

Louvain School of Management

An analysis of CO2 emission reductions among pioneer BACA members from 2019 to 2021.

An exploratory study

Author: Lena Lacroix
Supervisor: Sabine Denis
Academic year 2022-2023
Dissertation for the master of INGE2 MS/G
Master subject and focus: Philippe de Woot
Daytime schedule

Acknowledgments

I would like to express my sincere appreciation to my thesis supervisor, Sabine Denis, for her invaluable guidance, insightful comments, and unwavering patience throughout the entire process of writing my thesis. Her support and mentorship have been instrumental in shaping the outcome of this research.

I extend special thanks to Jonas Van Bockhaven, my internship supervisor at BACA, and all the members of BACA and The Shift. Their support and encouragement have been crucial in shaping the direction of my research and inspiring my passion for sustainability and climate action.

I am deeply grateful to all the participants who generously shared their time, knowledge, and insights during the interviews. Their willingness to contribute and collaborate has been invaluable, and it has provided me with a deeper understanding of the challenges and opportunities in achieving significant CO₂ emission reductions.

I would also like to express my heartfelt thanks to my friends and family, whose unwavering support and belief in me have been a constant source of motivation and strength throughout my thesis and my academic journey.

To all my friends and family, who have stood by me and believed in me, thank you from the bottom of my heart. Your encouragement has been the cornerstone of my academic achievements and personal growth.

Lena Lacroix

TABLE OF CONTENTS

Acknowledgments.....	II
Table of figures.....	VII
List of abbreviations.....	VIII
Introduction.....	1
Literature review	1
1. Overview of climate change and the carbon footprint	3
1.1 Global warming	3
1.2 CO ₂ emissions	4
1.2.1 Greenhouse gasses	4
1.2.2 What are CO ₂ emissions	6
1.2.3 Most emitting sectors	6
2. Laws and policies aimed at reducing CO₂ emissions	8
2.1 Introduction	8
2.2 Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)	8
2.2.1 Latest IPCC report	10
2.2.2 Link with SBTi.....	12
2.3 Conference of the Parties (COP)	12
2.4 The Kyoto Protocol (1997)	13
2.5 The Paris Agreement (2015)	14
2.5.1 Link with BACA.....	17
2.6 The Glasgow Climate Pact (2021).....	18
2.7 The European Green Deal (EGD)	19
i. Link with BACA.....	20
2.8 Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)	21
2.8.1 Link with BACA.....	22
2.9 Carbon budget.....	22
3. Instruments to measure CO₂ emissions	25
3.1 Introduction	25

3.1.1	Scope 1 emissions.....	26
3.1.2	Scope 2 emissions.....	26
3.1.3	Scope 3 emissions.....	27
3.2	The Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol)	28
3.2.1	Overview	28
3.2.2	Methodology	30
3.3	The Science Based Targets Initiative (SBTi)	31
3.3.1	Overview	31
3.3.2	Methodology	33
4.	<i>The Belgian Alliance for Climate Action (BACA)</i>	35
4.1	Introduction	35
4.2	What does it consist of?	35
4.3	Members	38
5.	<i>Methodology.....</i>	41
5.1	Type of research strategy	41
5.2	Selecting the area of study	42
5.3	Sample selection.....	42
5.4	Data collection and analysis method	45
6.	<i>Analysis.....</i>	46
6.1.	Data collection and limitations	47
6.2	Scope-specific analysis and proportional calculation	47
6.3	Reduction analysis	47
6.3.1	Scope 1 emissions.....	48
6.3.2	Scope 2 emissions.....	49
6.3.3	Scope 3 emissions.....	50
6.3.4	Note concerning all companies that joined SBTi.....	52
7.	<i>Discussion.....</i>	53
7.1	<i>What drove organizations to become BACA members</i>	54
7.1.1	Starting the journey towards Science Based Targets.....	54
7.1.2	Creation of a knowledge-sharing network	54
7.1.3	Reducing the carbon footprint.....	55

7.1.4 Promoting the initiative and encouraging the network.....	55
7.1.5 Conclusion	56
7.2 Challenges to set Science Based Targets.....	56
7.2.1 Complexity of data collection	56
7.2.2 Scope 3 management and diversity of activities	57
7.2.3 Communication and awareness-raising.....	57
7.2.4 Uncertainty and changes in methodology	57
7.2.5 Conclusion	58
7.3 CO₂ reduction measures.....	58
7.3.1 Transport.....	58
a. Vehicle fleet electrification	59
b. Use of biofuels.....	59
c. Development of sustainable public transport.....	60
d. Responsible business travel management.....	60
e. Conclusion	61
7.3.2 Commuting.....	61
a. Transition to electric vehicles for business and staff	61
b. Having a location accessible by public transport	62
c. Delete company cars	62
d. Conclusion	63
7.3.3 Heating.....	63
a. Insulation and use of waste heat	63
b. Replacing fossil fuels and energy efficiency	64
c. Consider relocation	64
d. Coworking spaces	65
e. Conclusion	65
7.3.4 Electricity.....	66
a. Switch to green and renewable electricity.....	66
b. 100% Renewable electricity target	67
c. Conclusion	67
7.3.5 Other impactful initiatives.....	68
a. Collaboration with stakeholders	68
b. Circular waste management	69

c.	Promoting vegetarian food	69
d.	Reduce the use of plastic.....	70
e.	Rethinking one's mobility	70
f.	Conclusion	70
7.4	<i>Struggles to reduce CO₂ emissions</i>	72
7.4.1	Impact of the Covid-19 Pandemic	72
7.4.2	Delays in the electrification of vehicle fleets	73
7.4.3	Obstacles linked to cohabitation in buildings	73
7.4.4	Business growth: A challenge for sustainability	73
7.4.5	Extending the scope of the emissions inventory	74
7.4.5	Conclusion	74
8.	<i>Recommendations and limitations</i>	76
9.	<i>Conclusion</i>	78
	<i>Bibliography</i>	80
	Companies reports	89
	<i>Appendices</i>	91
	Appendix 1: The current 104 BACA-members	91
	Appendix 2: Calculations CO ₂ emission reductions (Excel file)	94
	Appendix 3: BACA interview guide	95
	Appendix 4: Transcription interview with Jonas Van Bockhaven, BACA (NL)	96
	Appendix 5: Interview guide for BACA members	104
	Appendix 6: Transcription of the interviews	106
i.	Interview of Silke Lepee, Accenture (EN)	106
ii.	Interview of Frédéric Tourné, Befimmo (FR).....	114
iii.	Interview of Roxane Van Lerberge, Belfius (FR).....	133
iv.	Interview of Chris Vansnick, Bpost (NL)	147
v.	Interview of Sara De Decker, Colruyt Group (NL)	156
vi.	Interview of Alice Lemesle, Alpro/Danone Belux (FR)	165
vii.	Interview of Beatrice Boedt, De Lijn (NL)	182
viii.	Interview of Patricia Grobben, Infrabel (FR)	189
ix.	Interview of Hannelore Ruytjens, Jan De Nul (NL)	196
x.	Interview of Ines Verschaeve, Lidl Belgium (NL)	205

xi.	Interview of Christine Vanoppen, Lineas (EN).....	212
xii.	Interview of Michael Ellerbeck, Mediahuis (NL)	222
xiii.	Interview of Greg Renders, Pluxee (formerly Sodexo Pass Belgium) (FR)	232
xiv.	Interview of Daphne De Wit, Statik (NL)	246
xv.	Interview of Jonas Van Bockhaven, The Shift (NL)	255
xvi.	Interview of Sabine Pauquay, VELUX Belgium (FR)	265

Table of figures

<i>FIGURE 1: WORLD GREENHOUSE GAS EMISSIONS IN 2019</i>	5
<i>FIGURE 2: GLOBAL HISTORICAL CO₂ EMISSIONS</i>	6

List of abbreviations

ACA = Absolute Contraction Approach

AR = Assessment Reports

BACA = Belgian Alliance for Climate Action

CBD = Convention on Biological Diversity

CDM = Clean Development Mechanism

CDP = Carbon Disclosure Project

CH₄ = Methane

CO₂ = Carbon dioxide

COP = Conference of Parties

CSR = Corporate Social Responsibility

CSRD = Corporate Sustainability Reporting Directive

EFRAG = European Financial Reporting Advisory Group

EGD = European Green Deal

EPB = Energy Performance of Buildings

ESRS = European Sustainability Reporting Standards

ETF = Enhanced Transparency Framework

EU = European Union

GHG = Greenhouse Gas

Gt = Gigatonnes

GWP = Global Warming Potential

HFC = Hydrofluorocarbon

IPCC = Intergovernmental Panel on Climate Change

LNG = Liquefied Natural Gas

MR = Methodology Reports

N₂O = Nitrous oxide

NDC = Nationally Determined Contribution

NGO = Non-Governmental Organization

PFC = Perfluorocarbon

SBT = Science Based Target

SBTi = Science Based Target Initiative

SDA = Sectoral Decarbonization Approach

SF₆ = Sulfur Hexafluoride

SME = Small and Medium Enterprises

SR = Special Reports

SYR = Synthesis Report

UNCCD = The United Nations Convention to Combat Desertification

UNEP = United Nations Environment Programme

UNFCCC = United Nations Framework Convention on Climate Change

UNGC = United Nations Global Compact

WBCSD = World Business Council for Sustainable Development

WMO = World Meteorological Organization

WRI = World Resource Institute

WWF = World Wildlife Fund

Introduction

Climate change has emerged as one of the most pressing global challenges of our time, compelling nations, organizations, and individuals to take concrete actions to mitigate its impact (IPCC, 2023). Central to these efforts is the urgent need to reduce carbon dioxide (CO₂) emissions, a major contributor to greenhouse gas accumulation in the atmosphere (Nong et al., 2021). In the quest for meaningful CO₂ emission reductions, various instruments and initiatives have been introduced to assist organizations in their sustainability journey (Bendig et al., 2023). This research aims to **analyze the CO₂ emission reductions among pioneer members of the Belgian Alliance for Climate Action (BACA) from 2019 to 2021.**

The first part of this thesis begins with a comprehensive literature review, providing an overview of climate change, its implications, and the concept of the carbon footprint. The review also explores the pivotal role of laws and policies, including the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), the different Conferences of the Parties (COP), the Paris Agreement, the European Green Deal, and the carbon budget, in shaping the global response to CO₂ emissions.

A crucial aspect of the thesis delves into the instruments used to measure CO₂ emissions. The Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) and The Science Based Targets (SBTs) are extensively discussed as essential tools in the accurate quantification and management of emissions for organizations. Understanding these instruments is vital as they provide the foundation for BACA members' emission reduction strategies.

The second part of the thesis elucidates the methodology employed in this empirical research. The study adopts an exploratory approach, leveraging semi-structured interviews and analyzing integrated reports of companies to gain insights into their CO₂ emission reduction endeavors. The quantitative analysis offers a deeper understanding of how these pioneer BACA members fared in their emission reduction goals.

The analysis section presents a comprehensive examination of the CO₂ emission reduction efforts undertaken by the pioneer BACA members between 2019 and 2021. It unravels the factors that motivated these organizations to join BACA and pursue sustainable practices. Additionally, the analysis discusses the challenges faced by companies in setting Science Based

Targets, implementing CO₂ reduction measures, and overcoming obstacles in their emission reduction journey.

By delving into the nuances of CO₂ emission reduction initiatives, this research aims to shed light on the progress made by pioneer BACA members and identify best practices and areas for improvement. Ultimately, the findings will contribute to a deeper understanding of the effectiveness of instruments like the GHG Protocol and SBTs in promoting climate action and sustainability among organizations.

In conclusion, this research holds the promise of offering valuable insights into the successes and challenges of CO₂ emission reductions among pioneer BACA members, contributing to the collective global effort to combat climate change. Through a robust analysis of the instruments used and the strategies adopted, this study seeks to pave the way for more informed and impactful climate action by organizations and set the stage for a greener and more sustainable future.

Literature review

1. Overview of climate change and the carbon footprint

1.1 Global warming

In the late 20th century, awareness began to rise about climate change, and countries decided to collaborate to find solutions for this global issue. The First World Climate Conference, held in 1979 in Geneva, Switzerland and organized by the WMO and UNEP (Collard, 2021), played a significant role in this endeavor. During this conference, experts from various fields, including climatologists, geophysicists, economists, and statisticians, presented compelling evidence linking human activities to the alarming increase in global temperatures, known as global warming (IPCC, 2023).

Amid the mounting concerns and scientific evidence, the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) emerged as a pivotal player in advancing climate research and global awareness. Established in 1988 by the WMO and UNEP, the IPCC operates as an authoritative international body dedicated to assessing scientific information related to climate change. Composed of thousands of scientists and experts from around the world, the IPCC regularly evaluates the latest research on climate science, impacts, adaptation, and mitigation strategies.

Many scientists noticed the alteration of the global climate, with changes observed in precipitation patterns, melting glaciers and polar caps, and rising global temperatures, among other phenomena. These observations led to the realization that human overproduction and overexploitation of natural resources were major contributors to these consequences (Ameur et al., 2022). The issue of climate change gained increasing recognition and attention due to the evident changes in our planet's climate. Subsequent conferences, such as the Kyoto Protocol in 1997 and the Paris Agreement signed in 2015 (Rioseco, 2023), continued to raise awareness and disseminate the latest discoveries about global warming.

As the subject became more critical, efforts were made to implement laws and policies aimed at regulating and reducing global greenhouse gas emissions, with a goal to limit the rise in global temperature (Ameur et al., 2022). Over time, our understanding of climate change has significantly expanded, leading to ongoing research in this field. The concept of global warming

has evolved considerably, driving further investigation and a growing sense of urgency to address this pressing issue.

The knowledge available today is much broader than the one scientists had at the beginning of those discussions. Thus, the concept of global warming has evolved considerably and more research is continually done in this field.

1.2 CO₂ emissions

CO₂ emissions refer to the release of carbon dioxide (CO₂) into the atmosphere through human activities such as burning fossil fuels (coal, oil, and gas) for energy, transportation, industrial processes, and deforestation (Liu et al., 2022). The accumulation of CO₂ in the atmosphere is a major contributor to global warming and its associated effects, such as sea level rise, more frequent and severe weather events, and changes in ecosystems (Nong et al., 2021).

1.2.1 Greenhouse gasses

Greenhouse gasses are gases such as carbon dioxide (CO₂), methane (CH₄), nitrous oxide (N₂O), and fluorinated gases (F-gasses) that are found in the Earth's atmosphere. These gases can capture and absorb heat from the sun, creating the greenhouse effect. This effect is primarily caused by the interaction between solar energy and those gases (Kweku et al., 2018).

Greenhouse gases have a molecular structure consisting of three or more atoms, which enables them to effectively capture heat in the atmosphere. This trapped heat is then transferred back to the Earth's surface, leading to an increase in temperature. It is this continuous cycle of heat trapping that contributes to the global warming of the planet (Nong et al., 2021). The process is analogous to the functioning of a greenhouse, where sunlight passes through the transparent panels, gets absorbed by the objects inside, and is then radiated back as heat. Similarly, greenhouse gases act as a barrier to the escape of heat from the Earth, resulting in a warming effect. Hence, these gases are collectively referred to as greenhouse gases due to their role in creating this greenhouse-like effect on the Earth's climate (Kweku et al., 2018).

Carbon dioxide (CO₂) accounts for 74.1% of greenhouse gas emissions. Methane (CH₄) and nitrous oxide (N₂O) represent respectively 17.3% and 6.2% of total greenhouse gas emissions. These non-CO₂ emissions mainly originate from agricultural activities, waste treatment

processes, and gas flaring. Fluorinated gases contribute 2.4% to global emissions. These emissions are lesser than CO₂-emissions, but they have a high global warming potential, making it equally important to reduce and mitigate those emissions as well (Ge et al., 2022).

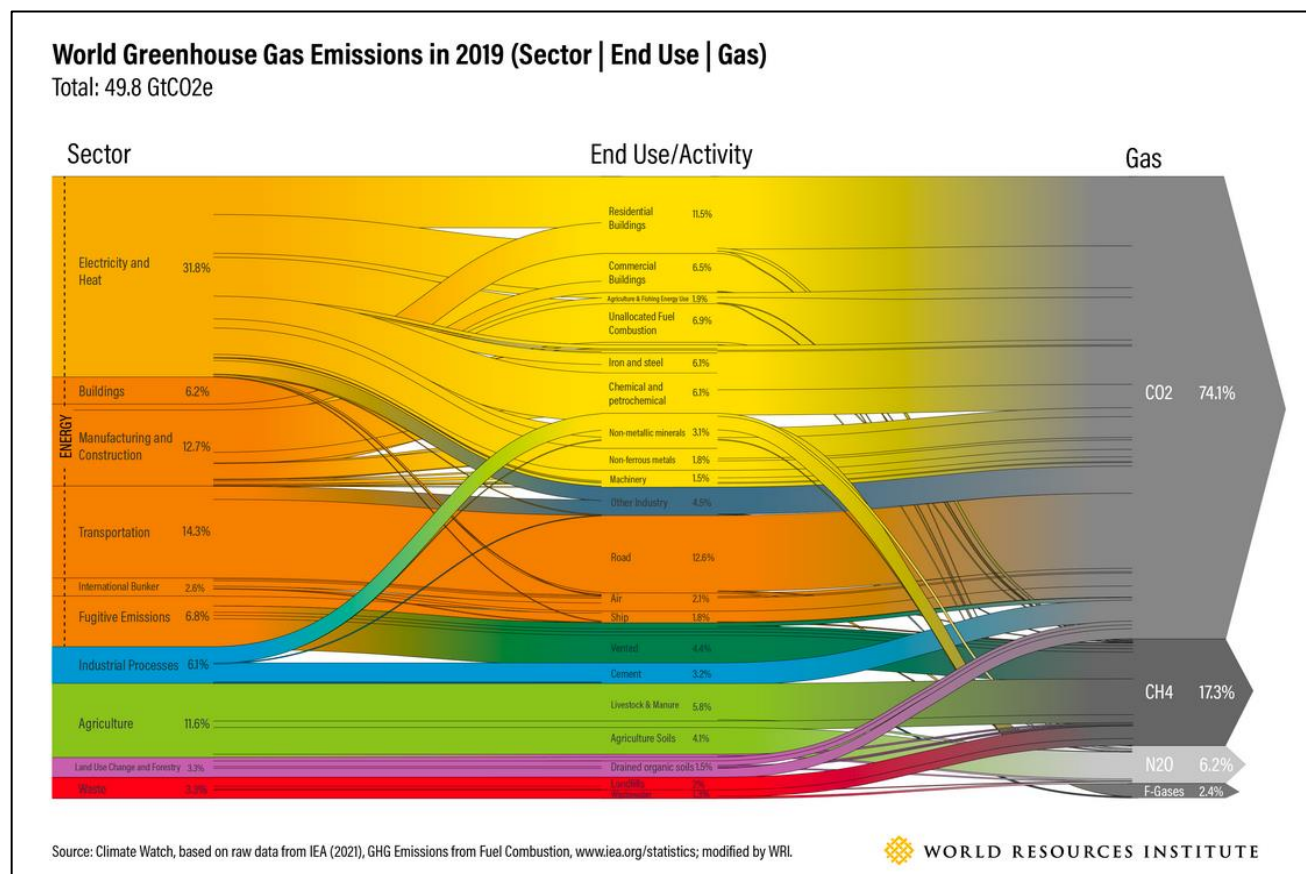


Figure 1: World Greenhouse Gas Emissions in 2019

In summary, CO₂ is the dominant greenhouse gas, primarily arising from fossil fuel usage. Additionally, methane, nitrous oxide, and fluorinated gases play their part in global emissions, with distinct sources and sectors exerting considerable influence. Consequently, it becomes imperative to tackle emissions from all these gases to effectively combat climate change (Ge et al., 2022).

1.2.2 What are CO₂ emissions

CO₂ emissions are generated by various activities and reinforced because of the human presence on Earth. For example, when human beings decide to cut down forests, this releases the CO₂ that the trees had absorbed through their biomass (Yoro & Daramola, 2020).

CO₂ emissions are steadily increasing since the CO₂ levels were first calculated in 1990. The most important sector of CO₂ emissions is energy, then industrial processes, followed by land-

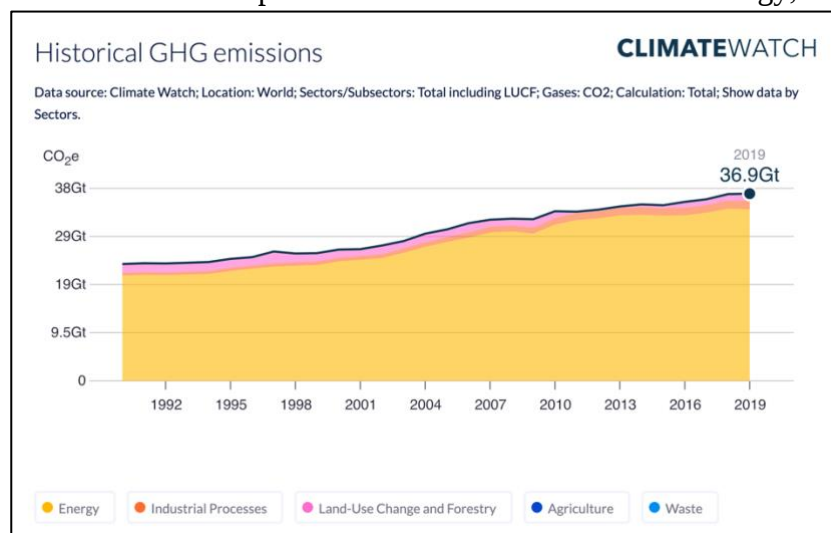


Figure 2: Global historical CO₂ emissions

use change and forestry, then agriculture and finally waste. As we can see on the graph, the emissions keep on growing, but according to many scientists, these should drastically decrease to meet the Paris Agreement. To reach those targets, reducing our energy consumption is the top priority, even though the other sectors are important as well (Ge et al., 2022).

It is crucial to reduce CO₂ emissions by adopting sustainable practices and promoting the transition to clean, renewable energy sources to meet the challenges we are facing.

1.2.3 Most emitting sectors

Carbon dioxide emissions are the result of various human activities that release greenhouse gasses into the atmosphere. Burning fossil fuels is one of the main sources of CO₂ emissions, as said above. When we burn coal, oil and natural gas to generate electricity, heat our homes, power our vehicles and run our industries, large quantities of CO₂ are released (Liu et al., 2022).

As well as burning fossil fuels, deforestation also contributes to CO₂ emissions. When forests are cleared to make way for agriculture, logging or urban development, the carbon stored in the trees is released in the form of CO₂. Industrial activities such as the production of steel, cement and chemicals also generate massive amounts of CO₂ emissions (Yoro & Daramola, 2020).

Agriculture also plays a role in CO₂ emissions. The use of synthetic fertilizers and the management of agricultural waste can release CO₂ into the atmosphere. In addition, certain agricultural practices, such as the burning of crop residues, can also contribute to CO₂ emissions (Yoro & Daramola, 2020).

Concerning the different industries, the level of emissions is different according to the product or service they provide. Throughout companies, transport is one of the sources that emits the most CO₂. The construction as well as the consumption of the vehicles such as cars, trucks, planes, ships, and others emit a lot. The combustion of fossil fuels in the internal combustion engines is the main cause of emissions in this sector. In order to reduce their CO₂ emission, businesses need to think of new transport plans (Gustavsson, 2021).

2. Laws and policies aimed at reducing CO₂ emissions

2.1 Introduction

Since 1988, laws and regulations have been put in place to reduce CO₂ emissions, because of their harmful impact on the environment and their contribution to global warming. These measures have been strengthened by the adoption of several international agreements, such as the Kyoto Protocol, the Paris Agreement, and the European Green Deal.

These steps are crucial as the issue of CO₂ emissions is a critical one. By imposing legal obligations, companies and countries with a significant ecological footprint are spurred to adopt concrete measures to reduce emissions and adopt more sustainable practices.

The urgency of the climate crisis is undeniable, demanding adherence to the commitments signed in order to conserve our planet and ward off the potentially catastrophic repercussions of climate change. While some damage caused by climate change may be irreversible, collective, and responsible action can still mitigate much of it.

One such collaborative effort is the Belgian Alliance for Climate Action (BACA), which unites organizations to set Science-Based Targets (SBTs) for greenhouse gas emissions reduction, a framework developed in line with the objectives of the Paris Agreement. These commitments, guided by the best available science, ensure that companies make proportionate contributions to limiting global warming to 1.5°C.

It is through collective commitment to these initiatives that we can strive towards a more sustainable and harmonious future, one that minimizes the impacts of climate change. By meeting these obligations and acting now, we can envision a world where our concerted efforts make a marked difference.

2.2 Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)

In 1988, the IPCC emerged to keep track of the link between the rise of global temperatures and human activities. The IPCC was created by the WMO and the UNEP after the First World Climate Conference of Geneva in 1979 (Bhandari, 2022).

The IPCC is an authoritative scientific organization that evaluates and integrates the most up-to-date research on climate change, encompassing global warming, and offers policymakers impartial and factual information. At the moment, the IPCC counts 195 member countries. The IPCC is the only recognized and accepted authority to provide reports that receive agreement and consensus from both climate scientists and participating governments. It is based on the IPCC's recommendations that governments develop climate policies and engage important negotiations (*IPCC — Intergovernmental Panel on Climate Change*, s. d.).

These scientists write three different types of reports:

- Assessment Reports (AR),
- Methodology Reports (MR), and
- Special Reports (SR)

Assessment Reports are global and released every 5 to 7 years. They relate the actual knowledge about climate change and cover multiple aspects such as the physical science basis, impacts, adaptation, and mitigation and comes out in multiple volumes.

Methodology Reports provide guidance and methodologies for GHG inventories, emission scenarios and other technical aspects related to climate change assessment. There is no typical frequency of their releases because they only come out when an update is needed for the used methodologies.

Special Reports focus on very specific topics and provide an in-depth analysis of the latest scientific literature. As the Methodology Reports, Special Reports are issued according to the urgency and relevance of the chosen topics, thus their dates of release are variable. When a whole assessment cycle is done, the IPCC publishes a Synthesis Report (SYR) that contains all the contributions of this assessment as well as three Special Reports (*IPCC — Intergovernmental Panel on Climate Change*, s. d.). It is important to note that the IPCC does not conduct its own research, but only present a summary of the latest scientific papers in the most comprehensive way to better understand the issues we are facing. By doing this summary, they put an accent on the future research that needs to be conducted and on the strengths that have already been discovered (Collard, 2021).

2.2.1 Latest IPCC report

The latest IPCC report that came out was a Synthesis Report in March 2023 because they are finalizing their Sixth Assessment cycle. The Synthesis Report, which is the final part of the IPCC's Sixth Assessment Report, offers a comprehensive overview of the current understanding of climate change, with a focus on new findings since the Fifth Assessment Report in 2014. It incorporates the research and findings from the three Working Groups of the IPCC, along with the three Special Reports that are: *Global Warming of 1.5°C*, *Climate Change and Land*, and *The Ocean and the Cryosphere in a Changing Climate*. The Synthesis Report presents a cohesive and integrated perspective on climate change. It comprises two main components: the Summary for Policymakers and a more detailed Longer Report. The report will be published as a separate document in the six official languages of the United Nations, which are English, French, Spanish, Chinese, Russian, and Arabic (de Saint Robert, 2022; IPCC — Intergovernmental Panel on Climate Change, s. d.; IPCC, 2023).

This Synthesis report is composed of three different parts: the current state of the world and trends, future climate change, risks and long-term responses, and finally short-term responses. The report is only 36 pages long, but contains a lot of information, which makes it really dense.

In the first part, it explains that the observed global warming is mainly attributable to human activities and the increase in greenhouse gas emissions. Between 2011 and 2020, the Earth's surface temperature rose by 1.1°C compared to the period between 1850 and 1900. Global greenhouse gas emissions continue to rise, with uneven contributions from unsustainable energy use, land use, lifestyles, and consumption. The consequences of climate change are particularly worrying for people living in highly vulnerable regions, who are 15 times more exposed to the risks of floods, droughts, and storms than those living in less vulnerable areas (IPCC, 2023).

Global warming is also having a devastating impact on ecosystems, leading to the disappearance of many species on land and in the oceans. Some ecosystems are approaching a point of no return, notably due to the melting of glaciers and Arctic permafrost. In addition, climate change is affecting food security and access to water and leading to an increase in disease and mortality rates due to extreme heat events. It is also having an impact on the mental health of the populations affected (IPCC, 2023).

The second part explains that continued greenhouse gas emissions will lead to global warming, with an estimate that we could reach an increase of $+1.5^{\circ}\text{C}$ by the early 2030s. However, significant, rapid, and sustained reductions in greenhouse gas emissions could perceptibly slow global warming in around two decades. It is essential to note that each fractional increase in global warming intensifies the multiple and simultaneous risks. Cumulative heatwaves and droughts are likely to become more frequent, with simultaneous events occurring in several locations. Acting on climate change now has many benefits, including a perceptible improvement in air quality through rapid reductions in greenhouse gas emissions (IPCC, 2023).

However, there are limits to adaptation, and beyond a certain threshold of warming, the risks associated with extremely high temperatures increase, particularly the fatal risks associated with heat. It is also emphasised that climate change will have unavoidable and/or irreversible consequences, but that these can be limited through radical, quick, and sustained reductions in greenhouse gas emissions. It is crucial to note that the cumulative CO_2 emissions from existing and planned fossil fuel infrastructures, without additional reductions, will exceed the cumulative net CO_2 emissions in the trajectories enabling warming to be limited to 1.5°C . This underlines the importance of early closure of some coal, gas, and oil production to avoid exceeding the critical threshold of $+1.5^{\circ}\text{C}$ of warming (IPCC, 2023).

The last part of the IPCC's Synthesis Report highlights the urgent need for integrated climate action in the short term. Climate change poses a threat to human well-being and the health of the planet, and the time to secure a liveable and sustainable future is rapidly running out. A radical, rapid, and sustained reduction in emissions, together with an accelerated implementation of adaptation measures during this decade, would limit the projected loss and damage to humans and ecosystems. This would also bring many co-benefits, notably in terms of air quality and health (IPCC, 2023).

Nonetheless, the current trajectory of emissions, with the policies in place, is taking us well beyond $+2^{\circ}\text{C}$ warming. It is crucial to step up climate action by implementing mitigation policies and strategies that are consistent with emission reduction targets. The report also highlights multiple opportunities for accelerating climate action. Sobriety is highlighted as one of the solutions for achieving carbon neutrality, with the potential for emissions reductions ranging from 40% to 70% in certain sectors (IPCC, 2023).

It is imperative that we seize these opportunities and put in place concrete measures to reverse the current trajectory of emissions and limit the devastating consequences of climate change. Decisive action is needed to ensure a sustainable future.

2.2.2 Link with SBTi

Science Based Targets (SBTs) are scientifically based objectives that aim to reduce companies' CO₂ emissions in line with the Paris Agreement. These objectives set medium- and long-term targets for companies, which correspond to the second part of the IPCC Synthesis Report.

Like the IPCC report, the SBTs emphasise the urgency of the situation and encourage companies to set long-term targets that must be implemented now. The results and impact of these actions will be measured over time.

Through SBTs, companies commit to reducing their CO₂ emissions and rethinking their production and consumption practices. This is also underlined by the IPCC report, which stresses the importance of acting now to ensure a sustainable future.

It is essential that businesses and economic players take concrete steps to reduce their CO₂ emissions and align themselves with global climate objectives. This requires a profound transformation of our production and consumption systems, as well as a transition towards more sustainable and environmentally friendly practices.

SBTs offer a framework and a pragmatic approach to guide companies in this transition to a low-carbon economy. By committing themselves to reducing their emissions and adopting more sustainable practices, companies can play a key role in the transition to a low-carbon economy.

2.3 Conference of the Parties (COP)

The Conference of Parties (COP) originated during the Earth Summit held in Rio de Janeiro, Brazil, in 1992. This global gathering, arranged by the United Nations, united over 178 countries to discuss matters related to the environment and development. Following extensive deliberations, the participating nations collectively endorsed the Rio de Janeiro Declaration, which encompassed significant progress in various aspects. This Earth Summit enabled the

adoption of three separate conventions: the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), the Convention on Biological Diversity (CBD) and the United Nations Convention to Combat Desertification (UNCCD) (Collard, 2021).

The principal aim of the COP is to move the UNFCCC forward. They manage to do it by implementing the commitments outlined in the treaty to support climate initiatives and simultaneously, there is a focus on negotiating additional measures aimed at reducing greenhouse gas emissions, with the objective of facilitating the practical enforcement of the Framework Convention (Wamsler et al., 2020).

The Conference of the Parties (COP) has convened annually since 1995 to evaluate the progress of the Convention. Each COP expands upon the decisions and resolutions of the previous editions. During those conferences, the 2 most important agreements that were made are: the Kyoto Protocol at COP3 in 1997 and the Paris Agreement that was achieved at COP21 in Paris. They are considered as groundbreaking and transformative accords, expected to drive the transition towards decarbonization. They will be further explained in the following sections (Rioseco, 2023).

The latest COP that took place was COP27 in November in Egypt. During this COP, researchers were very disappointed by the absence of any determination to gradually eliminate the use of fossil fuels. Indeed, a lot of lobbyists were present during this edition, which makes it difficult to put this important subject on the table and thus implement laws to phase out fossil fuels. But what did come out of this session is a new “loss and damage” fund to help low- and medium-income countries to assist them in mitigating the financial burdens associated with the impacts of climate change. People are mostly disappointed with this latest conference because they feel like the essence of it is a bit lost and that it looks more like a “grand spectacle” that more than 45,000 people came to see (Masood et al., 2022)

2.4 The Kyoto Protocol (1997)

The Kyoto Protocol is an international agreement adopted in 1997 under the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) at the COP3. It aims to combat climate change by reducing greenhouse gas emissions. Named after the Japanese city of Kyoto, where

the conference was held, the protocol sets binding targets for developed countries (UNFCCC, n.d.).

The Kyoto Protocol, which came into force in 2005, had committed developed countries to collectively reduce their greenhouse gas emissions by at least 5% below 1990 levels by 2012 (Collard, 2021). This global agreement aimed to mitigate global warming and its negative impacts (Camenzuli, 2018). To ensure compliance, the protocol included monitoring mechanisms and penalties for countries that failed to meet their obligations. It also introduced flexibility mechanisms to help countries achieve their targets. Among them there are Clean Development Mechanism (CDM), which enabled developed countries to finance emission reduction projects in developing countries, and carbon market which allows countries to buy and sell emission credits to offset their emissions levels (UNFCCC, n.d.).

While the Kyoto Protocol had been ratified by 193 Parties, including most countries, key nations like the United States and Canada had not ratified or had withdrawn from it, limiting its overall impact. Some developing countries, such as India and China, argued that historical emissions primarily came from developed countries and that they should be responsible for compensating and not impeding their own economic growth (McGivern, 1998).

Despite its limitations, the Kyoto Protocol is considered a significant milestone in global efforts to address climate change. The European Union, for example, has even surpassed its Kyoto objectives by reducing emissions by 12% since 1990 (Collard, 2021).

2.5 The Paris Agreement (2015)

In response to climate change and its negative impacts, at the COP21 in Paris on December 12, 2015, world leaders made a breakthrough: the historic Paris Agreement (UNFCCC, n.d.).

The agreement includes commitments by all countries to reduce emissions and work together to adapt to the effects of climate change and calls on countries to increase their commitments over time. The agreement provides a way for developed countries to support developing countries' efforts to mitigate and adapt to climate change, while providing a framework for transparent monitoring and reporting on their countries' climate goals. The Paris Agreement provides an enduring framework that will guide global efforts for decades to come. It marks the

beginning of the transition to a net-zero emissions world. Implementation of the agreement is also critical to achieving the 17 Sustainable Development Goals (UNFCCC, n.d.).

It is during the COP21 in Paris that the concept “climate justice” appeared for the first time in an international agreement. Climate justice refers to the idea that efforts to tackle climate change must take account of existing inequalities and disparities in the responsibilities, capacities and vulnerabilities of different countries and population groups (Michelot, 2016). As mentioned in the Kyoto Protocol, the concept of historical responsibilities is an important matter that is inherent to the Paris Agreement. It is the fact that developed countries have historically contributed significantly to the greenhouse gas emissions responsible for climate change. It emphasizes the need for these countries to take responsibility for their past emissions and to act ambitiously to reduce their future emissions (Marquardt et al., 2022).

They also emphasize that there are differentiated capabilities between countries. It must be taken into account that there are differences in capacities between countries, particularly developed and developing countries. It highlights the need to provide financial, technological, and capacity-building support to developing countries to help them cope with the impacts of climate change, adapt, and develop sustainable development trajectories. These concepts are highly discussed, however, the effective implementation of climate justice remains a major challenge and a subject of ongoing negotiation at international climate meetings and discussions such as the Paris Agreement (Michelot, 2016).

The Paris Agreement is based on a five-year cycle of increasingly ambitious climate action by countries. Every five years each country is expected to submit an updated national climate action plan – known as a Nationally Determined Contribution (NDC) that is more ambitious than the previous one. Countries outline their planned measures to reduce greenhouse gas emissions and meet the objectives of the Paris Agreement through their Nationally Determined Contributions. Additionally, they specify the actions they will undertake to enhance their ability to withstand the impacts of increasing temperatures and improve resilience in their respective Nationally Determined Contributions (Iyer et al., 2017). The evaluation of those first NDC’s will be in 2023. It took a little longer because they were delayed because of the COVID pandemic. New contributions will be made in 2025 (De Perthuis, 2022).

When the Paris Agreement was signed in 2015, countries were invited to submit their “intended” contributions to a provisional register. According to the UNFCCC secretariat, the

sum of these contributions would have resulted in total greenhouse gas emissions of around 58.5 gigatons (Gt) of CO₂ equivalent. At COP26, the objective of limiting global warming to 1.5°C was officially adopted, with emissions estimated at 53.8 Gt of CO₂eq in 2030 according to the national contributions submitted. Since the adoption of the Paris Agreement, this represents a reduction of 4.7 Gt (-8%) (De Perthuis, 2022).

However, to achieve the objective of limiting global warming to 1.5°C, we would need to aim for global emissions of 26 Gt CO₂eq by 2030, which represents a considerable challenge. Unfortunately, progress to date has been slow and will require drastic measures to achieve carbon neutrality by 2050. It is crucial to accelerate action and implement ambitious policies to meet this urgent climate challenge (De Perthuis, 2022).

Because the countries have to greatly diminish their emissions, a lot has already been put in place to respect the Paris Agreement at its best. The use of renewable energy has remarkably accelerated. Indeed, many countries have increased their renewable energy production capacity and reduced their dependence on fossil fuels (Mendiluce, 2018).

The first 'Global Stocktake' in 2023 will evaluate progress towards the Paris Agreement's goals, urging ambitious climate action to limit global warming to 1.5 degrees Celsius. It aims not just to report but to outline a practical action plan for the next seven years. Countries will develop and present long-term strategies in this recurring five-year event, debuting at the COP28 in Dubai. The key gamechanger will be each country's response, not the Global Stocktake itself. To monitor this progress, the Enhanced Transparency Framework (ETF) will be in place by 2024. Countries adhering to the ETF will transparently report on their mitigation and adaptation efforts. These reports will inform the Global Stocktake, aiding in the creation of recommendations for countries to set more ambitious greenhouse gas reduction goals (UNFCCC, n.d.).

As all other agreements, the Paris Agreement was decided in 2015, but only entered into force on the 4th of November 2016. Such an agreement needs rules to follow and a well explained rulebook with clear ambitions. It is at the COP24 in Katowice, Poland that the operational details for the implementation were agreed on. At that conference they decided on the “Paris Rulebook”, and it is at the COP26 in Glasgow, Scotland that it was finalized (Collard, 2021).

Just as the Kyoto Protocol, the Paris Agreement is mostly intended for the most polluting countries. Some of the most important actors are the United States, China, Japan, and the European Union. For such an agreement to be possible, it is mandatory that the important actors are included in the deal, but under Donald Trump's mandate, the United States decided to withdraw from the treaty. After his mandate, democrat president Joe Biden took the lead and decided to come back into the Paris Agreement and to bring the US to carbon neutrality. But because of their late membership, they have some catching up to do to get up to speed. And the fact that they re-joined the act undermines the importance and scope of international climate agreements, according to some specialists (Collard, 2021).

The Paris Agreement also strengthened financial mechanisms to support developing countries in their efforts to combat climate change. The Green Climate Fund, for example, has been created to mobilise finance and support projects related to climate change adaptation and mitigation (Amighini et al., 2022).

2.5.1 Link with BACA

The Paris Agreement has played a crucial role in mobilizing non-state actors for climate action. In addition to the commitments made by countries, the agreement has encouraged the active participation of other actors such as businesses, cities, and civil society organizations. These non-state actors have recognized the importance of contributing to the reduction of greenhouse gas emissions and the promotion of sustainable practices (Michelot, 2016).

Many companies have made voluntary commitments to reduce their emissions and implement sustainable development strategies. They have integrated the fight against climate change into their business activities, adopting more carbon-efficient practices, investing in clean technologies and implementing environmental management policies. Some companies have even set carbon neutrality targets, committing to fully offset their residual emissions (SBTi Progress Report, 2021).

Following the Paris Agreement, the Science Based Targets Initiative (SBTi) has become a key undertaking in the field of CO₂ emissions reduction and is of great importance to my dissertation. This initiative encourages companies to reduce their CO₂ emissions in order to meet the targets set by the Paris Agreement, in particular to limit global warming to below 2°C.

SBTi's mission is to support companies wishing to reduce their CO₂ emissions and set Science Based Targets. It plays a crucial role in mobilising non-state actors in the fight against climate change. The diversity of SBTi's members, who come from different sectors such as real estate, transport and finance, demonstrates that many companies are concerned about the urgency of climate change and are seeking to take action at their own level to achieve the objectives of the Paris Agreement.

This highlights the growing commitment of non-state actors to the fight against climate change and underlines the importance of their contribution to the effective implementation of the Paris Agreement.

2.6 The Glasgow Climate Pact (2021)

This Climate Pact was reached during the COP26 in Glasgow, Scotland, United Kingdom. The nations adopted it in order to make the 2020s a decade of climate action and support (Michaelowa, 2021).

The set of decisions encompasses various agreed-upon measures, including intensified efforts to enhance climate change resilience, limit greenhouse gas emissions, and secure adequate financing. Countries reaffirmed their commitment to fulfil the pledge of providing \$100 billion annually from developed to developing nations. They also collectively agreed to bridge the gap between current emission reduction plans and the necessary measures to limit the global average temperature increase to 1.5 degrees. Notably, nations are now urged to gradually reduce unabated coal power and inefficient subsidies for fossil fuels (UNFCCC, n.d.).

As part of these decisions, countries successfully finalized the rulebook for market mechanisms and non-market approaches under the Paris Agreement. They also established transparent reporting mechanisms for climate actions, support provided or received, and addressed issues related to loss and damage (Michaelowa, 2021).

It was at this conference that the subject of fossil fuels was first addressed proactively. Recently, we have seen a general increase in the price of fossil fuels, as a result of the recovery of the global economy following the easing of health restrictions. This development has important economic implications: it makes the use of fossil fuels more expensive, which favours the

energy transition on the demand side; it also increases the profits of the producers of these energies, thus facilitating the acceleration of exploration-production programmes and delaying the necessary divestment of fossil fuels. This context underlines the importance of carbon pricing in encouraging the reduction of greenhouse gas emissions and the transition to more sustainable energy sources. As a result, properly implemented carbon pricing would increase the cost of using fossil fuels, without this increase translating into additional profits for the producers of these fuels (De Perthuis, 2022).

2.7 The European Green Deal (EGD)

The goal of the European Green Deal (EGD) is to make Europe the first CO₂ neutral continent in the world. The first step is to reduce their emissions by at least 55% by 2030 compared to 1990 levels (*Delivering the European Green Deal*, 2021).

The implementation of the European Green Deal was the result of a comprehensive process of reflection, consultation, and negotiation between European Union (EU) institutions, the 27 EU member states and other stakeholders. The process followed several key stages to achieve the adoption and implementation of the European Green Deal (Fetting, 2020).

First, in 2019, the European Commission, led by President Ursula von der Leyen, published its Strategic Agenda, which highlighted the European Green Deal as a key priority for the next five years. This sent a strong political signal about the EU's willingness to take bold action to tackle climate change and promote sustainability (Fetting, 2020).

Next, the European Commission launched a process of consultation and dialogue with EU member states, national parliaments, stakeholders, and the general public. These consultations provided an opportunity to gather opinions, ideas and suggestions on the objectives and measures of the European Green Deal, while ensuring broad participation and consideration of different points of view (Fetting, 2020).

Based on these consultations and reflections, the European Commission has developed concrete policies and proposals to implement the European Green Deal. This involved identifying the necessary legislative and non-legislative measures, as well as appropriate financial instruments and incentives (*Delivering the European Green Deal*, 2021).

Once adopted, the European Green Deal is accompanied by a detailed action plan setting out the specific stages, deadlines, and responsibilities for each proposed measure. EU institutions, in collaboration with member states, then work to implement these measures through a combination of legislative actions, policies, funding and specific programs (Pe'er et al., 2020).

In order to make this reduction possible, the EU decided to turn to more electric vehicles and charging points, sustainable houses, more energy efficient buildings, clean energy, to boost renewable energy and to protect nature to reduce CO₂ emissions. This challenge encourages the EU to shift its economic model to an eco-friendlier one (*Delivering the European Green Deal*, 2021).

