables.
- Connaissance des options et des technologies disponibles.
- Difficultés à gérer les formalités administratives et à accéder à des informations fiables.
- Doutes quant à l'impact réel ou à l'efficacité de certaines mesures.

Une personne a souligné que le manque de connaissances et les coûts élevés des nouvelles technologies constituent des obstacles importants, tandis que les questions environnementales et réglementaires sont perçues comme moins urgentes en raison du faible niveau d'exigence institutionnelle. L'empreinte carbone tout au long de la chaîne d'approvisionnement est rarement prise en compte.

Une autre personne a indiqué que son entreprise s'engage depuis plus de 16 ans en faveur du développement durable à travers une production intégrée et un marketing responsable, mais qu'elle est confrontée à un défi de taille : de nombreux clients et institutions continuent de privilégier les prix bas au détriment du développement durable, ce qu'elle interprète comme une question d'éducation et de valeurs.

En résumé, on peut déduire de l'enquête que les PME sont de plus en plus conscientes de l'importance de la durabilité et de l'efficacité énergétique, mais que beaucoup se sentent dépassées par les obstacles techniques, financiers et liés à l'information. Bien que certaines aient déjà fait leurs premiers pas, beaucoup d'autres ont encore besoin d'orientations plus claires, de mécanismes de soutien accessibles et d'une assistance personnalisée pour progresser de manière significative. Heureusement, il existe une volonté manifeste de changement, à condition que les outils, les connaissances et le financement soient à leur portée.

4.Recommandations

Privilégier les fournisseurs certifiés et responsables

Sélectionner des fournisseurs disposant de certifications environnementales ou ayant des pratiques de durabilité avérées contribue à construire des chaînes de valeur plus résilientes et plus cohérentes avec les principes de la transition écologique. Au Pays basque, des plateformes telles que le Catalogue des entreprises circulaires d'Ihobe et le Réseau Navarra Zirkular permettent d'identifier facilement ces entreprises.

- **Catalogue des entreprises circulaires du Pays basque** : Publié par Ihobe (Société publique de gestion environnementale du gouvernement basque), ce catalogue répertorie les entreprises de la région engagées dans les principes de l'économie circulaire, offrant ainsi transparence et critères pour des achats responsables.



- **Navarra Zirkular** : Coordonné par le gouvernement de Navarre, ce réseau met en relation les principaux acteurs de l'économie circulaire régionale, favorisant les synergies entre les entreprises et les institutions engagées en faveur du développement durable.



Faire appel à des fournisseurs d'électricité garantissant une origine renouvelable

Des coopératives énergétiques locales telles que **Goiener** et **Som Energia** proposent de l'électricité 100 % renouvelable certifiée par des organismes nationaux. Choisir ces fournisseurs est une mesure peu coûteuse et ayant un impact direct important sur la réduction des émissions.

- **Goiener S. Coop.** : coopérative basque qui fournit exclusivement de l'électricité renouvelable, en réinvestissant dans le milieu local et en encourageant la participation citoyenne.



- **Som Energia** : coopérative d'énergie verte à but non lucratif active en Navarre et dans tout le pays, qui promeut une transition énergétique participative basée sur les énergies renouvelables.



Utiliser des plans stratégiques régionaux et des feuilles de route pour la décarbonisation

Les gouvernements du Pays basque et de Navarre ont élaboré des plans structurés et des guides techniques pour aider les entreprises dans leur transition durable.

- **Stratégie d'économie circulaire du Pays basque 2030** : définit la feuille de route régionale pour la transition circulaire dans tous les secteurs économiques, y compris les objectifs, les indicateurs et les mesures clés.



- **Plan énergétique de Navarre. Horizon 2030** : il établit des orientations politiques et des lignes de soutien à la décarbonisation industrielle en Navarre, en mettant l'accent sur le financement, l'innovation et l'accompagnement technique.

PLAN ENERGÉTICO DE NAVARRA HORIZONTE 2030

RESUMEN EJECUTIVO



Gobierno de Navarra
Nafarroako Gobernua



5. Brèves conclusions

La campagne du projet TEAMIT+ a mis en évidence une réalité encourageante mais complexe : les petites et moyennes entreprises sont de plus en plus conscientes de l'importance de la durabilité et de l'efficacité énergétique. Le diagnostic réalisé et les résultats de l'enquête confirment une tendance claire vers une volonté de changement, en particulier si les conditions le permettent.