It is important to note that the implementation of the European Green Deal is an ongoing process, requiring continuous coordination between the various stakeholders and adjustments in line with political, technological, and economic developments. Throughout the process, the political will, collaboration, and commitment of all stakeholders are essential to achieve the transition to a sustainable, climate-friendly economy in Europe (Fetting, 2020).

i. Link with BACA

The European Green Deal and the Belgian Alliance for Climate Action are two initiatives that aim to combat climate change and promote sustainable development, but they operate at different levels and in different fields.

The link between the European Green Deal and the Belgian Alliance for Climate Action lies in their common objectives and their alignment with global efforts to combat climate change. The European Green Deal provides a framework and guidelines for EU Member States, including Belgium, to align their national policies and actions with EU climate change objectives. The BACA can contribute to the implementation of the European Green Deal at national level by mobilising stakeholders, facilitating partnerships, and leading concrete initiatives in line with the EU climate agenda.

In this way, the European Green Deal can provide a broader context and policy framework that can guide and strengthen the efforts of national initiatives, such as the BACA, and ensure a

coordinated and collaborative approach to achieving climate change goals at both European and national level.

2.8 Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

On April 21, 2021, the European Commission introduced the Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), replacing the 2014 Non-Financial Reporting Directive (NFRD). This new directive, which came into effect on January 5, 2023, amplifies the transparency of sustainability practices in businesses across Europe (*Corporate Sustainability Reporting*, n.d.).

The CSRD expands the reporting responsibilities to larger companies, including listed SMEs, requiring them to disclose more detailed environmental and social information. It thus allows stakeholders to better assess companies' impacts on society, the environment, and sustainability-related financial risks. By standardizing this information, the CSRD aims to reduce long-term reporting costs for companies. The first reports under the new directive are expected in 2025, based on data from the 2024 fiscal year (Baumüller & Grbenic, 2021).

All companies subject to CSRD need to adhere to the European Sustainability Reporting Standards (ESRS) developed by EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group), an independent body. These standards align with EU policies and contribute to global standardization efforts (Primec & Belak, 2022).

The CSRD will have a crucial role in Europe. By making sustainability reporting a norm, the CSRD may help to change corporate behaviors, driving businesses towards more sustainable and responsible practices. Companies may face pressure to improve their ESG performance to attract investment, customers, and talent, thus driving sustainability in a market-driven manner. It also aligns with broader global sustainability goals such as the Paris Agreement and the United Nations' Sustainable Development Goals. It thus plays a crucial part in Europe's efforts to combat climate change and promote sustainable development (Baumüller & Grbenic, 2021).

2.8.1 Link with BACA

The aspiration of BACA is to no longer be required in the future, as its role will be supplanted by the CSRD. With the implementation of the CSRD, every company operating in Europe will have to adhere to standardized sustainability reporting, ensuring transparency and accountability in their decarbonization efforts. This development aligns with BACA's objectives, as the CSRD will take on the responsibility of driving sustainable practices across the business landscape. Consequently, BACA will have the opportunity to shift its focus to other critical issues, such as biodiversity or other sustainability challenges, knowing that the CSRD will effectively address decarbonization and sustainability reporting. BACA's vision is to contribute to a future where its role is no longer needed, as the CSRD becomes a comprehensive and robust framework guiding companies towards a greener and more sustainable future.

2.9 Carbon budget

The “remaining carbon budget” refers to the overall quantity of carbon dioxide (CO₂) that remains permissible to be released into the atmosphere in order to adhere to a specific temperature objective and mitigate global warming. Due to the absence of a universally standardized definition and varying methodological approaches employed to determine the remaining carbon budgets, estimates of this budget are subject to significant uncertainty and have exhibited considerable variation across studies (Matthews et al., 2020).

The term ‘Carbon budget’ appeared in the beginning of the 21st century in the IPCC’s assessment reports. Those scientists were the first one to use the term “*carbon budget*” that is now broadly used (IPCC, 2023). It is thanks to this new approach that the Paris Agreement came into existence. As mentioned above, this treaty uses the carbon budget to estimate by how much we should mitigate the rise of the world temperatures levels in order to limit global warming so that we can live in a world deprived from ecological disasters (floods, fires, biodiversity losses, droughts, ...) (Kuriakose et al., 2022).

The concept of a carbon budget has proven to be an effective communication tool in motivating individual countries or regions to establish targets for achieving net-zero emissions. It has been

found that countries should aim at net-zero emissions rather than a fixed degree limit to reach higher and more performant results (Matthews et al., 2020).

Net-zero emissions refer to the point at which global anthropogenic greenhouse gas emissions (generated by human activities) are completely balanced by anthropogenic absorptions (IPCC, 2018). This term differs to carbon neutrality, which was broadly used in the Kyoto Protocol. Carbon neutrality is achieved by a company when it offsets its greenhouse gas emissions from its activities with an equal amount of carbon credits generated through financing climate projects. These carbon credits can be generated through the prevention of new emissions (compared to a hypothetical scenario of no action) or the capture of greenhouse gases, primarily CO₂. There is an important difference between those two terms because carbon neutrality's definition solely focuses on offsetting emissions and does not incorporate requirements for emission reduction or decarbonization, as net-zero does (Huart, 2020).

In order to meet the carbon budget, a widely suggested strategy is "carbon-based taxation". This implies that all economic activities that lead to net carbon emissions would be subject to taxation at a level that sufficiently accounts for the discounted value of the costs imposed on future generations. But, it is a complex system that implies many factors, so it isn't functional just yet, however, some countries have already implemented carbon pricing mechanisms (Ameur et al., 2022).

The concept of carbon taxation is an economic policy that aims to reduce greenhouse gas emissions by imposing a tax on carbon emissions. It is based on the "polluter pays" principle, whereby companies or individuals who emit significant quantities of CO₂ or other greenhouse gases must pay a tax based on their emissions. The aim of carbon taxation is to create an economic incentive to reduce emissions by encouraging the adoption of more environmentally friendly practices and promoting investment in low-carbon technologies. The revenue generated by carbon taxation can be used to finance initiatives to combat climate change, support renewable energies, or offset the economic effects for sectors affected by the transition to a low-carbon economy (Hourcade, 2015).

In China, various studies have been conducted to see how effective carbon tax would be and to see how much it would slow down their economic development. According to Xu et al. (2023), the growth rate would slow down even if the Gross Domestic Product will continue to rise. The experts state that a carbon tax would have a great economic cost, but that the decrease of the

CO₂ emissions would be even greater thanks to it. The adoption of a carbon tax would help them to achieve their Paris Agreement goals.

BACA has a strong link with carbon budgeting as it focuses on decarbonization efforts and the implementation of Science Based Targets. Science Based Targets are emission reduction targets set by companies and organizations in line with the latest climate science to ensure their contribution to the goals of the Paris Agreement. These targets are based on the concept of carbon budgeting, which allocates a limited carbon budget to different sectors and regions to achieve long-term climate goals.

BACA helps its members by bringing together organizations committed to carbon budgeting and SBTs. BACA creates a collaborative environment where members can learn from each other's experiences, share best practices, and explore innovative solutions to reduce their carbon footprint. This collective effort contributes to accelerating the transition to a low-carbon future and aligning business activities with global climate objectives.

3. Instruments to measure CO₂ emissions

3.1 Introduction

Because laws and policies were beginning to appear, countries had to start reducing their CO₂ emissions to be able to respect their engagements. An efficient way to know how to reduce your emissions, is by calculating how much you are actually emitting in order to know where your weaknesses are, and thus where it is the most important to act on to make a difference.

Different instruments to measure the CO₂ emissions were then invented and the emissions were divided into 3 different scopes depending on if the emissions are direct or not. We find scope 1 emissions that are direct and scope 2 and 3 emissions which are indirect (Bendig et al., 2023). In order to have a good understanding of my thesis, hereunder are the 3 scopes broadly explained.

After knowing to what category the emission belongs, it is important to know how to analyse them. Two important instruments to measure the CO₂ emissions are: the Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) and the Science Based Targets (SBT). Both tools and approaches are used by organizations to manage GHG emissions (Bendig et al., 2023). Those tools were chosen because the analysis is based on BACA members who set SBTs and thus it is important to understand the underlying factors that drive their emission reduction strategies.

The link between SBTs and the GHG Protocol lies in the fact that SBTs often use the GHG Protocol as a reference to measure and quantify the organization's GHG emissions. The methodologies and guidelines provided by the GHG Protocol are used to calculate the organization's baseline GHG emissions, assess current performance and set appropriate reduction targets to achieve the SBTs. Science Based Targets therefore require a solid emissions database, which is provided by the principles and standards of the GHG Protocol (Gustavsson, 2021).

In summary, the GHG Protocol provides the methodological framework and guidelines for measuring and accounting for GHG emissions, while SBTs use this data to set ambitious reduction targets aligned with climate science. Together, they contribute to the consistent and transparent management of GHG emissions by organizations and to their commitment to the fight against climate change.

3.1.1 Scope 1 emissions

First of all, the scope 1 emissions are greenhouse gas emissions that are directly generated from sources owned or under the control of an organization. These emissions are generated from activities within the organization's operational boundaries. Scope 1 emissions are often categorized into three main types (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015) :

1. Combustion of fossil fuels: This includes emissions from burning fossil fuels for heating, cooling or generating electricity. Examples of scope 1 emissions from combustion include emissions from on-site generating sets, boilers, furnaces, or company-owned vehicles.
2. Process emissions: These emissions are associated with industrial processes that involve chemical reactions or other non-combustion activities. Examples include emissions from chemical production, cement manufacturing, or emissions from the release of fluorinated gases during manufacturing processes.
3. Fugitive emissions: These emissions refer to unintentional releases of GHGs that occur during the extraction, production, processing, storage, or transportation of fuels or other substances. Examples include leaks from pipelines, venting of natural gas, or emissions from refrigeration and air conditioning systems.

It's important to note that scope 1 emissions are specific to each organization and can vary depending on their activities, industry, and infrastructure (Gieseke et al., 2021).

3.1.2 Scope 2 emissions

Scope 2 emissions encompass the indirect greenhouse gas (GHG) emissions arising from the utilization of purchased or acquired electricity, heat, or steam by an organization. These emissions are linked to the generation of the energy that the organization procures and consumes (Bjørn et al., 2022).

We can categorize scope 2 as indirect because they occur outside the organization's operational boundaries, but they are still considered relevant as they are a consequence of the organization's

activities. These emissions are typically generated by power plants or other energy suppliers that provide electricity or thermal energy to the organization (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

Reducing scope 2 emissions often involves strategies like increasing energy efficiency, sourcing renewable energy, or participating in green energy programs to support the development of renewable energy projects (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

3.1.3 Scope 3 emissions

Scope 3 emissions refer to indirect greenhouse gas emissions that result from the activities of an organization but occur outside its operational boundaries. These emissions are associated with the entire value chain of the organization, including suppliers, customers, and other stakeholders (Patchell, 2018).

Those emissions are considered optional for organizations to track and report, as they are often more challenging to quantify, and influence compared to scope 1 and 2 emissions. However, scope 3 emissions are usually the most prominent part of company' emissions and thus it is important to identify them in order to significantly reduce one's emissions (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

Scope 3 emissions can be divided into various categories, depending on the specific activities and industry of the organization. Some examples of scope 3 emissions are business travel, employee commuting, purchased goods and services, waste generated, and so on (Patchell, 2018).

Tracking and reducing scope 3 emissions often involve collaboration with suppliers, engaging customers in sustainable practices, and promoting circular economy principles. Organizations can set targets or engage in initiatives to reduce the carbon footprint throughout their value chain, contributing to a more comprehensive approach to climate change mitigation (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

3.2 The Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol)

3.2.1 Overview

In 1998, the Greenhouse Gas Protocol was established with the primary goal of creating universally recognized standards to account for and report greenhouse gas (GHG) emissions within the business sector, while also advocating for their widespread adoption. This initiative represents a collaborative effort involving non-governmental organizations (NGOs), businesses, and governments, and it was jointly developed by the World Resource Institute (WRI) and the World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (Hickmann, 2017).

The Greenhouse Gas Protocol comprises two interconnected standards. Firstly, the GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard provide a comprehensive framework enabling companies to quantify and report their GHG emissions across all scopes. Additionally, there is an upcoming standard, the GHG Protocol Project Quantification Standard, which will offer guidance on measuring emissions reductions achieved through GHG mitigation projects (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

The initial release of the GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard, launched in September 2001, garnered widespread acceptance and adoption across the globe, garnering support from businesses, NGOs, and governments alike. This standard served as a foundational reference for the development of accounting and reporting systems for GHG emissions by numerous industry programs, NGOs, and government initiatives (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

At its core, the GHG Protocol Corporate Standard presents a comprehensive framework, providing clear guidelines and support to companies and other organizations in preparing their GHG emissions inventory. This framework includes the accounting and reporting of six major greenhouse gases: carbon dioxide (CO₂), methane (CH₄), nitrous oxide (N₂O), hydrofluorocarbons (HFCs), perfluorocarbons (PFCs), and sulfur hexafluoride (SF₆). These gases are of particular significance as they were specified by the Kyoto Protocol, an international treaty aiming to combat climate change (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015)(Kweku et al., 2018).

The standard and associated guidance have been designed with several objectives in mind. Firstly, they aim to assist companies in developing a GHG inventory that accurately reflects their emissions, ensuring a true and fair account. This is achieved through the use of standardized approaches and principles, enabling consistency and comparability across organizations (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

Secondly, the standard seeks to simplify the process of compiling a GHG inventory, reducing the associated costs and efforts involved. By providing clear guidelines, companies can streamline their reporting procedures and improve efficiency (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

Furthermore, the standard aims to provide businesses with valuable information that can be used to develop effective strategies for managing and reducing GHG emissions. By understanding their emissions profile and identifying key areas for improvement, companies can take proactive steps towards sustainability and climate mitigation (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

Additionally, the standard facilitates participation in both voluntary and mandatory GHG programs. By aligning with recognized accounting and reporting practices, companies can demonstrate their commitment to environmental responsibility and meet the requirements of various initiatives and regulations (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

Lastly, the standard aims to foster consistency and transparency in GHG accounting and reporting practices across different companies and GHG programs. By establishing common guidelines and principles, it enables meaningful comparisons, benchmarking, and evaluation of emission reduction efforts (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

Overall, the GHG Protocol Corporate Standard plays a crucial role in promoting standardized and reliable GHG accounting and reporting, empowering organizations to effectively measure, manage, and reduce their carbon footprint (World Business Council for Sustainable Development & World Resources Institute, 2015).

3.2.2 Methodology

The GHG Protocol is an essential tool for companies concerned about their environmental impact. A company using the GHG protocol undertakes several key steps to measure, manage and reduce its GHG emissions (Hickmann, 2017).

Firstly, the company determines the boundaries of its GHG emissions inventory by identifying the sources and activities to be included. This involves defining scopes 1, 2 and 3, which cover direct and indirect emissions linked to its operations.

Next, the company collects relevant data on its GHG emissions. It can gather information from a variety of sources, such as energy meters, fuel consumption records and energy billing data, to obtain a complete picture of its carbon footprint. If the company also wants to evaluate its scope 3 emissions, it usually also has to contact its suppliers to add their consumption to their emission charts (Hickmann, 2017).

Using the methodologies and emission factors provided by the GHG protocol, the company quantifies its GHG emissions for each scope. It calculates direct emissions (Scope 1), such as those from on-site fuel combustion, as well as indirect emissions (Scope 2), linked to purchased electricity and thermal energy. The company can also consider indirect emissions (Scope 3), resulting from supply chain activities, such as the transport of products.

Once the emissions have been quantified, the company compiles the data and reports it in accordance with the requirements of the GHG protocol. It prepares a GHG emissions inventory report detailing the emissions for each scope, enabling an in-depth analysis of the results and a better understanding of its environmental impact (Hickmann, 2017). They have made lots of tools that are available on their website to get guidance. Every tool within the GHG Protocol framework embodies proven and widely accepted methods that have undergone rigorous testing by industry experts. To ensure clarity and assistance, several tools are accompanied by a comprehensive PDF guidance document that offers a systematic, step-by-step approach to their utilization, making it essential to consult these resources as a starting point. Given the diverse nature of emissions, most companies will find it necessary to employ multiple tools from the GHG Protocol to effectively address the full spectrum of their emissions (*Calculation Tools and Guidance* | *GHG Protocol*, n.d.).

Based on the results of the inventory, the company can set targets for reducing GHG emissions. These targets can be aligned with the GHG Protocol criteria to be considered as science-based targets. The company then implements measures and strategies to reduce its emissions, such as adopting renewable energy sources, improving energy efficiency, or optimising its supply chain.

The companies need to regularly monitor their GHG emissions to assess their progress for their targets. This information is communicated to stakeholders, such as investors, customers, and employees, to report on the company's efforts to reduce emissions and improve sustainability.

By using the GHG protocol, a company can adopt a structured approach to measuring, managing, and reducing its GHG emissions. This enables it to take concrete steps to mitigate its environmental impact, meet the growing expectations of stakeholders and contribute to the transition to a more sustainable, low-carbon economy.

3.3 The Science Based Targets Initiative (SBTi)

3.3.1 Overview

The Science Based Targets initiative (SBTi) is a partnership between the CDP (Carbon Disclosure Project), the United Nations Global Compact (UNGC), the World Resources Institute (WRI), and the World Wildlife Fund (WWF) (Bjørn et al., 2022).

SBTi is funded through target certification fees, corporate contributions, and charitable foundations. Its primary objective is to provide guidance and support companies in setting Science Based Targets (SBTs) for reducing GHG emissions (Bjørn et al., 2022). In order to be able to set SBTs, the companies are first asked to follow thoroughly the GHG Protocol and to sort all the emissions they have. It is thus very important to first understand what the GHG Protocol consists of and how to use it, before being able to commit to Science Based Targets. Those two instruments are very important, and they need each other to make effective CO₂ emission reductions.

SBTi offers a target calculation tool and evaluates and approves interim SBTs proposed by companies. It encourages companies with approved targets to annually disclose their emissions

and progress towards the targets. SBTi currently recommends two target-setting methods integrated into their tool for scope 1 and 2 emissions (Bjørn et al., 2022) :

1. Absolute Contraction Approach (ACA): This approach requires all companies to reduce their absolute emissions by the same proportion. It provides a straightforward and uniform approach to target-setting, making it broadly applicable to various industries.
2. Sectoral Decarbonization Approach (SDA): This approach considers different sectors' varying capacities and costs of mitigation. It factors in company-specific base year emission intensity and growth projections to determine the emissions reduction trajectory.

As a company, they have the flexibility to choose the target-setting method that aligns best with their goals and circumstances. When choosing a target-setting method, companies should consider factors such as the sector, cost considerations, technological feasibility, and the level of ambition they want to achieve. Both the ACA and SDA methods can be effective, but their suitability may vary depending on the industry and specific circumstances (Giesekam et al., 2021).

For scope 3 emissions, which are indirect emissions resulting from a company's value chain, SBTi's target-setting requirements are more flexible. Companies must set SBTs for scope 3 emissions if they account for at least 40% of their total emissions (scope 1, 2, and 3 combined), and the targets must cover at least two-thirds of scope 3 emissions. Companies have some flexibility in choosing target-setting methods for scope 3 and can align their targets with a 2 °C scenario, well-below 2 °C scenario, or 1.5 °C scenario. They can also opt for supplier or customer engagement targets, where they encourage their suppliers or customers to set SBTs for their emissions (Bjørn et al., 2022).

All SBTs must cover a minimum of 5 years and a maximum of 15 years from the date of submission to SBTi for approval. SBTs should be expressed as a percentage reduction in absolute emissions or emission intensities. In the case of scope 2 emissions, SBTi permits targeting increased procurement of renewable electricity as an alternative approach (Bjørn et al., 2021).

The latest report that SBTi has published is their 2021 progress report. In this document we can find various data about the companies that have joined the movement and how they are

evolving. At that time, 2253 companies had joined the initiative and the majority were performing a huge decrease in their CO₂ emissions. Out of those companies, 27% are considered high impact companies, which means companies that are part of the biggest polluters (SBTi Progress Report, 2021).

Overall, SBTi plays a crucial role in helping companies set ambitious and scientifically grounded targets for GHG emissions reduction, aligning their efforts with global climate goals.

3.3.2 Methodology

In order to set SBTs, a company first needs to register on their website and commit to SBTs by submitting a letter. This step is only mandatory for big companies, small and medium enterprises¹ (SMEs) can skip this step and the next one and go directly to the third one. Once they have sent the letter, they are considered as “committed” and have then 24 months to submit their chosen targets to the SBTi (*How to Set a Science-based Target - a Step by Step Guide*, n.d.)

Then the companies have to choose the targets they want to set. As the world is finally realizing the urgency of climate change, SBTi is strongly encouraging companies to aim for the Race to Zero campaign rather than meeting a specific degree to meet the Paris Agreement, in order to stimulate further reductions in CO₂ emissions. Their chosen target(s) must be in line with the most recent SBTi Criteria (*How to Set a Science-based Target - a Step by Step Guide*, n.d.).

In order to set their targets, SBTi offers many resources to understand what they are engaging in and how they would need to satisfy those targets. To set these targets, the businesses must have screened their scopes 1, 2 and 3 and have gone through the GHG Protocol (Science Based Target, n.d.).

The next step is to submit your targets for validation from SBTi. This process may take some time because more and more companies are willing to set SBTs. The SBTi carefully evaluates if the chosen targets were well set and decides at the end of the process if they have been approved or not (Science Based Target, n.d.).

¹ An independent, non-subsidiary company with fewer than 500 employees (Knight, 2001).

Once the objectives have been approved, SBTi will publish them on their website and on the relevant websites of their partners. Publication takes place one month after approval, unless otherwise stated. The set objectives must be made public within six months of approval, otherwise further validation will be required to ensure that they comply with the latest scientific criteria. The company will receive a welcome pack with advice on how to communicate their new targets effectively (Science Based Target, n.d.).

Finally, once the targets have been approved, it is essential for the company to publish their emissions each year and monitor progress towards their targets. Communication recommendations include disclosure via CDP, annual reports, sustainability reports and the company website. SBTi provides a Corporate Manual for guidance on reporting if the companies need it (Science Based Target, n.d.).

4. The Belgian Alliance for Climate Action (BACA)

4.1 Introduction

BACA, also known as the Belgian Alliance for Climate Action, is a program initiated in 2020 by The Shift and WWF Belgium. It aims to bring together organizations that are committed to serious decarbonization efforts. BACA represents a subgroup of The Shift's members who are actively setting or have already set Science Based Targets (SBTs) for CO₂ emissions reduction (*About the Alliance | Belgian Alliance for Climate Action*, n.d.).

The aim of BACA is to facilitate the process of implementing reduction measures while creating a community where knowledge and experiences are shared.

In order to have a better understanding of the program, I decided to conduct a semi-directive interview with Jonas Van Bockhaven, the coordinator and responsible of the management and strategy of the BACA programme, which was also my internship supervisor at BACA².

4.2 What does it consist of?

The Belgian Alliance for Climate Action reunites more than 100 Belgian organizations with genuine climate ambitions. Their goal is to walk the talk and work towards carbon neutrality in Belgium. According to Jonas, a really important mission of BACA is to share lessons learned, best practices and solutions within the BACA community.

Within the BACA community, companies and organisations are encouraged to show more climate ambition and inspire others to do the same. This includes engaging with colleagues, affiliated organizations, industry associations, suppliers, competitors, politicians, and the wider community. Jonas explains: "*We are also trying to use that group of BACA members to put pressure on other organisations [...] We would like all those members to be keen to encourage*

² The interview was conducted in Dutch and the verbatims have been translated with DeepL

as much as possible everyone to be more climate ambitious.". The goal of BACA is to foster increased climate ambition across the board and encourage everyone to take action.

The membership of BACA is reserved for organisations that are members of The Shift and have the ambition to set Science Based Targets. Jonas explains that BACA wants to be "a group of frontrunners" and not just companies that promise but do nothing. He stresses, "*We want an action-oriented community, not a promise community.*".

The benefits of being a member of BACA are diverse. Jonas explains that BACA members benefit from specific content that is much more detailed than that of other climate events. They have access to a valuable network of like-minded organisations and can take advantage of the visibility offered by the BACA membership. Jonas notes that BACA membership can be "*a kind of seal of approval*" for companies in their sustainability reporting.

BACA supports its members in various ways. Jonas explains that they maintain personal contact with members and send out surveys to know where needs are. He stresses that they keep their doors open for members' questions, proposals, and suggestions.

BACA recognizes the importance of basing climate solutions on research and climate data. The complexity of the climate crisis requires collaboration among Belgian stakeholders to develop effective solutions. Taking action is urgent, as it is already "5 minutes past midnight" rather than "5 minutes to midnight". Therefore, BACA aims to mobilize organizations quickly and encourage them to adopt Science Based Targets, emphasizing the need for increased climate ambition.

In addition to facilitating knowledge sharing and collaboration, BACA also aims to provide visibility to its members. Many organizations within the community are engaged in significant work, but they may not receive the recognition they deserve, especially in an era where greenwashing concerns make companies hesitant to promote their initiatives. BACA strives to create a safe space for companies and organizations to communicate their goals and achievements, both internally and externally. By doing so, BACA aims to inspire action and set an example for other organizations.

BACA regularly organises activities for its members, such as roundtables and events on specific climate measures. For example, Jonas mentions a recent activity on the implementation of CO₂

reduction measures. These activities provide opportunities for members to share their experiences, exchange knowledge, and learn from experts in the field.

BACA strives to organize activities at least once a month to maintain an active and engaged community. However, the frequency is carefully managed to avoid event fatigue among members, considering the numerous thematic focuses of The Shift's events.

As for the future of BACA, Jonas hopes that at some point the programme will no longer be needed. He explains: *"Should the European regulations CSRD fully come into force or be implemented, then actually within this and 5 years just about every European company or every company operating in Europe should be following the same regulations and therefore be able to actually demonstrate a decarbonisation pathway."* BACA aims to demonstrate the value and feasibility of such practices, paving the way for ambitious climate action. If it were to work, this would make BACA's specific initiatives redundant, and the focus could shift to other areas such as biodiversity, Jonas states.

However, BACA faces challenges, particularly the lack of ambition in Belgium's climate policies. The government's insufficient realization of the urgency and progress made by neighbouring countries hinders the country's decarbonization efforts, says Jonas. Low targets for renewable energy, for example, discourage companies from decarbonizing within Belgium and may incentivize them to relocate production elsewhere. Jonas sees this lack of ambition as a significant obstacle to overcome.

To address these challenges and stay relevant, BACA maintains close contact with relevant stakeholders and remains informed about emerging trends, legislation, and policies. Collaboration with international business networks and organizations allows BACA to identify and share best practices, solutions, and emerging trends within its community.

In conclusion, BACA is an action-oriented community that encourages companies and organisations to get serious about decarbonisation and inspire others to do the same. With a strong focus on Science Based Targets and a community of frontrunners, BACA strives to accelerate the transition to a low-carbon future by collaboration, promoting visibility, and exerting influence. As its ultimate goal it wants to render itself obsolete by fostering widespread decarbonization across all organizations, making ambitious climate action the norm rather than the exception.

4.3 Members

In 2020, when BACA saw the light, 54 The Shift members decided to join the adventure and be a part of this alliance. At the moment, 104 organizations from various different sectors have joined BACA. That is more than 124,000 employees and a yearly turnover of 45.58 billions of euros (*About the Alliance | Belgian Alliance for Climate Action*, n.d.).

Among the members, some have SBTi validated targets, others are in the process of developing SBTs, and the last ones are in the beginning phase or are committed.

Because this study focusses on the reduction of the CO₂ emissions thanks to Science Based Targets after the adhesion to BACA, only pioneer members have been studied. The selection process will be explained in the methodology section. Hereunder in a brief introduction of the selected organizations:

- **Accenture:** Accenture is a global professional services company offering a wide range of services, including strategy, consulting, digital, technology, and operations. With a strong emphasis on innovation and technology, Accenture assists organizations worldwide in transforming their businesses to thrive in the digital age.
- **Befimmo:** Befimmo is a Belgian real estate company specializing in high-quality office spaces and properties. With a focus on sustainable and innovative solutions, Befimmo aims to create inspiring work environments that foster productivity and well-being for its tenants.
- **Belfius:** Belfius is a major Belgian bank and insurance company, providing a comprehensive range of financial products and services to individuals, businesses, and public institutions. Belfius is committed to supporting sustainable projects and initiatives that contribute to the well-being of society.
- **Bpost:** Bpost is Belgium's leading postal and parcel service provider, offering a wide range of mail and logistics solutions. The company is dedicated to adopting sustainable practices and reducing its environmental impact through various initiatives.
- **Colruyt Group:** Colruyt Group is one of Belgium's largest retailers, operating a diverse portfolio of supermarket chains, including Colruyt, OKay, and Bio-Planet. The group is known for its commitment to sustainability, focusing on energy-efficient operations and promoting responsible consumption.

- **Danone Belux:** Danone Belux is part of the global food company Danone, specializing in dairy, water, early life nutrition, and medical nutrition products. Danone Belux places a strong emphasis on promoting sustainable and healthy living choices for consumers. Alpro is part of Danone, and their common testimonial has been taken for this thesis.
- **De Lijn:** De Lijn is a public transportation company in Belgium, responsible for operating buses and trams. Committed to sustainable mobility, De Lijn aims to provide reliable and environmentally friendly transport options for commuters.
- **Infrabel:** Infrabel is the Belgian railway infrastructure manager, responsible for maintaining and developing the country's rail network. Infrabel places a significant emphasis on safety and sustainability in its operations.
- **Jan De Nul:** Jan De Nul Group is a leading global maritime engineering company specializing in dredging, land reclamation, and offshore services. The company is dedicated to carrying out projects in an environmentally responsible manner.
- **Lidl Belgium:** Lidl Belgium is a discount supermarket chain with a strong presence in Belgium. The company focuses on offering affordable, high-quality products while incorporating sustainability measures in its operations.
- **Mediahuis:** Mediahuis is a prominent media group, owning several newspapers and digital platforms in Belgium and The Netherlands. The group prioritizes ethical journalism and is committed to promoting social responsibility and transparency.
- **Pluxee:** Pluxee, formerly known as Sodexo Pass, a division of Sodexo, is a global leader in providing employee benefits and incentive solutions. With a focus on enhancing the quality of life for individuals, Sodexo Pass offers a wide range of services, including meal vouchers, gift cards, and employee reward programs. Through their innovative solutions, Sodexo Pass aims to improve employee satisfaction, boost workplace motivation, and support businesses in fostering a positive and productive work environment.
- **Statik:** Statik is an innovative organization driving sustainable growth through accessible technology solutions. They offer expertise in strategy, user experience design, digital product development, and content-heavy websites and platforms. With a focus on sustainability, Statik empowers businesses to make a positive impact and thrive in the evolving digital landscape.

- **The Shift:** The Shift is a leading sustainability and corporate social responsibility (CSR) organization based in Belgium. It is a multi-stakeholder platform that brings together businesses, NGOs, and government entities committed to driving positive social, environmental, and economic change through sustainable practices. The organization collaborates with its diverse network of members to foster sustainable business strategies, share best practices, and advocate for responsible and ethical business conduct, making a significant impact on sustainable development in Belgium and beyond. With WWF, they founded BACA in 2020.
- **VELUX Belgium:** VELUX Belgium is a subsidiary of the VELUX Group, a global leader in roof windows and skylights. The company emphasizes sustainable building design and energy-efficient solutions to enhance indoor living environments.

5. Methodology

This next section of my thesis focuses on the findings derived from my field research. This segment is organized as follows: Firstly, an in-depth description of the methodology is provided, with a specific emphasis on the data collection procedures. Then the results will be explained and illustrated. Followed by a discussion where best practices and challenges will be elaborated. The outlined methodology presented below aims to address the following research question: **An analysis of CO₂ emission reductions among pioneer BACA members from 2019 to 2021.**

This section presents the research methodology used for this dissertation. The research strategy will be briefly introduced before justifying the choice of study area and samples. This section concludes with an explanation of the interview guides used and the analysis method.

5.1 Type of research strategy

To answer my research question, I adopted an exploratory research strategy. The aim was to identify any potential links between CO₂ emission reductions and members of the Belgian Alliance for Climate Action. To carry out this exploratory research, I based my data collection on primary and secondary qualitative data (Taylor et al, 1984). Firstly, interviews were conducted, as explained later in this section, in order to gather data and better understand the application and use of the concepts in the real world by professionals and experts. Secondly, an analysis of the reporting files and annual reports of BACA member organisations was carried out. This analysis allowed me to illustrate the propositions expressed during the interviews and to better understand the current framework for analysing CO₂ emission reductions and the actions undertaken by BACA members.

This qualitative approach enabled me to obtain in-depth information on the opinions and use of these two concepts by experts and professionals. This approach was also chosen in order to understand all the dimensions of the problem and to formulate different hypotheses and managerial proposals. The aim of this research is to extract interesting information and to shed light on the complex situation of CO₂ emission reductions.

It is important to bear in mind that the researcher's interpretation may influence the results when using a qualitative methodology (Husband, 2020), so I thought it would be better to have a quantitative and qualitative analysis.

5.2 Selecting the area of study

The environment chosen for this study is Belgium, with a focus on the Belgian Alliance for Climate Action and its members. Given that my research focuses on the CO₂ emission reductions of BACA members, it makes sense to concentrate on the region where these organisations operate. Furthermore, Belgium is a country committed to the fight against climate change (SBTi Progress Report, 2021), making it a relevant context for this study.

5.3 Sample selection

To compile my interview sample, I followed a two-stage approach. First, I sent emails to members of the Belgian Alliance for Climate Action who had already validated their CO₂ reduction targets. The specific members were suggested by BACA employees, who were familiar with organisations involved in emissions reduction initiatives. The purpose of the emails was to solicit their participation in the interview and to gather information about their actions and prospects for reducing CO₂ emissions, while being BACA members. Unfortunately, the number of positive responses received was insufficient to constitute a complete sample.

In the interests of inclusion and broadening the sample, I then decided to send emails to BACA member organisations that were at the stage of “commitment” to reducing CO₂ emissions but had not yet validated their targets. These organisations have been BACA members since 2020, demonstrating their commitment to climate action.

Using this two-stage approach, I have sought to obtain a diverse and representative sample of initial BACA members, both those who have already validated their targets and those who are in the process of doing so. The interviewed organizations were also diverse by the sector they operate and the size of the organization.

Thus, to form my interview sample, I chose to interview representatives from 16 organisations that have been members of BACA since 2020, these organisations are listed below. The interviews were conducted between the 8th of May 2023 and the 13th of June 2023. The interviews were semi-structured, which means that I used an interview guide with open-ended questions (Husband, 2020) to allow participants to express themselves freely about their actions and prospects about the reduction of CO₂ emissions. The interviews were conducted online via the Teams platform and lasted between 25 and 65 minutes. Participants were allowed to express themselves in the language of their choice (French, English or Dutch) to facilitate their expression. Verbatims from interviews conducted in French or Dutch were translated into English with the DeepL translator for textual consistency.

Please note that the interviews were conducted in compliance with the ethical principles of research, and informed consent of the participants.

Table 1 : People contacted for semi-structured interviews

Organization	Name	Position	Date
Accenture	Silke Lepee	Environment Lead	12-05-2023
Befimmo	Frederic Tourné	Head of Environmental Management	24-05-2023
Belfius	Roxane Van Lerberge	ESG Expert	15-05-2023
Bpost	Chris Vansnick	Director Group Sustainability	25-05-2023
Colruyt Group	Sara De Decker	Sustainability Officer	17-05-2023
Danone Belux / Alpro	Alice Lemesle	Sustainability Manager	01-06-2023
De Lijn	Beatrice Boedt	Expert Strategic Planning	22-05-2023
Infrabel	Patricia Grobben	Climate Advisor	02-06-2023
Jan De Nul	Hannelore Ruytjens	Energy and Emissions QHSSE Advisor	24-05-2023
Lidl Belgium	Ines Verschaeve	Sustainability Coordinator	02-06-2023
Lineas	Christine Vanoppen	Reputation, Environment & Governance Manager	08-05-2023
Mediahuis	Michael Ellerbeck	Project Manager Print & Distribution	14-06-2023
Pluxee (formerly Sodexo Pass)	Greg Renders	Corporate Responsibility Manager	08-06-2023

Statik	Daphne De Wit	Sustainability and Communication Coordinator	24-05-2023
The Shift	Jonas Van Bockhaven	Change Facilitator	17-05-2023
VELUX Belgium	Sabine Pauquay	Senior Public Affairs Manager - External Relations & Sustainability	22-05-2023

In addition to the interviews, I also collected the reporting files and annual reports of BACA's member organisations. These documents were used to carry out a quantitative analysis of the figures relating to reductions in CO₂ emissions over the last three years. The link to those reports is available in the bibliography, under [companies reports](#). The quantitative analysis made it possible to quantify the progress made by each organisation in reducing its CO₂ emissions.

Table 2: List of reports analysed

Organization	Report's name	Year
Accenture	<i>Performance data table</i>	2022
Befimmo	<i>ESG Report 2021</i>	2021
Belfius	<i>Sustainability report 2021</i>	2021
Bpost	<i>Bilan RSE 2021</i>	2021
Colruyt Group	<i>Annual report with sustainability reporting 2021-2022</i>	2022
Danone Belux	<i>Integrated annual report</i>	2022
De Lijn	<i>Duurzaamheidsverslag 2022</i>	2022
Infrabel	<i>Duurzaamheidsverslag 2019-2020</i>	2020
Jan De Nul	<i>Voortgangsrapport 2022</i>	2022
Lidl Belgium	<i>Duurzaamheidsverslag 2021</i>	2021
Mediahuis	<i>Jaarverslag 2022</i>	2022
Sodexo Pass	<i>Rapport de responsabilité d'entreprise 2022</i>	2022
Statik	<i>Duurzaamheidsverslag 2022</i>	2022
VELUX Belgium	<i>Sustainability report 2022</i>	2022

5.4 Data collection and analysis method

To collect the qualitative data, I used semi-structured individual interviews. This method of interviewing allows a degree of flexibility while still gathering a large amount of data. I designed an interview guide including introductory questions, questions focused on the research and follow-up questions to deepen the information gathered. I also sought permission to record the interviews to ensure the accuracy of the data collected. The interviews were transcribed and analyzed to identify recurring themes and motives. Those transcriptions can be found in the appendices.

To supplement the primary data, I analyzed the reporting files and annual reports of BACA's member organizations. I examined the data relating to CO₂ emissions reductions over the last three years and used a comparative method to assess the progress made by each organization.

In summary, this data collection methodology combines qualitative interviews with BACA members with quantitative analysis of member organizations' CO₂ reduction reports and figures. This approach will provide an in-depth understanding of the actions and perspectives of BACA members in reducing CO₂ emissions.

6. Analysis

Our planet's sustainability is an urgent concern that requires a concerted effort from everyone, including businesses. In response to this global need, numerous companies have made commitments to reduce their CO₂ emissions, joining initiatives like the Belgian Alliance for Climate Action. These companies have set Science-Based Targets, aiming to align their operations with the latest climate science to limit global warming to well below 2°C and pursue efforts to limit warming to 1.5°C. But what does the practical implementation of these ambitious commitments look like? And how do these companies fare in terms of meeting these targets?

In the following analysis, we delve into these crucial questions, examining the carbon-reduction efforts of BACA members across different scopes of emissions. Drawing upon a diverse range of data sources, from publicly accessible sustainability reports to direct communications with company representatives. The aim is to present a holistic view of how these organizations are progressing in their carbon reduction efforts.

The discussion is divided into three main parts: Firstly, a discussion about the data collection process and its limitations, detailing how certain challenges in obtaining comprehensive data impacted this research. Secondly, a scope-specific analysis, focusing on the patterns and methodologies used by companies to address scope 1, 2, and 3 emissions. Finally, the reduction analysis has been detailed, illustrating the trajectory of carbon-reduction efforts across different companies.

From exploring why certain organizations saw an increase in their emissions to highlighting the companies that have made significant strides in their sustainability efforts, this analysis offers an in-depth view of the carbon-reduction landscape. Through this, the hope is to facilitate a deeper understanding of the challenges and triumphs that come with implementing ambitious carbon-reduction strategies, shedding light on this critical journey towards a more sustainable future.

6.1. Data collection and limitations

This investigation sought data on the reduction of CO₂ emissions as per scope 1, 2, and 3, drawn from integrated or sustainability reports made publicly available on the internet. When certain data were not public, the representative of the concerned company was contacted, with whom an interview had previously been conducted.

Notably, there were challenges encountered in acquiring data from all companies. Lineas, for instance, had not undertaken any emissions calculations before 2021, nor had they implemented reporting protocols, resulting in an absence of available data. Similarly, The Shift does not engage in reporting and has not yet committed to Science Based Targets, thus leaving a gap in their data. For other companies, as Statik, Infrabel and Colruyt, only data from 2019 or 2021 was available, thus a comparison couldn't be made as there was lacking information.

6.2 Scope-specific analysis and proportional calculation

The data was analysed based on the proportion of emissions that fell within each scope for each company. However, certain companies had yet to calculate their scope 3 emissions. As a result, a separate analysis was performed for the ten companies which had data available for all three scopes. Some companies did not differentiate between certain scopes and combined scope 1 and 2 emissions, as evidenced in the cases of Velux and Lidl. Statik provided emission figures which encompassed scope 1, 2, and 3 together, and so did Danone but only for 2019. Thus, for Danone, a prorated approach was used to distribute their total emissions of 2019 across the different scopes, while maintaining their overall emission reduction percentage.

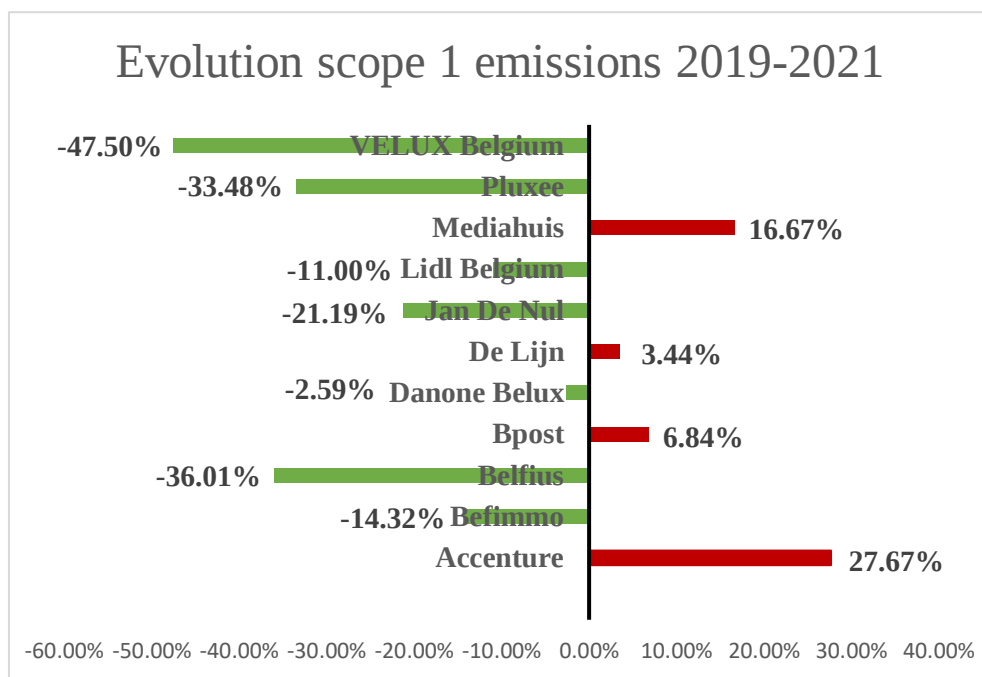
6.3 Reduction analysis

The percentage reduction (or increase) of scope 1 and scope 2 emissions were calculated for each company. The average reduction across all companies was found to be 23.31%. All companies, barring Bpost and De Lijn, exhibited a reduction trend. These two companies attributed their increased emissions to an augmented demand, which necessitated an increase in routes and thus resulted in an increase disproportionate to their efforts (Appendix 6).

6.3.1 Scope 1 emissions

When it comes to scope 1 emissions, which encompass all direct emissions from the activities of an organization or under their control, including fuel combustion on site such as gas boilers, fleet vehicles, and air-conditioning leaks, a diverse array of results were found in this study.

On average, there was a substantial decrease across companies, with the mean reduction value



settling at 10.13%. This figure demonstrates a positive trend overall and indicates that several companies are making strides in managing and reducing their direct carbon dioxide emissions. This fact is an encouraging sign, as scope 1 emissions are often the ones most directly under a company's control and thus offer the most

straightforward path to emission reductions.

However, there were a few notable exceptions. Four companies, namely Accenture, Bpost, De Lijn, and Mediahuis, bucked this positive trend and exhibited an increase in their Scope 1 emissions. The reasons for these increases could be numerous, ranging from an expansion in business operations, lack of efficient energy use, to the need for fleet modernization. In the case of Bpost, the increase is due to greater activity by their delivery fleet, as well as higher consumption of natural gas to heat their buildings, due to a colder year in 2021 (Bpost Bilan RSE, 2021).

On the other end of the spectrum, all other companies reported reductions in their scope 1 emissions, demonstrating that significant progress can be made with concerted effort and strategic implementation of carbon reduction strategies. Velux emerged as the frontrunner in this regard, showing the most significant reduction at an impressive 47.5%. This remarkable achievement is a testament to the potential efficacy of determined sustainability initiatives.

Looking forward, all the companies in this study have set ambitious goals to significantly reduce their Scope 1 emissions by at least 2030. While there is undoubtedly a challenging journey ahead, the majority of them seem to be on the right track. These commitments reflect a recognition of the vital role businesses play in mitigating climate change and demonstrate a shift towards more sustainable operational practices.

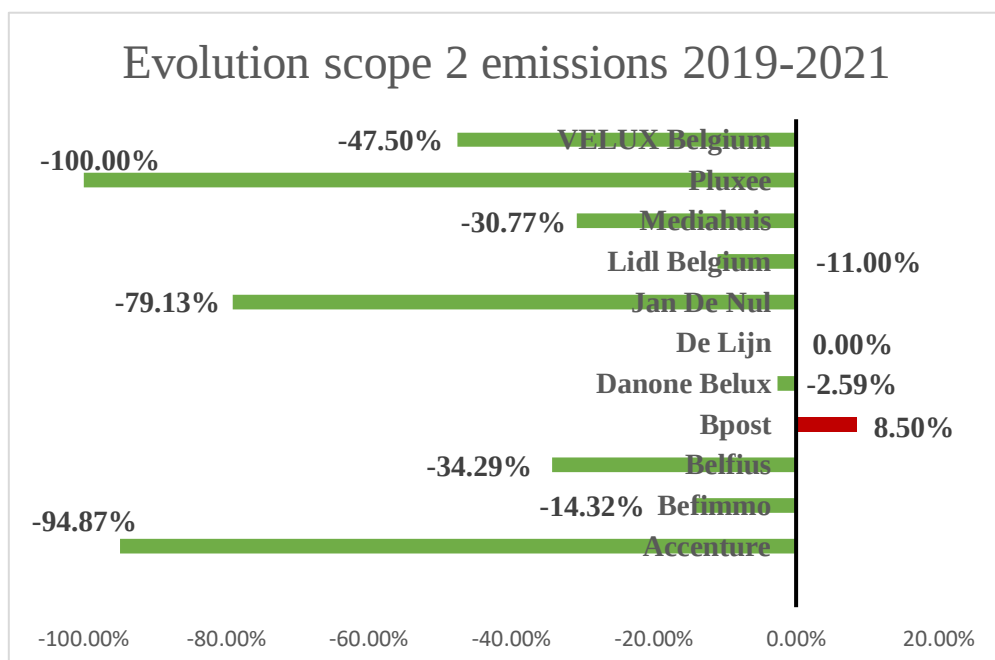
Nevertheless, the data underscores that there is still considerable work to be done. Even for those companies who are currently leading the way in emission reductions, continued effort and innovation will be necessary to maintain progress and achieve future goals.

6.3.2 Scope 2 emissions

The analysis of scope 2 emissions, which include all indirect emissions from electricity purchased and used by the organization, presents a unique set of results. These emissions stem from activities that are not controlled by the company but are a consequence of its operation, such as the generation of purchased electricity, steam, heating, and cooling.

On average, a robust and promising reduction of 36.91% was observed. This significant decrease showcases that many companies are not only focusing on the emissions they can

directly control (scope 1) but also tackling those indirect emissions arising from their energy consumption. Implementing energy efficiency measures, transitioning to renewable energy sources, or purchasing renewable energy certificates are among the strategies



companies have deployed to achieve these reductions.

However, the situation was not uniform across all companies. Bpost stood as an outlier in the pool of data: rather than mirroring the general trend of decreasing Scope 2 emissions, it reported

an increase of 8.5%. This increase is due to various reasons, but it doesn't have to do with determination to reduce their emissions. It is most probably due to a rise in their energy consumption or changes in the emission factors of the electricity they consumed.

On the brighter side, two companies made outstanding strides in reducing their Scope 2 emissions. Pluxee and Accenture both demonstrated that a near-total reduction is achievable. Pluxee, through a combination of energy efficiency measures and renewable energy sourcing, managed to completely eliminate its Scope 2 emissions. Meanwhile, Accenture implemented aggressive emission reduction measures and managed to decrease its emissions by a commendable 94.87% compared to 2019 levels.

It's also noteworthy to mention De Lijn's unique case, which reported no CO₂ emissions in their Scope 2 category for both 2019 and 2021. This could be attributed to their possible use of renewable energy sources for their electricity requirements or the nature of their operations not necessitating significant electricity consumption.

The data gathered for Scope 2 emissions underscores the importance of viewing carbon reduction holistically. While direct emissions play a significant part, addressing indirect emissions through purchased energy is equally critical in the broader picture of a company's carbon footprint.

6.3.3 Scope 3 emissions

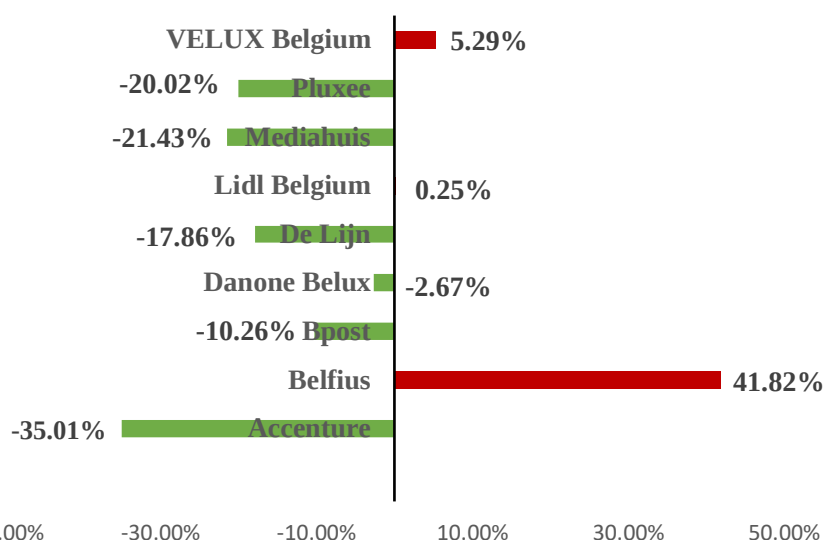
The realm of Scope 3 emissions presents a challenging frontier for many corporations. This category, encompassing all indirect emissions from sources not owned or directly controlled by the organization, often constitutes the largest portion of a company's carbon footprint (Patchell, 2018). These emissions are particularly challenging to quantify and manage due to their remote relationship to the company's direct activities. Furthermore, the current regulatory framework does not explicitly require small and medium-sized enterprises to reduce their absolute scope 3 emissions, but well to measure them (SBTi Progress Report, 2021). This lack of mandatory targets for SMEs, coupled with the inherent complexity in calculating Scope 3 emissions, contributes to a landscape that is both blurred and daunting.

Analyzing the data at hand, the average increase in scope 3 emissions stands at 15.25%. However, this figure is substantially skewed due to the exceptional case of Jan De Nul, whose scope 3 emissions more than tripled. This dramatic increase is a direct result of their broader

emissions accounting practices, as mentioned earlier. If we recalibrate our analysis by excluding Jan De Nul, a significantly different picture emerges. In this adjusted scenario, the average reduction of Scope 3 emissions reaches 6.65%, which is a notable achievement in such a challenging and complex category of emissions. In order to have a better visualization of the evolution of the scope 3 emission, the ones of Jan De Nul were not added to the chart.

Among the companies reporting their scope 3 emissions, Accenture stands out with the largest

Evolution scope 3 emissions 2019-2021



reduction, achieving a substantial decrease of 35.01%. This impressive accomplishment is largely attributed to their strategic shift towards a new rail policy, reducing dependency on air travel—an effort that underlines the potential impact of focused and targeted sustainability measures. While the

nuances in scope 3 emissions tracking and reporting are complex, most companies that have begun to grapple with these indirect emissions are indeed making commendable progress. They are setting the stage for industry standards and best practices, demonstrating that despite inherent challenges, scope 3 emission reductions are not only possible but also integral to holistic sustainability commitments.

However, as evidenced by our examined companies, strategies for managing these emissions are as diverse as the emissions sources themselves. Notably, some corporations like Accenture and Bpost have demonstrated that strategic adjustments can lead to meaningful emission reductions. Accenture's emphasis on reducing business travel—a widespread indirect emission source—has yielded noticeable results, while Bpost has managed to streamline its organizational structure, resulting in a tangible drop in emissions.

Yet, as we evaluate these success stories, it's equally essential to recognize the courage demonstrated by companies like Befimmo and Jan De Nul in broadening the scope of their emissions accounting. By expanding their assessment to include categories such as concrete,

steel, and business travel, these companies may have momentarily increased their reported emissions but have also achieved a level of transparency that underscores their commitment to sustainability. The 2019 scope 3 emissions of Befimmo were not accessible but is noted in their latest ESG report that they have a 393% increase in their scope 3 emissions since 2018.

Interestingly, this trend of expanding emission accounting is not restricted to specific sectors. Belfius, a player in the financial arena, has mirrored this approach by integrating indirect upstream emissions and financed emissions into their calculations. This strategy underscores their resolve to tackle their entire carbon footprint, even though it has temporarily amplified their reported emissions.

This comprehensive approach also sets the stage for long-term sustainability strategies, as embodied by Velux. The company's minor increase in scope 3 emissions signifies its investment in sustainable product development—a venture that requires time and resources but promises substantial future emission reductions (Velux sustainability report, 2022).

To summarize, despite the varied sectors and individual circumstances, these companies collectively emphasize the importance of thorough scope 3 emissions accounting. Whether it's through a reduction in business travel or an expansion of emissions categories, these companies' efforts underscore the multifaceted nature of scope 3 emissions and the crucial role they play in a comprehensive decarbonization strategy.

6.3.4 Note concerning all companies that joined SBTi

In 2021, less than half, specifically 46%, of companies (excluding SMEs) with Science Based Targets fully reported their progress on all goals. A significant 26% provided partial information, lacking either comparability or sufficient context, or reported data that could not be publicly located. Regrettably, nearly a third of companies, 28% to be precise, offered no public data on their progress or reported in ways that lacked the necessary comparability and context. There's been a noticeable decline in public reporting, with 72% of companies reporting in some form this year, down from 87% in 2020 (SBTi Progress Report, 2021). This explains why all the numbers weren't publicly available concerning their GHG emissions.

7. Discussion

In the following discussion, we will delve deeper into the insights gained from the research, which involved conversations with various organizations. The focus will be on key topics related to their sustainability efforts.

Firstly, we will examine the factors that led these organizations to join BACA. The motivations behind their membership and the advantages they derive from it will be explored.

Next, the challenges encountered during the establishment of Science-Based Targets will be discussed. Understanding the difficulties faced by these organizations provides valuable insights into the level of commitment required for sustainability initiatives.

Subsequently, we will explore the specific measures implemented by these organizations to reduce CO₂ emissions. It is essential to analyze the practical actions taken to assess the efficacy of their emission reduction efforts.

Lastly, we will address the obstacles faced by these organizations in their pursuit of emission reduction. Despite comprehensive planning, unforeseen challenges can complicate the process.

Through these discussions, based on interviews with the organizations, a comprehensive overview of the endeavors made by organizations to reduce their carbon footprint will be presented, encompassing both positive achievements and challenges faced.

7.1 What drove organizations to become BACA members

The Belgian Alliance for Climate Action plays a crucial role in the transition to a sustainable economy for Belgian businesses. The initiative provides a network for collaboration and knowledge sharing, enabling companies to set SBTs and reduce their carbon footprint. Hereunder is an analysis of why the chosen Belgian companies have joined the BACA and how they perceive the impact of this initiative.

7.1.1 Starting the journey towards Science Based Targets

Several companies, including Statik and Befimmo, have joined BACA to start setting Science Based Targets. Statik pointed out: *“BACA has offered us an opportunity to commit to the Science Based Targets process and set ambitious, scientifically-based climate targets.”* Befimmo also joined BACA to have Science Based Targets validated and to commit to a long-term trajectory for reducing their CO2 emissions. According to them, *“we joined BACA, in particular in relation to a project that was close to our hearts, to have SBT objectives validated, in other words Science Based Targets for our portfolio, and to be part of a trajectory to reduce our CO2 emissions by 2030 and 2050.”*

7.1.2 Creation of a knowledge-sharing network

BACA offers companies a network to share information and best practices in sustainable development. Infrabel underlined the importance of this network by saying: *“BACA offers a network of companies with which we can exchange information, share knowledge, which allows us to progress.”* Similarly, Lineas recognised BACA as a benchmark for sustainability, particularly for companies in the sector. De Lijn points out that BACA offers *“a network of companies with which we can exchange information and share knowledge, enabling us to move forward”*, as the transition to a sustainable economy is a rapidly evolving field.

7.1.3 Reducing the carbon footprint

Reducing the carbon footprint is a common goal to all of the companies that have joined BACA. Belfius expressed its ambition in terms of sustainable development when it became the first Belgian bank to join BACA: *“We can reflect together on what the difficulties are, on what path we need to take to make this transition together. We're embarking on a fairly intense journey with SBTi, so the fact that we're the first bank to do so is a bold step.”* Danone and Colruyt also stressed the importance of BACA in reinforcing their commitment to reducing their impact on the climate.

7.1.4 Promoting the initiative and encouraging the network

Some companies, such as Danone, were among the founding members of BACA, pushing for the creation of this initiative in Belgium. Danone said: *“We were one of the founding members and we pushed hard to create BACA. In particular to strengthen this local aspect, this strike force, and to ensure that it really becomes something on the Belgian agenda so that we can also make progress on our local map.”* This initiative was also supported by companies seeking to create a common front in the fight against climate change, as Lidl points out: *“We're committed to working together towards a better future.”* Colruyt also joined BACA to be a pioneer in Belgium in exploring Science Based Targets and saw BACA as an opportunity to obtain an official commitment from the company's management. Many companies, like Belfius and Jan De Nul, thought that it was very important to join the initiative because they wanted to be pioneers in their sector and show to other businesses in the same sector that they were engaged, and encourage likewise sectors to take action as well. Belfius stated: *“Belfius is really the Belgian bank, so the fact that there is this initiative at Belgian level also makes sense for us, because that's how we can also get in touch with the other Belgian companies who may also be our customers, and we can think together about what the difficulties are, and what path we need to take to make this transition together.”*

7.1.5 Conclusion

The Belgian Alliance for Climate Action has been instrumental in establishing Science Based Targets for Belgian businesses, providing a network for collaboration and knowledge sharing. Companies such as Statik, Befimmo, Infrabel, Lineas, Belfius, Danone, Colruyt and Lidl joined BACA for a variety of reasons, ranging from a desire to set Science Based Targets to promoting a more sustainable economy in Belgium. Through this initiative, these companies have found a space to exchange information, share best practice and work together to create a more sustainable future for Belgium and beyond.

7.2 Challenges to set Science Based Targets

After choosing to become a member of BACA, you must engage in setting Science Based Targets. Setting SBTs is a major challenge for many companies embarking on the transition to a sustainable economy. However, this process is not without its difficulties, and each company faces specific obstacles in setting these targets. By examining interviews conducted with representatives of these companies, the main obstacles and similarities between the companies were identified.

7.2.1 Complexity of data collection

Data collection represents one of the main challenges in establishing Science Based Targets. According to Bpost, *"The challenge with SBTi is that it's a very rigorous process, so you have to be very robust. You have to collect a huge amount of data; you have to justify it to get validation."* Similarly, De Lijn highlights the difficulties associated with data collection, while Mediahuis refers to finding the right information needed. These challenges highlight the complexity inherent in collecting accurate and reliable data to support SBTs.

7.2.2 Scope 3 management and diversity of activities

Determining scope 3, which includes indirect emissions from a company's value chain, represents another significant obstacle. Colruyt points out that "*determining scope 3 was a challenge, as we had to take into account a very broad product portfolio and we went into quite a lot of detail.*" Danone also encountered difficulties in reducing emissions in areas over which they have no direct control. Lidl, meanwhile, has identified scope 3 as its biggest challenge, as the direct impact on these emissions is limited. These companies face the complexity of managing an extensive scope 3 due to the diversity of their activities and product portfolio.

7.2.3 Communication and awareness-raising

Clear communication and awareness-raising are essential to mobilise internal stakeholders. Befimmo underlines the difficulties of communication by stating that "*the Science Based Targets did not accept that we put our questions directly to them, but each time we had to go through a validated SBT consultancy.*" Belfius also highlighted the complexity of communicating clearly about Science Based Targets, adding that "*the complexity is knowing how to communicate clearly, trying to popularise this climate science as much as possible.*" Lidl also faced internal communication challenges due to the technical nature of the subject.

7.2.4 Uncertainty and changes in methodology

Companies have had to deal with uncertainty and methodology change in calculating their carbon footprint. Belfius highlighted the management of uncertainty and methodology change, stating that "*we change our methodology, and our carbon footprint changes, but that is because we have changed our data point.*" This uncertainty complicates the process of defining precise and measurable objectives.

7.2.5 Conclusion

Setting Science Based Targets is a complex process that requires rigorous data collection, scope 3 management, clear communication and uncertainty management. The interviewed companies have all encountered these challenges on their journey towards Science Based Targets. Despite these obstacles, these companies are persevering in their commitment to sustainability and are thus contributing to the transition to a greener economy.

7.3 CO₂ reduction measures

In order to respect the SBTs those organizations decided to set, they had to review all their actions to see how they could manage to bring their CO₂ emissions down. Those companies decided to step up and to put in place an action plan on various different aspects of their functioning such as transport and their energy consumption. During the conducted interviews, the analyzed organizations delivered their most effective CO₂ reduction measures, and they are analyzed below.

7.3.1 Transport

Transport accounts for a significant proportion of CO₂ emissions from businesses. Because of their dependence on fossil fuels such as petrol and diesel, road vehicles, aircraft, ships, and trains are major emitters of CO₂ (Duan et al., 2023). Aware of those emissions, companies are trying to minimize them as much as possible and put different initiatives in place to combat those emissions.

Pluxee (formerly Sodexo Pass Belgium), a company specialising in employee benefits, points out that *“what consumes the most is transport”*. Indeed, transporting paper cheques and payment cards generates a considerable carbon footprint. Similarly, Colruyt, a major retailer in Belgium, recognises that transport represents a major challenge in reducing CO₂ emissions: *“In terms of transport, we are increasingly moving towards electrification, because I think this will have a major impact in the years to come.”* Public transport companies such as De Lijn are also aware of the importance of the transport sector in terms of CO₂ emissions: *“We were already*

in the process of electrifying our bus fleet. This also represents a large part of our carbon footprint.” Here are only a few examples that show that innovation paves the way for new technologies and practices to further reduce CO₂ emissions.

Hereunder is an in-depth analysis of initiatives to reduce CO₂ emissions that are linked to transport other than commuting.

a. Vehicle fleet electrification

Vehicle fleet electrification is one of the main strategies adopted by companies to reduce their CO₂ emissions. By opting for electric or hybrid vehicles, they significantly reduce their dependence on fossil fuels, thereby cutting their CO₂ emissions (Duan et al., 2023). Colruyt, for example, is actively embracing this transition by opting for electric or hybrid vehicles. Mediahuis, a media company, is considering “*electrifying part of our vehicle fleet*” to reduce its logistics-related carbon footprint. Bpost is also electrifying its whole fleet to have a greater impact. Jan De Nul also states: “*We are increasingly committed to electrifying our equipment to up to 100%. First hybrid, then increasingly electric, including our smallest vessels.*” These strategies help to reduce the distances travelled, CO₂ emissions and the costs associated with transporting goods and products. This initiative not only helps to reduce CO₂ emissions, but also improves air quality in densely populated urban areas, where air pollution from internal combustion vehicles is a growing public health problem (Greene et al., 2014).

b. Use of biofuels

Recent research indicates that biomass holds the potential to meet 14% of the world's energy needs. Over the past few decades, numerous technologies have emerged for converting biomass into liquid, solid, and gaseous biofuels (Jayakumar et al., 2023). Thus, Jan De Nul is committed to use biofuels for its ships, offering a greener alternative to traditional fuels: “*We are one of the first players to have started using biofuel in their ships. [...], and Jan De Nul was actually the first to do 1,000 running hours there on 100% biofuel in cooperation with our engine supplier.*” Bpost, on the other hand, have opted for alternative solutions, such as liquefied natural gas (LNG) to power their vehicle fleets, thereby contributing to the transition to cleaner fuels, “*those have a small emission reduction of 5 to 10% CO₂*”. In the future, they hope is “*to be able to switch to bio-LNG*” to have an even greater impact. Biofuels are produced from renewable organic materials, such as agricultural and forestry waste, algae, and vegetable oils.

Unlike fossil fuels, their combustion emits less CO₂, making them a more environmentally friendly option for sea and land transport (Jayakumar et al., 2023).

c. Development of sustainable public transport

Public transport companies are playing a key role in the transition to more environmentally friendly mobility solutions. De Lijn, for example, is committed to electrifying its bus fleet: *“We were already in the process of electrifying our bus fleet.”* Electric public transport, such as electric buses and trains, emit less CO₂ than their fossil fuel counterparts (Duan et al., 2023). Infrabel, responsible for rail infrastructure in Belgium, is convinced that awareness-raising and innovation are essential for the transition to cleaner transport. Infrabel explains: *“We have already signed an initial contract to replace diesel trains with hybrid trains.”* Public transport also help to reduce road congestion and associated emissions, as they carry more passengers per vehicle (Pasha et al., 2021).

d. Responsible business travel management

Accenture, a management and technology consulting company, has recognised the challenges of business travel and is committed to responsible business travel management. According to Accenture, *“We struggle with travel. It's not possible to exclude all travel because, for some business and some client expectations, it's necessary to meet face-to-face. We have a programme in place to ensure that people travel, but not unnecessarily, efficiently, and only when really necessary for a business visa. Locally, in Belgium, France, and the Netherlands, we have a rail policy. This means that any journey of less than 3.5 hours by train must be made by train, and we cannot use planes for this.”* This responsible approach aims to optimise business travel, favouring alternatives that emit less CO₂, such as the train for short journeys. Awareness-raising is also very important in order to encourage travellers and businesses to opt for more sustainable modes of transport. The Shift decided to raise awareness among its collaborators: *“When we organise events, we are always going to make sure it is easily accessible by public transport so that people can leave their car at home as much as possible.”* This citation shows that they try to raise consciousness amongst the participants of the organized events by encouraging them to take public transportation.

e. Conclusion

Transport is undeniably one of the main sources of CO₂ emissions, but companies are increasingly taking action to meet this environmental challenge. The electrification of vehicle fleets, the use of biofuels, the development of sustainable public transport, eco-responsible logistics, awareness-raising and innovation, as well as responsible management of business travel, are crucial steps towards a more sustainable future. By joining forces in these efforts, businesses can play a key role in the overall reduction of CO₂ emissions, contributing to the fight against climate change for future generations. The transition to more environmentally friendly modes of transport is essential to achieving the ambitious goals of the Paris Agreement and ensuring a sustainable and prosperous future for the planet (Greene et al., 2014).

7.3.2 Commuting

Commuting refers to the regular travel between one's place of residence and workplace or educational institution, often undertaken on a daily or weekly basis (Novaco & Gonzalez, 2009). Commuting accounts for a significant proportion of CO₂ emissions from businesses. Employees' daily journeys by car, particularly in internal combustion vehicles, contribute significantly to CO₂ emissions (Duan et al., 2023). Pluxee points out that commuting represents the "*third largest component*" of their CO₂ emissions, and although it only accounts for 14% of the total, it remains an important item to take into account in their drive to reduce emissions. The fact that "*the changes are very marginal*" highlights the need to take more significant action to reduce this environmental impact.

a. Transition to electric vehicles for business and staff

As discussed previously, the electrification of vehicles has a huge impact on the CO₂ emissions of a company (Greene et al., 2014). Most of the interviewed organizations were on the path to change all of their personal vehicles from gas to electricity. For example, Accenture has committed to replacing all of its internal combustion vehicles with electric vehicles by the 1st of January 2026. This initiative aims to reduce CO₂ emissions from its fleet of company vehicles. In addition, Accenture also encourages its employees to opt for electric vehicles for their personal travel. By encouraging the transition to electric vehicles for commuting and other travel, Accenture is demonstrating its commitment to the overall reduction of CO₂ emissions.

b. Having a location accessible by public transport

Pluxee has taken a major decision by moving its headquarters to Central Station in December 2023, where there are no parking spots reserved for employees. This action is considered to be *“the most climate-impacting”* they have taken to date. By choosing a location accessible by public transport, Pluxee is encouraging its employees to leave their cars at home and use more environmentally friendly means of transport to get to work. This measure is expected to significantly reduce commuting-related CO₂ emissions, from *“more than 70% of car journeys”* to *“probably less than 10%.”* Indeed, at the moment their offices were situated in Ixelles and were thus close to the E411 and less easily accessible with public transport, so most of the employees commuted by car. Pluxee added: *“which means that 100% of our employees will have to come to the office by means other than the car, unless some of them tell themselves that they're still going to cross the entire city of Brussels and pay for a parking spot at the Inter car park next door, which will cost them half their salary per month.”* By doing this, they also encourage their clients to come to their offices with public transport because otherwise they will have additional costs linked to parking. Statik also encourages its employees to walk or cycle to work. By offering a work location inside the city centre of Leuven, where most employees can walk or cycle to work, Statik is reducing car dependency and limiting CO₂ emissions from commuting. This approach also encourages a more active and healthier lifestyle for employees, while helping to protect the environment.

c. Delete company cars

Statik and The Shift also decided not to have company cars. Statik had three company cars and are now reduced to zero. The fact that they don't offer company cars anymore is a big step because it directly sets the tone when new employees will sign their contract. They will directly understand the mindset of the business and have to find other ways to get to the office, as the other employees are doing. In order to make up for the costs of transport, The Shift refunds the fees related to public transport. For those two organizations it was also a choice that made sense because they are easily accessible by public transport because they are situated in the city center of Leuven and Brussel respectively.

d. Conclusion

Commuting is a major contributor to CO₂ emissions for businesses, but they are increasingly adopting initiatives to reduce this environmental impact. By relocating to locations accessible by public transport, switching to electric vehicles for businesses and encouraging walking and cycling, and deleting company owned vehicles, companies are actively contributing to the reduction of commuting-related CO₂ emissions. These actions are part of a wider approach to environmental responsibility and the fight against climate change. Companies' growing awareness of the importance of reducing their CO₂ emissions and their commitment to sustainable initiatives demonstrate their essential role in building a more sustainable and environmentally friendly future.

7.3.3 Heating

Reducing CO₂ emissions in the energy sector is of paramount importance in the fight against climate change. Heating, in particular, represents a critical area where initiatives can be implemented to curb greenhouse gas emissions, especially in residential and commercial buildings (Lu et al., 2020). To address this issue, various measures and practices have been adopted to lower the carbon footprint associated with heating. This study looks at the different strategies used by companies to lower their carbon footprint, concerning heating. From better insulation and using waste heat to energy-efficient buildings and shared workspaces, these efforts show how businesses are taking steps to fight climate change in their offices.

a. Insulation and use of waste heat

Colruyt has made significant efforts to insulate its shops, thereby reducing the consumption of natural gas or fuel oil and the associated emissions. They state: *“We have already been insulating our shops more for a number of years now, which reduces our consumption of natural gas or fuel oil and, consequently, our emissions. Some shops are so well insulated that we can use the waste heat.”* It can be noticed that they have made great efforts to limit as much waste as possible. Also, those supermarkets, for example, have a cold room that requires a large refrigeration system. *“We have cold rooms in our supermarkets, requiring a large refrigeration plant. By switching to systems using natural refrigerants with low global warming potential (GWP), we can recover the heat generated by these facilities to heat the shop space, allowing*

us to operate with a minimal carbon footprint.” By switching their system, the company was able to recover the heat in order to heat other shop spaces and enabling it to build zero-emission shops during their day-to-day operations. This is very impactful, especially in supermarkets where rooms need to be at different temperatures so that the food is stored in the best conditions.

b. Replacing fossil fuels and energy efficiency

Another initiative that can be taken is to replace heating systems that run on fuel oil with more ecological and efficient alternatives. Infrabel affirms: *“We are looking into the possibility of replacing fuel oil where possible and necessary.”* Replacing gas-fired boilers with heat pumps is also one of the measures adopted by some companies to gradually move away from fossil fuels. These innovations reduce dependence on non-renewable energy sources, thereby minimising CO₂ emissions (Lu et al., 2020). Befimmo, for example, explains: *“We replace gas boilers with heat pumps in large buildings that we own. And we're always looking very closely at how we can get away from fossil fuels.”* They explain that they don’t only buy buildings that already have a good EPB (Energy Performance of Buildings), they do quite the opposite. Their aim is to turn less energy performant buildings to greater ones. One way to do it, is by changing the heating of the buildings by replacing them to more environmentally friendly ones. This shows their particular interest in reducing CO₂ emissions. Belfius, on another hand, decided to cut their coal extraction contracts, to invest in greener initiatives. *“We no longer finance coal extraction and have set strict targets to reduce our CO₂ emissions in electricity production”*, explains Belfius. Another way to reduce their emissions is energy efficiency. Infrabel states: *“We are also working on energy efficiency, which has enabled us to save a lot of electricity this winter.”* Statik also recognises the importance of energy efficiency in reducing its carbon footprint. For example, by implementing a new switch heating system, it has managed to save a lot of electricity during the winter as well. By favouring cleaner energy sources and abandoning fossil fuels, these companies are considerably reducing their carbon footprint and are even saving money by having to heat up less.

c. Consider relocation

In some cases, as Statik mentions, the challenge of significantly reducing carbon footprints may require more radical decisions, such as relocating to more eco-responsible buildings. By opting for buildings that are better adapted to sustainable energy practices, companies can make significant energy savings and thus reduce their CO₂ emissions. This is also the case for Pluxee,

as mentioned before, who took the decision to move to reduce their emissions linked to transport but linked to heating as well. They state: *“if we were to stay in Ixelles, not only would the owner have to commit to carrying out major work to bring the building up to energy standards, but he would also have to be willing to pay for it.”* So, they decided it was easier to move and find a building with a *“to the day’s energy performance”*. When The Shift had to choose a new location for their operations, their choice was oriented to new low-emissions technologies: *“Our office is located in a recently renovated building, which truly has the highest sustainability standards.”* This should reduce their CO₂ emissions greatly. Four offices of Mediahuis have also moved into smaller offices that are more energy efficient to reduce their scope 1 emissions.

d. Coworking spaces

In order to split the heating costs and emissions from it, a good way is to share the building where you are working. This is what The Shift does: *“We have a coworking office, so we have an office in which only a few places are guaranteed, and which is actually too small for our whole team. So that way we make sure that we actually need a smaller office than if the whole team was there, that way we already save some heating costs.”* Statik also recently decided to sublet their office to maximize its capacity: *“Since this year, we have been subletting a bit more often or coworking with other organisations that can also come here to actually make sure it is just used to the maximum.”*

e. Conclusion

The fight against climate change demands multifaceted approaches, especially in areas with significant carbon footprints, such as the energy sector and particularly heating. As outlined, several companies have adopted innovative measures to minimize CO₂ emissions and optimize energy use. From leveraging waste heat and insulation, as seen with Colruyt, to transitioning away from fossil fuels for heating, as demonstrated by Befimmo and Infrabel, the intent is clear: the future of business must be sustainable. Furthermore, relocating to eco-friendlier buildings, as undertaken by Statik and Pluxee, and maximizing the use of existing infrastructures through coworking, as practiced by The Shift and Statik, underline a commitment to sustainability beyond mere compliance. These initiatives collectively indicate a broader shift in the corporate ethos, embracing responsibility towards the environment and highlighting the critical role businesses play in charting a sustainable future.

7.3.4 Electricity

In addition to heating, electricity consumption from businesses is another substantial contributor to CO₂ emissions (Lu et al., 2020). However, the pressing reality of the climate emergency has spurred a positive shift in the corporate landscape. An increasing number of companies are now proactively transitioning to renewable sources of electricity, thus mitigating their environmental impact. By embracing sustainable energy practices and renewable technologies, these organizations are making commendable strides towards reducing their overall carbon footprint.

As the urgency to address climate change grows, the testimonials from the interviewed companies underscore their commitment to environmentally friendly energy management. From switching to green electricity and increasing the use of solar panels to setting ambitious targets of 100% renewable electricity, these organizations exemplify responsible participation in the energy transition.

a. Switch to green and renewable electricity

Befimmo, Infrabel and Jan De Nul, among others, have taken significant steps to switch to green electricity and increase their own renewable electricity production. Befimmo has made the switch to green electricity for the supply of its buildings and has developed the installation of solar panels on its sites. *“Today, we have around 7,000 m² of solar panels, and virtually all our sites are equipped with them or will be as soon as possible.”* Similarly, Infrabel is increasing its own production of green electricity by installing photovoltaic panels on its buildings. Colruyt is also investing in onshore and offshore wind energy. At the moment, 99% of their energy consumption is green. Jan De Nul has also taken significant steps to reduce its carbon footprint from electricity consumption. One of their actions is to increase the number of solar panels installed on their sites. Jan De Nul is also committed to the development of wind turbines; they are at the moment setting up infrastructures to accommodate these wind turbines on their sites. By investing in wind and solar energy, these companies are taking steps to produce renewable electricity, reducing their dependence on fossil fuels, and thereby limiting the associated greenhouse gas emissions (Lu et al., 2020). By using more green energy sources to power their operations, these companies are positioning themselves as responsible players in the energy transition towards a more sustainable future. These actions demonstrate their commitment to

more environmentally friendly energy management and their active role in the fight against climate change.

b. 100% Renewable electricity target

Belfius, Danone, Colruyt and Lidl have set themselves the target of having 100% renewable electricity in their energy supply. Belfius has committed to having “*100% renewable electricity in its scope 2*.” Danone has also set up projects to reduce its energy consumption and make the most of renewable energies in their factories. “*In our energy mix, we have 100% renewable electricity*.” This reflects Danone's ongoing commitment to improving its environmental impact by adopting more sustainable energy practices. Similarly, Lidl is striving to achieve 100% green electricity for its operations in Belgium. Colruyt also states: “*That has actually been since, I think, 2010 that we have been sourcing entirely from green electricity*.” This commitment to green electricity demonstrates the importance attached by these companies to the transition to cleaner energy sources and the reduction of CO₂ emissions linked to their electricity consumption.

c. Conclusion

Addressing the escalating challenge of climate change necessitates a transformative approach, especially within sectors like electricity consumption that have historically been significant CO₂ emitters. Encouragingly, the contemporary corporate realm is reflecting a marked evolution in this respect. As showcased, enterprises, including Befimmo, Infrabel, Jan De Nul, Belfius, Danone, Colruyt, and Lidl, are not merely content with incremental changes but are fervently embracing holistic measures like transitioning entirely to green electricity and setting ambitious renewable electricity targets. Whether it's through the expansive adoption of solar panels, wind energy infrastructure, or making profound pledges like sourcing 100% renewable electricity, these firms are setting pioneering benchmarks in sustainable energy management. Such endeavors represent more than mere corporate responsibility—they symbolize an emergent vision for a greener corporate future, cementing the role of businesses as invaluable allies in the global quest to mitigate climate change.

7.3.5 Other impactful initiatives

In addition to the initiatives already discussed, many companies have introduced other innovative measures to reduce their carbon footprint. The initiatives discussed above are more general measures that apply to various different sectors, hereunder are initiatives that are sector-specific or broader.

a. Collaboration with stakeholders

Many organizations have taken an innovative approach to reducing emissions from their supply chain through discussions with their stakeholders to reduce their environmental impact. *“We have worked with our suppliers to use sustainable animal feed and renewable energy in our production”*, says Lidl. Danone is also actively working with their local farmers: *“We have worked closely with partners to develop a feed additive for cows that reduces methane emissions by 20-40%”*, says Danone. This demonstrates the importance of cooperation in finding sustainable solutions.

During the interview with Danone, they revealed a noteworthy practice in their collaboration with retailers. They shared that Carrefour, one of the major retailers, has set a stringent requirement for their suppliers. By 2026, Carrefour expects its suppliers to be SBTi committed. If a supplier fails to meet this criterion, they risk being removed from Carrefour's supermarket product list. This showcases Carrefour's commitment to offering products with the smallest CO₂ emissions possible, encouraging suppliers to align their environmental goals with ambitious targets.

Concerning this measure, Colruyt expresses that they value more the long-term relationships with their suppliers and that they aren't ready to close the door to some important relationships just yet. They express their desire to provide opportunities for suppliers to improve their sustainability practices rather than taking an approach of exclusion. *“We also want to give them the chance to work towards that and, if necessary, provide support, so we don't just say: 'Now the door is closing'”*, explains Colruyt.

This commitment to collaboration and support for suppliers highlights Colruyt's dedication to sustainable practices throughout their supply chain. By actively working with their stakeholders and fostering collaborative relationships, these organizations are addressing emissions that arise from their scope 3 category. These emissions, often challenging to identify and control,

represent a critical aspect of their environmental impact. Such initiatives demonstrate the commitment of these companies to engage with suppliers and stakeholders in their journey towards achieving sustainable practices and significant emission reductions throughout their supply chain.

b. Circular waste management

Implementing circular solutions to manage waste is also a key initiative. *“We have developed projects to recover manure from farms and convert it into biogas”* says Danone. The Shift and Pluxee also decided to recycle their electronical waste by donating them to Circular.Brussels. The Shift states: *“We also try to take care of our computer equipment. For example, if we have screens that no longer work, we give them to Circular Brussels who will repair them and use them for social sector projects”*. By giving a second life to their computers, they help projects in need and reduce their own carbon footprint. This is also a very important subject for Velux who started working with recycled material: *“We are trying to work with more recycled aluminium, which will greatly reduce emissions.”* This reduces their emissions and prevents the making of new material from scratch.

c. Promoting vegetarian food

Some organizations, like Statik and The Shift, made the decision to only have vegetarian meals when they organize events for others or when they are doing team buildings. *“When we go on weekends with Statik [...] we used to barbecue, where there was just meat everywhere and those are really things that we have started to adapt.”* The Shift also ensures that the food chosen for the events is the most sustainable possible. *“If we organize the event ourselves, the catering is always going to be vegetarian. We are always going to provide the most sustainable options, the most sustainable venues, if possible, within the budget, of course.”* Likewise, Lidl is also promoting vegetarian products and expanding their range of vegetarian products. Another initiative they led is: *“We also do veggie challenges on our website, there are quite a few things there around the usefulness of vegetarian food and on the carbon footprint you have.”* Danone also points out the importance of plant-based, which is more healthy and more sustainable: *“We want to make the most of the power of the based plant, which is a food that is both good for your health and has a reduced impact on the environment. [...] it's really about health through food, in a sustainable way, so by promoting flexitarian diets.”* This promotion of a plant-based diet reduces the carbon footprint of their farming activity.

d. Reduce the use of plastic

Another initiative that is led by many organizations is the reduction of plastic for their packaging. Reducing the amount of plastic, they use in packaging is also an important initiative, making it possible to save tonnes of CO₂ while reducing plastic waste. Plastic production is associated with greenhouse gas emissions, contributing to climate change, so reducing it is crucial to mitigate the impact. Velux explains: *“We decided to drastically reduce the amount of plastic used in our packaging, and so we've also saved quite a few tonnes of CO₂. And in a way, it's a great story because it's also cheaper, so that wasn't the aim.”* This testimony shows that if you try to innovate, you might come across initiatives that both help reduce the costs and the damage done to our planet. Which is a very interesting win-win situation.

e. Rethinking one's mobility

Bpost has demonstrated real innovation with the introduction of the 'EcoZone' concept, developed around two years ago. This concept aims to optimise parcel delivery by using electric cargo bikes specially designed for large-scale transport. These cargo bikes are equipped with an ingenious system that allows a bike to tow a trailer and a trolley, making it possible to transport large numbers of parcels in high-density urban areas. This approach is particularly attractive in areas where traffic is restricted, and where car-free zones are being created to reduce pollution and promote more sustainable mobility. Thanks to this innovation, Bpost is able to rationalise its delivery operations, while reducing its environmental impact by using ecological means of transport adapted to the challenges of urban environments. This initiative demonstrates Bpost's commitment to an innovative and sustainable approach to parcel delivery, paving the way for more environmentally friendly solutions in the logistics sector.

f. Conclusion

In conclusion, the various initiatives discussed above showcase the collective efforts of businesses to combat climate change and reduce their carbon footprint. From embracing renewable electricity and modernizing heating infrastructure to implementing circular waste management and promoting sustainable diets, companies are actively taking steps towards a greener and more sustainable future. Collaborating with stakeholders and rethinking mobility are also integral parts of their sustainability strategies. These measures demonstrate not only a commitment to environmental responsibility but also an innovative approach to finding

solutions for a more sustainable world. As the urgency to address climate change intensifies, these initiatives serve as inspiring examples for other organizations to follow, highlighting the transformative power of collective action in the fight against climate change. Through such concerted efforts, businesses play a crucial role in shaping a low-carbon future, where environmental stewardship and economic growth can coexist harmoniously. The path to a sustainable future lies in continued collaboration, innovation, and conscious choices, and these companies are leading the way towards a more resilient and climate-friendly world.

7.4 Struggles to reduce CO₂ emissions

Every BACA member has the objective to reduce their CO₂ emissions according to their targets for a near term objective. Some, like Accenture and Velux are really well on track and even went over their set objectives. Others, like De Lijn and Bpost struggled a little more to make reductions in certain scopes because of external factors. Although, every organization that was interviewed showed a real interest in diminishing their emissions as much as possible. An analysis was made of the difficulties that those organizations went through and is explained hereunder.

7.4.1 Impact of the Covid-19 Pandemic

The Covid-19 pandemic had a significant impact on the CO₂ emissions of many companies, creating both challenges and opportunities for reducing emissions. On the one hand, some companies experienced an increase in emissions due to high demand for their services during the containment period. Bpost said: *“That is one of the challenges certainly in the last two years with Corona, we have seen a huge increase in the number of packets. During Corona time, I think our packet numbers have almost doubled. Which means we have to drive more and so we are actually on the road more, doing more trips and emitting more.”* The increased demand for deliveries has led to an increase in travel and therefore CO₂ emissions.

The pandemic has also led to changes in working and travel habits, with an increase in teleworking and a reduction in business travel. Pluxee comments: *“The mechanical impact of the COVID period has been enormous in 2022 and will continue in part beyond that, because very few people are returning to work in the office as they did before, working 4 or 5 days a week. The reductions that occurred during this period will also go back up because we had to adapt our whole way of life and so it's not comparable to how we lived before.”* These changes have sometimes resulted in emissions savings, but they have also complicated the achievement of specific emissions reduction targets. And companies know that concerning commuting, the numbers will go up and thus the reduction that is noticed is sometimes not reliable.

7.4.2 Delays in the electrification of vehicle fleets

De Lijn has encountered delays in its project to electrify its bus fleet, which would have considerably reduced its CO₂ emissions. Their representative explains: *“The electrification of the fleet has been what delayed, but then that is mainly to do with production where, I think, every organization is facing that. So, there isn't really anything internal there. I think, our bus fleet accounts for 92-93% of our total carbon footprint and that's huge. When the delivery will be complete, we can reduce both on scope 1 and scope 3, then it's really quite nice.”* Production difficulties have hampered progress towards a more environmentally friendly bus fleet.

7.4.3 Obstacles linked to cohabitation in buildings

For Statik, sharing premises with other companies has made it difficult to implement certain ecological measures. *“So actually, the biggest way what we can still start saving or reducing our footprint is actually by putting a heat pump, for example. But we are sharing this building with others, so then we have to convince them, and we can't do that for now. So, the only thing that can save us from really reducing our footprint by 50 per cent by 2030 is to move.”* The implementation of new environmental technologies is hampered by the need to cooperate with the building's other occupants.

7.4.4 Business growth: A challenge for sustainability

Lidl has experienced continuous growth in recent years, resulting in an increase in its carbon footprint despite its efforts to integrate renewable energy practices. *“The CO₂ increase between 2015 and 2020 is mainly due to Lidl's continued growth, despite strong efforts around renewable energy for example. We have implemented a lot around reduction, but it is not really noticeable in our figures because we have built new shops and some shops we have expanded.”* The company's rapid growth has led to the construction of new shops and the expansion of existing sites, resulting in an increase in emissions.

7.4.5 Extending the scope of the emissions inventory

Some companies, such as Belfius, have found it difficult to compare emissions data for different years because of the broadening of the scope of the inventory. Belfius has been gradually increasing the activities accounted for in its scope 3 inventory over the past years. Their representative explains: *“In 2020, we added indirect upstream emissions related to the production process of the resources we consume (gas, fuel oil, vehicles, and electricity). In 2021, the emissions of the independent Belfius branch network and the carbon footprint of part of our IT operational activities were added. Thus, the emissions that we calculated for 2019 would not be the same if we took into account all the information that we currently take into account.”* Expanding the scope of the inventory has changed the CO₂ emissions figures for different years, making it difficult to compare and analyse progress.

7.4.5 Conclusion

These testimonials highlight the complex challenges that companies face in their quest to reduce their CO₂ emissions. Despite these obstacles, companies remain committed to their journey towards environmental sustainability, demonstrating innovation and perseverance to achieve their long-term goals.

The transition to a low-carbon economy is a journey fraught with difficulties, and companies have faced unforeseen circumstances that have complicated their efforts to reduce emissions. Despite these challenges, companies continue to look for innovative ways to reduce their emissions. Collaboration with stakeholders plays an essential role in this battle to reduce scope 3 emissions as much as possible.

Despite the complexity of the process, companies remain determined to take concrete steps to achieve their emissions reduction targets. Adopting more environmentally friendly energy technologies, promoting plant-based diets, and reducing the use of plastic in packaging are all initiatives that companies are pursuing to create a positive impact on the environment.

In conclusion, companies face a variety of challenges in their efforts to reduce their CO₂ emissions, but they are not discouraged. Their determination to innovate and persevere in the quest for environmental sustainability is testament to their commitment to a more

environmentally friendly future. The transition to a low-carbon economy can be complex, but companies continue to make progress towards more sustainable solutions, contributing to the global effort to combat climate change.