L'efficacité énergétique n'est pas seulement perçue comme une économie financière, mais comme un moyen stratégique d'accroître la compétitivité, de se conformer aux réglementations environnementales et de répondre à la demande sociale croissante en matière de responsabilité d'entreprise. Cependant, la transition n'est pas sans obstacles. Les PME sont confrontées à des lacunes techniques, à des contraintes financières et à une grande difficulté à accéder à des informations claires et fiables. Le manque de temps et de personnel spécialisé constitue également un frein récurrent.

Les données révèlent que de nombreuses entreprises ont déjà entamé leur transition, en adoptant des mesures de base telles que le remplacement des luminaires ou l'utilisation d'énergies renouvelables, mais il existe encore un grand besoin de soutien personnalisé, de formation pratique et d'orientation institutionnelle. C'est pourquoi cette campagne vise non seulement à mettre en lumière ces besoins, mais aussi à mettre les PME en relation avec des solutions adaptées à leur échelle et à leur réalité territoriale.

L'avenir de la durabilité des entreprises dans nos régions passe par le renforcement de ces liens, la garantie de l'accès aux ressources et la promotion d'une culture d'entreprise qui valorise l'efficacité comme moteur de transformation. Les outils existent, la volonté aussi. Le défi consiste désormais à jeter des ponts.

6. Annexe 1

Enquête auprès des entreprises sur l'efficacité énergétique et la durabilité

Projet TEAMIT+

Cette enquête s'inscrit dans le cadre de la campagne de sensibilisation du projet TEAMIT+, axée sur la promotion de l'efficacité énergétique et de la durabilité dans les petites et moyennes entreprises (PME). Votre participation nous aidera à comprendre les besoins réels des entreprises et à développer des solutions adaptées. Merci de votre collaboration !

1. Informations générales sur l'entreprise

- Secteur d'activité (par exemple : industrie manufacturière, commerce de détail, hôtellerie, technologie, etc.)
- Taille de l'entreprise :
 - Micro-entreprise (moins de 10 employés)
 - Petite entreprise (10 à 50 employés)
 - Moyenne entreprise (51 à 250 employés)
- Localisation principale (département)
- Poste occupé au sein de l'entreprise

2. Perception de la durabilité et de l'efficacité énergétique

- Sur une échelle de 1 à 5, quelle importance votre entreprise accorde-t-elle à l'efficacité énergétique et à la durabilité ?
 - 1 = Pas du tout important
 - 5 = Très important
- Selon vous, quels sont les principaux avantages d'une amélioration de l'efficacité énergétique dans votre entreprise ? *(Sélectionnez jusqu'à 3 options)*
 - Réduction des coûts d'exploitation
 - Accès à des incitations ou à des subventions
 - Respect des réglementations environnementales
 - Amélioration de l'image et de la réputation de l'entreprise
 - Augmentation de la compétitivité
 - Autre : _____
- Quels sont les principaux obstacles auxquels votre entreprise est confrontée pour mettre en œuvre des mesures d'efficacité énergétique ? *(Sélectionnez jusqu'à 3 options)*
 - Manque de financement ou d'accès au crédit
 - Manque d'informations sur les technologies et les solutions disponibles
 - Manque de personnel qualifié ou de compétences techniques
 - Coûts initiaux élevés
 - Ce n'est pas perçu comme une priorité
 - Autre : _____

3. Mesures et actions actuelles

- Votre entreprise a-t-elle mis en œuvre l'une des mesures d'efficacité énergétique suivantes ? *(Cochez toutes les réponses qui s'appliquent)*
 - Remplacement de l'éclairage conventionnel par la technologie LED
 - Optimisation de la consommation énergétique des équipements et des machines
 - Utilisation de sources d'énergie renouvelables (solaire, éolienne, etc.)
 - Mise en œuvre de stratégies de réduction de la consommation d'énergie

- Sensibilisation et formation du personnel à la durabilité
 - Audit énergétique réalisé au cours des 3 dernières années
 - Aucune de ces options
- Votre entreprise a-t-elle bénéficié d'un soutien financier ou d'une aide pour améliorer son efficacité énergétique ?
 - Oui
 - Non
 - Je ne sais pas

4. Attentes et besoins

- Quel type de soutien serait le plus utile pour améliorer l'efficacité énergétique de votre entreprise ?
(Sélectionnez jusqu'à 3 options)
 - Diagnostic et évaluation énergétique gratuits
 - Accès à des financements et à des subventions
 - Formation et perfectionnement du personnel
 - Mise en œuvre de technologies plus efficaces
 - Aide à la mise en conformité avec les réglementations environnementales
 - Autre : _____
- Quelles sont vos principales questions ou préoccupations concernant l'efficacité énergétique dans votre entreprise ? (Réponse libre)