8. Recommendations and limitations

In the quest to address the pressing global climate crisis, a group of forward-thinking Belgian businesses has emerged as pioneers in the realm of environmental responsibility. However, the study's findings and conclusions are subject to certain limitations that should be considered in the context of further research and exploration.

One notable limitation is the relatively small sample size of the study, which only encompassed 16 organizations out of the 104 current members and 54 original BACA members. As a result, the research may not fully capture the diverse array of approaches and practices adopted by all BACA members in their pursuit of CO₂ emission reductions and sustainability initiatives.

Furthermore, the data collection process presented challenges at times due to the lack of readily available information. This aspect highlights the importance of encouraging businesses, especially those dedicated to environmental responsibility, to embrace greater transparency. By openly sharing their effective emissions data online, companies can foster a culture of accountability and inspire others to follow suit.

Additionally, the nature of this thesis, which required close collaboration with companies, posed obstacles in accessing some organizations for data collection. Efforts to enhance data collection methods and foster stronger partnerships may help overcome such challenges in future research and enable the inclusion of a more extensive range of businesses and perspectives.

Moreover, an even more comprehensive and insightful investigation could be conducted by evaluating all Belgian organizations that have set Science Based Targets, regardless of their BACA membership status. While the present study focused on BACA members, there are other companies outside this alliance that are actively pursuing ambitious emission reduction targets aligned with scientific principles.

However, conducting such an expansive evaluation would demand additional time and resources. Extending the scope to include a wider range of organizations would require more extensive data collection efforts and a deeper analysis of various industry sectors. Despite the potential challenges, such an undertaking could offer a holistic perspective on the landscape of sustainable practices across the entire Belgian business community.

By exploring businesses beyond the BACA membership and examining their commitment to SBTs, researchers could gain valuable insights into the diverse strategies and approaches employed by companies in their sustainability journeys. This broader perspective would provide a more robust foundation for benchmarking and identifying industry-specific best practices.

One crucial aspect that deserves deeper exploration is the impact of scope 3 emissions. These emissions are notoriously complex to calculate but have a substantial influence on a company's overall environmental footprint, especially for production organizations. Further investigation into scope 3 emissions would yield valuable insights into businesses' comprehensive emission reduction efforts.

In conclusion, despite the study's limitations, it offers valuable insights into the proactive strategies employed by select Belgian businesses to reduce CO₂ emissions and embrace sustainability practices. The recommendations put forth encourage future research to broaden the sample size, enhance data transparency, and explore additional variables. By addressing these aspects, future studies can contribute significantly to the global endeavor of combatting climate change and fostering sustainable business practices. With continued dedication, innovation, and collaboration, businesses can pave the way towards a greener, more sustainable future for all.

9. Conclusion

In the midst of the global climate crisis, some Belgian businesses have taken a proactive stance, positioning themselves at the forefront of sustainability and environmental stewardship. The efforts orchestrated under the guidance of organizations like the Belgian Alliance for Climate Action are testament to the evolving role of businesses in today's world, as observed in both literature and firsthand interviews. No longer just profit-driven entities, these businesses are carving out a role as environmental leaders, trailblazing a path toward a sustainable future and setting benchmarks for others to emulate.

Their multi-pronged strategies, which encompass the adoption of green energy, redefining transportation norms, and transitioning to sustainable infrastructure, are a testament to the depth and breadth of their commitment. Such diversified tactics ensure that the environmental impact is addressed from multiple angles, thereby creating a holistic and comprehensive approach to sustainability. Beyond these tangible actions, there is an undercurrent of cultural and philosophical shift in the corporate realm. This shift signifies the marriage of economic aspirations with a deeply-rooted sense of ecological duty.

Yet, the road to this sustainable future, as promising as it seems, is strewn with challenges. Every transformative journey comes with its set of complexities, and the transition to a green economy is no exception. These businesses, in their audacious quest for environmental harmony, have encountered and continue to face intricate challenges that test their resolve. But what sets them apart is their resilience and adaptability. Their ability to innovate, collaborate, and pivot when faced with obstacles is nothing short of commendable.

Collaboration, in particular, has emerged as a dominant theme. The shared vision and collective efforts accentuate the fact that combating climate change isn't the responsibility of a solitary entity. Instead, it requires the unity of purpose and concerted actions from every stakeholder involved. By pooling resources, knowledge, and expertise, these businesses amplify their impact, creating ripples of change that extend beyond their immediate sphere of influence.

Moreover, these endeavors aren't merely about ticking boxes or meeting regulatory standards. They reflect a profound transformation in the corporate ethos, one that aligns economic growth with environmental responsibility. In an age where climate change is the most pressing concern, the proactive strategies of these Belgian businesses are both an inspiration and a guiding light

of hope. They showcase a roadmap, rich with actionable insights and best practices, for other enterprises around the globe to follow. Furthermore, the diverse memberships of SBTi from sectors ranging from real estate to finance is a testament to the universal recognition of the climate crisis and the collective commitment to tackling it head-on.

Encouragingly, my research indicates that companies that have embraced SBTs are, in large part, on a promising trajectory to meet their ambitious environmental benchmarks. Significant strides have been made in reducing CO₂ emissions, with an observable emphasis on scope 2 emissions. Here, businesses have harnessed the relatively straightforward strategy of investing in renewable energy, capitalizing on the immediacy and effectiveness of this intervention.

However, a significant challenge for many companies lies in dealing with scope 3 emissions. This category of emissions includes indirect greenhouse gas emissions that occur in the supply chain of a company, making it a complex and multifaceted issue. It requires a delicate orchestration of collaboration with suppliers to address and reduce these emissions effectively.

This challenge goes beyond mere monitoring and evaluation; it calls for forging strong partnerships that prioritize environmental concerns. The focus on tackling scope 3 emissions highlights a central theme in today's corporate sustainability efforts—the necessity for interconnected actions and shared responsibility among businesses and their partners. It signifies the recognition that companies can't tackle climate change alone; instead, they must work together with their suppliers and stakeholders to achieve meaningful and lasting environmental impact. And this was showcased in this thesis through the meaningful relationships that various organizations had forged with their stakeholders, to engage them in climate action, and to strengthen the trust they have in each other.

In essence, the tenacity, innovation, and collaborative spirit displayed by these Belgian businesses are more than just commendable actions; they are a clarion call to the world. They underscore the potential and power of collective action, inspiring hope and optimism in the face of a daunting global challenge. As these businesses continue to chart their course, they reiterate an essential truth: with unity, foresight, and unwavering determination, a greener, more sustainable future is not just a distant dream but a tangible reality waiting to be realized.

Bibliography

About the alliance | Belgian Alliance for Climate Action. (n.d.). Belgian Alliance for Climate Action. <https://www.belgianallianceforclimateaction.org/en/about-the-alliance>

Ameur, H. B., Han, X., Liu, Z., & Peillex, J. (2022). When did global warming start? A new baseline for carbon budgeting. *Economic Modelling*, 116, 106005. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.106005>

Amighini, A., Giudici, P., & Ruet, J. (2022). Green finance: An empirical analysis of the Green Climate Fund portfolio structure. *Journal of Cleaner Production*, 350, 131383. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131383>

Baumüller, J., & Grbenic, S. O. (2021). MOVING FROM NON-FINANCIAL TO SUSTAINABILITY REPORTING: ANALYZING THE EU COMMISSION'S PROPOSAL FOR A CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE (CSRD). *Facta Universitatis, Series: Economics and Organization*, 1, 369. <https://doi.org/10.22190/FUEO210817026B>

Bendig, D., Wagner, A., & Lau, K. (2023). Does it pay to be science-based green? The impact of science-based emission-reduction targets on corporate financial performance. *Journal of Industrial Ecology*, 27(1), 125–140. <https://doi.org/10.1111/jiec.13341>

Bhandari, M. P. (2022). *Getting the Climate Science Facts Right : The Role of the IPCC*. CRC Press.

Bjørn, A., Lloyd, S., & Matthews, D. (2021). From the Paris Agreement to corporate climate commitments: Evaluation of seven methods for setting ‘science-based’ emission targets.

Environmental Research Letters, 16(5), 054019. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/abe57b>

Bjørn, A., Tilsted, J. P., Addas, A., & Lloyd, S. M. (2022). Can Science-Based Targets Make the Private Sector Paris-Aligned? A Review of the Emerging Evidence. *Current Climate Change Reports*, 8(2), 53–69. <https://doi.org/10.1007/s40641-022-00182-w>

Calculation tools and guidance | GHG Protocol. (n.d.). <https://ghgprotocol.org/calculation-tools-and-guidance>

Camenzuli, L. K. (2018). The development of international environmental law at the Multilateral Environmental Agreements' Conference of the Parties and its validity. *IUCN*. https://cmsdata.iucn.org/downloads/cel10_camenzuli.pdf

Collard, F. (2021). Les COP sur les changements climatiques: *Courrier hebdomadaire du CRISP*, n° 2486-2487(1), 5–68. <https://doi.org/10.3917/cris.2486.0005>

Corporate sustainability reporting. (n.d.). Finance. https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

De Perthuis, C. (2022). Où en est l'Accord de Paris sur le climat?: *Politique étrangère, Printemps*(1), 17–30. <https://doi.org/10.3917/pe.221.0017>

de Saint Robert, M. (2022). Le multilinguisme de l'Organisation des Nations unies. *Mots. Les langages du politique*, 128, 127-147.

Delivering the European Green Deal. (2021, July 14). European Commission. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_en

- Duan, S., Qiu, Z., Liu, Z., & Liu, L. (2023). Impact assessment of vehicle electrification pathways on emissions of CO₂ and air pollution in Xi'an, China. *Science of The Total Environment*, 893, 164856. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2023.164856>
- Fetting, C. (2020). The European Green Deal. *ESDN Report*, ESDN Office, Vienna.
- Ge, M., Friedrich, J. & Vigna, L. (2022). 4 Charts Explain Greenhouse Gas Emissions by Countries and Sectors. *World Resources Institute*. <https://www.wri.org/insights/4-charts-explain-greenhouse-gas-emissions-countries-and-sectors>
- Gieseckam, J., Norman, J., Garvey, A., & Betts-Davies, S. (2021). Science-Based Targets: On Target? *Sustainability*, 13(4), 1657. <https://doi.org/10.3390/su13041657>
- Greene, D. L., Park, S., & Liu, C. (2014). Analyzing the transition to electric drive vehicles in the U.S. *Futures*, 58, 34–52. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2013.07.003>
- Gustavsson, T. (2021). *Drivers for Reducing GHG Emissions from Purchased Freight Transports*. Lund, Sweden.
- Hickmann, T. (2017). Voluntary global business initiatives and the international climate negotiations: A case study of the Greenhouse Gas Protocol. *Journal of Cleaner Production*, 169, 94–104. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.183>
- Hourcade, J.-C. (2015). La taxe carbone: Une idée toujours d'avenir si...: *Revue de l'OFCE*, N° 139(3), 167–196. <https://doi.org/10.3917/reof.139.0167>
- How to set a science-based target - a step by step guide*. (n.d.). Science Based Targets. <https://sciencebasedtargets.org/step-by-step-process>

Huart, M. (2020). *Neutralité Carbone des Entreprises: Vraie Solution aux Enjeux Climatiques ?*

Husband, G. (2020). Ethical Data Collection and Recognizing the Impact of Semi-Structured Interviews on Research Respondents. *Education Sciences*, 10(8), 206.
<https://doi.org/10.3390/educsci10080206>

IPCC, 2018: Summary for Policymakers. In: *Global Warming of 1.5°C*. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty [Masson-Delmotte, V., P. Zhai, H.-O. Pörtner, D. Roberts, J. Skea, P.R. Shukla, A. Pirani, W. Moufouma-Okia, C. Péan, R. Pidcock, S. Connors, J.B.R. Matthews, Y. Chen, X. Zhou, M.I. Gomis, E. Lonnoy, T. Maycock, M. Tignor, and T. Waterfield (eds.)]. Cambridge University Press, Cambridge, UK and New York, NY, USA, pp. 3-24, doi:10.1017/9781009157940.001.

IPCC, 2023: Summary for Policymakers. In: *Climate Change 2023: Synthesis Report*. A Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Core Writing Team, H. Lee and J. Romero (eds.)]. IPCC, Geneva, Switzerland, (in press).

IPCC — Intergovernmental Panel on Climate Change. (s. d.). IPCC.

- Iyer, G., Ledna, C., Clarke, L., Edmonds, J., McJeon, H., Kyle, P., & Williams, J. H. (2017). Measuring progress from nationally determined contributions to mid-century strategies. *Nature Climate Change*, 7(12), 871–874. <https://doi.org/10.1038/s41558-017-0005-9>
- Jayakumar, M., Bizuneh Gebeyehu, K., Deso Abo, L., Wondimu Tadesse, A., Vivekanandan, B., Prabhu Sundramurthy, V., Bacha, W., Ashokkumar, V., & Baskar, G. (2023). A comprehensive outlook on topical processing methods for biofuel production and its thermal applications: Current advances, sustainability and challenges. *Fuel*, 349, 128690. <https://doi.org/10.1016/j.fuel.2023.128690>
- Knight, G. A. (2001). Entrepreneurship and strategy in the international SME. *Journal of International Management*, 7(3), 155–171. [https://doi.org/10.1016/S1075-4253\(01\)00042-4](https://doi.org/10.1016/S1075-4253(01)00042-4)
- Kuriakose, J., Jones, C., Anderson, K., McLachlan, C., & Broderick, J. (2022). What does the Paris climate change agreement mean for local policy? Downscaling the remaining global carbon budget to sub-national areas. *Renewable and Sustainable Energy Transition*, 2, 100030. <https://doi.org/10.1016/j.rset.2022.100030>
- Kweku, D., Bismark, O., Maxwell, A., Desmond, K., Danso, K., Oti-Mensah, E., Quachie, A., & Adormaa, B. (2018). Greenhouse Effect: Greenhouse Gases and Their Impact on Global Warming. *Journal of Scientific Research and Reports*, 17(6), 1–9. <https://doi.org/10.9734/JSRR/2017/39630>
- Liu, Z., Deng, Z., Davis, S. J., Giron, C., & Ciais, P. (2022). Monitoring global carbon emissions in 2021. *Nature Reviews Earth & Environment*, 3(4), 217–219. <https://doi.org/10.1038/s43017-022-00285-w>

- Lu, Y., Khan, Z. A., Alvarez-Alvarado, M. S., Zhang, Y., Huang, Z., & Imran, M. (2020). A Critical Review of Sustainable Energy Policies for the Promotion of Renewable Energy Sources. *Sustainability*, 12(12), 5078. <https://doi.org/10.3390/su12125078>
- Marquardt, J., Fast, C., & Grimm, J. (2022). Non- and sub-state climate action after Paris: From a facilitative regime to a contested governance landscape. *WIREs Climate Change*, 13(5). <https://doi.org/10.1002/wcc.791>
- Masood, E., Tollefson, J., & Irwin, A. (2022). COP27 climate talks: What succeeded, what failed and what's next. *Nature*, 612(7938), 16–17. <https://doi.org/10.1038/d41586-022-03807-0>
- Matthews, H. D., Tokarska, K. B., Nicholls, Z. R. J., Rogelj, J., Canadell, J. G., Friedlingstein, P., Frölicher, T. L., Forster, P. M., Gillett, N. P., Ilyina, T., Jackson, R. B., Jones, C. D., Koven, C., Knutti, R., MacDougall, A. H., Meinshausen, M., Mengis, N., Séférian, R., & Zickfeld, K. (2020). Opportunities and challenges in using remaining carbon budgets to guide climate policy. *Nature Geoscience*, 13(12), 769–779. <https://doi.org/10.1038/s41561-020-00663-3>
- McGivern, B. P. (1998). CONFERENCE OF THE PARTIES TO THE FRAMEWORK CONVENTION ON CLIMATE CHANGE: KYOTO PROTOCOL. *International Legal Materials*, 37(1), 22–43. <http://www.jstor.org/stable/20698760>
- Mendiluce, M. (2018). Moving to net-zero emissions, an undeniable business opportunity in Europe and beyond. *Annales Des Mines - Responsabilité et Environnement*, N° 89(1), 44. <https://doi.org/10.3917/re1.089.0044>

- Michaelowa, A. (2021). The Glasgow Climate Pact: A Robust Basis for the International Climate Regime in the 2020s. *Intereconomics*, 56(6), 302–303. <https://doi.org/10.1007/s10272-021-1004-7>
- Michelot, A. (2016). La justice climatique et l'Accord de Paris sur le climat. *Revue Juridique de l'Environnement*, 41(1), 71–79. <https://doi.org/10.3406/rjenv.2016.6950>
- Nong, D., Simshauser, P., & Nguyen, D. B. (2021). Greenhouse gas emissions vs CO2 emissions: Comparative analysis of a global carbon tax. *Applied Energy*, 298, 117223. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2021.117223>
- Novaco, R. W., & Gonzalez, O. I. (2009). Commuting and well-being. In Y. Amichai-Hamburger (Ed.), *Technology and Psychological Well-being* (1st ed., pp. 174–205). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511635373.008>
- Pasha, J., Dulebenets, M. A., Singh, P., Moses, R., Sobanjo, J., & Ozguven, E. E. (2021). Towards improving sustainability of rail transport by reducing traffic delays at level crossings: A case study for the State of Florida. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 1, 100001. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2021.100001>
- Patchell, J. (2018). Can the implications of the GHG Protocol's scope 3 standard be realized? *Journal of Cleaner Production*, 185, 941–958. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.003>
- Pe'er, G., Bonn, A., Bruelheide, H., Dieker, P., Eisenhauer, N., Feindt, P. H., Hagedorn, G., Hansjürgens, B., Herzon, I., Lomba, Â., Marquard, E., Moreira, F., Nitsch, H., Oppermann, R., Perino, A., Röder, N., Schleyer, C., Schindler, S., Wolf, C., ... Lakner, S. (2020). Action needed for the EU Common Agricultural Policy to address

- sustainability challenges. *People and Nature*, 2(2), 305–316.
<https://doi.org/10.1002/pan3.10080>
- Primec, A., & Belak, J. (2022). Sustainable CSR: Legal and Managerial Demands of the New EU Legislation (CSRD) for the Future Corporate Governance Practices. *Sustainability*, 14(24), 16648. <https://doi.org/10.3390/su142416648>
- Rioseco, S. (2023). Conferences of the Parties beyond international environmental law: How COPs influence the content and implementation of their parent treaties. *Leiden Journal of International Law*, 1–21. <https://doi.org/10.1017/S0922156523000110>
- SBTi Progress Report. (2021). Science-Based Net-Zero: Scaling urgent corporate climate action worldwide. *Science Based Target initiative*.
<https://sciencebasedtargets.org/reports/sbti-progress-report-2021>
- Science Based Targets*. (n.d.). Science Based Targets. <https://sciencebasedtargets.org/>
- Taylor, S., Borgan, R., & Devault, M. (1984). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource* (4th Edition). Wiley. Retrieved from <https://www.wiley.com>
- UNFCCC. (n. d.). *What is the Kyoto Protocol ?* United Nations Framework Convention on Climate Change. https://unfccc.int/kyoto_protocol
- Wamsler, C., Schöpke, N., Fraude, C., Stasiak, D., Bruhn, T., Lawrence, M., Schroeder, H., & Mundaca, L. (2020). Enabling new mindsets and transformative skills for negotiating and activating climate action: Lessons from UNFCCC conferences of the parties. *Environmental Science & Policy*, 112, 227–235.
<https://doi.org/10.1016/j.envsci.2020.06.005>

World Business Council for Sustainable Development, & World Resources Institute. (2015).

The Greenhouse Gas Protocol.

Yoro, K. O., & Daramola, M. O. (2020). CO₂ emission sources, greenhouse gases, and the global warming effect. In *Advances in Carbon Capture* (pp. 3–28). Elsevier.

<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-819657-1.00001-3>

Companies reports

Accenture (2022). *Performance data table*. Retrieved from <https://www.accenture.com/us-en/about/company/integrated-reporting?section=sustainability&topic=environment>

Befimmo (2021). *ESG Report 2021*. Retrieved from <https://www.befimmo.be/en/investors/publications?type=75>

Belfius (2021). *Sustainability report 2021*. Retrieved from <https://www.belfius.be/about-us/dam/corporate/investors/ratios-en-rapporten/belfius-reports/en/Sustainability-report-2022.pdf>

Bpost (2021). *Bilan RSE 2021*. Retrieved from <https://bpostgroup.com/fr/developpement-durable/reporting#planet-1>

Colruyt Group (2022). *Annual report with sustainability reporting 2021-2022*. Retrieved from <https://www.colruytgroup.com/en/invest/annual-report-with-sustainability-reporting>

Danone Belux (2016). *Climate Policy*. Retrieved from https://www.danone.com/content/dam/corp/global/danonecom/about-us-impact/policies-and-commitments/en/2016/2016_05_18_ClimatePolicy.pdf

Danone Belux (2022). *Integrated annual report*. Retrieved from <https://www.danone.com/integrated-annual-reports/integrated-annual-report-2022.html>

De Lijn (2022). *Duurzaamheidsverslag 2022*. Retrieved from <https://www.delijn.be/nl/content/over-de-lijn/organisatie/jaarverslagen/>

Infrabel (2020). *Duurzaamheidsverslag 2019 – 2020*. Retrieved from <https://infrabel.be/en/sustainability>

Jan De Nul (2022). *Voortgangsrapport 2022*. Retrieved from <https://www.jandenul.com/sites/default/files/2023-05/Duurzaamheidsverslag.pdf>

Lidl Belgium (2021). *Duurzaamheidsverslag 2021*. Retrieved from <https://corporate.lidl.be/duurzaamheid/duurzaamheidsverslagen>

- Mediahuis (2022). *Jaarverslag 2022*. Retrieved from <https://www.mediahuis.com/nl/jaarverslagen/>
- Sodexo Pass (2022). *Rapport de responsabilité d'entreprise 2022*. Retrieved from <https://be.sodexo.com/corporate-responsibility/cr-report-22.html>
- Statik (2022). *Duurzaamheidsverslag 2022*. Retrieved from <https://www.statik.be/duurzaamheidsverslag/2022>
- Velux Belgium (2022). *Sustainability report 2022*. Retrieved from <https://www.velux.com/what-we-do/sustainability/sustainability-reporting>

Appendices

Appendix 1: The current 104 BACA-members³

BACA Members with climate targets validated by SBTi



³ As of August 6th, 2023



BACA Members in process of developing climate targets through SBTi



BACA Members that formally engaged to commit to SBTi



BACA members with status under transformation (special case)



Appendix 2: Calculations CO₂ emission reductions (Excel file)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	Organization / Year	Scope 1		Reduction Scope 1	Scope 2		Reduction Scope 2	Scope 1 + 2		Reduction 1+2 %	Scope 3	
		2019	2021		2019	2021		2019	2021		2019	2021
1												
2	Accenture	13.945	17.804	27,67%	162.983	8.356	-94,87%	176.928	26.160	-85,21%	575.910	374.297
3	Befimmo	5.900	5.055	-14,32%	155	155	-14,32%	5.900	5.210	-11,69%	?	174.002
4	Belfius	8.581	5.491	-36,01%	3.663	2.407	-34,29%	12.244	7.898	-35,49%	9.117	12.930
5	Bpost	88.996	95.083	6,84%	30.266	32.837	8,50%	119.262	127.921	7,26%	189.320	169.889
6	Colruyt Group		90.889		232	232		91.121			8.159.641	
7	Danone Belux	683.676	666.000	-2,59%	283.342	276.000	-2,59%	967.018	942.000	-2,59%	23.732.982	23.100.000
8	De Lijn	191.000	197.570	3,44%	0	0	0,00%	191.000	197.570	3,44%	84.000	69.000
9	Infrabel	22.470			41.730			64.200	0		no data after 2019	
10	Jan De Nul	38.617	30.434	-21,19%	1.864	389	-79,13%	40.481	30.823	-23,86%	21.211	66.258
11	Lidl Belgium	42.854	38.139	-11,00%				42.854	38.139	-11,00%	17.290	17.334
12	Mediahuis	6.000	7.000	16,67%	13.000	9.000	-30,77%	19.000	16.000	-15,79%	112.000	88.000
13	Pluxee	457	304	-33,48%	3	0	-100,00%	460	304	-33,91%	904	723
14	Statik	79,76 (1+2+3)							0			
15	VELUX Belgium	5.214	2.737	-47,50%				5.214	2.737	-47,50%	1.890	1.990
16	Metric	tCO2-eq	tCO2-eq	%	tCO2-eq	tCO2-eq	%	tCO2-eq	tCO2-eq		tCO2-eq	tCO2-eq
17	Mean			-10,13%			-36,91%			-23,31%		
18												
19												

	A	M	N	O	P	Q	R	S	T
	Organization / Year	Reduction scope 3	Scope 1 + 2 + 3		Total reduction % (1+2+3)	Source	SBTi status	Target alignment	Net Zero commitment
			2019	2021					
1									
2	Accenture	-35,01%	752.838	400.457	-46,81%	Performance Data table	targets set	1.5°C	Y
3	Befimmo		?	179.212	-11,69%	ESG Report 2021	targets set	1.5°C (SME)	N
4	Belfius	41,82%	21.361	20.828	6,63%	Sustainability report 2021	committed	/	N
5	Bpost	-10,26%	308.583	297.810	-3,49%	Bilan RSE 2021	targets set	2°C	N
6	Colruyt Group		?	8.250.762	/	Annual report with sustainability reporting 21-22	committed	1.5°C	N
7	Danone Belux	-2,67%	24.700.000	24.042.000	-2,66%	Climate policy	targets set	2°C	N
8	De Lijn	-17,86%	275.000	266.570	-3,07%	Duurzaamheidsverslag 2022	committed	/	N
9	Infrabel		?	?	/	Duurzaamheidsverslag 2019-2020	committed	/	N
10	Jan De Nul	212,38%	61.692	97.081	57,32%	Voortgangsrapport 2022	committed	/	Y
11	Lidl Belgium	0,25%	60.144	55.473	-7,76%	Duurzaamheidsverslag 2021	targets set	2°C	N
12	Mediahuis	-21,43%	131.000	104.000	-20,61%	jaarverslag 2022	committed	/	Y
13	Pluxee	-20,02%	1.364	1.027	-12,40%	Rapport de responsabilité d'entreprise 2022	targets set	1.5°C	N
14	Statik		79,76	?	/	Statik website	targets set	1.5°C (SME)	N
15	VELUX Belgium	5,29%	7.104	4.727	-33,46%	Sustainability report 2022	targets set	1.5°C	N
16	Metric	%	tCO2-eq	tCO2-eq	%		-		
17	Mean	15,25%			-7,09%				
18		without IDN							
19									
20		-6,65%							

Appendix 3: BACA interview guide

1. Background

- 1.1 Can you tell me a bit about BACA and what it does? As well as your role inside of BACA.
- 1.2 How was BACA created?
- 1.3 What is BACA's mission, vision and added value?

2. Membership

- 2.1 How do organizations become members of BACA?
- 2.2 What are the benefits of being a member of BACA?
- 2.3 How does BACA support and engage with its members?

3. Activities

- 3.1 Can you describe some of the activities that BACA organizes for its members?
- 3.2 How do these activities support BACA's mission and goals?
- 3.3 How has BACA contributed to reducing CO2 emissions and promoting sustainable practices?

4 Future

- 4.1 How do you see BACA evolving in the next few years?
- 4.2 What do you see as the biggest challenges that BACA will have to face in the future?
- 4.3 How does BACA plan to continue to engage with its members and stakeholders to drive positive change?

5. Conclusion

- 5.1 Is there anything else you would like to add?
- 5.2 Closing the interview by thanking the interviewee

Appendix 4: Transcription interview with Jonas Van Bockhaven, BACA (NL)

Lena Lacroix: [00:00:01] Dus, misschien mag je je voorstellen, een beetje over je positie voor BACA praten, enzovoorts.

Jonas Van Bockhaven: [00:00:11] Ik ben Jonas Van Bockhaven en dus BACA is een gedeeld initiatief tussen The Shift en WWF België. Ik ben de coördinator van het heel programma. We zitten met een team van 3 en ik neem vooral het management en de strategie van het programma voor mijn rekening en ook het contact met de leden.

Lena Lacroix: [00:00:34] Oké en kan je een beetje vertellen wat BACA doet.

Jonas Van Bockhaven: [00:00:42] Ja BACA is een programma van The Shift dat focust op het samenbrengen van, wat bij klimaatleiders noemen. Dus dat zijn organisaties die heel serieus bezig zijn met hun decarbonisatietraject. Voor ons is de indicator om te zeggen van kijk dit bedrijf of deze organisatie is serieus bezig in het hebben van Science Based Targets, dus het hebben van emissiereductie doelstellingen. BACA vertegenwoordigt eigenlijk een subgroep van The Shift leden die allemaal bezig zijn met het zetten van Science Based Targets of die al Science Based Targets hebben. En wat we proberen te doen is het vergemakkelijken van het proces om reductiemaatregelen te zetten. Zowel het hebben over hoe het proces loopt en dat kan gaan over carbon footprinting, dat kan gaan over de methodologie die gebruikt wordt om targets te zetten voor een organisatie, dat kan gaan over iets verder implementatie van CO2 maatregelen, reductiemaatregelen liever. En daarbij komt ook nog een groot deel networking bij te kijken. Dus dat wij proberen ook zoveel mogelijk als een gemeenschap naar dat probleem te kijken. Dus de zin van: kijk wat werkt voor bepaalde leden, en dat kan misschien ook werken voor andere leden. Sommige leden zijn op zoek naar een oplossing, dus we kunnen dat misschien vinden binnen de gemeenschap. Dus we proberen zoveel mogelijk te delen binnen die gemeenschap van BACA leden. Wat dat er werkt bij BACA? De “*Lessons Learnt*”, “*Best Practices*” en ook oplossingen, events, opportuniteiten tot samenwerking dat we proberen zoveel mogelijk binnen die gemeenschap te krijgen. Als we alleen in het IPCC rapport kijken bijvoorbeeld, wordt er gezegd van: kijk als we een oplossing moeten vinden voor het klimaat crisis dan zal het sowieso iets moeten zijn met oplossingen die gebaseerd zijn op onderzoek op klimaat data. Dat zullen oplossingen zijn die door Belgische stakeholders proces tot stand komen, omdat zo'n complex gegeven is. En Iedereen moet zo snel mogelijk actie nemen nu

omdat het eigenlijk al 5 na 12 is in plaats van 5 voor 12. Dus dat zijn 3 dingen die we proberen op te lossen met de BACA-gemeenschap door zo snel mogelijk iedereen aan te zetten tot actie en zo snel mogelijk iedereen rond de tafel te krijgen en met Science Based Targets te werken. En dan nog een derde luik of een derde en vierde luik liever, wij proberen ook visibiliteit te creëren voor onze leden, omdat wij weten wat onze leden doen, wij weten welk werk zij verrichten en wij vinden ook dat niet altijd de visibiliteit krijgt die ze verdienen, zeker nu in tijden waar we zien dat veel organisaties heel bang zijn van greenwashing. Dus er is heel veel terughoudendheid om testimonials te geven, om meningen te geven, dus we proberen eigenlijk met die BACA-gemeenschap een soort van *safe space* te creëren voor bedrijven en organisaties die kunnen communiceren over hun doelstellingen, al dan iets met de buitenwereld of binnenin. Maar we proberen zoveel mogelijk met die BACA-gemeenschap iedereen aan te zetten tot actie. En dan een laatste leuk, is dat we ook die groep van BACA geleden gebruiken om druk te zetten op andere organisaties. Dat kan gaan van collega's of bevriende organisaties, dat kan gaan tot sectorfederaties, toeleveranciers, concurrent, politici, gemeenschap, allerlei wie. We willen eigenlijk graag dat al die leden graag zoveel mogelijk iedereen aanzetten tot meer klimaatambitie. En, dat zijn de 4 dingen die we proberen te doen met BACA. Ik ga ze nog is geven ter vervollediging. Dus het sensibiliseren van de gemeenschap, het netwerk aspect. Dus het delen van “*lessons learned*” en “*best practices*” en opportuniteit binnen de gemeenschap, het creëren van visibiliteit voor onze leden en het uitsturen van een signaal naar de gemeenschap toe dat meer klimaatambitie nodig is. En dat die carbonisatie niet per se een handicap moet zijn, maar ook een opportuniteit voor organisaties en bedrijven. Dus dat zijn de 4 taken van BACA. Dat is een lang antwoord.

Lena Lacroix: [00:05:18] Ja inderdaad een lang antwoord, maar heel compleet. En hoe en wanneer is BACA ontstaan?

Jonas Van Bockhaven: [00:05:27] BACA is 3 jaar geleden ontstaan, in 2020. De aanleiding was dat er een deel van The Shift leden die waren aan het praten samen en die zeiden van: kijk, we zouden eigenlijk graag een soort gemeenschap hebben. Het is goed om te praten over klimaat en het is goed om te praten over wat er moet gebeuren, maar we willen ook een soort gemeenschap daar rond van bedrijven en organisaties die concrete actie nemen. En die gemeenschap ook te gebruiken om anderen te zetten tot meer actie. En dat is eigenlijk het begin geweest tot gesprekken tussen The Shift enerzijds en WWF België anderzijds. En die hebben dan samen besloten om BACA in het leven te roepen met Science Based Targets als rode draad.

Het model daarvan is eigenlijk gebaseerd op het ACA model, dat zijn eigenlijk de Alliances for Climate Action. Dat is een wereldwijd model dat eigenlijk bestaat waarin dat soortgelijke initiatieven in verschillende landen ontstaan zijn. Dus we hebben ons daarop gebaseerd en daardoor de Belgian Alliance for Climate Action opgericht. Ik was daar toen niet bij, er was Bart, maar ik ben ingestapt na jaar een.

Lena Lacroix: [00:06:49] Oké en hoe worden de organisaties lid van BACA?

Jonas Van Bockhaven: [00:06:56] Dus eigenlijk zijn alle BACA leden zijn lid van The Shift. Dus je moet zien, als BACA is eigenlijk een programma van The Shift samen met WWF België, dus dat is inbegrepen in het The Shift maatschap. De enige voorwaarde voor The Shift leden om BACA-lid te worden, is dat ze Science Based Targets zetten. Dus dat kan zijn dat een bedrijf of een organisatie die BACA-lid wordt nog geen targets hebben en we vragen dan van: kijk, jullie moeten binnen die termijn Science Based Targets hebben. En als dat niet gebeurt, dan gaan wij zeggen van: kijk, jullie hebben nog geen Science Based Targets, dat is op zich geen probleem, maar we gaan jullie niet meer toelaten tot BACA. Omdat we willen dat BACA leden echt een groep van frontrunners wordt en niet een groep van bedrijven die beloven, maar niks doen. We willen een actiegerichte community, geen belofte community. Dus van daar, het Science Based Targets is echt belangrijk om toe te treden op BACA. Als je Science Based Targets hebt, mag je erbij als dat niet lukt dan vragen we die organisaties om de BACA-gemeenschap te verlaten.

Lena Lacroix: [00:08:23] En wat zijn eigenlijk de voordelen voor de leden om lid te zijn van BACA?

Jonas Van Bockhaven: [00:08:30] De voordelen zijn, wat ik vaak hoor van onze leden, als eerst de decarbonisatie en het zetten van reductie targets. Voor veel bedrijven is het nog een beetje ver mijn bed show of iets dat nog heel exotisch klinkt of heel moeilijk is, en vaak willen die bedrijven ook gewoon eens testen van: kijk, wat werkt er, wat werkt er niet, is er een soortelijk bedrijf dat dat al gedaan heeft. Voor een groot deel wat we willen doen, is de barrière om Science Based Targets te zetten voor organisaties te verlagen, zodat dat gemakkelijker wordt om daaraan te beginnen enerzijds. Langs de andere kant, willen we ook dat netwerk aanbieden waarin dat er eigenlijk vragen kunnen gesteld worden aan elkaar, waarin we testimonials kunnen geven. Om zoveel mogelijk ervoor te zorgen dat eigenlijk er een groepsgevoel is, dat je niet denkt dat je het werk alleen moet doen, maar dat er ook collega's in

daarmee bezig zijn. En dan het visibiliteit luik is ook belangrijk en we merken het nu vooral. Vooral voor de bedrijven die hard bezig zijn, die vinden dat handig omdat ze dan die BACA-logo's kunnen gebruiken. Er zijn er zo bijvoorbeeld die dat gebruiken in hun *sustainability reporting* en ze kunnen dan zeggen dat ze lid van BACA zijn. Dus dat wordt een beetje een soort van *seal of approval* voor veel bedrijven binnen BACA. En de inhoud ook die is ietsje specifiek, iets toegespitster binnen The Shift met de klimaatactivisten, maar daar gaan we meer algemene activiteiten zetten. Binnen BACA kunnen we echt in duiken op specifieke problemen. Dat kan gaan, ik zeg maar iets, een ronde tafel met bepaalde sectoren of een event rond een specifieke maatregel die geïmplementeerd wordt. Maar voor die specifieke events waar specifieke kennis nodig is, hebben we wel een publiek nodig dat wel weet waarmee ze bezig zijn. We gaan nu niet iedere keer opnieuw moeten uitleggen wat de carbon footprinting is, wat Science Based Targets zijn. We willen eigenlijk graag dat de leden al een zekere kennis hebben, zodat ze mee kunnen praten direct en over complexere problemen ook. Dus in conclusie, wat zijn de voordelen onze leden? Het belangrijk is de specifieke inhoud die veel gedetailleerder is dan voor The Shift klimaat events, het netwerk en de visibiliteit. En, dat zijn de redenen.

Lena Lacroix: [00:11:13] Ja en hoe ondersteunt BACA haar leden om deze Science Based Targets te bereiken?

Jonas Van Bockhaven: [00:11:25] Wacht even, de verbinding viel even weg. Kan je nog eens jouw vraag herhalen?

Lena Lacroix: [00:11:30] Hoe ondersteunt BACA haar leden en hoe gaat het ermee om?

Jonas Van Bockhaven: [00:11:40] Ja, wij ondersteunen onze leden, dus met die 4 punten die ik daarnet aangaf. Dus het netwerk, het aangeven van specifieke kennis, de visibiliteit en het *advocacy* of *outreach* verhaal, dus dat zijn de concrete objectieven van de BACA-gemeenschap. En hoe wij omgaan met onze leden is dat we proberen, en dan zeg ik algemeen voor The Shift, een persoonlijk link te hebben met de leden. Dus we proberen zoveel mogelijk contact te hebben. Als we zien van kijk we hebben al een tijd geen contact gehad met een lid, dan gaan we die eens opbellen om te zien hoe dat gaat. We sturen ook *surveys* uit om te zien waar onze leden de meeste hulp nodig hebben. Dus op die manier proberen wij een programma uit de grond te stampen dat zowel aansluit bij de noden van onze leden en ook een community gevoel actief te krijgen om zoveel mogelijk ervoor te zorgen dat onze leden weten dat ze naar

ons kunnen komen met vragen, voorstellen en suggesties. Dus we proberen echt zoveel te zeggen aan onze leden van: contacteer ons van zodra je vragen hebt, of een voorstel, of een suggestie. We proberen echt onze deur zo open mogelijk te houden voor onze leden en om op die manier er ook ervoor te zorgen dat wij een relevant programma hebben.

Lena Lacroix: [00:13:06] Ja en kan je enkele activiteiten beschrijven die BACA voor hun leden organiseert.

Jonas Van Bockhaven: [00:13:15] Ja, dat kan ik zeker. Dus een van de laatste BACA-activiteiten die we georganiseerd hebben, dus dat was nu een maand of 3 weken geleden, was een activiteit rond de implementering van CO2 reductiemaatregelen. Dus dan hebben we gevraagd aan al onze leden van kijk welke maatregelen implementeren jullie zelf, of op welke manier proberen jullie jullie CO2-emissies naar beneden te krijgen en zitten er daar bepaalde maatregelen tussen die ofwel heel nieuw zijn of een uitzonderlijk groot impact hebben dat jullie niet dachten. En op die manier willen we het tonen van: kijk, dat gebeurt er binnen de gemeenschap, en we hebben tegelijkertijd ook experts aan tafel die vragen kunnen beantwoorden van het publiek. Dus dat was een van de activiteiten dat wij elk jaar organiseren en waar relatief veel interesse in is. Een volgend activiteit die we organiseren is een activiteit over interne klimaat communicatie. Dus hoe een organisatie ervoor kan zorgen dat als er een doelstelling wordt gezet, als er een organisatie zegt van: kijk, ik wil als een organisatie CO2 neutraal worden binnen x periode, ofwel onze emissies halveren binnen x aantal jaren. Hoe zorgt dat ervoor dat die maatregelen doorsijpelen binnen een organisatie, vaak is het een beslissing van het management, maar de werknemers die verder van het management zijn, zijn daar niet altijd van op de hoogte. Dus dat is een event dat eigenlijk focust op de communicatie binnen een bedrijf om ervoor te zorgen dat de kansen op succes voor dat bedrijf of organisatie veel groter worden. Dat is iets dat we merken dat heel veel vraag naar is en ook een factor is van succes van een reductie traject binnen een organisatie enorm kan vergroten. Dat zijn typische voorbeelden. Wij proberen ook een beetje in te zetten op meer netwerken, want vaak zijn onze events online. We proberen nu ook in te zetten op kleinere events die in person zijn bij onze leden ter plekke, maar dat is tot nu toe nog een beetje moeilijk. We merken dat bij onze leden toch nog niet altijd prioriteit is om dat soort events te organiseren. We merken veel goede wil, maar zodra het concreet wordt blijft het een beetje hangen. Maar dat zijn dus 3 types events die wij proberen te organiseren bij onze leden.

Lena Lacroix: [00:16:03] En hoe vaak per jaar zijn er zo'n activiteiten, seminars, webinars, ...?

Jonas Van Bockhaven: [00:16:09] Ja, minstens één per maand. We proberen zo weinig mogelijk events te doen, omdat wij natuurlijk binnen The Shift met al onze thematische focus zitten en iedereen organiseert events en dus we moeten zorgen dat we niet elke week 4 events organiseren, want dan treedt er event moeheid op binnen onze gemeenschap. Dus we proberen zo weinig mogelijk, of zo pertinent mogelijke events te organiseren. Dus een minstens één per maand voor elke focus van The Shift. De evenementen die alleen door BACA zijn georganiseerd gebeuren nog minder vaak.

Lena Lacroix: [00:16:50] Oké en hoe ziet u BACA de komende jaren evolueren?

Jonas Van Bockhaven: [00:16:59] Dat is een goede vraag. Binnen BACA eigenlijk, de grote focus is er ook voor te zorgen dat zoveel mogelijk organisaties gaan decarboniseren. Dus we zien nu dat er een aantal, zeker voor bedrijven en voor andere organisaties, zien we dat er wel die realisatie komt dat het iets nuttig is. En daarbij komt ook nog dat op Europees vlak, zeker voor bedrijven, is er een specifieke regelgeving die uitkomt die gelinkt is aan de European Green Deal, die eigenlijk verplicht bedrijven om te rapporteren over een hun emissies. Een dat blijkt me dat het een mechanisme is die ervoor zorgt dat bedrijven die genoeg reduceren, dat die eigenlijk minder last gaan hebben. Met die rapportering gaan natuurlijk ook boetes komen, et cetera. Dus eigenlijk op dit moment is het nog een beetje toekomstmuziek, maar die Europese regelgeving CSRD zal ervoor moeten zorgen dat eigenlijk elk bedrijf moet doen wat wij nu aan het proberen pushen zijn. Dus hopelijk binnen 2, 3 jaar, dat is zeker een droom, dat BACA niet meer nodig is. Want wat we nu aan het proberen doen zijn is eigenlijk te tonen van: kijk, dit zijn de bedrijven en organisaties die wel decarboniseren, maar eigenlijk moet iedereen dat doen. We proberen te zeggen van dat is nuttig, dat is goed en we proberen heel vaak met de wortel dingen te doen. Terwijl die Europese regelgeving gaat eigenlijk zeer effectief zijn als alles loopt zoals dat nu gepland is, want dat is allemaal nog niet zeker, maar mocht die CSRD volledig van kracht komt of toegepast wordt, dan moet eigenlijk binnen dit en 5 jaar ongeveer elk Europees bedrijf of elk bedrijf dat actief is in Europa dezelfde regelgeving volgen en daardoor ook echt een decarbonisatie traject moet kunnen aantonen. Dus hopelijk binnen 5 jaar bestaat BACA niet meer en zijn wij ons aan het focussen op een ander programma, of op biodiversiteit, of op ik weet het niet. Maar of wat klimaat betreft, hoop ik dat we er in een paar jaren niet meer zijn.

Lena Lacroix: [00:19:34] Sorry. Hoor je mij nog?

Jonas Van Bockhaven: [00:19:37] Ja, ik hoor je nog. Hoor je mij?

Lena Lacroix: [00:19:38] Oke, sorry, de connectie viel een beetje. En wat zijn volgens jouw de grootste uitdagingen voor BACA in de toekomst?

Jonas Van Bockhaven: [00:19:57] De grootste uitdaging binnen België is eigenlijk het gebrek aan ambitie. Ik merk dat op het niveau van de regering, dat er niet altijd voldoende realisatie is van hoe ver we al staan in het proces en hoe ver de buurlanden al staan met het proces. Dat leidt tot sommige situaties waarin dat bijvoorbeeld, ik zeg maar iets, een voorbeeld dat we vaak geven is kwa hernieuwbare energie, de doelstellingen voor België bijvoorbeeld, die Belgen naar voor schuift, dat is ook deel van de nieuwe Europese wetgeving. Elk land moet een nationaal energie- en klimaatplan indienen elk jaar, of om de zoveel jaren. En daarin staan alle doelstellingen rond energie en klimaat, zoals dat je zou kunnen denken. Voor België zijn de doelstellingen rond hernieuwbare energie zeer laag en ik weet niet hoe dat komt, maar er is een soort van focus van de politiek die denken dat ze het zo laag mogelijk moeten houden zodat ze ervoor zorgen dat de zware industrie binnen België kan blijven. Maar die krijgen, vooral nu, berichten van bedrijven die zeggen van: door het feit dat de hernieuwbare energiemix in België zo laag is wil dat zeggen dat als we willen decarboniseren, dat wilt zeggen dat we niet kunnen rekenen op een aandeel hernieuwbare energie. Dus dat wil zeggen dat die bedrijven veel meer moeten doen om te decarboniseren. Terwijl als je kijkt naar een bedrijf in Denemarken bijvoorbeeld, door het feit dat de hernieuwbare energiedoelstelling van Denemarken zo hoog zijn, moeten bedrijven daar minder moeite doen om te decarboniseren. Dus in Denemarken zijn er veel bedrijven die zeggen: ja, we halen dat. Maar dat is eigenlijk vooral of voor een groot deel door het werk van de Deense overheid die hogere doelstelling heeft. Terwijl in België, door het feit dat die doelstellingen zo laag zijn, zorgt dat ervoor dat bedrijven een competitief voordeel hebben om hun productie buiten België te houden. Dus dat zorgt er eigenlijk voor dat bedrijven die willen decarboniseren aan het weggagen zijn, of een reden geeft om ze uit België weg te jagen. En dat zijn de uitdagingen die denk ik dat soort boodschappen is iets dat politiciers niet mee bezig zijn, denk ik, vrees ik. En het feit dat we zo onambitieuze bezig zijn, gaat ervoor zorgen dat op latere termijn, dat wij veel meer moeite gaan moeten doen, of de organisatie dus binnen België veel meer moeite gaan moeten doen, om de uiteindelijke reductiemaatregelen of CO₂-emissie doelstellingen te halen. Ik vrees dat we veel meer moeite

moeten doen, denk ik, dan andere landen. Dus, ja, het gebrek aan ambitie is voor mij het grootste probleem.

Lena Lacroix: [00:22:50] En hoe denkt dat BACA met haar leden in stakeholders in gebrek te blijven om positieve veranderingen te bewerk te stellen?

Jonas Van Bockhaven: [00:23:01] Dat is een goede vraag ook. Wij proberen zoveel mogelijk op de hoogte te zijn van de nieuwe trends binnen alles wat klimaat en industrie, klimaat en organisaties en non-state actors. We proberen we zoveel mogelijk op de hoogte te blijven van trends, van de nieuwe legislatie die aankomt, van politieken. We kijken dan ook vaak naar de buurlanden, dus met The Shift maken wij deel uit van een Europees overleg van business netwerken in Europa, dus daar zien we vaak van wat de collega's in Duitsland, Frankrijk, Spanje, Slovenië, enzovoort aan het doen zijn. En daar kunnen we vaak al trends oppikken die in België ook gaan of aan het gebeuren zijn of gaan gebeuren. Dus we proberen zoveel mogelijk contact te houden met collega's in het buitenland en in binnenlands van relevante organisaties. Dus we proberen eigenlijk onze voelsprietten uit te steken en zoveel mogelijk interessante ideeën en verhalen te verzamelen en te verspreiden in onze gemeenschap, zodat wij onze BACA leden zo snel mogelijk toegang kunnen geven tot tendensen, tot oplossingen die nog niet volledig bekend zijn in het brede veld.

Lena Lacroix: [00:24:42] Oké super, dat waren alle mijn vragen voor BACA. Maar ik weet niet als je iets wilt toevoegen rond BACA die echt belangrijk is.

Jonas Van Bockhaven: [00:24:54] Nee, ik denk dat de vraag die je stelde waren zeer pertinent, dus ik denk dat we het daarbij kunnen houden.

Lena Lacroix: [00:25:01] Oké perfect, dat is meer dan genoeg voor mijn delen over BACA. Dank u Jonas.

Appendix 5: Interview guide for BACA members

1. Identification of the contact person/organization - General information

- 1.1. Could you please present yourself as well as the organization you work for and your position in that organization?
- 1.2. Does your organization carry climate and/or the environment at heart? And if so, how does it translate into your organizational/corporate strategy?
- 1.3. How and since when does your organization track and report its environmental practices? Is this information certified by audits?

2. The Belgian Alliance for Climate Action (BACA) within the organization

- 2.1. How was your implication regarding the reductions of your CO₂ emissions before joining BACA? (*When did you start measuring your carbon footprint?*)
- 2.2. What policies and initiatives did you put in place before becoming a BACA member?
- 2.3. For how long has your organization been a member of BACA and why did you choose to become a member of BACA?
- 2.4. What policies and initiatives have you put in place since you became a BACA member?
- 2.5. How effective have these policies and initiatives been in reducing CO₂-emissions? (*How did your different scopes evolve thanks to them?*)
- 2.6. How does your organization prioritize reducing CO₂-emissions among its other goals?
- 2.7. What changes have you noticed in your organization after your membership to BACA?

3. Evolution and validation of the targets

- 3.1. What kind of Science Based Targets are you aiming for, or did you already set?
- 3.2. Where are you in your SBT setting trajectory (exploring, committed, validated)?
- 3.3. What challenges have you faced during your SBT setting trajectory (*sustainable practices and reducing CO₂-emissions*)?
- 3.4. What did your organization have to implement in order to successfully validate your targets? What did you put in place that helped you to reach the targets?
- 3.5. How does BACA support you in your objective to reach your targets?
- 3.6. How do you envision your evolution as a member of BACA in the future?

4. Conclusion

- 4.1. Are there any other thoughts or comments you would like to share about your organization's efforts to reduce CO₂-emissions?
- 4.2. Closing interview by thanking the interviewee
- 4.3. Confirming any follow-up actions, such as sending a their sustainability reports

5. Suggestion extra questions (made by BACA team)

- 5.1 Do you communicate about your climate actions within and/or outside your network?
If so, can you explain how?
- 5.2 Do you actively encourage your value chain (suppliers) and/or clients to set SBTs or act for the climate in any other way?
- 5.3 Would you consider it an added value if BACA takes up a more prominent role in public/political spheres? If yes, how?

Appendix 6: Transcription of the interviews

i. Interview of Silke Lepee, Accenture (EN)

Lena Lacroix: [00:00:01] Alright, so I can maybe start by introducing myself. So, my name is Lena Lacroix. I'm a student at the UCLouvain and I'm currently in my second year of my master's degree in CSR and also doing an internship at BACA, the Belgian Alliance for Climate Action. And that is why I decided to combine my thesis with my internship by doing a thesis around the CO2 reductions of the BACA members and it is why I am conducting those interviews. Maybe you could also first introduce yourself, explain where you work at, your position, your background and so on.

Silke Lepee: [00:00:49] Alright, I am Silke. I'm environment leads at Accenture Belgium and Luxembourg, and I coordinate the Gallia regions. That's France, the Netherlands, Belgium, Luxembourg, and Mauritius. I have been in this role for more than 10 years already. So, I'm in the organisation, internal organisation of facilities and services. There we have the function of environment lead and in fact I am responsible for all our actions that we take to reduce our impact on the environment from a company point of view. So, our offices, our mobility, the travel, we do the products we buy et cetera. So, everything that has to do with the functioning of Accenture as a company and so not Accenture as clients.

Lena Lacroix: [00:01:43] Alright. So, you said that you work for the environmental part, but is the environment really at heart of the organisation in the whole? And if so, how does it translate it into your corporate strategy?

Silke Lepee: [00:02:06] So when you look at the [accenture.com/environment](https://www.accenture.com/environment), I will send the link. Then you will see our environmental programme, our environmental policy and the declaration of our CEO that every company should be a sustainable company. So, I think I can say that sustainability is at the heart of Accenture strategy.

Lena Lacroix: [00:02:35] Yes, I think so too. And since when and how does your organisation track and report its environmental practises?

Silke Lepee: [00:02:45] We started tracking our consumptions in 2010 I believe. So also, on the website you will see the history, but we started in 2010 in selected locations and then by 2015 all exactly locations worldwide were reporting electricity, gas, water waste and the paper

consumption. So that's the essential. Then we also have the travel CO2 from our fleet and only in recent years, the reporting of purchased goods and services has been really put up to standard.

Lena Lacroix: [00:03:33] Alright. And so that information is certified as well then?

Silke Lepee: [00:03:38] Yes, yes. So, we are on the CDP list. We have Science Based Targets approved in 2018 and for the moment our new science-based targets are being analysed by the institute. So, we want to change baseline year from 2016 to 2019 and shift the number of commitments. But I haven't had any feedback yet regarding approval yes or no. So, we are waiting for that.

Lena Lacroix: [00:04:15] And so you said that you have already targets that are validated. What targets are those?

Silke Lepee: [00:04:24] Our targets were validated in 2018 and they are also on the website, so I can read them to you because I cannot remember them by heart. Let me see. Hold on. Yeah, too fast, I'm clicking too fast. So as of Science Based Targets, our goal is to meet them by end of 2025 and the goal is to reduce absolute greenhouse gas emissions by 11%. And in fiscal 22, our total emissions decrease already by 68% compared to our 2016 baseline and the scope 1 and 2 emissions reduced by 91% and our total emissions per unit of revenue were reduced with 82%. So, we are reaching our target a little bit sooner than expected because of the impact by COVID, let's say. But I am, I'm sending you the link to the page so you can see the data yourself.

Lena Lacroix: [00:05:55] OK, perfect. I will look into it after the interview. And so those targets are the ones that are validated, and you say said that some of them are on the way to get validated which are those?

Silke Lepee: [00:06:07] Yes reviewed. Targets are on the way to be validated, but I don't have the details. So, the new Science Based Target will have as a base year 2019. And we aligned them to 2030. But I don't know them by heart. They are also written on our website; you can find them in the link I just send you.

Lena Lacroix: [00:06:29] Alright. And what challenges have you faced during your SBT setting trajectory?

Silke Lepee: [00:06:37] So first of all I must say that Accenture is an international company with the 700,000+ employees and the Science Based Targets are sets or prepared by a global team. So locally we get informed, but we are not really part of the decision as to how our targets should be formulated, so I only know what our targets are. I know what the difficulties are to reach them, but I don't have insight in the decision process of a Science Based Targets institute and the discussions between Accenture and the Science Based Targets Institute to nail the commitments.

Lena Lacroix: [00:07:22] Right. But you said that you know the difficulties to reach them and what are those?

Silke Lepee: [00:07:29] We struggle with travel, so we are a consulting company. We don't produce anything, but we are requested to be at client site sometimes and this includes travel and so we are trying to reduce travel by having all kinds of virtual meeting possibilities, but it is not possible to exclude all travel because for some deals for some client expectations it is necessary to meet in person, but we do have carbon calculator for the travel. We have a programme to make sure that people travel, not unnecessarily, that they travel efficiently and only when really needed for a business visa. Locally here in Belgium, France and the Netherlands, we have a rail policy. So, every trip that takes less than 3h30 by train, has to be done by train and we cannot use the plane for that. And then our second big point in Belgium are the company cars. So, we are on the journey to replace all the combustible cars by electric vehicles, and this should be done the 1st of January 2026. So, then no diesel or petrol cars should be left in our fleet.

Lena Lacroix: [00:08:54] Right. And yes, so that's what you had to put in place to reach your targets to reduce the plane trips and to have electric cars. Did you have to implement some other things to reach those targets?

Silke Lepee: [00:09:19] Yes, yes. So, we have a commitment to have all our offices running on renewable electricity by end of our fiscal 23. So that means by August 23, all our offices have to run on renewable electricity, worldwide, yeah.

Lena Lacroix: [00:09:39] Sorry. Did you want to say something else?

Silke Lepee: [00:09:44] Yeah, I wanted to say that we rent offices. We don't own offices and for many offices, the electricity contract is managed by the landlord. So, there we have issues to really switch to a renewable contract. And so, for all the offices where we don't have the own contract and we don't have the guarantees that it's a renewable electricity fuelled by guarantees of origin in order to match our 100% renewable electricity target.

Lena Lacroix: [00:10:13] Alright. And how does BACA support you in your objective to reach those targets?

Silke Lepee: [00:10:22] Well, to be honest, we are friends with The Shift, and we were also involved at the start of the BACA and we kind of participate out of interest and give support, but it is not really like BACA can give us a lot of support. Because, as I already said, the Science Based Targets are set by the global group. So, the global group is managing this and I'm not part of the global group, so there is no link between BACA and the people at Accenture who work on the Science Based Targets. So, I attended the seminars organised by BACA and this helped me to better understand what Science Based Targets are all about, what our fellow companies are struggling with here in Belgium and especially also getting a sense of what possible suppliers or possible clients may be facing as issues. And also, the more suppliers of ours who commit, the better for us, because that will make sure that their CO2 emissions are insightful for us too. So, for example, we work with ISS has also joined BACA and for us, it is in fact a kind of an assurance, that they are in line with our ambitions to reduce CO2 emissions.

Lena Lacroix: [00:11:58] Alright. And how was your implication regarding those reductions of CO2 emissions before joining BACA, because you joined in 2020, but did you start earlier with your implication?

Silke Lepee: [00:12:12] That was the same. So, BACA did not change my function at Accenture. My position and my tasks stayed the same before and after joining.

Lena Lacroix: [00:12:18] OK, so the implication before and after was the same.

Silke Lepee: [00:12:24] Yes, the only thing is that I learned more about Science Based Targets through BACA than through Accenture.

Lena Lacroix: [00:12:32] OK, so the policies and initiatives that have been put in place have not changed before or after becoming a member?

Silke Lepee: [00:12:40] No, you should understand that we are 700,000 employees. It's a big company and an initiative like BACA is highly unlikely to influence our global doing. Especially since we had them already approved, if we would have been starting, that might have been different. But since everything was already in place, then what we learned at BACA, except if we have made major mistakes on the global level. But there was no need to read. So, our global environment leader knows that we are member of BACA, that we are working on that. But that has not changed Accenture's behaviour, let's say.

Lena Lacroix: [00:13:27] OK. But then why have you chosen to become a member of BACA?

Silke Lepee: [00:13:33] For my own knowledge and also to learn about how our suppliers, clients and the network are doing, what they are struggling with, where they are, what their ambitions are, and so on. And it's kind of being part of the movement and seeing what a global initiative entails on the local level.

Lena Lacroix: [00:13:56] And how effective have been those policies put that you have put in place to reduce your CO2 emissions?

Silke Lepee: [00:14:05] That I can, I think even the set COVID aside, when you look at our reductions year on year, we have improved a lot and since we are submitting new targets early, this means that we have been doing well. And that we want to do better for the future.

Lena Lacroix: [00:14:29] Of course. And how do you envision your evolution as a BACA member?

Silke Lepee: [00:14:37] In the beginning I was more active and now hardly active because our programme is running. And if I'm correct, there are not that many sessions anymore either. So, for me it's a bit on the low side for the moment.

Lena Lacroix: [00:14:56] Usually they also do some sessions with members that are committed and so that they can lead the new members. Are you interested in in doing such things or not that much?

Silke Lepee: [00:15:14] If it is relevant and appropriate, if our contribution can be relevant, then yes, but so far this was not really the case exactly because I'm too far away from the decision makers at Accenture regarding the Science Based Targets.

Lena Lacroix: [00:15:32] OK.

Silke Lepee: [00:15:34] But so I think that what might be interesting for Accenture to contribute would be giving insights on resubmitting targets. See? That of course, for most members, that's a bit early on now to already start about resubmitting, but I think it would be good that in a year or two, if it becomes a relevant topic that then we might contribute and explain how that journey went of the resubmitting. So of course, I would have to ask the global team and I would need their input, or maybe even somebody from the global team giving the presentation and explaining so that we can give really complete information. I think that it would be a really valuable contribution that Accenture can do. But I think it's not the best timing. For the agenda of the members, but also for our agenda, because we have to wait until they are approved, of course, in order to give an account of the whole process.

Lena Lacroix: [00:16:34] Yes, of course. And do you communicate about climate actions within or outside your network? And if yes, can you explain how?

Silke Lepee: [00:16:51] Our network, you mean in Belgium or global, or both?

Lena Lacroix: [00:16:55] More Belgium, but you can also talk about global.

Silke Lepee: [00:17:00] We have joined the Coalition for sustainable business travel so and that was communicated because that's part of the action plan of the coalition. And then we have also communicated about our move to electric vehicles, although on the local. We moved into a very sustainable office in 2019 and at that moment we communicated a lot as well about our environmental actions here in the local press.

Lena Lacroix: [00:17:39] And do you actively encourage your value chain your suppliers and or clients to set SBT's and to act up for climate?

Silke Lepee: [00:17:51] In the so with our suppliers in all RFP's, we have a set of environment related questions, and they get a certain weight. So, it is has become more difficult to work with Accenture if your environmental commitments are not high enough towards our standards.

Lena Lacroix: [00:18:12] And for your clients, do you encourage them to act for climate in any way?

Silke Lepee: [00:18:19] For example, yes, we try to make agreements about the travelling part to reduce travelling and then in our client work. So, we have another tagline that is sustainability is bolted, is built in, not bolted on so. It affects every project that Accenture does and sustainability should be an element that is taken into account of the solution. So, an easy example is when we write software is to do that in the IT sustainable way. To make sure that the impact of our software is the least possible.

Lena Lacroix: [00:19:08] OK. And would you consider it an added value if BACA would take up a more prominent role in the public and political sphere?

Silke Lepee: [00:19:23] I think that might be useful for the work we do with the best clients. To recognise each other as a BACA members, let's say.

Lena Lacroix: [00:19:37] OK. Well, are there any other thoughts or comments that you would like to share about what actions Accenture does to reduce its CO2 emissions?

Silke Lepee: [00:19:53] So our emissions are mainly in flying and commuting, so that's what we are tackling our offices we are tackling as well and then the purchase goods and services is a difficult one and we are really working with our suppliers to make sure that they are more transparent and. That the impact of their goods can be measured better. I believe that by asking all these questions, we help suppliers to think about the topics and maybe act. So, we want to be a change maker in that aspect.

Lena Lacroix: [00:20:33] Alright, well this closes my interview. Thank you very much. You've answered all my questions that I had, and it will be really valuable I think so. Thanks a lot for taking the time for this interview. And if you're interested, I can send along my results when I'm done with my thesis.

Silke Lepee: [00:20:55] Yeah, it would be very nice. And maybe I just want to add that BACA was an idea that grew and that we have seen growing coming into reality and being executed now and in fact extremely pleased to see how many members you have and how much, how many companies really saw it as a need and added value to join BACA. So personally, I think it's a success and I'm really happy to see that happen.

Lena Lacroix: [00:21:35] Yes, I think that they're really happy too, because there are more and more people joining and wanting to make a change so. Yeah, it's really good for the future of BACA, I think.

Silke Lepee: [00:21:48] Yes, and yeah, the next thing is of course, the SBTi for nature. Because that's also a very important aspect. It's something that Accenture doesn't have concrete plans yet to do, but we are looking into what we can do on the biodiversity field. And I have also joined the Biodiversity lab of The Shift, together with our landlord to see what a tenant and the landlord can do to enhance biodiversity.

Lena Lacroix: [00:22:27] All right, you have a really great environmental plan. I think it's really broad. And yeah, it's really complete. Well, thanks a lot. So, the reports, I can find them also in the links that you've sent?

Silke Lepee: [00:22:44] Yes, yes, yes. So, in the links that I have sent, you will see our 360-value reporting that's about our fiscal 22 year and it has all the environmental, social and governance aspects in it for Accenture global.

Lena Lacroix: [00:23:02] Alright, perfect.

Silke Lepee: [00:23:03] And then you will also find certificates, awards, also our emissions data table and response to CDP. It's all there.

Lena Lacroix: [00:23:14] Yeah, I think I will find my way through those links. Well, thanks a lot. Thank you for taking the time and I wish you a great day.

Silke Lepee: [00:23:27] My pleasure. Thanks a lot. And if afterwards there's something unclear or you need some links or some details, don't hesitate to send me an e-mail and I will answer.

Lena Lacroix: [00:23:38] Thanks a lot. Thank you for your availability and your presence. Bye, bye.

Silke Lepee: [00:23:41] Thank you. Bye bye. Enjoy the day.

ii. Interview of Frédéric Tourné, Befimmo (FR)

Frédéric Tourné : [00:00:00] Donc moi je suis architecte de formation. J'ai travaillé 10 ans comme architecte indépendant, puis j'ai travaillé dans quelques sociétés dont AG Real Estate pendant 10 ans sur le portefeuille de Befimmo. Maintenant en fait ça fait 11 ou 12 ans que je travaille pour Befimmo en tant que responsable de tout ce qui est environnement et performance environnementale. Donc je gère une équipe. Là, il reste 3 personnes, on était 4 encore il y a peu, mais je fais aussi partie de l'équipe ESG qui est l'équipe plus large avec toute la vision stratégique de Befimmo. Moi je suis davantage dans tout ce qui est opérationnel en fait, la mise en application de la stratégie à travers le portefeuille on va dire comme ça. Et alors Befimmo, vous connaissez un peu Befimmo ? Sinon je dis en 2 lignes qui on est.

Lena Lacroix: [00:01:05] Je me suis un peu renseignée mais vous pouvez préciser si vous voulez bien.

Frédéric Tourné : [00:01:06] Ouais juste en 2 secondes donc on a un portefeuille avec un peu moins de 900000 m², essentiellement des immeubles tertiaires partout en Belgique, deux immeubles au Luxembourg. Un portefeuille divisé en 2 sur du long terme à la régie des bâtiments et la partie qu'on commercialise davantage. Très actif sur la performance depuis très longtemps, on était ISO 14001 mais on l'a suspendu parce qu'on a été racheté. Notre nouvel actionnaire n'est pas demandeur qu'on soit ISO. On a réduit nos émissions de CO₂ de 65% entre 2008 et 2016. Ça a coupé je pense.

Lena Lacroix: [00:01:56] En effet, vous m'entendez ?

Frédéric Tourné : [00:02:00] Ouais, on a été coupé et je ne vous vois plus bouger, mais sinon c'est OK.

Lena Lacroix: [00:02:07] Sinon on peut peut-être couper la caméra. Je sais que mon wifi n'est pas le meilleur.

Frédéric Tourné : [00:02:19] Ok. Et donc on a pas mal travaillé déjà sur la réduction de nos émissions de CO₂ et pour faire le lien avec la BACA. On est membre de The Shifts et on s'est inscrit à la BACA, notamment par rapport à un projet qui nous tenait à cœur de faire valider des objectifs SBT donc des Science Based Targets pour notre portefeuille et de s'inscrire dans la trajectoire de réduction de nos émissions de CO₂ d'ici à 2030 et à 2050. Et ces objectifs ils

ont été validés donc on a vraiment des targets pour réduire nos émissions qu'on essaye de suivre et on est vraiment très à cheval là-dessus.

Lena Lacroix: [00:03:12] Merci beaucoup pour cette présentation très complète de Befimmo. Est-ce que le climat et l'environnement sont tenus vraiment à cœur chez Befimmo ? Et si oui, comment est-ce que ça se traduit dans la stratégie de l'entreprise ?

Frédéric Tourné : [00:03:33] Alors oui, c'est une évidence que c'est un élément clé de notre fonctionnement et j'en veux pour preuve que dans le leadership comité chez nous il y a 4 personnes et il y a une personne qui représente l'ESG et donc ça montre à quel point l'ESG est capital pour nous et la problématique climatique elle est surtout les sur tous les agendas, je pense. Et en ce qui nous concerne l'est déjà depuis bien plus longtemps que récemment, comme pour certaines entreprises. Donc comment est-ce que ça se démontre ? Par tous les engagements qu'on prend, notamment les reporting qu'on fait qui sont des reporting extra financiers pour des sociétés car on était côté en bourse, on les plus. Mais les CDP que vous connaissez certainement peut-être moins le GRESB qui est le Global Real Estate Sustainability Benchmark qui sont des références en la matière de reporting et pour lesquelles de l'autre côté, on performe vraiment très bien. La taxonomie ça doit vous dire quelque chose aussi forcément enfin j'espère. Donc j'ai envie de dire que Befimmo pour l'instant n'est pas inquiète par rapport au respect ou à l'alignement de sa stratégie par rapport à la taxonomie, parce que on a déjà un portefeuille super performant et on continue à investir massivement pour encore le rendre plus performant. Donc je crois que je pourrais parler facilement pendant 2 h de tout ce qu'on fait, donc il faut m'arrêter et me dire ce que vous voulez que je vous explique.

Lena Lacroix: [00:05:24] On pourra en parler plus en profondeur plus tard, si ça vous va. Mais donc vous avez dit que vous faites du reporting chez Befimmo. Depuis quand est-ce que vous faites ce reporting et est-ce que les informations sont-elles certifiées par des audits ?

Frédéric Tourné : [00:05:40] Alors on le fait depuis toujours le reporting. Pourquoi ? Parce que on était jusqu'à il y a un an, une société cotée en bourse. On était au départ côté au BEL 20 et donc là on était dans « les 20 plus grosses entreprises belges » en termes de capitalisation et autres. Mais on est sorti du BEL 20 il y a un an, on est sorti de la bourse puisqu'on avait été racheté par un actionnaire canadien qui a racheté toutes les actions. Mais le fait d'être en bourse oblige quelque part à faire un reporting très cadré avec un suivi de ce reporting et l'alignement par rapport à des standards de reporting comme le GRI (Global Reporting Initiative) que vous

devez connaître, l'EPRA et quoi d'autre ? Enfin, toute une série d'alignement à avoir par rapport à ces standards de reporting et donc évidemment les a suivis et pour répondre à la question de savoir si nos données sont certifiées, oui. On a une assurance limitée qui est faite par les grands cabinets ici, c'est Deloitte qui nous l'a fait depuis un moment. L'entièreté de nos données, que ça soit financière ou extra financières, sont vérifiés par Deloitte. Enfin, je dis entièreté, sachant que c'est une assurance limitée et que donc ils ne peuvent pas vérifier, donnée par donnée mais ils prennent des échantillons représentatifs et ils nous valide l'ensemble de nos données quoi.

Lena Lacroix: [00:07:24] Ok et donc vous avez dit que vos émissions ont diminué de 65% avant 2016 si je ne me trompe pas ?

Frédéric Tourné : [00:07:34] Entre 2000 entre 2008 et 2016, on a fait moins 65%.

Lena Lacroix: [00:07:38] Voilà donc ça, c'était avant que vous rejoigniez BACA et que vous avez rejoint en 2020. Mais du coup, quelles politiques et initiatives que vous avez mis en place afin de faire cette réduction de 65% ?

Frédéric Tourné : [00:07:50] Alors donc ça, c'était avant BACA. Ben on était déjà très attentif à réduire nos consommations énergétiques. Donc on a mis en place du *télémonitoring* sur l'ensemble de nos immeubles et on avait surtout aussi une certification BREEAM pour chacun de nos projets avec un niveau assez élevé de certification. Ça c'est peut-être davantage sur la performance environnementale générale, sachant que l'énergie ne représente que 25% des crédits de la certification BREEAM. Mais il y a vraiment toute une série d'actions qui étaient prises et pour faire fonctionner « la petite cellule environnement » dont moi je m'occupe. Pendant tout un temps on a eu un budget de 2,000,000 euros à dépenser par an rien que pour les *quick wins* quoi. Donc c'est à dire toutes les petites mesures qui pouvaient permettre de faire gagner immédiatement de l'énergie et réduire les émissions CO2 on ne va pas se cacher non plus mais dès qu'on a intégré tout ce qui était *property management* au sein de Befimmo parce qu'avant, comme je l'ai expliqué, moi j'étais chez AG Real Estate et je gérais des immeubles pour le compte de Befimmo mais je travaillais pour AG et le contrat était un contrat d'AG, notamment le contrat de fourniture d'électricité et donc le fait d'avoir la main sur ce contrat, du coup on est passé en électricité verte pour la fourniture de d'électricité de nos immeubles et on a aussi développé l'installation de panneaux solaires. Aujourd'hui on a à peu près 7000 m² de panneaux solaires et quasiment l'ensemble de nos sites sont équipés avec des panneaux solaires ou en tout cas dès qu'on a une possibilité d'en mettre, on le fait. Et donc voilà, tout ça permet

de réduire les émissions de CO2 et c'est ce qu'on continue évidemment à faire. Des projets, j'en ai par dizaines en tête, mais bon voilà, je ne vais peut-être pas tous les expliquer sauf si vous me dites que vous voulez.

Lena Lacroix: [00:10:02] Non, non, je pense que c'est très bien. Et du coup pourquoi est-ce que vous avez choisi de devenir membre de BACA ?

Frédéric Tourné : [00:10:11] Parce qu'il y a quand même, dans notre secteur, un intérêt pour nous à comparer ce que les autres immobilières font et comment est-ce qu'on se positionne. Il y a des reporting qui permettent de le faire, c'est ce qu'on fait avec le GRESB, le CDP et d'autres reporting encore auxquels on participe. Mais ça nous paraissait aussi utile de se raccrocher à une initiative qui était lancée par le WWF, mais aussi une approche plus scientifique liée aux Science Based Targets qui déterminent un niveau d'émission de CO2 par secteur d'activité. Et donc on s'est dit tant qu'à faire on va se mettre des objectifs, mais on va se mettre des objectifs long terme. Parce qu'en fait dans notre stratégie, avant ça, ce qui nous manquait un petit peu c'était la vision long terme. Or pour une immobilière, ce sont quand même des briques et c'est quelque chose qui est assez statique à la base. On nous disait souvent tiens, c'est bizarre, vous n'avez pas une stratégie long terme. Là on s'en est mises et on s'est créé des outils pour vérifier qu'on respecte bien nos engagements et on a fait valider tout ça et c'est de checker chaque année. Donc ça faisait sens en fait pour nous d'avoir une target et quelque chose de défini par un organisme sur lequel tout le monde est aligné. Par contre il faut savoir qu'entre-temps, il y a des outils qui se sont développés au sein des immobilières ou pour les immobilières et qui nous ont interpellés. Et vous le connaissez peut-être le CRREM. Ça vous dit quelque chose ?

Lena Lacroix: [00:12:02] Non, je ne connais pas.

Frédéric Tourné : [00:12:04] C'est le *Carbone Risk Real Estate Monitor* et en fait ce CRREM c'est un outil qui permet la gestion du carbone à l'échelle d'un portefeuille et ça rejoignait très, très fort ce que ce qu'on avait SBT. Comme c'était vraiment spécifique à l'immobilier, notre management nous a dit, ça serait bien qu'on le suive et qu'on regarde un petit peu ça. Et faut croire qu'on a le nez fin parce qu'en fait CRREM et SBT, se sont mis d'accord pour travailler ensemble et aligner leurs courbes de réduction on va dire par secteur. Et donc aujourd'hui on est parfaitement alignés sur SBT et CRREM. Et donc on a une vue claire sur le devenir de notre portefeuille et donc on peut mesurer exactement là où on en est et quels sont les efforts qu'on a à faire.

Lena Lacroix: [00:13:16] Et quelles politique et initiative que vous avez mis en place depuis que vous êtes devenu membre de BACA, donc après 2020 ?

Frédéric Tourné : [00:13:45] En termes de réduction des émissions de CO₂, on a surtout commencé par se dire que le bilan carbone qu'on avait fait spécifiquement pour fixer ces target, on voulait le compléter et l'améliorer parce qu'il nous semblait être incomplet. Et donc on s'est bien assurés qu'on était conforme au GHG-protocol. On a aussi décidé d'y intégrer nos filiales qui n'y étaient pas, et donc on a consolidé l'ensemble de nos données en y incluant la totalité de nos activités et ça, c'était déjà un objectif en soi d'être exhaustif. Faut savoir qu'aujourd'hui, ce qui est considéré comme du greenwashing, c'est surtout et avant tout, ceux qui ne sont pas transparents et dans notre métier on se doit d'être complètement transparent. Et donc on ne voulait pas se mentir, ni mentir à personne et donc on a dit, voilà, on va faire l'exercice comme il le faut. On s'est fait évidemment aider par un bureau d'études pour effectuer ce travail, mais on l'a fait de manière la plus vraie et la plus réaliste possible. Et si je peux faire une parenthèse, c'est vraiment ce que j'apprécie chez Befimmo, c'est que on n'a jamais dit : Frédéric tu fais ça parce que c'est bien qu'on fasse ça et on en fera une bonne comm' autour et ça emballera bien le tout. On peut venir fouiller dans tout ce qu'on fait, ce n'est pas du fake, ce n'est pas du greenwashing. On est vraiment, avec certains de mes collègues qui sont des ayatollahs de l'environnement, au pied levé pour challenger tous nos collègues qui font des projets ou qui gèrent nos immeubles, que pour que ce qu'ils font rentrent et soient complètement alignés avec la stratégie donc on n'arrête pas de prendre des initiatives. On a aussi décidé de calculer des potentiels, on s'est dit : on va faire un scan de tout le portefeuille et on va voir quel est le potentiel en photovoltaïque. Parce que c'est bien dire qu'on a 7000 m² de panneaux mais si on a un potentiel de 40.000, alors 7000 c'est ridicule. Donc de quoi parle-t-on ? Avec quoi on compare ? On a fait un potentiel sur la géothermie, on a fait des potentiels sur pas mal de choses pour se rendre compte et surtout bien être transparent vis-à-vis du management que on est loin où on n'est pas loin, c'est parfois la difficulté, hein. On est toujours à vouloir être premier de classe, parfois ça nous joue des tours, mais voilà, au final, on se rend bien compte que tous les efforts qu'on a déjà faits, ils payent aujourd'hui et que si on a le niveau de performance qu'on a, c'est parce que on ne s'est pas tourné les pouces et qu'on a toujours investi une grosse partie de nos revenus dans l'amélioration de nos immeubles. Alors dans les autres initiatives, il y a tout ce qui est carbone embarqué, circularité, récupération de matériaux. Je n'ai pas envie d'être prétentieux, mais vous connaissez sans doute peut-être Rotor ou pas, c'est une ASBL qui récupère des matériaux de construction et je pense qu'on peut-on peut se l'avouer que c'est grâce

à Befimmo que Rotor a pris l'extension qu'ils ont prise aujourd'hui parce qu'on les a contactés, ils étaient tous jeunes, tout nouveaux et ils faisaient des petites récupérations à gauche à droite. Et on la fait des chantiers de récupération de matériaux phénoménaux avec eux et on continue cette approche-là. On dresse des inventaires de chacun de nos sites avant travaux, on vérifie si on peut récupérer les matériaux d'un site pour les remettre sur un autre, si ce n'est pas possible, on les remet dans le circuit de la réutilisation pour d'autres. Et ça, ça a beaucoup changé ces dernières années parce que c'étaient des choses qu'on ne faisait pas. On a sensibilisé nos équipes, je donnais un exemple avec notre équipe commerciale, ils avaient l'habitude quand on livrait un bâtiment fraîchement rénové de nous demander de prévoir du tapis partout et bien souvent, ce tapis ne plaisait pas au locataire et on l'arrachait. Et j'ai le souvenir d'avoir vu 8000 m² tapis partir dans des containers alors que jamais personne avait mis un pied dessus. Tout ça c'est terminé, c'est révolu. Aujourd'hui, on les challenge tellement que de toute façon, ils ont pris l'habitude qu'on soit là et ils ne font presque plus rien sans passer par nous puisqu'en fait nous, on travaille vraiment de façon transversale à travers tous les départements. En fait, on est partout, partout, partout et il n'y en a pas un qui fait quelque chose sans se poser la question de savoir si ce qui fait va être aligné avec la stratégie ou pas. Parce que sinon ça remonte automatiquement vers la direction. Ça remontait beaucoup via l'ISO 14001 et on s'en servait un peu comme le bâton de pèlerin. Aujourd'hui on en a même plus besoin, ils sont drillés en fait. Et au contraire, ils viennent même nous trouver en nous disant qu'un tel collègue a fait un bâtiment avec tel type de projet environnemental et qu'eux veulent faire mieux et ils nous demandent encore des conseils pour aller plus loin. Donc, à un moment on arrive même à leur dire : sorry, mais vous avez fait tout ce que vous pouviez, qu'est-ce qu'on peut faire de plus ? C'est compliqué. Je ne sais pas si on va parler de la compensation carbone et cetera, mais Befimmo a toujours décidé de ne pas compenser. Alors on a les équipes commerciales qui viennent et qui nous disent : oui, mais il y en a certains de nos concurrents qui affichent un carbone neutre pour leur immeuble, et on s'est renseigné auprès de l'Adèle et cetera et on a dit : pas du tout. Tout le monde peut acheter des crédits carbones et dire qu'il est neutre, ça ne tient pas la route. Nous on veut fixer un niveau maximum d'émissions de CO₂ par rénovation et seulement après on parle de compensation et encore faut voir de quelle manière et avec quel type de d'initiative on est prêt à compenser. Mais jusqu'ici, on ne l'a jamais fait.

Lena Lacroix: [00:20:22] Mais c'est d'autant plus à votre avantage de ne pas vouloir compenser, mais d'être vraiment neutre. Mais du coup, vous aviez dit que donc, vous avez

diminué de 65% avant de rejoindre BACA et donc maintenant dans les 3 dernières années, est-ce que vous avez remarqué encore une forte baisse dans vos émissions de CO2 ?

Frédéric Tourné : [00:20:44] Oui, alors il faut faire attention que BACA c'est une réduction de 50% qu'on doit faire d'ici à 2030 de nos émissions absolues du scope 1 et 2. Donc déjà il faut bien s'accorder sur le fait que le scope 1 et 2 il ne faut pas se tromper de scope précisément et en plus en absolu. Donc nous on est vraiment encore une fois très dans le challenging, parce qu'il suffit qu'on vende un immeuble, et là cette année on en a vendu 19, pour que ça réduise nos émissions de CO2 donc on est tout de suite retourné vers notre bureau d'étude en disant mais est-ce qu'on doit revoir le périmètre parce que sinon on perd de la crédibilité, et on ne veut pas. Donc oui, on continue, notre réduction de nos émissions de CO2 et je peux citer des projets que j'ai qui viennent d'être validés et j'en suis absolument ravi parce que ce sont des projets qui m'intéressent beaucoup, où on va remplacer des chaudières au gaz par des pompes à chaleur dans des gros bâtiments et les investissements sont très lourds. Et où on étudie vraiment de très près, comment est-ce qu'on peut sortir de cette énergie fossile. Mais on sait que on doit le faire par étape aussi et que si pour certaines raisons, les pompes à chaleur ne sont peut-être pas encore suffisamment performantes en dessous d'une certaine température, on ne va pas être stupide et on va maintenir une petite chaudière pour faire la différence ou pour prendre le relais quand on arrive dans ces conditions-là. Parce que d'un point de vue environnemental global, c'est plus intéressant que de revendiquer le fait d'être 0 fossile à ce moment ci et on ira certainement plus loin lors d'un projet d'amélioration quand la technologie aura encore évolué peut-être d'ici une dizaine ou une quinzaine d'années. En fait, c'est que les gens veulent aller plus vite que la lumière et annoncer et revendiquer des choses alors qu'en réalité la technologie ne le permet pas encore. Nous, on est plus terre à terre et on fait le maximum de ce qu'on peut faire, mais on sait qu'on aura encore des choses à faire dans le futur. Mais là on sait avec tous les projets qu'on va sortir 100% certifier qu'on sera dans les clous de ce qu'on s'est fixé au minimum à 2030. Après à 2050 on nous dit qu'il faut être 0 carbone, là de nouveau il faut être très prudent parce que c'est 0 carbone en termes d'émissions liées à la consommation d'énergie. Nous, on va plus loin que ça. En fait, pour nous le 0 carbone ce n'est pas que travailler sur l'énergie, ça fait 20 ans que je travaille sur l'énergie, c'est aussi de réfléchir à tout ce qui est carbone embarqué et c'est le scope 3 et pour reprendre la partie BACA et SBT, Befimmo est considéré comme une SME d'un point de vue de SBT, donc on a une petite entreprise malgré tout avec certainement nettement moins que 500 personnes qui travaillent pour la société. Mais on a quand même pris un engagement de réduire de 2,5% par an nos émissions de CO2 sur le scope 3 d'ici à 2030. Et

donc ça, ça ne se fait pas sans qu'on attaque notre *supply chain*, on va aussi voir nos locataires, qu'on leur propose des mesures de réduction de leur consommation et c'est ça qui est motivant, c'est qu'il y a des choses qu'on maîtrise bien. Il y en a qu'on maîtrise moins bien, mais notre management nous dit qu'ils sont aussi OK si on passe du temps sur des choses qui sont finalement moins dans nos mains mais qui sont quand même importantes. Et donc on a plein d'actions qui sont mises en place pour bien évaluer nos fournisseurs, vérifier quelles sont leurs démarches à eux pour réduire leurs émissions. On veut mettre en place des critères de réduction des émissions de CO2 sur nos chantiers via le CO2 Prestatie Ladder 2 qui est une initiative qui vient de la Hollande. Sur notre projet Zine, qui est le projet phare qu'on a dans le quartier nord, qui est quand même un projet de 110000 m², on a, on a fait certifier le béton cradle to cradle et on était les premiers à avoir poussé une centrale à béton, à réutiliser des granulats du béton qu'on a cassé dans l'immeuble. Et donc tout ça, on l'a fait toujours avec énormément de précautions pour vérifier l'intérêt direct. Parce que faire des choses en se disant c'est bien et c'est génial, mais sans mesurer les impacts indirects, ça n'a pas de sens et faire de la récupération de béton sur un projet qui est loin d'une centrale à béton n'a pas de sens. Ici, tout se mettait bien pour le faire. On ne va peut-être pas le faire ailleurs, on va dire parce que ça n's'y prêtera pas. Et donc chaque projet est particulier. Chaque projet est étudié pour que on puisse maximiser les efforts et minimiser l'impact sur l'environnement.

Lena Lacroix: [00:26:29] Super et du coup, vous avez dit que ... Pardon, vous vouliez rajouter quelque chose, allez-y.

Frédéric Tourné : [00:26:37] Alors en fait, je voulais juste dire que chez Befimmo, on a développé une matrice qualité en interne et elle est très importante cette matrice parce qu'elle fixe nos standards en termes de performances d'immeubles. Mais en termes de choix technologiques, en termes de choix constructifs, en termes de concept et aujourd'hui beaucoup plus qu'avant, l'équipe environnement, elle, est présente à tous les niveaux. Avant on disait à un architecte, tu me fais tel projet avec tel niveau BREEAM et nous, on réceptionnait l'immeuble et on était déjà content avec ça. Maintenant, en fait, on ne se satisfait plus de ça. On va dans le projet, on leur dit : on ne veut pas ce type de gaz réfrigérant on veut tel ou tel type de gaz parce qu'on sait que le GWP il va être minimum et que l'impact carbone dans l'exploitation va être moindre que si on avait pris du R410A. Et donc ça va, mais sur tous les domaines challenger l'ensemble des projets et des bureaux d'études pour qu'ils nous sortent le

meilleur projet qui soit et qu'il n'y ait pas de dérive et que cette matrice qualité soit le référentiel en fait.

Lena Lacroix: [00:27:55] Et donc vous avez dit que vous faites attention auprès de vos fournisseurs, qu'ils soient respectueux de l'environnement également, mais comment est-ce que vous faites ça exactement et avec vos clients également ?

Frédéric Tourné : [00:28:09] Alors, par rapport au fournisseur, c'est assez récent, mais on leur a tous demandé de faire un assessment Ecovadis. Et donc tous les fournisseurs qui représentent évidemment un certain volume et un certain nombre de prestations chez nous ont été obligés de faire cet assessment Ecovadis et donc on a commencé à voir un petit peu quel était leur niveau d'engagement par rapport à l'environnement, au climat et à un certain nombre de critères qu'on l'a défini au préalable. Et donc il y a déjà des filtres possibles et des choix possibles auprès de ces fournisseurs que pour travailler avec ceux qui sont les plus engagés et surtout essayer de tirer les autres vers le haut en leur disant que voilà, ils doivent faire des efforts pour s'améliorer. Donc ça c'est vraiment un point très important. Maintenant, par rapport aux locataires par exemple, c'est évidemment un peu plus complexe j'ai envie de dire. Parce que le marché de la location, il n'a pas toujours été et ce n'est pas toujours le meilleur des marchés. Il y a quand même un vide locatif important à Bruxelles et nous, nos immeubles sont essentiellement à Bruxelles et donc c'est plutôt les locataires qui ont la main quand ils négocient avec des propriétaires et donc nous on a essayé de leur faire signer une convention de collaboration environnementale, ce qu'on appelait avant ça un bail vert. C'est très répandu je pense dans certains autres pays, mais c'est assez compliqué à vouloir mettre en œuvre ici. Pourquoi ? Parce que c'étaient des baux qui étaient avec des clauses environnementales rédigés par des bureaux d'avocats et qui faisaient 9 fois sur 10 capoter, je parle de ça d'il y a 10 ans, des négociations avec des candidats locataires. Aujourd'hui la tendance s'inverse, c'est à dire que ce sont les locataires qui viennent chez nous en nous disant, est-ce que vous pouvez nous dire quels sont les émissions de CO2 de votre immeuble, est-ce que vous pouvez nous donner le certificat BREEAM, est-ce que vous pouvez nous donner le PEB ? Et j'ai une réunion par exemple demain avec un gros locataire qui veut venir dans un de nos immeubles eh bien en fait, on doit montrer, je vais dire patte blanche, je ne peux pas dire verte, mais aujourd'hui, celui qui ne te fait pas cette différence et qui ne peut pas justifier de tout ce qu'il a fait ou de tout ce qu'il peut encore faire, il n'est plus dans la course pour louer ces surfaces. Et nous, pour donner un ordre de grandeur, on a un taux d'occupation depuis plus de 10 ans, voire plus de 15 ans, qui

est supérieur à 96% du portefeuille. Donc ça démontre à quel point les gens qui viennent sont convaincus de notre approche et de ce qui a été fait. Et on a quelques locataires et je peux en citer un, il y a la banque Triodos qui s'est installée dans notre immeuble. Immeuble qu'on a construit récemment 60000 m². Bon, il n'occupe pas toute la surface, mais Triodos, c'est vraiment bien à la banque qui ne finance que les projets durables et eux ne se seraient jamais installés chez nous si on n'avait pas prouvé que l'immeuble dans lequel ils allaient s'installer, est un immeuble hyper performant. C'est l'immeuble qui a un certificat PEB et je crois que à Bruxelles il y a moins de 2% de tout le portefeuille de bureaux à Bruxelles, qui parvient à obtenir un certificat de cette valeur-là. C'est super gai évidemment de se retrouver à ne pas devoir faire le marchand de tapis et à pouvoir demander des loyers élevés justifiés par la performance d'un portefeuille et de ce qu'on fait dedans. Et c'est ce taux d'occupation qui montre qu'effectivement on ne se trompe pas parce que les locataires recherchent des immeubles avec des niveaux de certification élevés et des performances élevées. Pour l'instant, depuis plus ou moins un an, c'est tous les jours qu'on reçoit des demandes de locataire qui doivent faire eux-mêmes leurs bilans carbone et qui nous demandent toute une série d'informations pour pouvoir évaluer leurs propres émissions. Donc on développe aussi la gestion de la data avec notre département IT, pour pouvoir fournir tout ce dont les locataires ont besoin en toute transparence.

Lena Lacroix: [00:32:53] Et même eux, ça doit les aider fortement que vous ayez déjà toutes les données. Donc eux ils peuvent plus facilement calculer les émissions de leur bâtiment également.

Frédéric Tourné : [00:33:01] Voilà, alors on a un bilan carbone pour chaque immeuble, par exemple, chaque immeuble a un bilan carbone détaillé à la tonne près. Sachant que le bilan carbone il n'a pas la vocation d'être juste à la tonne ou au kilo de CO₂ près, il a plus pour vocation d'illustrer en quartiers de tarte quels sont les postes sur lesquels il y a des efforts qu'on peut faire. Et c'est ça aujourd'hui qu'on fait, on a un business plan pour chacun des immeubles et chaque immeuble est screené en disant sur celui-là il y a un souci où on peut faire mieux et on prend dans notre business plan les actions pour avancer. Et ça, c'est peut-être encore une petite parenthèse, mais on a évidemment un département financier et on a un business plan qui est fait sur les 7 prochaines années qui évidemment est mis en carte aussi à travers toute une série de graphiques dont certains sont publiés dans notre rapport annuel où on voit avec ce qu'on prévoit de faire comme travaux, ça va diminuer l'impact en CO₂ d'autant. Et donc tout ça est

détaillé et évidemment challengé par notre actionnaire principal, challengé en interne et puis, challengé par les locataires aussi, parce qu'ils sont demandeur.

Lena Lacroix: [00:34:32] Maintenant, on pourrait peut-être parler des Science Based Targets. Donc vous avez mis des SBT, mais quels sont les targets que vous avez placés ?

Frédéric Tourné : [00:34:45] Pour les targets, c'est comme je le disais, c'est 50% sur scope 1 et 2 et 2,5% sur 70% des émissions du scope 3. Sachant qu'effectivement c'est la règle pour la partie scope 3 qui s'applique non pas aux SME comme nous, mais on a décidé de s'aligner pour ce scope 3 sur les exigences qui s'appliquent aux très grosses entreprises, mais sur base volontaire. Et donc ça c'est vraiment ce que ce que la Science Based Target Initiative nous dit, c'est 50% sur scope 1 et 2 et on a rajouté à ça les 2,5 sur 70% du scope 3.

Lena Lacroix: [00:35:33] Ok, et celles-ci sont déjà validés?

Frédéric Tourné : [00:35:40] Oui, hein. On a introduit nos objectifs avec notre bilan carbone. Ça fait quoi maintenant ? Il y a 2 ans, je pense qu'ils ont été validés, hein ? Donc tout ça est validé et suivi de près.

Lena Lacroix: [00:36:01] Ok, et quels sont en fait les obstacles que vous avez rencontrés pendant votre trajectoire, pour mettre justement ces Science Based Target et pour arriver à les satisfaire ?

Frédéric Tourné : [00:36:13] Ah là, j'ai envie de dire que j'étais un petit peu pas fâché avec The Shift et la BACA, mais c'est vrai qu'au départ, on avait rejoint la BACA spécifiquement par rapport au fait que on comptait trouver parmi les autres membres du soutien. Que les autres membres pourraient nous aider dans l'approche pour mettre en place tout ce qu'il faut pour faire valider des objectifs SBT, quoi. Et malheureusement, parmi ceux qui avaient rejoint la BACA à ce moment-là, il n'y avait pas d'immobilière comme les nôtres et il y avait des sociétés de construction, mais on n'était pas sur le même type d'activité. Et on n'a pas vraiment reçu d'aide et on a beaucoup galéré quand même. Et alors, quelque chose qui pour moi était un frein, c'était que les Science Based Targets n'acceptaient pas que on pose nos questions en direct chez eux, mais il fallait chaque fois passer par un bureau d'études validé SBT. Et en fait, nous, on a pour principe que dès l'instant où on peut avoir de l'autonomie et on en avait suffisamment pour pouvoir se passer d'un bureau d'études que ça rajoutait un frein dans les discussions. Et pour avoir certaines réponses, il a fallu attendre des mois et des mois et des mois et c'étaient des

réponses laconiques qu'on recevait. Mais à un moment donné, on ne joue pas aux fléchettes. Nous, on doit avoir quelque chose qui est clair sur lequel on peut s'appuyer et pas des choses où on a l'impression que les gens qui sont de l'autre côté du PC ne savent elles-mêmes pas de quoi elles parlent. Et il faut quand même savoir qu'il y a eu des modifications et on n'en veut pas évidemment, ni à SBT, ni à BACA hein, ce sont des choses qui évoluent dans le temps et qui ont fait que, à un moment, ben les courbes, on les a revus. Et ce sont des choses sur lesquelles il faut naviguer parce que tout le monde est soumis au même régime j'ai envie de dire, mais ça a été quand même un parcours du combattant. Et j'avoue qu'à un moment, j'étais prêt à dire au management que c'était un peu tellement pesant que moi ça m'amusait plus d'y passer mon temps et qu'on allait réfléchir ou attendre pour que ça décante un peu et se réinscrire plus tard. Mais on a tenu le coup et on a surtout eu des contacts avec des bonnes personnes qui ont pu un peu nous aider et nous remettre sur les rails, ça dépend beaucoup en fait des personnes.

Lena Lacroix: [00:39:01] Ouais, en effet, ça dépend si le secteur est représenté, donc s'ils peuvent vous aider et vous soutenir dans la démarche. Et du coup, qu'est-ce que vous avez dû mettre en place au sein de Befimmo pour réussir à atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés ?

Frédéric Tourné : [00:39:19] Beaucoup de sensibilisation. Des outils pour pouvoir montrer en ligne l'impact direct de décisions qui sont prises ou qui sont à prendre. Et j'ai plutôt envie d'insister, sur apprendre plutôt que des décisions qui seront prises parce qu'après coup, quand elles sont prises, c'est souvent trop tard et donc en fait nous, ce qu'on a voulu avoir et ce qu'on a développé, ce sont des outils décisionnels. Si je peux donner des exemples concrets ; à un moment on avait décidé d'acheter une tour qui était « La Blue Tower » avenue Louise parce qu'on avait rêvé d'acheter une tour. Mais on ne nous a pas questionné avant de l'acheter. On n'a pas fait tourner notre outil et une fois qu'on l'avait acheté, on s'est rendu compte que c'était l'immeuble le moins performant ou un des moins performants du portefeuille pour X ou Y raisons parce que dans l'analyse qu'on avait faite lors de l'achat, on ne s'était pas rendu compte qu'il n'y avait pas les consommations d'électricité privative dans ce qu'on avait reçu et les dossiers d'investissement ne passaient pas par l'environnement. Et donc à un moment on a dit, les gars au management, vous pouvez vous en mordre les doigts, maintenant, on vous montre le graphe. Il aurait mieux valu qu'on vous le montre avant, mais vous avez fait les choses de votre côté, voilà le résultat quoi. Et finalement 4 ans ou 3 ans après avoir acheté cette tour, on

l'a revendue. Et je ne vais pas dire qu'on l'a revendu pour nos objectifs de réduction des émissions de CO₂, ça serait certainement si pas un mensonge, en tout cas pas la vérité. Mais clairement au moment où il a été décidé que on mettrait cet immeuble en vente le CEO est venu me trouver pour me demander si j'étais Ok avec le fait qu'on vende cette tour, et je lui ai dit, évidemment je ne peux pas dire le contraire et ça nous sort un caillou dans notre chaussure. Parce que c'est un gros immeuble, il mesurait 27000 m² et il pesait très lourd dans notre impact CO₂. On l'a vendu et aujourd'hui, tout ce qu'on vend ou tout ce que potentiellement on décide d'acheter on le passe par la moulinette. Et si la moulinette dit, il est très mauvais, ce n'est pas un problème parce que Befimmo a aussi plusieurs casquettes et plusieurs métiers. On n'achète pas que des bâtiments qui sont super performants et faits par des développeurs qui eux ils mettent peut-être de quoi le rendre joli, mais pas nécessairement toujours performant parce qu'ils ne vont pas le garder dans leur portefeuille. Donc on peut acheter des vieux immeubles, mais derrière nous, on met tout un programme en place que pour faire en sorte qu'il soit aligné après, avec notre stratégie quoi. Je vais donner un exemple, on a acheté un immeuble qui est quand même un immeuble assez remarquable, c'est le l'immeuble Art 56, avenue des arts, numéro 56. C'est un gros bâtiment, il fait 46000 m² et quand on l'a acheté, il y avait des chaudières au mazout. Toute première chose quand le dossier est passé par chez moi, moi j'ai dit OK, on met un budget de 500000€ pour changer la chaufferie et pour le passer au gaz, c'est hors de question qu'on garde cet immeuble au mazout alors que le gaz est dans la rue. Et que quand on va calculer les émissions de CO₂ du mazout par rapport au gaz, on doit faire fois 5 ou 10, rien que parce qu'on utilise du mazout. Et en plus parce qu'on est super à cheval sur l'environnement, une cuve à mazout, ce sont des risques de pollution de sol et donc on a fait tout ce qu'il fallait. On a changé, on les passé au gaz, on a fait une étude de reconnaissance de l'état du sol pour prouver qu'il n'y avait pas de pollution. Et maintenant, j'ai encore un projet sur l'immeuble pour baisser ses émissions de 60% ou 70% alors que je suis déjà au gaz. On est passé du mazout au gaz, maintenant on va enlever une partie des chaudières et les remplacer par des pompes à chaleur. Donc ça suit le bon cheminement et je n'ai jamais eu personne qui nous a freiné de ce point de vue-là. Sauf évidemment qu'il faut toujours considérer les enjeux financiers et il y a certains sites, on ne va pas se le cacher, qui sont moins prioritaires et je ne vais pas les mettre des pompes à chaleur sur des petits bâtiments qu'on a en périphérie Zaventem, parce que l'investissement n'est pas rentable du tout pour l'instant et le management regarde quand même à ce que ce qu'on fait reste supportable financièrement par rapport aux revenus quoi, ça c'est légitime. Mais on parvient à bien faire ça, parce que le management a

bien conscience que si ce n'est pas fait et que si on n'intègre pas la dimension ESG, on est mort et ce n'est pas la peine, on ne louera pas. Et donc quelque part aujourd'hui je suis vraiment aidé alors que quand je suis arrivé il y a 12 ans chez Befimmo, l'environnement existait bien, mais on avait l'impression quand même qu'on y croyait, mais on n'y mettait pas autant de d'énergie que maintenant.

Lena Lacroix: [00:44:56] Clairement et justement par rapport à toutes les actions climatiques que vous faites par rapport aux réductions d'émissions de CO₂, comment est-ce que vous communiquez à ce sujet dans ou en dehors de votre *network* ?

Frédéric Tourné : [00:45:13] Alors on communique parce que on fait toujours du reporting et là on vient de sortir un rapport annuel parce qu'on était encore dans la phase où on devait le faire puisqu'on sortait de la bourse. Mais le CDP est un exemple de reporting qui met en avant nos émissions de CO₂ et évidemment, on participe au CDP et on communique nos objectifs et nos réductions à travers ce type de reporting. Pour l'instant, avec les bilans carbone, on n'en a pas encore vraiment tiré parti comme j'imagine qu'on pourrait le faire, mais ça va venir parce que c'est quelque chose qui se développe et qu'on développe en interne mais aussi en externe avec des partenaires. Ça nous est demandé de toute façon aussi parce que les locataires, quand on leur donne un certificat PEB, il y a automatiquement aussi les émissions de CO₂ qui s'y trouvent. On n'a pas parlé des banques, mais les banques aujourd'hui, c'est vraiment avec la taxonomie notamment, un des points sur lesquels ils viennent nous challenger. Et il est plus question de faire financer nos projets si on n'est pas en dessous d'un certain niveau en kilowattheures par m² et à un certain niveau en émission de CO₂ par m². Donc on a une présentation qui est faite aux banques et des pitch qui sont faits pour dire, ça c'est ce qu'on a, ça c'est ce qu'on projette de faire, on va encore faire telle action pour réduire. Et donc, ce sont des canaux de communication j'ai envie de dire peut-être indirect parce que Befimmo, de façon générale, on est un peu *low profile* et on n'est peut-être pas ceux qui, comme d'autres, annoncent à grand coup de publicité qui sont carbone neutre, nous pas. On fait des choses mais on a un profil plutôt, j'ai envie de dire défensif qu'agressif de revendiquer 1001 choses. Nous quand on nous demande, on dit tout ce qu'on fait et généralement les gens sont assez étonnés et agréablement étonnés de tout ce qui est fait, quoi. Le département communication il est en en restructuration chez nous, pour la raison simple qu'on était cotés en bourse et qu'on était davantage orienté sur tout ce qui était reporting et investisseur et je pense qu'on va rechanger

un peu le fusil d'épaule et certainement étoffer le côté communication de manière plus importante.

Lena Lacroix: [00:48:21] Quels changements est-ce que vous avez remarqué au sein de Befimmo après avoir rejoint BACA ?

Frédéric Tourné : [00:48:28] Le changement, j'ai envie de dire, il s'est surtout situé au niveau du management parce que dès que l'engagement est pris, c'est quelque chose qu'on prend sérieusement et qui a fait écho. D'autres immobilières évidemment, comme on s'observe un petit peu, on analyse ce que les autres font, ont aussi rejoint l'initiative et se posent pour ceux qui ne l'ont pas encore fait, des questions. Et quand le management décide de signer un engagement, cet engagement il repart de tout en haut de la direction en demandant aux équipes, évidemment, de faire en sorte de respecter l'engagement qu'on a pris. Et donc le changement il s'est concrétisé de cette manière en disant, maintenant, on a des tableaux de bord, on sait suivre, on sait anticiper, on sait visualiser, utilisons ces outils et surtout, réfléchissons à toutes les actions qu'on prend et leur impact potentiel. Et donc c'est vraiment à tous les niveaux qu'aujourd'hui, j'ai envie de dire que le travail porte ses fruits parce que, comme je le disais, les *property managers* ils doivent remplacer un gros frigo, ils ne vont jamais remplacer le grand frigo sans venir me voir. On en a pas du tout parlé mais on a travaillé sur la mobilité, sur la nôtre et évidemment, mais ce n'est pas celle qui est la plus importante à citer parce qu'on a engagé dans l'équipe environnement un *mobility manager*, qui gère les aspects mobilité de tous les immeubles. On a mis plein d'initiatives en place pour faire des parkings vélos de dingue pour que les locataires utilisent moins leur voiture et qu'ils aient des infrastructures de mobilité magiques. Je pense que la majorité des gens adoreraient pouvoir disposer de ce que nous, on a la chance d'avoir comme dispositif pour les cyclistes. Ce sont les rois ici hein. On tire une ficelle, on rentre, il y a des parkings à vélo avec des systèmes pour sécher des vêtements avec des lockers, des douches. Mais à chaque fois tout est réfléchi, les douches, on ne va pas travailler avec le stockage, voilà on ne va pas faire quelque chose sans réfléchir à l'impact. Tout ça est dans les gènes presque de chacun aujourd'hui et la sensibilisation qui a eu en interne a été quand même très importante hein. Juste pour donner un ordre de grandeur, aujourd'hui, on est un peu plus de 80 chez Befimmo, et l'équipe ESG on est 7, c'est un peu moins de 10% du personnel qui travaille sur l'ESG quoi.

Lena Lacroix: [00:51:42] Oui, ce qui est conséquent.

Frédéric Tourné : [00:51:45] Voilà, on n'a pas parlé du « S » ni du « G », mais ça bosse là-dessus à fond aussi. On n'est pas que sur l'environnement, il y a plein de choses qu'on fait à côté pour les 3 piliers, j'ai envie de dire. Mais sur les émissions, c'est clair que y a plus que ce mot là qui est dans la bouche de chacun. Encore hier ou avant-hier j'étais sur un projet de de réalisation d'un réseau de chaleur dans le quartier nord où on a plusieurs immeubles, et quand le bureau d'études m'a proposé la solution, j'ai tout de suite « descendu » le projet en disant : vous nous dites que c'est un investissement 2.500.000€ et vous faites 336 tonnes de réduction de CO2 pour cet immeuble, ce qui fait 50 tonnes par immeuble alors que notre bilan carbone, Befimmo pour le scope 1 et 2 il est de 2900 tonnes par an. Qu'est-ce que moi je vais aller chez mon management en disant, on a un beau projet de faire un réseau de chaleur. Et on va tout de suite me dire : « Frédéric, tu gagnes combien de tonnes ? 50. Mais rentre à la maison . ». En fait, ce qui a changé aussi beaucoup, c'est qu'aujourd'hui on parle en tonne de carbone, on parle en temps retours, on parle en en coût de la tonne de carbone et toutes ces dimensions sont intégrées dans les simulations qu'on fait dans les projets. Et moi je ne peux pas présenter un seul projet en interne qui met en évidence ce que ça fait gagner en carbone, ce que ça fait gagner en argent. Parce que quand on prend des initiatives, c'est souvent le locataire qui en profite, quand moi je mets des panneaux solaires, l'électricité qui est produite, ce n'est pas dans les PC de Befimmo qu'elle va, ce sont les locataires qui ont des charges qui sont moins élevées. Mais tout se calcul se valide en interne et ça a changé par rapport à avant. Moi-même je ne demandais pas toujours aux fournisseurs, dis-moi quel est le temps de retour. Je l'estimais moi-même à la grosse louche en me disant oui, c'est rentable, je vais remplacer tous les éclairages halogènes par des LED, je n'ai pas besoin qui me disent combien je vais gagner, je sais que je vais gagner. Aujourd'hui, c'est fini, c'est souvent à la tonne de CO2 que ça se calcule et qu'on évalue si le projet est intéressant ou pas plus qu'aux monétaire j'ai envie de dire.

Lena Lacroix : [00:54:17] J'ai encore une petite question juste avant que vous deviez partir, mais comment est-ce que vous voyez le futur de Befimmo chez BACA ?

Frédéric Tourné : [00:54:27] J'ai envie de dire qu'aujourd'hui on a un petit peu fait notre chemin et que on est sur des rails et sur une trajectoire qui nous rassure. J'ai envie de dire que ce qui comptait surtout au départ, c'était d'avoir le support du réseau et d'avoir BACA comme cette alliance pour se sentir un peu moins seul. Moi, le futur, j'ai envie de dire que j'aurais envie que BACA continue à exister pour ramener et continuer à ramener de l'information. Je prends un exemple, aujourd'hui, j'avais une réunion avec notre consultant qui nous aide sur tout ce qui

est émission de CO2 et il me dit : il y a SBT qui ont sorti un projet d'une note spécifique à la construction et à l'immobilier avec de nouvelles courbes de réduction, mais surtout avec une nouvelle dimension qui est celle du carbone embarqué dans les projets de construction. Et cette note en fait, elle fait 137 pages. Ils vont m'en faire un *exécutif summary*, mais ça va nous être utile et ça je me dis, si BACA m'envoie pas, c'est un peu dommage. Parce que voilà pour moi BACA c'était aussi le relais pour maintenir un peu les membres informés ou alors je rate quelque chose et je ne lis pas tous mes mails, ce qui peut arriver. Mais voilà, BACA ce n'est pas qu'aller pomper de l'info, c'est aussi la partager. Et moi j'aime bien qu'on puisse peut-être faire profiter d'autres immobilières ou d'autres sociétés, qu'elles ne soient pas immobilières, sur l'expérience qu'on a eue, parce que, comme je le disais, je trouvais frustrant de pas avoir de l'aide d'autres boîtes qui étaient présentes dans la BACA pour un peu nous rassurer. Chacun y allait de son truc et je trouvais que ça manquait un peu de pas dire de solidarité, ce n'est pas le mot, mais voilà, c'était quand même un peu défaillant parfois. Et donc voilà j'espère que BACA continue avec des projets et des choses qui peuvent rester intéressantes et surtout aussi et ça c'est un point à l'attention, faut quand même faire attention au fait qu'il y a pas mal d'initiatives qui naissent par ailleurs mais qu'à un moment donné il faut se poser la question de savoir si une initiative ne doit pas rejoindre une autre. Moi, je fais partie de plusieurs initiatives, notamment ce qui s'appelle BA4SC, c'est la Belgian Alliance for Sustainable Construction, où on traite de tout ce qui est réduction des émissions carbone du secteur immobilier et du secteur de la construction. Je fais aussi partie et je suis président de la commission technique et durabilité de l'UPSI, c'est l'Union Professionnelle du Secteur Immobilier et on parle de la réduction des émissions de CO2. Je fais aussi partie du comité de vision de Buildwise qui parle aussi des émissions de CO2. Et parfois j'aurais envie de dire : mettez-vous autour de la table et en fait, c'est un peu le rôle que j'essaie de jouer à travers toute cette participation, c'est de dire, mais attends, tu fais ça, un tel fait pareil, on ne se mettrait pas ensemble car on est plus fort quand on fait les choses ensemble. Donc voilà, c'est un peu ça l'idée. Pour l'instant ça fait longtemps qu'en fait j'ai plus trop de contacts et de nouvelles de BACA pour être franc.

Lena Lacroix: [00:58:15] Mais c'est vrai qu'il y a plusieurs membres qui disent qu'ils aimeraient bien un plus grand suivi de leur part et se sentir plus soutenu. Mais vu qu'il y a tellement de secteurs différents, je pense que c'est compliqué d'englober le tout.

Frédéric Tourné : [00:58:30] Après comme je dis, c'est ça la difficulté hein, c'est qu'il y a des secteurs différents mais ce n'est pas très grave. Il suffit peut-être de regrouper certains

secteurs et de faire des clusters un peu plus petits pour discuter avec ces secteurs-là de thématiques comme celui que je viens de citer où il y a une initiative qui est prise par SBT pour un secteur mais qui à ce moment-là au minimum si je suis encore le seul à être dans ce secteur là que la BACA envoie au moins un message pour me dire que ça existe. Bon ça va peut-être se faire, c'est juste que moi j'ai reçu l'info ce matin. Mais voilà-moi si je veux aussi faire vivre la BACA, je pourrais aussi tirer d'autres immobilières comme la nôtre et dire viens rejoins BACA parce que tu vas discuter avec moi, mais on discute déjà, mais tu vas peut-être trouver quelqu'un d'autre et c'est ça la force d'un réseau. Si le réseau, on parvient à le développer et pour l'instant je suis plus le sentiment qu'on est moins dans ce schéma-là. Après il y a parfois des choses qui se passent, qu'on maîtrise pas toujours parce qu'à un moment quand moi j'ai dit à la BA4SC que je suis aussi dans BACA, je leur ai demandé est-ce que on ne se réunirait pas. J'ai senti que ce n'était pas la volonté de cette association que BACA en fasse partie. Donc est-ce qu'il y a aussi des enjeux à ce niveau-là ? Je n'en sais rien. Je pense que ce ne sont peut-être pas des enjeux, mais peut être des objectifs ou des actions qui divergent. L'un peut-être travaille sur le réseau, l'autre évidemment est un réseau, mais travaille sur des thématiques qui sont plus concrètes. Mais j'aurais envie de dire qu'il faut des têtes de pont entre chacune pour fasse pas 2 fois le boulot quoi. Mais j'aurais envie que ça soit plus intéressant que de me rendre compte que quand je vais 3 semaines ou un mois plus tard dans un autre groupe que je me dise mince, ils en sont nulle part ceux-là, dans l'autre groupe ils sont beaucoup plus loin. J'aurais envie de dire mettez-vous autour de la table, vous allez passer toutes les étapes beaucoup plus vite et on grandira ensemble. Mais ça, c'est peut-être un vœu pieux et on ne sait pas mettre non plus tout le monde autour de la table, sinon ça rend des choses tentaculaires, impossibles à gérer également, donc ça reste complexe.

Lena Lacroix: [01:01:32] Ouais en effet. Mais il y a beaucoup de membres qui peut être priorisent pas assez justement les Science Based Target ou d'autres objectifs et du coup qui ne mettent pas assez l'accent là-dessus et donc c'est peut-être pour ça qu'il y a aussi moins de soutien parfois qui est ressenti parce que l'implication des membres n'est pas pareille, je pense.

Frédéric Tourné : [01:02:03] Oui, mais il y avait quand même en rejoignant la BACA, si ma mémoire est bonne, un engagement de ceux qui la rejoignaient à avoir introduit des objectifs endéans les 2 ans après avoir rejoint la BACA. Et donc je pense qu'à un moment donné, du côté de la BACA, il faudrait aussi faire un petit peu, peut-être un si pas un nettoyage, un état des lieux de ceux qui s'y trouvent et de demander où en sont ceux qui s'y trouvent par rapport aux

engagements qu'ils ont pris. Moi, je l'ai fait spontanément, en les remerciant et en disant, sachez que Befimmo on est arrivé au bout du chemin et qu'on a des objectifs validés. Est-ce qu'il y a un état des lieux qui est fait de la situation où en sont les membres et peut être un suivi rapproché de ceux qui ne bougent pas beaucoup et qui ralentissent peut-être les autres ? Je n'en sais rien. Mais à un moment il faut faire un petit nettoyage et se dire que voilà, on peut être membre de quelque chose, mais il y a pas mal quand même parfois des membres, et je constate ça dans d'autres regroupements, qui sont là un peu comme des « saprophytes ». Des gens ou des organismes qui viennent chercher des infos mais qui en réalité, soit ne sont pas prêts à bouger, soit se contentent de prendre l'info au passage et de ne rien faire à un moment ça ralentit quoi hein. Surtout quand en plus ce sont ceux-là qui viennent encore parfois mettre des bâtons dans les roues. Faudrait refaire un peu le topo et rassembler ceux qui sont motivés et leur dire les gars, vous êtes motivés, on va continuer avec les motivés, hein. C'est un peu comme dans la classe parfois il y en a certains qui sont au fond de la classe, qui ne font rien, mais il ne faut pas qu'ils freinent ceux qui ont envie d'avancer.

iii. Interview of Roxane Van Lerberge, Belfius (FR)

Lena Lacroix: [00:00:03] Ok, alors on peut faire en français, peu m'importe personnellement. Ça ne change pas grand-chose pour moi. J'ai écrit les questions en anglais et donc je peux les poser en anglais et vous pouvez me répondre en français sans souci ou alors en anglais comme vous préférez.

Roxane Van Lerberge: [00:00:16] Ben j'ai préparé mes réponses en anglais, mais voilà, ça dépendra peut-être aussi un peu du vocabulaire. Si ça va je passerai peut-être d'une langue à l'autre, je ne sais pas si tu veux qu'on fasse en anglais pour faire tout en anglais, peu importe aussi j'avoue.

Lena Lacroix: [00:00:28] Si vous êtes très à l'aise en anglais, on fait en anglais, moi ça me dérange pas du tout en français, c'est ma langue maternelle, donc pas de souci non plus.

Roxane Van Lerberge: [00:00:35] On va faire en français alors car ça a l'air de nous arranger toutes les deux.

Lena Lacroix: [00:00:36] Ok, ça va. Je peux peut-être commencer par me présenter encore une fois, donc je m'appelle Lena Lacroix, je suis en 2e année de master à l'UCLouvain à Louvain-La-Neuve. Je fais un master en CSR et je suis pour l'instant en train de faire un stage chez BACA et donc c'est aussi pour ça que j'ai choisi de faire mon mémoire en lien avec mon stage qui se porte donc sur la réduction des émissions de CO2 des membres de BACA. Et donc c'est pour ça que je fais une interview aujourd'hui avec vous. Vous pourriez peut-être faire pareil, vous présenter, décrire votre entreprise, votre background, et cetera.

Roxane Van Lerberge: [00:01:23] Oui, donc je travaille chez Belfius depuis 2 ans, principalement sur le trajet climat, donc le bilan carbone, le trajet SBTi, mettre toute la stratégie en route, et sur toute la réglementation européenne en termes de durabilité. Donc je travaille sur la taxonomie européenne qui définit ce qui peut être vert ou non sur le marché européen et les rapports de durabilité qui vont devoir être publiés selon des formats bien précis. Mais donc moi je fais vraiment l'aspect E plutôt dans l'équipe. Donc mon équipe ESG est dans le périmètre du CEO. Donc c'est une équipe transversale et le CEO a son département pour tous les projets stratégiques et donc nous on est un des projets stratégiques dans le périmètre CEO et donc on travaille avec toutes les branches du groupe Belfius. Donc on coordonne aussi avec la partie investissement, l'assurer et toutes les fonctions dans la banque, tout type de produits. Et avant

ça, j'ai travaillé dans la finance verte, dans la coopération en développement, donc avec des bailleurs de fonds internationaux tels que la Banque mondiale, le gouvernement belge, le gouvernement allemand, et cetera. Et j'ai travaillé aussi dans d'autres projets liés à la durabilité dans la coopération au développement pendant 6 ans et demi avant d'arriver chez Belfius. Donc ça c'est un petit peu ma position et l'organisation, je ne sais pas si tu as besoin de plus d'informations que ça.

Lena Lacroix: [00:03:02] Non, c'est parfait, c'est tout ce qu'il me faut. Du coup, je vais poser les questions en anglais comme ça, c'est plus facile vu qu'elles sont déjà écrites en anglais.

Roxane Van Lerberge: [00:03:11] Ouais, pas de soucis.

Lena Lacroix: [00:03:11] Est-ce que votre organisation porte le climat au cœur de l'organisation ? Si oui, comment est-ce que cela se traduit dans votre stratégie d'entreprise?

Roxane Van Lerberge: [00:03:22] Ouais, je pense que déjà rien que le fait qu'on soit dans le périmètre du CEO montre quand même que y a une certaine enfin, qu'il y a un certain sérieux derrière. Le département CSR au départ, avait commencé dans le département com' et il y a 3 ans, je crois, c'est devenu un département à part entière. Donc ça montre aussi que on s'est rendu compte que ce n'était pas de la com et qu'il fallait aussi avancer de manière beaucoup plus stratégique et structurée. Le moto chez Belfius c'est : « *Meaningful and inspiring for the belgian society together* ». Donc c'est vraiment, on veut aider la société belge à avancer. C'est notre rôle en tant qu'acteur financier. Mais donc ça, ça veut dire aussi bah mener la transition qui est nécessaire en termes de durabilité avec la société et donc on a chaque fois 2 parties dans notre stratégie. La première, qui est « *Walk the talk* » où nous, on montre l'exemple en faisant des efforts nous-mêmes et la 2e partie, qui est que « *Customer in the driver seat* » où on aide vraiment les clients à réaliser leur projet de transition. Donc on met tout en œuvre des produits de financement vert et cetera pour les aider à atteindre plus de durabilité. Si on parle un petit peu de gouvernance, donc comme je le disais, on a un accès direct au CEO mais on a aussi des comités stratégiques de décision qui reprennent vraiment les managements des différents Business Lines qu'on a et donc on a un conseil stratégique pour la finance durable, pour l'investissement durable et donc chaque fois-là, il y a les CEO des entités concernées et les chefs de département en fonction du sujet mais donc on a 2 de ces groupes où il y a des représentants du management. Donc je pense que on arrive à faire passer nos messages à des niveaux assez élevés que ça percole après dans le reste de l'organisation, mais il y a beaucoup d'initiatives qui

sont prises aussi des *business lines* directement et après elle nous consultent pour voir ce qui est faisable ou non en termes de durabilité. Enfin, parce que souvent, on ne veut pas être accusé de *greenwashing*, donc nous on est un peu les garants de ce qui peut être fait ou pas dans ce dans cet univers. Donc je voilà il y a une organisation top down mais y a aussi pas mal d'initiatives qui viennent de *bottom up*.

Lena Lacroix: [00:06:00] Super. Et depuis quand et comment est-ce que Belfius fait du *reporting* environnemental?

Roxane Van Lerberge: [00:06:09] On a commencé à publier un premier bilan carbone en 2018, donc on commençait déjà à publier en externe, notre empreinte, maintenant, c'était le scope 1, le scope 2 et qu'uniquement quelques parties du scope 3. Et donc avec l'aide de CO2logic à l'époque, on s'était mis des objectifs de réduction entre 2019 et 2025. C'est juste que en 2020 on n'a pas on était en train de travailler sur la stratégie 2025 et c'était vraiment se poser les questions de « qu'est-ce qu'on veut faire en tant que Belfius dans les 5 prochaines années » ? Et parmi cette stratégie 2025 il y avait des objectifs déjà de réduction de notre empreinte carbone. Donc ça c'est toujours quelque chose qui vient encore un peu pour le moment. Mais c'est vrai qu'avec notre objectif SBTi on est en train de tout revoir et élargir ces objectifs. Donc là on est en train de recalculer nos target qui seront alors plutôt 2022-2030 vu que on a, voilà d'autres méthodologies. On couvre maintenant tout le groupe. Au départ, on couvrait principalement la banque mais pas les autres filiales, bien qu'il y ait certaines filiales qui sont aussi dans nos bâtiments, donc elles étaient prises que partiellement en compte. Maintenant c'est vraiment beaucoup plus large. Et donc on communiquait principalement sur cette diminution entre 19 et 25, sur des targets qui avaient été validés par CO2logic et vérifiés par 27. Donc voilà, c'est c'était ça jusqu'à présent, la façon dont on rapportait à sur notre trajet, donc il y avait, si on peut dire, un audit de la part de 27 à travers CO2logic.

Lena Lacroix: [00:07:52] Ok, donc vous avez dit que vous avez commencé à faire ça à partir de 2018, donc c'est à dire que vous aviez déjà une grande implication concernant votre réduction avant de rejoindre BACA ?

Roxane Van Lerberge: [00:08:02] Oui, donc on a rejoint il me semble en octobre 2020.

Lena Lacroix: [00:08:08] En effet, et du coup, quelles politiques et initiatives est-ce que vous aviez mis en place avant de de rejoindre BACA ?

Roxane Van Lerberge: [00:08:18] Ben on avait ce label CO2 Natural de CO2logic qui pour nous était vraiment le centre de notre communication et de notre stratégie. C'était vraiment, on voulait garder ce label et voilà voir garder cette neutralité carbone, donc maintenant on se rend compte que la neutralité carbone, c'est n'est pas que la compensation donc on a arrêté ce label cette année. Mais c'était voilà le point central de notre stratégie, c'était avoir ce label et le garder, avoir aussi 100% d'électricité renouvelable dans notre scope 2. Donc c'était voilà, avant même d'entrer dans BACA, des choses qui étaient déjà fixées.

Lena Lacroix: [00:08:59] Ok. Et pourquoi est-ce que vous avez choisi de devenir membre de BACA ?

Roxane Van Lerberge: [00:09:05] Ben, comme je le disais, notre moto c'est « Meaningful and inspiring for the belgian society together », donc, Belfius, c'est vraiment la Banque belge, donc le fait qu'il y ait cette initiative aussi au niveau belge pour nous ça a du sens parce que c'est comme ça qu'on pouvait aussi entrer en contact avec les autres compagnies belges qui peuvent aussi être nos clients et qu'on peut réfléchir ensemble à quelles sont les difficultés, à quel est le chemin à prendre pour ensemble mener cette transition. Donc, le fait aussi qu'on soit la première Banque belge à rentrer dans BACA, c'était vraiment quelque chose d'important pour nous de montrer un peu notre ambition, que ce n'est pas uniquement de la communication, mais c'est vraiment quelque chose de concret. Voilà, avec BACA après, on s'engage quand même dans un trajet assez intense avec SBTi donc le fait qu'on soit la première banque à le faire c'est je pense un *bold step*, Je dirais surtout qu'à l'époque les *guidelines* pour les institutions financières venait d'être tout juste publié. A l'époque ce n'était pas vraiment encore hyper clair sur comment une institution financière allait faire ça. Donc voilà, on a mis aussi du temps à se dépatouiller et essayer de comprendre dans quoi on s'engageait. Je pense que on a été très ambitieux et puis on s'est rendu compte : ah oui, mais on va quand même avoir beaucoup de pain sur la planche avec ce *commitment*, donc voilà. Ça faisait quand même du sens pour nos, surtout vu notre position sur le marché belge et voilà le rôle qu'on veut prendre dans la transition climatique en Belgique.

Lena Lacroix: [00:10:46] Et est-ce que depuis que vous avez rejoint BACA du coup votre stratégie a changé vis-à-vis de la réduction de vos émissions de CO2 ?

Roxane Van Lerberge: [00:10:54] Je dirais qu'elle a évolué. Entre-temps, on a adopté une politique qu'on appelle une politique sectorielle et qui essaye de limiter les activités les plus négatives. Là-dedans, il y a vraiment des critères qui sont mis aussi par rapport au climat. Et

qui s'appliquent vraiment à notre financement, donc à notre première stratégie qu'on avait développée avec CO2logic, c'étaient vraiment nos propres émissions, enfin voilà notre building, notre site de voitures, nos collaborateurs, etcetera. Mais ce n'est pas là qu'une institution financière a le plus gros impact. Donc on a commencé la première étape, qui était de mettre une politique pour limiter. Voilà, on va plus financer l'extraction de charbon, on va diminuer, enfin, mettre un cap aux émissions dans la production d'électricité, donc si une entreprise dépasse autant d'émissions par kilowattheure, on va refuser ou alors on va engager des discussions avec elle, voir si elles diminuent, si elles ne diminuent pas, alors on escalade au niveau de décision pour voir quelles sont les mesures à prendre. Donc je pense que ça c'était un gros changement pour nous dans la banque. Ensuite, on a mis aussi en place un système de screening avec Ecovadis de nos *suppliers* afin de voir que nos partenaires aient quand même aussi un score environnemental plus acceptable. Donc là on leur demande à partir d'un certain montant, s'ils sont vraiment des gros *suppliers* de tous remplir ce critère Ecovadis, ce questionnaire, pour voir un petit peu leur durabilité. Après ben, on a dû signer quand même, SBTi ce qui était un gros, un, une grosse étape aussi, je pense que ça demande énormément de nouvelles actions chez nous. On a dû aussi voir comment calculer les émissions financées, vraiment spécifiques pour le secteur financier. Donc ça, ça nous a pris quand même un peu plus d'un an de calculer nos émissions financées. Là on vient de les publier dans notre rapport de durabilité et ça ouvre les yeux aussi sur enfin déjà l'empreinte carbone qui en ressort. C'est basé sur énormément d'estimations, mais on se rend compte que c'est énorme et qu'on a vraiment un pouvoir de faire quelque chose sur la société. Je pense qu'on a aussi participé à l'exercice des tests climatiques. Ils ont été lancés il me semble que c'était par l'autorité bancaire européenne. Donc ici aussi, on a regardé à quel point notre portefeuille est résistant à certains scénarios, donc il y avait plusieurs scénarios avec une transition ordonnée ou une transition désordonnée et un scénario *hot house*, où vraiment le monde serait beaucoup plus chaud, pour voir à quel point notre business model tiendrait la route ou pas. Donc on a fait beaucoup de choses par rapport au climat en attendant. Cette année, on a aussi publié une politique sur la façon dont on gère le climat et l'environnement. Donc je pense que c'est qu'une première version qu'on peut faire beaucoup plus, mais que voilà, c'est au moins le premier pas pour mettre une politique de ce qu'on fait et ce qu'on ne fait pas. Cette année aussi, pour la première fois, on va faire un audit externe de de notre empreinte carbone. Donc on l'avait déjà à travers de CO2logic, mais là, vraiment, on va commencer à le faire annuellement. Donc on a des auditeurs pour le moment qui sont en train de revérifier tous les calculs qu'on a faits et publiés dans le rapport annuel. Et

de toute façon, on va devoir le faire aussi pour la réglementation européenne dans les années à venir donc c'est quelque chose qui de toute façon va rentrer dans la pratique. On rapporte ainsi pour la première fois au CDP cette année. C'est aussi un gros exercice en soi. Ça demande quand même pas mal de ressources, donc là voilà on travaille pour on l'espère, soumettre à SBTi nos targets en septembre et on espère pouvoir en parler dans nos prochains rapports de durabilité l'année prochaine, en espérant que ça aille assez vite aussi de leur côté pour approuver notre target, donc on verra si c'est faisable, sinon rapportera un peu plus tard. Et donc voilà, je pense que on a beaucoup gagné en professionnalisation. Le fait de de suivre strictement les règles du SBTi, de vraiment regarder ce qu'on veut encore faire, ce qu'on veut plus faire. Je pense aussi le contexte nous a un peu poussé avec la crise du COVID, beaucoup plus de gens ont été sensibles aux sujets climatiques. On l'a vu, on avait beaucoup plus d'attente des parties externes qui nous demandaient ce qu'on faisait pour le climat. Et avec la crise énergétique, l'année passée, on a dû développer vraiment toute une vision climatique et énergétique, voire un petit peu c'est quoi la transition en Belgique. Si on arrête de financer le gaz demain bah y a la plupart de l'économie qui ne sait plus avancer. Il y a des gens qui tombent dans la pauvreté, pour nous, c'est hyper important de toujours mettre l'aspect social dans notre ambition climatique parce qu'on ne veut pas laisser les plus vulnérables de côté et ça vraiment aussi, je pense, historiquement. Belfius était quand même, la banque sociale, la banque des communes et des pouvoirs locaux et donc on ne veut vraiment pas laisser ce « S » de côté, tout l'aspect social. Donc c'est toujours un peu essayer de mettre la balance et voir si on prend telle décision quel impact ça a sur la société, dans notre rôle qu'on joue, sur la société belge.

Lena Lacroix: [00:16:30] Ok, merci pour cette réponse très complète. Et à quel point est-ce que vous pensez que ça a eu un impact ? Par ça je veux dire les politiques que vous avez mis en place pour réduire vos émissions.

Roxane Van Lerberge: [00:16:45] En termes chiffrés, là, on a publié dans notre parallèle que sur nos anciennes *targets*, 2019-25 pour le moment, on est à moins 30% donc on a déjà surpassé les *targets* qu'on voulait à la base atteindre, donc je pense qu'on est sur la bonne voie. Maintenant, je pense qu'avec SBTi, il nous reste encore beaucoup à faire. Le fait aussi d'ajouter des nouvelles catégories du scope 3, ça ne va pas être évident. Donc je dirais que voilà, ça c'est de manière très simple, je sais moins 30% jusqu'à aujourd'hui sur l'ensemble de notre bilan. Mais je pense que de manière peut-être moins directe, c'est la prise de conscience qui commence vraiment à s'améliorer. Les gens commencent un peu à comprendre. Je pense que ce n'était pas

gagné à la base dans le secteur financier. On était un peu relégué, voilà au fait que c'était le département des idéalistes un peu bobo. Je pense que maintenant on est vraiment pris au sérieux. Donc voilà, je pense que ça devient aussi beaucoup plus crédible en externe que ce n'est pas que de la communication commence à pouvoir chiffrer les choses à montrer vraiment l'impact qu'on peut avoir. Donc oui, je dirais plutôt professionnalisation de nouveau. Et en effet, on a quand même pu diminuer nos émissions depuis 2019.

Lena Lacroix: [00:18:15] Et quand vous dites moins 30%, c'est donc en comprenant les scopes 1, 2 et 3?

Roxane Van Lerberge: [00:18:20] Oui et dans le scope 3 on n'avait pas toutes les catégories donc on avait le *commuting*, *business travel*, *waste*, dans les achats catégorie A on avait l'eau et le papier et je pense que c'est plus ou moins tout. Mais je peux vous envoyer notre rapport de durabilité c'est bien noté. Après en cours de route, on avait aussi ajouté nos franchises et notre IT qui a aussi diminué entre-temps. Mais il me semble que le moins 30% c'est sur les catégories que je vous ai donné.

Lena Lacroix: [00:18:55] Ok, merci. Du coup, je pourrai retrouver toutes les données dans vos rapports, c'est parfait. Et à quel point est-ce que c'est important chez Belfius, dans l'organisation dans son ensemble, de réduire ces émissions par rapport aux autres buts que poursuit l'entreprise ?

Roxane Van Lerberge: [00:19:11] Ouais. Dans la stratégie peut être ESG, donc la stratégie de durabilité de Belfius, on a 6 engagements et les 2 premiers sont liés à notre empreinte climatique. Donc faut toujours diminuer notre empreinte climatique et avoir de l'électricité renouvelable. Donc c'est vraiment le corps de notre stratégie ESG de manière générale, maintenant, il faut savoir aussi que nos objectifs ESG sont aussi liés à la rémunération du *Senior Management*. Donc la rémunération variable de ce *Senior Management* dépend de de ces KPI où on essaye de réduire notre empreinte climatique. Donc je pense qu'ils l'ont assez à cœur aussi par-là, parce que ça influence leur bonus. Donc voilà le fait que ce soit les 2 premiers engagements dans la stratégie ESG et que de fait de notre moto « *Meaningful and inspiring for the belgian society together* » on essaie de mettre quand même la durabilité dans tout ce qu'on fait. Je pense qu'on joue aussi un peu ce rôle de l'exemple vu que notre *shareholder* principal enfin à 100% c'est l'État belge, donc on doit jouer ce rôle de montrer l'exemple et avancer. On est aussi souvent challengés avec des questions parlementaires pour voir ce qu'on fait pour le

pour le climat. Donc voilà, je pense que on n'a pas le choix, mais c'est aussi ce qu'on veut faire, c'est notre conviction.

Lena Lacroix: [00:20:52] Parfait, et est-ce que vous avez remarqué des changements chez Belfius après avoir rejoint BACA ?

Roxane Van Lerberge: [00:21:04] Il y a quand même, comme je disais un gros professionnalisme. Il y a également le fait aussi de connaître bien mieux que ce qu'il faut faire, comment il faut le faire. Je pense que notre rapport de durabilité a aussi énormément évolué, il s'est professionnalisé. Je pense que comme je le disais aussi avant le fait de d'avoir beaucoup plus de *awareness raising*, les gens comprennent aussi beaucoup mieux, participent aux différentes conférences organisées par BACA. Donc c'est bien qu'on ait reçu ici, toutes ces ressources techniques. Et ça nous a permis aussi de se rendre compte qu'il fallait engager des ressources humaines en plus pour mener toute cette trajectoire, donc, notre équipe a aussi énormément grandi depuis, donc aussi ceux qui travaillent sur le climat. Et ce qu'on apprécie aussi beaucoup, c'est partager les expériences avec les autres membres de BACA et donc participer à tous ces webinaires, c'est toujours très important pour nous, pour comprendre un peu quels sont les défis de nos clients et les défis de nos paires quand y a d'autres institutions financières qui sont là. Je sais que Triodos a quand même parlé aussi plusieurs fois aux derniers événements donc, pour nous, c'est toujours aussi intéressant de comprendre à quel point on est sur la même voie ou pas. Donc je trouve que c'est bien d'avoir ce genre de communauté d'échanges de pratique. Ça nous aide énormément.

Lena Lacroix: [00:22:40] De fait, surtout qu'ils ont plusieurs institutions bancaires, donc ça doit être intéressant pour vous de d'échanger.

Roxane Van Lerberge: [00:22:47] J'ai l'impression que les banques ne font pas ça facilement. Je parle de partager de l'information. Même quand ça vient de la durabilité, c'est chaque fois chacun un peu son terrain gardé, donc c'est bien d'avoir ce genre de forum ou en fait au final à travers ce genre de forum, ça passe beaucoup plus facilement que dans les meetings avec que les banques au niveau de la Fédération.

Lena Lacroix: [00:23:12] Bah tant mieux. Je pense que c'est leur but aussi d'aider toutes les institutions à ce qu'ils puissent s'aider entre eux. Mais du coup on peut parler maintenant plus en détail des Sciences Based Targets en tant que telles. Donc depuis que vous avez rejoint

BACA, vous n'avez pas encore de de *target* qui est validée. Mais quels sont les *targets* que vous visez ?

Roxane Van Lerberge: [00:23:38] Officiellement, on a signé *Below 2 degrees*, mais dans l'intérêt qu'on est en train de calculer, on essaie d'utiliser du 1.5 partout où c'est possible. Le trajet pour le transport dans les *tools* SBTi ne nous permettait pas encore de mettre du 1.5 et le tout lui existe pour le moment qu'avec un scénario *well below 2 degrees*. Donc voilà, y a peut-être un ou deux endroits où c'est juste pour s'assurer qu'on puisse le faire. Et alors on n'a pas signé le net zéro parce que le *framework* Net zéro SBTi n'était pas encore sorti. Là, ils vont enfin publier un *draft* maintenant qui devrait être adopté à la fin de l'année. Donc ce n'est pas qu'on n'y croit pas. On est sûr qu'on veut, et qu'on devra faire du net zéro, c'est juste qu'on aimerait d'abord comprendre à quoi on s'engage pour dans quel *timeframe*, et selon quelle méthodologie. Donc on va le faire très certainement. Je pense que de toute façon, personne n'a le choix, on doit tous tendre vers là, mais on ne veut pas faire de *greenwashing* et on ne veut pas promettre des choses en avance comme on a en peut-être fait. On a peut-être un peu appris de nos erreurs aussi avec ce label CO2Neutral qu'on avait jusqu'à présent où voilà, de la neutralité carbone, c'est bien plus complexe que ça. Donc on doit d'abord vraiment faire une analyse de ce qui est requis du secteur bancaire. Ensuite se demander comment on va le faire et ensuite, on signera probablement le net zéro.

Lena Lacroix: [00:25:10] Et quels obstacles et difficultés est-ce que vous avez rencontré pendant votre trajectoire SBT ?

Roxane Van Lerberge: [00:25:20] Euh, je dirais la complexité, donc savoir communiquer clairement. Tout parler de ce que scope 1, 2 et 3 ça ne parle vraiment pas au sein de la banque. Donc, de toutes ces catégories donc c'est vraiment essayer de vulgariser le plus possible cette science climatique, les calculs qu'on fait, expliquer vraiment sur quoi ça porte, ce qui est *in scope* et *out of scope*, ce qui est enfin, voilà ce qui je pense aussi quand on parle de scope 3 tout le monde dit oui mais ça fait aucun sens et que du double comptage c'est des émissions de quelqu'un d'autre. Donc c'est vraiment leur expliquer oui mais c'est une manière de gérer aussi nos risques et notre rôle dans la transition donc je pense que beaucoup de communication c'est quand même un challenge à savoir. Simplifier et expliquer pourquoi on le fait, comment on le fait. Je pense que on a dû aussi ajouter une grosse couche de *quality management* pour s'assurer que ce soit auditable, qu'il y a vraiment toute une documentation derrière d'un calcul que ce soit fait vraiment de manière beaucoup plus professionnelle, qu'on comprenne les problèmes de

qualité de données qu'on essaie de trouver des solutions à long terme. Mais je pense que le plus dur aussi en interne, c'est de gérer un peu toute cette incertitude justement, ces calculs, on change de méthodologie et notre empreinte carbone change, mais c'est parce qu'on a changé de point de données. On n'avait pas vraiment les données exactes pour faire un bilan carbone, donc, on faisait des ratios monétaires et puis on passe à une autre méthodologie, on fait des ratios sur base d'un point donné un peu plus concret et donc y a beaucoup d'instabilité. Il y a beaucoup d'incertitudes ce qui, dans le secteur bancaire, n'est pas quelque chose auquel on est habitué. Ce n'est pas aussi facilement communicable, je dirais, à notre management. Et puis maintenant notre *baseline* est republié, mais on est en train de recalculer notre *target* et ils se rendent compte à quel point c'est ambitieux et à quel point ça va être difficile. Donc là je pense que ça fait peur à certains, donc on doit être le plus clair possible sur notre plan d'action. Je pense que le plan d'action qu'on doit soumettre à SBTi est peut-être un peu *high level*, car on doit montrer qu'on a pris en compte pas mal d'actions, qu'on travaille un petit peu sur tous les plans. Mais en interne on a besoin de beaucoup plus pour convaincre notre management. On doit commencer à chiffrer toutes les actions, voir combien de ressources humaines on a besoin pour mener à bien ces actions, de combien est le budget et quelles sont les limites. Donc on voilà, on va devoir être très concret, ce qui n'est pas toujours facile quand on travaille avec des estimations et donc on verra ce que ça donne. On en reparlera en septembre à priori.

Lena Lacroix: [00:28:07] Ok, et est-ce que vous sentez soutenu par BACA pour atteindre justement ces objectifs que vous espérez atteindre ?

Roxane Van Lerberge: [00:28:20] Je pense le fait d'avoir ces échanges sur les bonnes pratiques, d'avoir aussi de présentation de bureaux de consultance qui sont spécialisés là-dedans et de comprendre un peu mieux que voilà, quel est tout l'environnement dans lequel on évolue, de pouvoir échanger avec nos *stakeholders*. Je pense que oui, enfin, en fait, c'est la première fois qu'on a ce genre de groupe thématique et donc on le prend avec grand plaisir. Et voilà, je ne sais pas à quel point on pourrait aller plus loin et à quel point les gens seraient aussi prêts à partager beaucoup plus. Je pense qu'on a encore un peu incertitude, savoir ce qui sera suffisant ou pas pour SBTi, quel genre de questions ils vont nous poser après la soumission. Mais ça dépend vraiment d'un acteur à l'autre et de comment il a formulé son dossier. Donc je ne suis pas sûre que BACA sache non plus répondre à ce genre de demande, je ne sais pas.

Lena Lacroix: [00:29:31] Et comment est-ce que vous voyez le futur de votre adhésion à BACA ?

Roxane Van Lerberge: [00:29:41] On espère toujours être la première banque à avoir nos *targets* approuvés enfin, en tout cas grande banque commerciale, je dirais. Parce que je pense qu'on ne sait pas vraiment se comparer toujours à Triodos. On n'a pas le luxe de pouvoir vraiment focaliser nos activités uniquement sur une partie de l'économie belge. Notre actionnariat fait que on doit servir toute l'économie belge, donc ce serait intéressant oui, qu'on soit cette première banque et qu'on puisse peut-être partager ça aussi avec d'autres membres de BACA. Mais ce qui, pour nous aussi, est très intéressant, c'est d'avoir accès à toutes ces grosses entreprises belges qui travaillent déjà et qui pourraient aussi nous aider à convaincre d'autres de nos clients de s'engager. Donc on, on parle souvent de BACA aussi à nos clients pour leur dire, voilà, si vous voulez commencer, c'est une bonne manière de partager l'expérience et de le faire de manière structurée. Donc avoir de manière plus large, ce réseau, et pouvoir identifier aussi les acteurs qui font déjà des choses. On pourrait les prendre en exemple, on pourrait utiliser aussi dans nos relations client. Ça serait également très intéressant.

Lena Lacroix: [00:30:59] En effet. Et comment est-ce que vous communiquez vos actions climatiques à travers votre *network* et en dehors de celui-ci ?

Roxane Van Lerberge: [00:31:11] On a déjà parlé du rapport de durabilité. Là on fait pour la première fois le CDP, quand on a signé notre *commitment* SBTi on a fait un *press release*. On a souvent des événements avec différents *stakeholders* principalement nos clients, donc on fait souvent chaque année un événement avec nos clients dans le secteur public. Donc on leur parle de ce que nous on fait et de ce qu'eux pourraient faire aussi en tant qu'acteur public. Donc là, l'année passée, on a présenté par exemple c'est quoi un bilan carbone et un trajet SBTi. Donc je pense que c'est, voilà, ce genre d'événements où on parle à différents *stakeholders*. Puis on reçoit aussi beaucoup de questionnaires de nos investisseurs, de quand on est des *suppliers*, on doit y répondre à un questionnaire Ecovadis pour nos parties prenantes, on a des agences de rating qui nous posent des questions, on a des ONG, donc là on doit souvent expliquer notre stratégie climatique, mais c'est souvent donc à la demande de certains *stakeholders*. Voilà, je dirais que ça ce sont les principales actions de communication qu'on a.

Lena Lacroix: [00:32:27] Ce qui est déjà assez large également. Et vous avez parlé de Ecovadis qui est important pour vos *suppliers*, mais est-ce que c'est également pour les clients afin qu'ils s'engagent au niveau climatique ?

Roxane Van Lerberge: [00:32:40] Non donc pour les clients, on a une autre approche qu'on a lancée ici en janvier, qu'on appelle « Corporate ESG ambition ». Parce qu'on se rend compte que les grosses entreprises, elles, ont déjà un plan ESG et de durabilité assez bien fait et elles ont aussi les ressources pour le faire. Mais on se rend compte que les moyennes entreprises ou les petites et moyennes entreprises ne sait pas par où commencer parce que c'est trop compliqué qu'il y a beaucoup trop, ... Donc on a lancé, ce n'est pas un produit, mais c'est vraiment une approche avec le client où on gère la relation avec le client et donc on leur parle un petit peu de ce qu'est ESG. Il y a toute une réglementation européenne qui va arriver qui va aussi professionnaliser tout ça et donc on est là aussi pour les aider. En fonction de leur secteur on a des ambitions ESG, qui sont matérielles pour eux et donc on les incite par exemple, bah le climat ressort presque tout le temps, mais donc si le climat ressort, on leur dit qu'un exemple de choses à faire, c'est de s'engager dans un trajet SBTi et d'avoir le support de BACA. S'ils sont je ne sais pas, dans la construction par exemple, on va leur dire aussi, ben ça serait bien de travailler sur la biodiversité. On a donc plein de d'éléments dans le E, le S et le G. Et on s'est basé sur des référents internationaux qui disent quel facteur E, S ou G est matériel par secteur. Donc on n'a rien inventé, on a repris ce qui est dans les standards internationaux et ce qui est que l'Union Européenne fait aussi parce qu'ils ne vont pas tout réinventer, donc on les aide un peu à anticiper en se disant ben pour vous, ce serait quoi les aspects les plus importants à attaquer en premier et que ce ne soit pas juste du *Nice to have*, *greenwashing* et cetera, mais que ça soit vraiment rempli de sens. Donc s'ils le font, ils ont un *reward*, donc c'est un *cashback* qu'ils peuvent utiliser soit pour de la philanthropie donc, nous, on a des organisations préférées, soit ils peuvent voilà en faire ce qu'ils veulent. Mais donc ce *cashback* dépend aussi un peu de la relation qu'il a avec Belfius. Plus ce sont des gros clients, plus ce montant est important. Mais ça, ce n'est pas du tout lié à un produit, c'est plutôt on vous pousse à fournir des efforts pour votre propre transition et on vous *reward* en conséquence. C'est plutôt l'approche client, être sûr que tout le monde s'engage dans cette transition, comprenne ce qu'il y a à faire et qu'il commence au moins par quelque part.

Lena Lacroix: [00:35:19] Super. Et est-ce que d'après vous, ce serait une bonne idée et une valeur ajoutée que BACA prenne un rôle plus important dans le monde public et politique ? Et si oui, pourquoi ?

Roxane Van Lerberge: [00:35:32] Je pense que ça serait intéressant, pourquoi pas. Je ne sais pas trop quel rôle il pourrait jouer. Chez nous en fait, c'est assez sensible parce que notre

actionnaire c'est l'État belge. On ne peut pas vraiment faire du lobbying, mais on se rend compte que c'est parfois aussi un peu incompris de certains acteurs politiques qui ne se rendent peut-être pas encore compte soit de l'urgence, soit de la complexité qu'il y a derrière. Donc ce serait évidemment très intéressant et je pense que c'est un peu à tous notre rôle d'avancer. Mais donc là je parle vraiment du politique. Maintenant dans le reste de la sphère publique, j'imagine qu'il y a quand même déjà une un bon positionnement, une bonne visibilité. Enfin, c'est peut-être que je suis biaisée parce qu'on est dans l'association, mais voilà. Je n'ai pas trop d'idée de comment et ce qui serait possible de faire pour qu'ils prennent un rôle plus important.

Lena Lacroix: [00:36:41] Ok et du coup on arrive à la fin de de mes questions, mais je ne sais pas si vous voulez rajouter peut-être certaines choses que vous avez mis en place chez Belfius ou si vous avez d'autres idées qui pourraient être intéressantes.

Roxane Van Lerberge: [00:36:58] Je pense surtout que pour nous, c'est le début d'une grande trajectoire qu'on n'a pas encore fini de découvrir. Là, on parlait du fait qu'il y a encore le net zéro qu'on devra considérer à un moment. Par exemple là, on a calculé nos émissions financières, mais tous les jours on a des nouvelles méthodologies pour des nouveaux types de financement. Là ils viennent de publier pour l'assurance, ou le financement d'entité souveraine de pays et donc en fait, on se rend compte que tout le temps on aura quelque chose à ajouter, à recalculer. Qu'on devra revoir nos ambitions resoumettre à SBTi. J'ai l'impression que on a déjà bien avancé, mais qu'il faut se rendre compte que ce n'est pas un exercice qu'on fait qu'une fois que c'est un gros trajet qui sera fait en continu et c'est ça qui le rend aussi intéressant. Voilà c'est cet aspect un peu de « faut pas croire que tout est acquis » mais plutôt que on a et encore un beau chemin devant nous. C'est quelque chose qu'on n'a peut-être pas encore discuté. Et sinon je pense qu'on a couvert la plupart.

Lena Lacroix: [00:38:03] Oui, je pense que c'était assez complet et je pense clairement que vous êtes sur la bonne voie et que vous avez envie de mettre plein de choses en place et du coup que ça va faire que de s'améliorer. Mais du coup je vous remercie d'avoir pris le temps de répondre à mes questions en tout cas.

Roxane Van Lerberge: [00:38:25] Je me demandais, vous faites des interviews avec d'autres acteurs du monde financier ?

Lena Lacroix: [00:38:29] Oui, je vais aussi faire avec une interview avec VDK. Et pour Triodos, ils ne m'ont pas encore répondu, mais j'attends une réponse de leur part.

Roxane Van Lerberge: [00:38:34] Ok. Chouette.

Lena Lacroix: [00:38:38] Mais du coup a priori, normalement, c'était vous 3 et d'autres organisations mais qui sont dans d'autres secteurs.

Roxane Van Lerberge: [00:38:47] Est-ce qu'on pourra voir le résultat de votre thèse ou un résumé du résultat ?

Lena Lacroix: [00:38:49] Alors oui, bien sûr. Pour l'instant j'ai demandé à chaque fois dans l'email si l'information qu'ils me partageaient était confidentielle ou pas et donc pour l'instant personne a demandé de confidentialité donc je pourrai transmettre les résultats et de ma thèse si ça vous intéresse. Je m'étais dit qu'à la fin, j'enverrai un mail aux personnes ayant participé pour savoir si ça les intéresse ou non et pour leur envoyer mes résultats.

Roxane Van Lerberge: [00:39:18] Merci beaucoup.

Lena Lacroix: [00:39:19] Ben merci à vous et je vous souhaite une bonne après-midi et je vais regarder du coup les rapports pour avoir les chiffres plus en détail.

Roxane Van Lerberge: [00:39:28] Je peux vous les envoyer par mail si vous voulez.

Lena Lacroix: [00:39:30] Ah oui, c'est top comme ça je ne dois même pas chercher. Voilà, merci beaucoup en tout cas et bonne journée.

Roxane Van Lerberge: [00:39:35] Bonne chance et je vous souhaite une bonne journée.

Lena Lacroix: [00:39:38] Bonne journée à vous au revoir.

Roxane Van Lerberge: [00:39:41] Au revoir.

iv. Interview of Chris Vansnick, Bpost (NL)

Lena Lacroix: [00:00:01] Misschien mag je je eerst voorstellen, Bpost voorstellen, enzovoort.

Chris Vansnick: [00:00:11] Dus ik ben Chris Vansnick. Ik ben directeur Group Sustainability sinds vorig jaar. Ik ben nog maar een jaar in de functie, maar ik werk al sinds 6 jaar voor Bpost in verschillende functies. Ik ben gestart in operaties. Ik heb ook strategie gedaan. In de laatste 2,5 jaar heb ik in de VS gezeten voor Radial. We hebben ook subsidiaries in de VS. En ben gestart als consultant, ik heb ook nog een luchthaven gewerkt, maar dat is minder relevant. Wat je moet onthouden is dat ik geen achtergrond heb in Sustainability per se, het is een zeer nieuw domein die in volle ontwikkeling is. Dus misschien gestart met een kleine achterstand, maar ik denk dat heel veel van mijn collega's moeten zich ook bijscholen, want het is een topic in volle evolutie. Nu zal ik Bpost even snel voorstellen. Bpost is een grote Belgische onderneming. We zijn de grootste werkgever in België. We hebben ongeveer 25.000 werknemers in België, 36.000 werknemers over heel de wereld. Een omzet van 4,5 miljard, ongeveer en tot nu toe proberen we daar winstgevend te doen. En het bijzondere aan Bpost is dat wij in België we hebben de grootste vloot van wagens. We hebben ongeveer 10.000 voertuigen rondrijden en typische kleine en middelgrote bestelwagens. We hebben ook de grootste vloot van vrachtwagens, van trekkers, een goede 600 vrachtwagens op de weg elke dag om jullie pakjes en brieven te verzenden. Daarnaast heb je ook nog veel activiteiten in de e-commerce, dus omdat onze business wordt geactualiseerd door een dalende brievenmarkt. Dus tot nu toe, onze grootste bron van winst die gaat elk jaar omlaag, die wordt gesubstitueerd door elektronische briefwisselingen, e-mail en een andere mediatype. En daardoor zijn we sinds enkele jaren, gaan focussen op andere activiteiten en voornamelijk in de e-commerce logistics. Dus we overzien logistieke dienstverlening voor retailers, dus bedrijven die online en of offline verkopen. Dat doen we zowel in Europa als in de VS. Dus onze grootste acquisitie in de VS was Radial en dat is zeg maar één van de grotere bedrijven in de VS die e-commerce dienstverlening doet.

Lena Lacroix: [00:03:49] Nu kunnen we het meer over het milieu hebben. Draagt Bpost klimaat en het milieu hoog in het vaandel? En zo ja, hoe vertaalt zich dat in uw bedrijfsstrategie?

Chris Vansnick: [00:04:06] Bpost is al sinds 2017 zeer rauw bezorgd over zijn CO2 uitstoot en ook sindsdien we zijn een van de eerste leden van BACA, dus we hebben ons toen ook geëngageerd en hebben we onze SBTi targets ingediend. In 2017, toen was ze dat stuk, maar het minder ambitieus niveau dus. In die tijd was onze target 2°, daarna kwam de well below 2°

en onze targets die zijn gevalideerd. Dus eind vorig jaar, in 2022 zijn onze nieuwste targets gevalideerd en die zijn gealigneerd met de 1,5° scenario. Het is zeer belangrijk voor ons. Sinds 2017 hadden wij ook onze carbon footprint bij, dus nu recentelijk met de nieuwe Science Based Targets hebben die zelf verfijnd en uitgebreid. Aangezien de significante impact op het milieu, denken we dat we daar ook een significante bijdrage toe kunnen dragen. En vanaf dit jaar is dat een van onze 3 strategische doelen. De eerste strategische doel is een wereldspeler worden op e-commerce logistiek. Tweede doelstelling is onze activiteiten in België een nieuwe wind in blazen, dus onze verankering hier in België en versterken en het derde doelstelling is een referentie te worden op duurzaamheid. En dus voor ons is duurzaamheid zowel de sociale duurzaamheid als de ecologische duurzaamheid. Dan binnen ecologische duurzaamheid is, zeg maar, het hebben echt tegen de klimaatverandering heel belangrijk. Daarbij is er ook afvalbeheersing en circulaire economie. Misschien wel ver gerelateerd is met CO₂, maar het niet het eerste doelstelling is.

Lena Lacroix: [00:06:17] Super. Hoe en sinds wanneer traceert en rapporteert Bpost haar milieupraktijken? Is deze informatie gecertificeerd door middel van audits?

Chris Vansnick: [00:06:30] Ja dus, zoals ik al zei, sinds 2017 rapporteren wij op onze carbon footprint die we in ons jaarverslag rapporteren en we rapporteren eenmaal per jaar, zowel op scope 1, 2 als 3. En nu recentelijk gezien de veranderingen rond de vereisten van SBTi hebben we ons scope 3 uitgebreid. Dus scope 3 is, als je weet, een heel breed begrip.

Lena Lacroix: [00:07:12] En is deze informatie gecertificeerd door middel van audits?

Chris Vansnick: [00:07:17] Ja, onze carbon footprint wordt altijd door de audit DNV nagekeken.

Lena Lacroix: [00:07:25] Hoe dacht u over de vermindering van uw CO₂-uitstoot voordat u bij BACA kwam?

Chris Vansnick: [00:07:42] Zoals ik al zei, ik ben sinds één jaar in de functie, dus ik kan moeilijk in het verleden kijken. Mijn voorganger, ik heb met hem helaas niet kunnen spreken omdat die uitgevallen is. En, ik denk dat, zeg maar BACA en onze doelstellingen als strategie dat zijn elementen die elkaar versterken ook door de actualiteit, de regelgeving, de vereiste van de klanten en de competitive landscapes van onze concurrenten. Dat zijn allemaal elementen

die maken dat duurzaamheid, zoals ik al zei, in onze top 3 prioriteiten zijn geslopen. Terwijl dat in 2017 was dat belangrijk, maar daar zie ik wel een evolutie, zeg maar vroeger, voor 2021, was er een bedrijfsstrategie en een duurzame strategie, dus we deden onze business en daarnaast wouden we ook goede dingen doen voor het milieu. Terwijl nu is dat integraal onderdeel van onze strategie. We kunnen niet de één zonder de ander zien. Dus het is door onze duurzaamheid dat wij een license to operate hebben en we zijn al overtuigd dat als je niet op een duurzame manier jouw bedrijf kunt voeren, dan ga je uitgesloten worden in de markt, dan ga je geen diensten meer mogen aanbieden of gaan klanten niet meer bij jou aankopen. En wij denken erover en wij willen daarin proactief zijn en een referentie zijn. Voordat we “moeten”, willen wij zelf ons pad kiezen, zelf onze strategie uitstippelen, zelf kiezen waar wij de accenten leggen in plaats van dat het opgelegd wordt door de regelgever of door onze klanten.

Lena Lacroix: [00:09:45] En waarom hebben jullie gekozen om lid te zijn van BACA?

Chris Vansnick: [00:09:52] Ik denk, om eerlijk te zijn, dat wij niet zo een super actieve lid zijn. Maar wat wel heel belangrijk is, is dat BACA enerzijds visibiliteit gaat geven aan bedrijven en tonen welke bedrijven zeer bezorgd zijn rond het milieu. Die boodschap ook uitdragen aan onze concullega's, aan de bedrijven binnen België om zich ook te engageren rond klimaatverandering. En ten derde wat BACA en The Shift voorzien is, een netwerk van bedrijven waarmee we prospectus kunnen uitwisselen, kennis kunnen delen, die ons toelaten om daar voortgang in te maken, want dat is een sector en een onderwerp in volle ontwikkeling.

Lena Lacroix: [00:10:50] En sinds jullie lidmaatschap aan BACA, welke initiatieven en beleiden hebben jullie ingevoerd?

Chris Vansnick: [00:11:00] Maar de grootste hefboom, is de elektrificatie van onze last mile vlood. Dus ons elektriciteitsverbruik in België is dat vandaag al 100% groen dus op zich kunnen is het moeilijk om daar nog te verbeteren. Daar kunnen we nog wel verbeteren in onze andere entiteiten, bijvoorbeeld in de VS we hebben vandaag nog geen groene stroom. Een tweede is onze vrachtwagens dus die 600 vrachtwagens waar ik een begin over had. Daar hebben we vandaag eigenlijk nog geen technologie, er nog geen beschikbaar technologie die dat kan reduceren. Wij doen dan wel aantal initiatieven rond LNG (Liquified Natural Gas). We hebben een aantal trucks op LNG die hebben een kleine uitstootvermindering van 5 a 10% CO₂, maar dat is geen huge improvement. Waar we wel open in de toekomst zijn, is te kunnen overschakelen op bio LNG. Dus dat is methaan, dus aardgas dat wordt opgewekt op een

biologische manier, bijvoorbeeld door het dierlijk afval of andere methodes, dus dat zal ons wel toelaten om die CO₂ te reduceren. Op dat segment, van de grote vrachtwagens, kijken wij ook naar dubbeldeks trailers, dus het zijn de trailers die we op twee niveaus kunnen laden, dus daardoor kunnen wij 60 a 70% meer volume laden op een rit eigenlijk. Dus zeker nu met de pakjes hebben wij heel veel ritten tussen onze sorteercentrales dus als we die met die dubbeldeks trailers kunnen uitvoeren, dan moeten we veel minder ritten doen om hetzelfde volume pakjes te vervoeren. Maar dan kom ik bij het laatste en meest belangrijke nog ongeveer 1/3 van onze scope 1 uitstoot en dus de uitstoot van de wagens die bij jou in de straat rondlopen om pakjes te leveren. En dat zijn de kleine bestelwagens, de kangoeroes en de jumpers van deze wereld, en daar zijn we volop aan het inzetten om die over te schakelen op elektriciteit. Dus dat bracht heel veel uitdagingen, technische veranderingen enzovoort. Maar vandaag is er wel een technologie beschikbaar die toelaat om onze CO₂ te reduceren. Ik wil ook iets vermelden die waard is, waar we heel trots op zijn, is onze Ecozones. Ecozone is een concept dat bij een tweetal jaar geleden hebben ontwikkeld. We zijn daarmee begonnen in Mechelen en vandaag halen we dat uit naar momenteel 14 andere steden en daar zijn ze vooral gefocust op urban logistics binnen grote en middelgrote steden. Willen wij enerzijds uiteraard al leveringen uitvoeren met 7 omissie wagens, wagens op batterijen. Maar daarnaast gaan wij ook kijken naar hoe kunnen wij zoveel mogelijk rondes doen met cargofietsen. Zij hebben het ontwikkeld waarbij een elektrische fiets kan een bakkje trekken en dan een trailer en aanhangwagen waar vele pakjes in kunnen en dus zeker in stedelijk gebied is dat aantrekkelijk, omdat daar hoge densiteit is, en relatief weinig kilometers aan veel pakjes en zeker nu met verschillende steden die het verkeer beperken in zones, dus autovrije zones creëren. Waardoor dat de fiets opeens een hele aantrekkelijke optie wordt. En tenslotte maken we ook gebruik van lokkers, die staan voor pick-up and drop-off en zo dat onze klanten pakjes kunnen ophalen in zo een locker of bij de krantenwinkel op de buurt. Wij zorgen ervoor dat een heel uitgebreid netwerk is, zodat quasi elke klant binnen de 400m een ophaalpunt heeft. En waarom is dat zo belangrijk die ophaalpunten? Voor 2 redenen: één werkende efficiënter leveren. Dus een huis leveren is nul of één pakje en in een locker kunnen wij dat Misschien 4, 5, 10 pakjes, dus het is efficiënter. En tweede, de levering is ook altijd succesvol, want één van de vervelendste aspecten van onze business is, wij komen bij je thuis, en er is niemand thuis, dus wij kunnen dat pakje niet leveren. Dat is niet alleen vervelend voor de klant, die moet dan daarna alsnog naar een postpunt gaan, maar ook wij moeten extra kilometers afleggen voor de tweede levering. En dus dat is

ons project om het te vermijden. Daarom zijn die pick-up and drop-off punten zo interessant, omdat die zijn altijd open en de levering is dus altijd succesvol.

Lena Lacroix: [00:16:30] Enoe doeltreffend zijn deze beleidslijnen en initiatieven geweest voor de vermindering van de CO2-uitstoot?

Chris Vansnick: [00:16:45] Dat is één van de uitdagingen zeker in de afgelopen twee jaar met Corona hebben we een enorme toename gezien van het aantal pakjes. Tijdens Corona tijd, denk ik zijn onze pakjes bijna verdubbeld. Waardoor wij dus meer moeten rijden en dus eigenlijk meer op de baan zitten, meer ritten doen en meer uitstoten. En wat we ook merken is dat onze elektrificatie, dat is maar goed dan wel in gang gekomen eind vorig jaar. Maar er was ook een lange levertijd van die elektrische wagens. We hadden veel supply chain issues, de chips die uit het China moesten komen die lieten heel lang op zich wachten of die konden niet getransporteerd worden door Corona lockdowns. Dus daardoor hebben pas in het laatste kwartaal van vorig jaar, onze eerste stappen kunnen zetten in de reductie van de CO2. Vandaag, onder de streep als je kijkt naar onze footprint zal je maar een heel beperkte reductie zien. Vorig jaar, dus tussen 2021 en 2022 hebben we denk ik, vind ik, een mooie reductie van 7% gehaald, dat is een zeer erg goede stap. Maar als we kijken naar onze basis jaar dat 2019 is en dat net voor corona was, is maar een reductie van 1% wat veel te weinig is om onze doelstelling te halen.

Lena Lacroix: [00:18:37] En welke veranderingen heeft u opgemerkt in uw organisatie na uw lidmaatschap van BACA?

Chris Vansnick: [00:18:54] Ja nogmaals met een grote footnote, ik ben nog maar één jaar aanwezig. Zoals ik al zie BACA heeft ons ondersteunend en dan helpt om wat ruchtbaarheid te geven aan onze inspanningen. Maar ja, bedrijven moeten vooral een interne drive hebben om te realiseren dat het heel belangrijk is. Je moet leiders hebben, je moet het management hebben die achter die doelstellingen staan. Bijvoorbeeld in Europa, kan je zien dat dat heel goed lukt, ik denk dat de meesten en de overgrote deel van de meerderheid overtuigd is van het belang van klimaatverandering en het belang dat we iets aan moeten doen. Als ik kijk naar onze collega's in de VS of in andere wereld delen, het lijkt me change is niet noodzakelijk on top of their mind en sommigen zijn zelfs niet van overtuigd dat het een issue is.

Lena Lacroix: [00:20:03] Dus je hebt over SBT's gesproken, wat zijn eigenlijk de targets dat jullie geïmplementeerd hebben?

Chris Vansnick: [00:20:18] We hebben short term targets gevalideerd, dus ons doel is voor tegen 2030 onze scope 1 en scope 2 emissies met 55% te reduceren en de scope 3 met 14%. Dus ik denk dat dat de correcte formulering is. Of anders kan ik die op de website nalezen.

Lena Lacroix: [00:20:39] Nee zo is het perfect dank u. Met welke uitdagingen waren jullie geconfronteerd tijdens jullie SBT-traject ?

Chris Vansnick: [00:20:51] Het challenge met SBTi is dat het een zeer rigoureuus proces is, dus dat is een uitdaging, omdat je heel sterk in je schoenen moet staan. Je moet heel veel data verzamelen, je moet heel veel onderbouwen om validatie te krijgen. Dus dat is uitdaging, maar dat vind ik tegelijkertijd ook een geruststelling in die zin dat elk bedrijf die SBTi targets gevalideerd kijkt, dat zijn targets die solide zijn, die geverifieerd zijn, die gebaseerd zijn op wetenschappelijke principes. Wat maakt dat het dat belangrijk is en dat je vertrouwen hebt in die organisatie en in de targets, want daarvoor zijn er nog altijd heel veel bedrijven die claims maken en die ongefundeerd zijn. Dus dat is een uitdaging omdat de consument die weet niet dat het heel complex materie is, dat het heel moeilijk is om dat te verifiëren en zelf voor mensen die in de job zitten, dat is heel moeilijk om die data te verzamelen in onze gebouwen. Dus voor de consument, is dat onbegrijpbaar en als iedereen maar claims maakt altijd, dan weet je ook niet meer wie te beloven. Dus daarom vind ik het goed dat SBTi zo'n rigoureuus proces in werking stelt om dat te realiseren.

Lena Lacroix: [00:22:41] Wat heeft uw organisatie moeten implementeren om uw doelstellingen met succes te valideren?

Chris Vansnick: [00:22:52] Dus ja, de grootste was de datacollectie proces. Eén omdat je moet data verzamelen over al je processen in het bijzonder de scope 3 uitstoot dat zeer flou is en voor interpretatie vatbaar en een moeilijk te berekenen. Dus enerzijds dat datacollectie proces, de tweede element dat het voor Bpost heel complex maakt, is omdat wij veel entiteiten hebben over heel de wereld, dus we moeten niet in mijn die data verzamelen voor Bpost België, maar ook voor de Verenigde Staten, Europa, Azië en Australië. Daar moeten wij overal heel veel tijd, geld en moeite in steken. Ook omdat er heel veel kleinere organisaties zijn, Bpost is een grote organisatie, maar veel van onze filialen zijn kleinere organisaties waar misschien een tiental mensen werken en die niet noodzakelijk onderbouwd zijn om al die informatie te vergaren, te verzamelen. En voor veel van die informatie die we nodig hebben, zijn er geen goede systemen beschikbaar, maar dat zijn Excel, zijn facturen, enzovoort die ze moeten opvragen om dan de

CO2 berekening te doen. En terwijl voor financiële informatie daar heeft iedereen een goed boekhoudstelsysteem met een goede database waar alle informatie kan uithalen, maar voor niet financiële informatie staan we nog in onze kinderschoenen.

Lena Lacroix: [00:24:38] Hoe ondersteunt BACA om uw doelstellingen te bereiken?

Chris Vansnick: [00:24:47] Ik weet niet of zij heel actief zijn betrokken geweest als SBTi submittie. Dat is vorig jaar gebeurd en we hebben dat voornamelijk intern gedaan.

Lena Lacroix: [00:24:59] Hoe ziet u uw evolutie als lid van BACA in de toekomst?

Chris Vansnick: [00:25:08] Zoals ik al zei, BACA is een mooi instituut en we zijn voornamelijk via The Shift lid. The Shift is het referentie netwerk op vlak van duurzaamheid, dus daar zijn we nog van plan om lid te blijven. Dat is goed voor de visibiliteit, dat is goed om een netwerk te hebben zijn. We organiseren ook events dat toelaat om onze kennis te vergroten en ons netwerk uit te bouwen.

Lena Lacroix: [00:25:40] In verband met jullie klimaatacties, hoe communiceren jullie over deze acties binnen en buiten uw netwerk?

Chris Vansnick: [00:25:54] Onze communicatie is op verschillende gebieden. Enerzijds, zeg maar, via onze netwerken. We hebben een Belgisch netwerk hebben we hebben ook postale netwerken, we hebben ook heel veel netwerken met onze collega's post operatoren doorheen met namelijk Europa. We communiceren ook heel veel via onze sociale media; LinkedIn, Facebook, Instagram. En daarna voor grote projecten voorbeeld, zoals die Ecozone is, doen wij ook regelmatig press releases, zeker voor de lokale pers is het belangrijk als we aan te kondigen of als we nieuwe Ecozone hebben of als wij nieuwe initiatieven hebben, dan gebruiken we ook press releases.

Lena Lacroix: [00:26:44] En moedigen jullie jullie leveranciers en jullie klanten om actief om SBT's in te stellen of op een andere manier voor het klimaat te handelen?

Chris Vansnick: [00:26:56] Voor de klanten, om eerlijk te zijn, heel veel klanten geven ons druk om duurzamer te worden. En naar onze suppliers toe hebben sinds een aantal jaren hebben we een supplier code of conduct. Waar dat al ons suppliers zich aan moeten houden en waar ook er mensen zijn voorzien rond sociale en ecologische duurzaamheid. Wij maken ook gebruik

van het Ecovadis netwerk, dat is een rating agency die helpt onze suppliers te raten op gebied van duurzaamheid. En sinds vorig jaar rapporteren wij ook over het aantal suppliers dat wordt zijn gevalideerd door Ecovadis en het percentage van suppliers die ook SBTi targets hebben. Dus voor ons is dat een belangrijke indicator om op te volgen en zo druk te zetten op onze leveranciers om ook duurzamer te werken.

Lena Lacroix: [00:27:59] Ik heb nog een laatste vraag. Zou u het een toegevoegde waarde vinden als BACA een prominentere rol opneemt in publieke/politieke sferen? Zo ja, hoe?

Chris Vansnick: [00:28:12] Als een soort lobbyorganisatie, wil je zeggen. Ik denk dat dat zinvol kan zijn. Wij zijn natuurlijk al betrokken in verschillende organisaties, sectorspecifiek, omdat het meer impact heeft. Dat is een interessante vraag, ik weet niet wat dat zou betekenen. Want de meeste leden van BACA en van The Shift zijn bedrijven en typisch het spanningsveld dat ik zie is dat moeten we voortgaan maken op de klimaatverandering langs de andere kant heel veel van die regelgeving en veroorzaakt een enorme administratieve rompslomp. En dat maakt het niet gemakkelijker voor bedrijven, dus dat is een beetje de kritiek dat ik soms heb op al die nieuwe regelgeving, alhoewel dat het de doelstelling van die regelgeving, daar staan we 100% achter. Maar wat we merken is dat wij heel veel tijd en moeite steken in de rapportage en eigenlijk compliance. We moeten heel veel bewijzen, moeten heel veel rapporteren, we moeten heel veel aantonen en de juiste dingen aantonen, uiteraard. Maar dat neemt veel tijd en resources waardoor we goed gaan rapporteren. Maar we zijn niet noodzakelijk bezig met de activiteiten, die initiatieven om effectief onze CO2 te reduceren. En, dat is een beetje het spanningsveld dat ik zie, dus hoe kunnen we in de juiste richting gaan op een efficiënte manier. Waardoor mensen niet voornamelijk bezig zijn met de rapporteren, maar voornamelijk bezig zijn met de technologieën met activiteiten om effectief de CO2 te reduceren.

Lena Lacroix: [00:30:26] Dank u voor alle antwoorden. Dit waren mijn vragen voor het interview. Ik weet niet als je iets wilt toevoegen rond Bpost of jullie klimaatacties rond de vermindering van jullie CO2 uitstoot.

Chris Vansnick: [00:30:48] Ja, de hot topic binnen mijn industrie is nu de CSRD. Ik heb geen enkele vragen daarover gehoord. Dat is een top of mind, denk ik, van elke duurzaamheidsmanager in België en dan in Europa in het algemeen. Dat is een tsunami aan nieuwe vereisten dat we op vlak van niet financiële informatie moeten voorzien. En ik denk dat Bpost in a pretty good shape is. Wij rapporteren al heel veel over niet financiële informatie en

zeg maar de gap, we moeten overbruggen om CSRD-compliant te zijn. Dat zal al bij al nog meevallen en we zijn een groot bedrijf en we kunnen dat dragen, maar ik hou mijn hart vast voor kleinere bedrijven of bedrijven die nog veel verder staan of die nog niet begonnen zijn aan hun duurzaamheid journey daar. Daar heb ik heel hard mijn twijfels bij, hoe dat dat ons gaat verlopen, gezien de snelheid waarmee al die regelgeving wordt ingevoerd, dus dat is iets dat leeft binnen de industrie.

Lena Lacroix: [00:32:10] Ja inderdaad. Dank u voor jouw antwoorden en om de tijd te hebben genomen om deze interview te doen.

Chris Vansnick: [00:32:21] Geen probleem. Ik wens u veel succes op u thesis.

v. Interview of Sara De Decker, Colruyt Group (NL)

Lena Lacroix: [00:00:01] Misschien mogen jullie twee jullie voorstellen, waar jullie werken, wie jullie zijn, jouw background, enzovoort.

Sara De Decker: [00:00:12] Ja oke, mijn naam is Sara De Decker. Sinds 2016, eind 2016, werk ik bij Colruyt groep, maar eigenlijk maar sinds 2020 officieel binnen de dienst duurzaamheid waar ik stafmedewerker ben. Mijn inhoudelijke focus zit vooral eigenlijk op alles wat met klimaatverandering te maken heeft. Ook een stukje in energiebeleid, mobiliteitsbeleid en dergelijke, maar vooral klimaatverandering, monitoren van emissies daar de methodologie blijven opvolgen, blijven verbeteren. Daarnaast kijk ik ook naar een aantal sociale thematieke, maar meeste deel van mijn tijd gaat dus exact naar wat dat jij ook kunt bezig mee bent in jouw studie.

Ingrid Callens: [00:01:04] Ik ben Ingrid. Ik heb eigenlijk 20 jaar in de farma gewerkt, in het domein van de clinical trials, dus onderzoek rond medicatie voor dat op de markt komt. Ik was er op uitgekeken en jaar geleden en dan heb ik beslist om een jaartje te studeren. Ik heb duurzaamheid gestudeerd aan de Hogeschool Gent. En dan heb ik toch beslist om mijn carrière in die richting verder te zetten en ben ik sinds januari dit jaar bij Colruyt groep gestart binnen het team Sustainability. Ik ben op dit moment vooral een soort administratieve ondersteuning aan het doen, een beetje stage lopen, om alles te leren kennen, om bij te leren. Vandaar ook dat ik er hier bij zit, dan kan ik ook naar jou mee luisteren, was Sara te vertellen heeft. En, ik hoop dat een tweede termijn van mijn carrière kan betekenen binnen het domein van de duurzaamheid.

Lena Lacroix: [00:02:26] Mijn eerste vraag is, draagt uw organisatie klimaat en milieu hoog in het vaandel en zo ja, hoe vertaalt het in jouw organisatiestrategie?

Sara De Decker: [00:02:52] Het antwoord daarop is heel eenvoudig: ja. Zeker milieu breed, maar ook specifiek alles wat met mijn uitstoot en klimaatverandering te maken heeft, daar zijn we eigenlijk wel echt al heel lang mee bezig. Het is al sinds de jaren 80 in de organisatie binnen gesijpeld. Eerst vooral vanuit de optiek van: Colruyt staat bekend voor de laagste prijzen, als je aan klanten de laagste prijzen wilt aanbieden, dan moeten we ook zorgen dat we operationeel heel efficiënt werkt. En dat betekent ook vaak dat je weinig grondstoffen verbruikt, dat je niet vaak iets weggooit, dat je spaarzaam omgaat met de dingen. Dat is iets wat eigenlijk

al sinds het begin van het bedrijf er wel een stuk inzatz. In de jaren 90 vooral dan, is dan het besef gekomen van: wat dat wij aan het doen zijn, dat is eigenlijk ook wel duurzaam en ecologisch. Dat was toen pas dat dat ook in de bedrijfswereld echt naar boven kwam, dat thema. En toen zijn we echt wel die link beginnen leggen van ja het feit dat wij zorgen dat we heel weinig energie verbruiken, bijvoorbeeld, het feit dat wij ons afval heel nauwgezet gaan sorteren, om dat dan ook te kunnen doorverkopen of om minder kosten te hebben, het feit dat we zo minstens mogelijk inrichtings materialen weggegooid, bijvoorbeeld. Dan is wel die link gekomen van dit is ook wel Sustainability en er is dan geleidelijk aan ook al die verbreding gekomen naar andere thema 's ook het sociale bevoordeeld, maar milieu is altijd wel echt de basis geweest en is ook vandaag een topprioriteit.

Lena Lacroix: [00:04:34] Oké, super. Sinds wanneer en hoe traceert Colruyt de rapportering van uw organisatie in hun milieupraktijken?

Sara De Decker: [00:04:49] Echt milieu rapportering, dat is sinds sinds 2010 in ons jaarverslag. En doorheen de jaren is dat meer en meer expliciet geworden, dus bijvoorbeeld in in 2008 zijn we begonnen met onze CO2-uitstoot te meten en op te volgen voor scope 1 en 2. En ze hebben een belangrijke plaats in ons jaarverslag.

Lena Lacroix: [00:05:24] Oke, welke beleiden en initiatieven hebben jullie ingevoerd voordat jullie lid waren van BACA?

Sara De Decker: [00:05:39] Ik nodig je zeker uit om eens op onze corporate websites te gaan kijken : *colruytgroep.com*, daar vind je ook heel veel terug. Als ik dan specifiek over CO2 reductie heb, dan zijn er wel een aantal grote zaken die we gedaan hebben. Eerst en vooral groene elektriciteit. Dat is eigenlijk al sinds, ik denk, 2010 dat wij volledig groene elektriciteit sourcen. Dat is een belangrijke. Een ander element dat ook een groot stuk van onze uitstoot was, dat was ons gekoeld transport en niet zozeer de camions. Ik weet niet of dat je dat weet, maar de distributie van Colruyt werkt met zo'n cool karren, dus wij hebben geen gekoelde vrachtwagens, maar wij hebben karren die we dan meezetten op de camion, zodat er eigenlijk een gemengd transport is. Dus zowel ja mondvoed goederen als dan de conserven of dingen die niet gekoeld moeten zijn, plus dan koelkarren waar de verse producten in zitten en een diepvriesproducten elk in een ander type kar. En vroeger waren dat CO2 koelkarren, wat dat betekent is dat er vloeibare CO2 (soort droog ijs) in die karren geïnjecteerd wordt, die dan de goederen koud moesten houden. Maar dat is een heel groot bron van CO2-uitstoten van

broeikasgassen en hebben we daar jarenlang R&D onderzoek naar gedaan om tot een alternatief te komen. En zo is de *liquid ice container* ontstaan. Dus een groot stuk zelf ontwikkeld waar dat er niet meer met CO₂ gewerkt wordt, maar eigenlijk wel een soort vloeibare mengeling van water en zouten. We hebben dan een *life cycle* opgedaan en er was een verschil van 87% voor klimaat impact. En dus nu zijn die liquidités bijna volledig uitgerold, dus dat er quasi geen enkele CO₂ koelkarren meer zijn, maar heeft een hele grote impact gehad op onze uitstoot, ik denk 35.000 ton of zo. Dan voor de rest, we zijn al enkele jaren bezig met het extra isoleren van onze winkels, waar we dus veel minder aardgas of stookolie verbruiken, dus ook minder uitstoot. Sommige winkels zijn vandaag ook in die mate goed geïsoleerd, dat we daar kunnen gebruik maken van restwarmte. Dus onze voedingswinkels die hebben zo een gekoelde vers kamer, waar er een redelijk stevige koelinstallatie voor nodig is. En doordat we die koelinstallaties ook allemaal aan het aanpassen zijn naar natuurlijke koelmiddelen die ook veel minder *global warming potential* hebben, kunnen we die warmte recupereren en die gebruiken om de winkelruimte zelf te verwarmen. Dus we slagen erin vandaag om ook winkels te bouwen die helemaal vrij zijn van fossiele brandstoffen die eigenlijk nul uitstoot hebben tijdens de dagelijkse activiteiten. Dus waar dat we een groene stroom en dan warmterecuperatie hebben, maar dat was als we geen aansluiting meer hebben voor de gas. Dat zijn zo de grote acties geweest. Voor de rest, op het vlak van transport zijn we meer en meer aan het elektrificeren, omdat daar moet een grote impact, denk ik, nog komen in de volgende jaren.

Lena Lacroix: [00:09:45] Ok super en dus jullie zijn lid van BACA sinds 2020, maar waarom hebben jullie gekozen om een BACA lid te worden?

Sara De Decker: [00:09:57] Twee redenen eigenlijk denk ik. Enerzijds natuurlijk een Belgian Alliance for Climate Action, gezien dat het zo'n belangrijk onderwerp is voor Colruyt Group konden we dat niet maken om geen lid te worden. Maar het tweede element is wel die link met Science Based Targets. Dat is iets wat we nog niet hadden bij Colruyt Group, maar wat er intern dan wel pogingen waren. En daarin zagen met BACA ook wel een opportuniteit, een kans om het een beetje een officieel arrangement in zit op te vragen aan de management als ze akkoord dan akkoord waren om dan een jaar lang die methodologie te gaan. Dus dat was ook wel zeker een reden om daar een opening te creëren.

Lena Lacroix: [00:10:53] Welke beleiden en initiatieven hebben jullie dan ingevoerd nadat jullie lid waren van BACA?

Sara De Decker: [00:11:04] Ik denk dat het grootste verschil is dat we officieel begonnen zijn met onze scope 3 te meten. Dat we tot dan toe eigenlijk niet deden. In 2008 was er daar wel een poging om die te meten, maar dat was toen nog veel complexer om daarmee te starten. Vandaag is de methodologie ook al een pak verder. Dus dat was ook wel iets dat we daar achter geloven. En ja, dat was inderdaad na de ondertekening van BACA, dat we echt scope 3 zijn beginnen meten. Nu we zijn vandaag twee jaar verder en ik kan wel zeggen dat we naar data methodologie en zo ondertussen nogal veel verdere stappen gezet hebben. Dus we zijn daar nou echt aan het verbeteren en verbeteren en verbeteren. En we hebben ook, sinds BACA uiteraard, ons Science Based Targets dossier ingediend en dat is ondertussen ook gevalideerd. Maar naar echt nieuw beleid, heb ik niet het gevoel dat dat zoveel verschil gemaakt heeft. Omdat we waren al heel hard bezig voor scope 1 en 2, dus dat zijn we gewoon aan het verder doen. En ons scope 3 zijn we ook nogal aan het zoeken van wat zijn de structurele zaken die we gaan beginnen veranderen.

Lena Lacroix: [00:12:20] En dus je hebt gezegd dat jullie scope 3 meer acties hebben gedaan, maar welke acties hebben jullie ingevoerd?

Sara De Decker: [00:12:30] We gaan nu beginnen met ook naar leveranciers structureel vragen te stellen en ook om zich ook aan te sluiten bij SBTi om ook goede klimaatplannen te zetten. Maar voor de rest kan ik niet zeggen dat we al heel structurele reductie acties of zo hebben opgezet. Omdat we nu nog aan het zoeken zijn van hoe gaan we met onze leveranciers in overleg gaan rond duurzaamheid. Dat is iets waar we echt nog aan het opstarten zijn en dat we nog veel over moeten nadenken.

Lena Lacroix: [00:13:26] Oké, maar hebben de ingevoerde acties, hebben ze al geholpen jullie CO2 te verminderen?

Sara De Decker: [00:13:40] Nee, dat denk ik niet. Omdat we voor scope 3, zoals ik al zei, zijn we blijvend aan het werken aan hoe we dat goed kunnen meten en opvolgen. We hebben nu basisjaar 2021, maar we hebben onze methodologie weer wat aangepast dus we kunnen dat niet echt vergelijken. Ik hoop wel dat volgend jaar, als we de metingen gaan doen van 2023, dat we wel dat verschil kunnen zien, omdat we nu redelijk tevreden zijn over onze methodologie. Die kan stabiel blijven en dan kunnen we verschil beginnen zien. Maar dat is daarnet nog te vroeg voor, plus het feit dat we nu pas die toenadering tot leveranciers aan het zoeken zijn op dat vlak. Daar gaan nog een beetje tijd vragen.

Lena Lacroix: [00:14:39] En hoe prioriteert Colruyt Group de vermindering van CO2-uitstoot tussen alle andere doelstellingen?

Sara De Decker: [00:14:52] We proberen om echt heel bewust naar alle milieupact categorieën te kijken. Wat dat we ook doen is een *Organisation Environmental Footprint*, de OEF methodologie van de Europese Commissie, die gaan toepassen om echt heel goed te kunnen zien voor welke productcategorieën zijn welke milieu impact factoren het belangrijkste, zodat we dan heel gericht kunnen gaan werken, van is CO2 het belangrijkste, is klimaatverandering het grootste *issue*, dan kunnen we daar onze acties op focussen. Maar soms is dat ook evenzeer water gebruiken bijvoorbeeld of ontbossing dan een veel groter issue is dan klimaatverandering op zich. Is CO2 vandaag een prioriteit? Ja, absoluut. Maar voor alles wat er waardeketen betreft proberen we net geïntegreerd daar naar te kijken. De impact zit vooral in de producten die wij verkopen, maar er zitten ook vaak heel veel sociale issues aan de bron of de oorzaak. Bijvoorbeeld ontbossing is super belangrijk, maar vaak liggen daar sociale problematieken. En bijvoorbeeld alles wat dan een grote bron was van CO2 emissies, dus het zijn alle dierlijke producten die wij verkopen, dat is minder evident om daar reducties te doen. Je kunt gaan werken op veevoer bijvoorbeeld, je kunt gaan werken op meststoffen die gebruikt worden of op stal management, ... Maar daarvoor moet wel eerst de relatie met die landbouwers opbouwen, moeten goed weten van wat zijn de *issues* waar zij vandaag mee te maken hebben. Dus we proberen ons niet alleen op CO2 te houden, maar liever naar alles kijken. Maar het is uiteraard wel belangrijk.

Lena Lacroix: [00:17:08] Welke veranderingen hebben jullie opgemerkt bij Colruyt na jullie lid waren van BACA?

Sara De Decker: [00:17:26] Niet echt veel veranderingen, zou ik zeggen. Eerder die openheid die we hadden en die tijd kregen om die SBTi methodologie te gaan onderzoeken. Dat is wel belangrijk geweest, natuurlijk. Maar voor de rest, zie ik niet meteen gevolgen die je kan toeschrijven aan de lidmaatschap van BACA.

Lena Lacroix: [00:17:49] Oké, we gaan nu een beetje meer breder praten over de SBT's. Dus welke soort Science Based Targets hebben jullie gezet?

Sara De Decker: [00:18:04] We hebben een reductie target op scope 1 en 2 van 42% tegen 2030 ten opzichte van 2021. Dat is de doelstelling voor scope 1 en 2. Dan voor scope 3 hebben

we er twee. De ene doelstelling is eigenlijk een verplichte doelstelling, omdat wij fossiele brandstoffen verkopen, dus dat is een reductie doelstelling die van 42% absolute uitstoot in de gebruiksfase bij de consument tegen 2030 opnieuw met 2021 als basisjaar. Maar de belangrijkste doelstelling eigenlijk is een engagement doelstelling naar onze leveranciers waar dat wij ons engageren om 77% van het aankoop cijfer tegen 2027 te laten gedekt zijn door Science Based Targets. Dus dat we eigenlijk 77% van de leveranciers, volgens de aankoopcijfersn, ook gaan overtuigen om zich daarbij aan te sluiten en om een goede klimaatplan te ontwikkelen. En deze targets zijn gevalideerd sinds één maand.

Lena Lacroix: [00:19:21] Oké super en met welke uitdagingen bent u geconfronteerd tijdens die SBT traject?

Sara De Decker: [00:19:31] Ja, eerst staan vooral natuurlijk die bepaling van scope 3. Dat is eigenlijk niet evident zeker. We hebben een heel groot productportfolio dat we moeten mee in rekening nemen. Dat is nog altijd een uitdaging om daar op een goede manier mee om te gaan. Plus ook onze activiteiten zijn heel divers, waardoor dat we ook in scope 3 heel wat verschillende categorieën moesten of wouden meenemen en dat we wel redelijk in detail gegaan zijn. Dus dat is zeker een uitdaging om daar een goede berekening maken waaraan geconfrontabel bij voelt en tegelijk ook data kwaliteit blijven verbeteren doorheen de jaren. Pas dan echt de SBT of de validatie procedure, dat heeft eerst en vooral heel lang geduurd. Daar zijn daar heel lange wachttijden, dus dat was wel vervelend. Ik denk dat wij meer dan half jaar hebben moeten wachten. We hebben in augustus ingediend en we hebben moeten wachten tot begin februari, wat echt wel lang is. Maar die procedure op zich dat is intensief natuurlijk. Heel veel vragen krijgen en binnen de twee dagen moet je erop antwoorden, dus dat is niet te onderschatten. Maar het is heel belangrijk om alles super goed te gaan documenteren. Je moet voor alles een uitleg hebben. Nu is dat dat allemaal wel gelukt, maar ik herinner mij nog uit die validatie procedure dat zij heel diep gingen dat als zij heel kritische detail vragen stelde waar dat niet als evident was om dan meteen het antwoord te vinden of zo.

Lena Lacroix: [00:21:25] En wat heeft Colruyt moeten implementeren om die doelstellingen te valideren?

Sara De Decker: [00:21:34] We hebben gewoon die berekeningen moeten op punt zetten voor scope 3. We hebben daar ook wel wat extra tooling rond, maar dat was op zich niet echt nodig daarvoor.

Lena Lacroix: [00:21:49] Jullie hebben niks moeten invoeren?

Sara De Decker: [00:21:53] Nee eigenlijk, ik zou niet denken wat we daarvoor iets in te voeren hebben moeten implementeren.

Lena Lacroix: [00:22:10] Oké en hoe heeft BACA u geondersteund om de validatie van de targets te bereiken?

Sara De Decker: [00:22:31] Niet zoveel, denk ik. Nee, we hadden af en toe kort contact gehad met telkens iemand van BACA om te vragen waar we in de procedure stonden. Maar meer dan dat eigenlijk niet. We hebben soms we wat infosessies georganiseerd en anderen was ik er ook gewoon bij. Maar het is gewoon dat ze eerder gericht waren op bedrijven die er totaal nog niet mee bezig waren en dat wij zowel iets te matuur waren of zo en dat we daar minder konden uithalen. Dus dat lijkt me wel interessant als BACA de komende jaren nog verder zaken gaan doen en dat er meer wordt gekeken naar de leden die wel al een stapje verder staan. Want het lijkt mij nog altijd wel heel interessant om zaken te kunnen uitwisselen met bedrijven die gelijkaardige challenges hebben, om op een andere manier erover na te denken, of om dingen te kunnen delen.

Lena Lacroix: [00:23:40] En, hoe ziet u de evolutie als lid van BACA in de toekomst?

Sara De Decker: [00:23:47] Ik kan moeilijk inschatten, omdat het voor ons nooit heel concreet geweest is. Wij zijn uiteraard wel lid van The Shift en via The Shift zijn wij wel regelmatig aanwezig op evenementen of webinars of zo. Maar in mijn hoofd is het onderscheid met BACA niet altijd super helder. Dus als BACA zaken organiseert, dan proberen we dat wel bij te wonen als het relevant is. Ik herinner me dat ze ook een keer een soort open brief gestuurd hebben naar een overheid, denk ik, om je klimaatambitie te vragen. Dat is uiteraard goed als dat ze dat ook blijven doen, zo inderdaad een beetje op de hoogte houden van de politieke agenda en nog meer bedrijven motiveren om daar ook mee aan de slag te gaan. Dat lijkt me wel belangrijk.

Lena Lacroix: [00:24:47] En zouden jullie vinden dat het een toegevoegde waarde is als BACA meer prominente rol opneemt in de publieke of politieke sfeer.

Sara De Decker: [00:25:01] Ik vermoed het wel, ja. Er zijn vandaag niet zoveel andere organisaties die daar echt vanuit het bedrijfssector doen, heb ik het gevoel. Dus dat is wel een ruimte die kan ingevuld worden, denk ik, door BACA.

Lena Lacroix: [00:25:19] Oké en voor jullie klimaatacties dat jullie invoeren, hoe communiceren jullie binnen of buiten jullie netwerk over deze acties?

Sara De Decker: [00:25:35] We hebben uiteraard ons jaarverslag, onze corporate website, maar dat is minder minder proactief, of dat bereikt een minder groot publiek. Maar wat we wel proberen te doen is, als we tastbare acties nemen, om dat ook via de verschillende winkelformules dan tot beide klanten te krijgen. Of dat het nu via sociale media of in de winkel. Bijvoorbeeld op onze *liquid containers* hangt op elk op de zijkant van elke container zo een grote sticker met wat uitleg over waarom dat het beter is voor het milieu. Als een klant die dan toevallig ziet staan in de winkel, kan die het dan lezen. Maar ja, het is natuurlijk nooit heel zeker. Dus in het winkelpunt willen we dat ook wel zichtbaarder maken. We hebben nu ook een soort duurzaamheidspublicatie die dan elk jaar komt en de klanten kunnen dat ook consulteren. Maar dat wordt niet heel hard gepusht, dat is vooral voor medewerkers dan, omdat ze allemaal een boekje met de voornaamste duurzaamheidsrealisaties thuis krijgen, maar eigenlijk de grote constante daarin is onze communicatie concept voor duurzaamheid “Stap voor stap” met 4 icoontjes: dierenwelzijn, gezondheid, samenleving en milieu. En daarmee proberen we wel een consistent verhaal op te bouwen om over de duurzaamheid te communiceren heel breed.

Lena Lacroix: [00:26:55] En moedigt u uw leveranciers en klanten om actief SBT's in te stellen of jullie communiceren met hen op een andere manier om klimaat te handelen?

Sara De Decker: [00:27:13] Ja dus naar leveranciers, gaan we expliciet die vraag stellen. Op onze leveranciersdag gaan we ook alle leveranciers vragen stellen. Het is vooral eigenlijk op meetings met leveranciers, omdat onze aankopers die hebben regelmatig overleg met elke leverancier en daar staat er nu al vast op de agenda om het daarover te hebben. Dus dat is onze strategie, eerder dan daar grote perscommunicatie zo over doen, het is echt gewoon meer één op één met leveranciers het daarover te hebben. Maar daar zijn we nu nog wel aan het kijken en in kaart aan het brengen van hoeveel van onze leveranciers hebben we vandaag al goede klimaatplannen, wie moeten we zeker nog extra benaderen, wat is eigenlijk de *gap* nog wel met onze doelstelling en hoe gaan we zorgen dat we die tegen 2027 halen. Maar dat zal vooral één op één zijn met de leveranciers zelf.

Lena Lacroix: [00:28:16] Nu voor het moment gaan jullie niet neen specifiek aan jullie leveranciers zeggen als zij niet een heel uitgebreid klimaatplan hebben?

Sara De Decker: [00:28:29] We willen onze leveranciers vooral ook de kans geven om dat wel op te bouwen en niet nu al zeggen van jullie hebben dat niet, dan sorry je komt er niet in. Nee, langdurige relaties met leveranciers zijn wel heel belangrijk voor ons. We willen hen ook wel de kans geven om daarnaartoe te werken en willen ook, als dan nodig, ondersteuning geven en zo dus niet gewoon zeggen van, en nu gaat het deur toe. Maar gewoon hoe kunnen we nu samen zorgen dat dat wel gebeurt? En mocht dan blijken dat een leverancier over 3 jaar nog altijd geen enkele intentie heeft om iets te doen, dat is iets heel anders natuurlijk. Maar we gaan dan niet nu neen zeggen tegen leveranciers.

Lena Lacroix: [00:29:10] Ja en ik denk dat het het beste traject is, zodat jullie ze ook de opportuniteit geven om te beteren. Dus dat waren mijn vragen voor deze interview, maar ik weet niet als jij misschien iets wilt toevoegen voor de interview.

Sara De Decker: [00:29:44] Vooral dat een soort lerend netwerk voor bedrijven die al verder staan, dat dat dan wel echt interessant zou kunnen zijn voor ons. Voor de rest heb ik niet echt veel meer aan toe te voegen.

Lena Lacroix: [00:30:01] Perfect, ik denk dat het heel compleet was en dat ik alle informatie die ik nodig heb. Dus dank u voor deze interview, aan beide van jullie twee.

vi. Interview of Alice Lemesle, Alpro/Danone Belux (FR)

Lena Lacroix : [00:00:00] Vous pouvez peut-être commencer par vous présenter, présenter où vous travaillez, votre background et cetera.

Alice Lemesle : [00:00:07] Ouais alors du coup, je m'appelle Alice, je suis *sustainability manager* pour Danone Belux. Danone Belux, qui regroupe différentes catégories dont en fait Alpro qui fait partie aussi du scope des entités locales. Donc j'ai aussi Alpro dans mon scope pour le marché Belux, ainsi que donc des toutes les marques *dairy* : donc Danone, Activia, Danette, Danio, Actimel, enfin toutes celles que tu connais et *waters* : donc Evian, Badoit et Volvic, et ce qu'on appelle *specialized nutrition*, donc tout ce qui est la nutrition infantile et médicalisée avec les marques nutritives. Moi je fais partie du secrétariat général au sein de Danone Belux qui est du coup une fonction transverse à toutes ces différentes catégories. Donc j'ai dans mon scope, toutes ces catégories-là. Et mon objectif c'est d'accompagner vraiment les différentes fonctions de l'entreprise, que ce soit *sales*, marketing, R&D sur en gros comment intégrer la *sustainability*. Déjà définir ensemble la roadmap pour Danone Belux, ensuite l'implémenter et les accompagner quotidiennement sur leurs différents projets donc en lien avec tous les sujets autour de l'emballage, l'économie circulaire, de l'affichage environnemental, du climat, du carbone, de tout ce qui a attiré aussi au B Corp et aux autres types de reporting. Je m'occupe aussi de la certification B Corp pour Danone Belux. Donc en termes de background. Donc en fait, je suis Française. J'ai travaillé chez Danone depuis 3 ans et demi. D'abord en France, sur ce qui était plus spécifiquement économie circulaire et emballage. Puis ensuite un peu aussi sur l'affichage environnemental, et donc ça fait maintenant 1 an et demi que je travaille chez Danone Belux, après avoir fait 6 mois chez Alpro. Sinon, j'ai fait dauphine, une école de d'éco-gestion à Paris et un master à Dauphine en spécialisation développement durable. Mais donc pas technique en fait, beaucoup plus sur les grands enjeux contemporains, les accords internationaux, les accords de Paris que j'ai vu en long et en travers et autres types de gros sujets. Et du coup c'est via mon travail chez Danone depuis 3 ans et demi que je me suis formée plus techniquement sur certains sujets. Sachant que, en *disclaimer*, donc j'ai d'abord bossé sur l'économie circulaire et emballage, donc tout ce qui est emballage, différentes résines, recyclabilité, ça je maîtrise correctement. Par contre ensuite j'ai plutôt bossé sur tout ce qui était en lien avec l'affichage environnemental, les sujets autour aussi de l'agriculture et maintenant le sujet carbone qui vient à mon agenda plus progressivement et qui est un sujet sur lequel j'ai encore pas mal apprendre, même si, bien sûr j'en connais déjà beaucoup. Mais c'est vrai

qu'aujourd'hui je n'ai pas fondamentalement de connaissances ultra poussées sur ce sujet. Après si tu me parles de *carbon sequestration*, de pérennité, d'*offset* et cetera, bon, ce sont des sujets que je commence à enfin avoir en tête, mais j'ai encore pas mal d'expertises à acquérir et d'ailleurs c'est pour ça que Antoine [*nouveau stagiaire d'Alice Lemesle*] va aussi être une pierre ajoutée et beaucoup nous aider pour consolider un peu cette expertise plus locale. Parce qu'on voit que maintenant, ça doit vraiment être concrétisé au niveau local et on peut plus uniquement se cacher derrière les SBT du groupe, on doit aussi faire en sorte de faire atterrir ça au niveau Belgique.

Lena Lacroix : [00:04:13] Tout à fait, mais du coup Alpro fait entièrement partie de Danone ?

Alice Lemesle : [00:04:19] Ouais. Alors en fait Alpro du coup initialement était séparé et était organisé au niveau européen et moi quand j'y étais en tant que *sustainability manager*, on s'occupait donc de certains pays d'Europe de façon intégrée. Maintenant chaque pays qui vend Danone, réintègre dans son scope la partie Alpro de *sustainability*, même si les projets *sustainability* pour la plupart sont encore gérés au niveau global, à minima au niveau local on doit avoir une bonne vue dessus la mise en place et l'implémentation des projets au niveau européens.

Lena Lacroix : [00:05:00] Ok, parfait. Et du coup, chez Alpro, à quel point est-ce que justement l'environnement est quelque chose qui vous tient à cœur et comment est-ce que ça se traduit dans votre stratégie d'entreprise ?

Alice Lemesle : [00:05:13] Du coup, chez Alpro comme chez Danone, la *sustainability* fait partie de l'ADN du groupe depuis le début, hein. On en parlait justement ce matin avec Antoine, en 1972, le PDG de Danone à l'époque, du coup quand Alpro ne faisait pas encore partie du groupe, qui a fait un discours devant l'Assemblée des patrons pour expliquer comment en gros la responsabilité d'une entreprise ne pouvait s'arrêter à l'entreprise elle-même et devait vraiment être une responsabilité sociétale. Et il a été, par exemple, parmi les premiers à faire de l'*advocacy* pour faire en sorte qu'on puisse être responsables de la recyclabilité de nos emballages qu'on mettait sur le marché. Donc en fait depuis déjà les années 70, Danone et Alpro, ont intégré dans leur façon de fonctionner la *sustainability* sous une version, et je pense que c'est important de le préciser, qui n'est pas uniquement environnementale. Donc quand tu dis l'environnement évidemment ça en fait partie, mais pour Danone, la *sustainability* c'est aussi social donc tout ce qui est social, communauté et santé. Et donc ce sont souvent des

arbitrages à faire et on voit que dans nos stratégies, on essaie vraiment d'avoir ces 3 dimensions ensemble pour ne pas se retrouver dans des pièges où tu favorises une dimension au détriment d'une autre, alors qu'on veut vraiment faire en sorte que tout soit interconnecté. Donc, on fait en sorte vraiment d'avoir les 3 au cœur de notre stratégie de l'entreprise constamment, même si aujourd'hui, il y a un focus qui a été remis sur le volet santé qui était vraiment initialement le cœur. Initialement, Alpro a été fondé pour des produits au soja, pour les personnes qui avaient des intolérances au lactose par exemple pour proposer une alternative. Donc du coup, le volet santé revient beaucoup sur l'agenda en ce moment et ça a été impulsé je pense aussi beaucoup avec ce qui s'est passé avec le COVID et cette volonté à nouveau à se mettre à des régimes plus sains. Et puis l'environnement, bien sûr, toujours d'actualité, et encore plus maintenant sur tout ce qui est sujet carbone et ce qu'on implémente concrètement, des responsabilités, les projets qu'on a mis, et cetera. Donc pour répondre à ta question de façon plus synthétique peut être, que ce soit pour Alpro ou Danone, pour les 2 ça vraiment partie de l'ADN des 2 entreprises séparément bien sûr. Puisque pour Danone initialement c'était vraiment apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre, qui fait partie de la mission d'entreprise depuis le début. Pour Alpro, c'était un projet parce qu'aujourd'hui on voit qu'il y a du coup des personnes qui ne peuvent pas consommer du *dairy*, ça partait d'un constat aussi, qui était de dire, comment est-ce qu'on s'assure qu'on arrive à produire de l'alimentation pour ces personnes de la façon la plus optimale possible, compte tenu aussi des crises environnementales qu'on connaissait, comment exploiter au mieux le pouvoir du *plant based*, qui est du coup une alimentation à la fois bonne pour la santé et qui réduit l'impact sur l'environnement. Donc, du coup, c'était vraiment ces 2 visions qui ont fusionné du coup, via la fusion des groupes, parce que finalement fondamentalement alignés, même si on pense qu'elles peuvent s'opposer puisque tu as d'un côté *dairy*, d'un côté *plant based* en fait il y a une complémentarité super forte puisque les valeurs derrière sont les mêmes, c'est vraiment la santé par l'alimentation, d'une façon *sustainable*, donc en favorisant des régimes flexitariens. C'est pour ça que les 2 sont vraiment auto renforcée récemment là avec la fusion des groupes. Je ne sais pas si a répondu ça tout à fait à ta question parce que du coup c'était long mais dis-moi quoi.

Lena Lacroix : [00:08:49] Non, c'est bien. C'est juste une question un peu plus générale de base pour voir comment ça se passe au niveau environnement, on parlera plus tard de ce que vous avez vraiment mis en place au sein de l'entreprise. Mais du coup par rapport à l'environnement, est-ce que vous faites du reporting et si oui, depuis quand et comment ?

Alice Lemesle : [00:09:08] Ok, donc ce qui se passe c'est que le reporting est organisé au niveau du groupe. Tu as beaucoup de reporting au niveau corporate CDP par exemple, donc qui est fait au niveau du groupe. On a donc aussi les indices extra financiers je ne saurais pas tous te les nommer dans lesquels on fait partie, tout ça c'est du reporting au niveau du groupe. Le rapport annuel extra financier surtout vu qu'on a notre siège en France, on a d'office des obligations réglementaires qui sont depuis longtemps déjà implémentées enfin sur les KPI extra financiers, et qui sont prises en charge par le siège. Par contre, pour pouvoir remplir ces KPI, ils doivent récupérer les données du local, donc nous chaque année on a une campagne interne de reporting qui s'appelle « Green Track » qui vise à faire remonter les données en gros chiffrées par pays au niveau du groupe pour qu'ils puissent les consolider et faire les reporting groupe. Donc on reporte depuis je sais plus trop, j'avoue que là-dessus je checkerai et puis éventuellement je t'enverrai par un mail après parce que je ne saurais même pas te dire. Mais je pense qu'il y a des reporting qui doivent exister au moins depuis 20 ans en ce qui concerne ce type de données qu'on rapporte, qui sont des données type la consommation énergétique de nos sites de production, les transports réalisés, tous les kilomètres parcourus, et cetera, qui sont juste consolidés avec les facteurs d'émission au niveau du groupe pour permettre d'avoir une vue globale sur les émissions et du coup consolider les reporting extra financiers. Donc ça c'est une campagne annuelle qui est remplie par les différentes personnes des différentes fonctions, à la fois des usines, des sièges, des chaînes logistiques. Et puis en parallèle, on voit aussi qu'on a pas mal de choses qui vont se développer de reporting locaux, par exemple, moi au niveau localement, j'ai un reporting environnement que je fais dans le cadre de la CBL, donc qui est l'association des producteurs laitiers. The Shift, bon, on ne sait pas encore où est-ce que ça en est, parce que je crois qu'à un moment avec BACA, il y avait une option éventuellement de mettre en place un reporting justement, pour s'assurer au-delà d'avoir *commit* au SBTi qu'il y avait des choses qui se passaient. Donc possiblement ce genre de reporting qui va voir le jour. Je m'occupe aussi donc de ce qui est B Corp, qui demande aussi un certain nombre de KPI environnementaux que je reporte du coup au niveau de ma VU donc voilà. Et donc ça c'est vraiment pour les datas, sachant que juste pour conclure on a un reporting qui est sur les pratiques. Donc on fait un reporting en parallèle data un reporting en parallèle pratique, les 2 bien sûr étant liés, ça c'est le groupe qui nous demande de faire ça depuis au moins 40 ans chaque année, c'est est-ce que vous avez une politique environnementale de réduction de vos émissions et cetera. Où là c'est vraiment plus ce que tu as mis en place un certain nombre de processus pour s'assurer que à travers le monde, tout le monde fonctionne un peu de la même façon

puisqu'il y a la réglementation qui est différente si tout le monde fait comme il le sent, il y a peut-être des gens qui ne feraient rien parce qu'il y a des pays qui sont moins en avance et inversement. Donc on a un reporting pratique et puis on a un reporting vraiment de chiffre pour voir si les pratiques ont permis de mettre en place des réductions ou pas, voilà.

Lena Lacroix : [00:12:09] En effet. Et ces informations, est-ce qu'elles sont certifiées par des audits ?

Alice Lemesle : [00:12:16] Alors oui, donc en gros, tout ce que je te dis là, les chiffres qui sont consolidés au niveau du groupe sont ensuite certifiés dans le cadre du rapport annuel du groupe par PWC ou Mazars, qui vérifient donc comment on a consolidé nos targets extra financières. Et donc il regarde dans « Green Track » et ils regardent si effectivement ça a été correctement rempli et donc là tu as une validation. Nous en fait on est garants, mais il y a aussi des audits internes aussi de « Green Track » pour que les personnes en interne s'assurent que on ne met pas n'importe quoi et qu'on se fasse ensuite taper sur les doigts par les auditeurs externes donc ouais voilà.

Lena Lacroix : [00:12:55] Ok. Du coup on peut peut-être parler un peu plus maintenant de BACA. Donc vous avez dit que vous faisiez du reporting depuis vraiment longtemps donc qu'avez-vous mis en place et à quel point étiez-vous impliqués par rapport à la réduction des émissions de CO2 avant 2020 ? Du coup, avant votre adhésion à BACA.

Alice Lemesle : [00:13:15] Je te parle beaucoup au niveau groupe si nécessaire de revenir plus au niveau local tu me dis hein. Parce que du coup les 2 sont très interconnectés mais j'ai plus d'éléments que je peux creuser plus, donc selon ton angle dis-moi. En tout cas donc ce qui se passe, c'est qu'en fait le sujet du climat plus spécifiquement et de la réduction des émissions de gaz à effet de serre à pris de l'ampleur chez Danone depuis les années 2015. Là je te parle de chez Danone parce que bien sûr Alpro a été ensuite intégré vraiment et tout ça en 2017 avec la fusion. Mais du coup tu as eu en 2015 un *commitment* qui était d'être carbone neutre en 2050. Il y a une *climate policy* qui a été lancée par Danone et de faire un pic d'émission, je ne me souviens plus quelles étaient l'échéance à l'époque de faire notre pic. Je t'entends plus et je te vois plus bouger, tout va bien ?

Lena Lacroix : [00:14:21] Je vous entendais plus. Là je vois un peu bouger. Mais du coup, ça s'est coupé au moment où tu parlais de pic d'émission.

Alice Lemesle : [00:14:54] Ah, voilà, excuse-moi, ça a un peu buggé encore. Mais donc en 2017, on s'est engagé avec SBTi à être *below 2°*. En 2019, on a fait le pic d'émission et je crois que c'est à ce moment-là qu'on s'est engagé sur SBTi 1,5° et on a validé SBTi 1,5°. Parce qu'avec le COVID initialement tu avais enfin initialement, je crois que tu avais jusqu'à 2020 pour faire ta roadmap une fois que tu t'es engagé. Puis avec le COVID, ils ont étendu, donc on a eu jusqu'à 2022 et donc il me semble que nous on a validé notre *target* SBTi 1,5° en novembre 2022, parmi les premières entreprises mondiales qui ont validé leurs SBTi. Donc du coup ça c'est globalement. Et très récemment, en janvier de cette année, on s'est aligné au « Global Methane Pledge », donc pour réduire de 30% les émissions de méthane, spécifiquement pour le *dairy* à 2030. Donc ça c'est un peu la vision globale. Ensuite l'idée maintenant c'est que chaque pays puisse internaliser en gros ses *target*, parce que donc les *target* à 2030 sont validés, et propose une roadmap qui permet de faire en sorte qu'on s'assure qu'en 2030 on réalise cette roadmap au niveau du groupe. Maintenant et je sais que c'était un peu une discussion qu'on avait justement dans la création de BACA à l'époque : est-ce qu'il faut que chaque groupe ait des roadmaps locales, ou est-ce que nous on peut se servir de nos roadmaps globales puisque du coup on est SBTi au niveau du groupe ? À priori, c'était OK d'avoir la roadmap du groupe sachant qu'en plus maintenant nous on va un *step* après, qui est le *step* logique, de faire des roadmaps plus locales et s'assurer qu'on conseille tout de même façon quand on fait le reporting, pour s'assurer qu'on ait en local les projets qui permettent de remplir ces *targets* du groupe. Donc en gros tu peux dire que depuis 2015, avant même donc la création de BACA, on a des engagements sur le climat de neutralité carbone déjà depuis 2015 à 2050. Et Nathalie, la personne avec qui je travaille, donc ma boss qui s'y connaît et qui a contribué énormément à la création de BACA. On est d'ailleurs parmi les membres fondateurs, on a signé BACA. Je ne sais pas si tu sais, mais la signature de la création de BACA a été faite avec la Reine et Emmanuel Faber à Rotselaar.

Lena Lacroix : [00:17:41] Non je ne savais pas.

Alice Lemesle : [00:17:43] Donc on a été un des membres fondateurs et on a beaucoup poussé pour créer BACA, notamment puisque pour nous, on avait toute cette roadmap déjà au niveau du groupe depuis 2015 et on voulait vraiment savoir comment localement on peut bénéficier de l'expertise, pousser les entreprises au niveau de la Belgique à nous suivre ou pour renforcer cet aspect local, cette force de frappe, et faire en sorte que ça devienne vraiment quelque chose à l'agenda de la Belgique pour que nous, on puisse aussi avancer dans notre map locale quoi.

Lena Lacroix : [00:18:13] Mais du coup, vous avez dit que vous étiez là vraiment à la création de BACA. Du coup, c'est vous qui avez poussé, en tant que membre The Shift à ce que cette alliance soit créée ?

Alice Lemesle : [00:18:35] Tout à fait.

Lena Lacroix : [00:18:37] Super. Et est-ce que vous avez remarqué un changement chez Danone ou Alpro, au sein de l'entreprise, depuis que vous êtes membre de BACA ?

Alice Lemesle : [00:18:45] Ce qui est sûr, c'est que ça a vraiment permis et c'est ce qui nous manquait encore, c'était de faire en sorte qu'on puisse prendre le sujet au niveau local. Et typiquement versus d'autres pays, donc j'étais en France avant, et qui n'ont pas un réseau et une mise à l'agenda de SBTi à ce point-là au niveau local, c'est pas du tout le sujet du carbone et de comment est-ce que tu déclines les engagements du groupe au niveau local est pas du tout aussi élevé dans l'agenda. Puisque finalement ça reste un sujet qui est pour beaucoup, enfin conceptualisé encore comme un truc du groupe. On a le groupe qui a les engagements, voilà. Le fait d'avoir BACA, le fait d'avoir cette alliance locale a vraiment permis pour nous de le mettre à l'agenda de nos priorités locales, de faire en sorte que vu que ça a été initié à Rotselaar, qu'il y a eu beaucoup de buzz, notre général manager de Danone Belux est super au courant du sujet, elle a participé à beaucoup d'événements d'ailleurs, avec The Shift et BACA pour parler de nos engagements. Donc ça a vraiment permis pour nous de renforcer l'importance du sujet au niveau local versus d'autres pays de Danone pour lesquels ce n'est pas le cas à ce point-là. En France c'est un sujet énorme hein, mais quand j'y étais par exemple, on avait vraiment de la peine à mettre en place le sujet carbone parce que pour beaucoup ça restait hyper compliqué, surtout pour un groupe comme le nôtre, c'est à nouveau. Et puis comme on n'avait pas l'expertise ni de *guidance* locale pour le prendre ce sujet, on ne savait pas comment faire. Là où en Belgique, ça a vraiment permis de faire en sorte d'amorcer certains projets et notamment je t'en parlerai au sujet de ce qu'on a fait avec les fermiers, où on a vraiment réduit de 20% les émissions de gaz à effet de serre, bah tout ça a été à pu être poussé via l'adhésion à BACA. Et d'ailleurs en Belgique, on est parmi les pays qu'on montre très souvent en exemple à la fois sur des sujets à l'*advocacy* autour du climat et sur les pratiques qu'on a effectivement mises en œuvre puisque du coup très clairement, par rapport à d'autres pays, on a aussi plus beaucoup bénéficié du rayonnement de BACA. On a parlé au Parlement flamand récemment, là en octobre dernier, grâce à Jonas [Van Bockhaven, *The Shift/BACA employee*] d'ailleurs au sujet de ce qu'on faisait et on a pu vraiment pousser au maximum dans ce sujet au niveau local, auprès

de nos *stakeholders* grâce à BACA et à la crédibilité que ça apporté à notre stratégie et au fait qu'on fasse partie de ce réseau, qu'on ait de la visibilité et qu'on ait aussi une audience qui a été prête à écouter nos projets. Ça ne veut pas dire alors que les autres pays ne font pas la même chose, hein, enfin pas tous, mais on est quand même assez avancé, mais ils n'ont pas cette même force et audience en tout cas pour en parler.

Lena Lacroix : [00:21:43] Tout à fait. Et du coup, vous avez parlé des initiatives que vous avez mis en place, quelles sont-elles justement ?

Alice Lemesle : [00:21:51] Alors du coup ce qui s'est passé c'est que pour nous c'était important donc d'avoir BACA vu que c'est un sujet qui reste assez complexe hein le carbone et qu'on attendait aussi beaucoup de de ce qui allait se passer au niveau du groupe pour savoir comment le gérer au niveau local. On a pris l'angle Mark pour commencer. En 2022 Actimel a été certifié carbone neutre, on connaît maintenant les débats autour de la carbone neutralité, mais à l'époque faut dire que quand on est commencé le projet en 2021 c'est vrai que c'était quelque chose qui paraissait être le plus avancé, en tout cas au sujet du carbone, pour faire en sorte que ce soit quelque chose qu'on puisse communiquer. On était certifiés CarbonTrust avec du coup des certifications sur nos offset, et cetera. Donc en gros nous on s'est dit pour l'instant, on n'est pas en mesure de vraiment bosser sur une autre map, CBU et cetera, puisque on était SBTi, mais on attendait que le groupe avance sur la roadmap globale pour faire la même chose au niveau local. Donc on s'est dit qu'on prenait plutôt l'angle Mark et du coup via cette certification de carbone neutralité pour Actimel, on a mis en place un certain nombre de projets. Donc c'était vraiment lié au fait qu'on ait rejoint BACA et qu'on ait mis le climat au niveau de l'agenda en Belgique. On s'est dit, comment est-ce qu'ensuite on va un cran plus loin, via du coup, la carbone neutralité pour Actimel. Et donc depuis qu'on a lancé la carbone neutralité, on a mis en place tout un plan de réduction. Et donc sur les 2 projets principaux dont je peux te parler, un qui est du côté des fermiers où on a donc considérablement réduit l'empreinte du lait des fermiers avec qui on travaille. On travaille avec 80 fermiers localement autour de Rotselaar qui est donc l'usine où on produit nos Actimels. Et donc on a notamment développé avec Lilvo et DSM, un additif alimentaire pour les vaches qui permet de réduire les émissions de méthane de 20 à 40%. On a été parmi les entreprises qui ont piloté l'additif et on a contribué aux recherches. On a aussi avancé ça travaillé sur un projet, et ça pour le coup c'est même avant BACA qui s'appelait « Wings » et dont l'objectif était de faire en sorte de gérer de façon circulaire le fumier et d'en gros le récupérer pour pouvoir en faire du biogaz sur les fermes. Donc en gros, on a beaucoup

travaillé au niveau des fermiers, de les accompagner aussi à donc mettre en place ces technologies innovantes à mieux gérer leur fumier, à réduire les entrants et à passer aux énergies renouvelables. Donc avec tous ces projets-là, on mesure en fait annuellement depuis 2017 les émissions de CO₂ des fermes. C'est un projet qui s'est déployé en 2019, on a couvert 100% de nos fermes avec le *conforme tool* et depuis 2017 on a réduit nos émissions de 20%. Et ensuite au niveau des usines on a mis aussi en place des projets de réduction de notre consommation énergétique et donc de valoriser les énergies renouvelables. Donc en fait, dans notre mix énergétique, on a 100% d'électricité renouvelable. Donc là les next step, c'est vraiment d'essayer de réduire encore l'émission liées à la thermique et à tout ce qui est le gaz. Et donc c'est l'*advocacy* qu'on avait le fait pour au Parlement flamand pour le développement de nouvelles infrastructures pour permettre l'essor du biogaz par exemple en Belgique ou le transport de l'hydrogène.

Lena Lacroix : [00:25:31] Et à quel point en fait ces initiatives, elles ont été fructueuses dans la réduction des émissions de CO₂ ?

Alice Lemesle : [00:25:38] Ben comme je te le disais, si tu prends le scope usine et le scope lait, tu es capable de montrer la réduction. On sait montrer qu'on a réduit de 20% pour le lait, on sait montrer qu'on a réduit de X% pour l'usine. Quand là je fais l'empreinte carbone, donc d'Actimel entre maintenant et avant, je sais les montrer la réduction. Par contre, là où on avait des difficultés et où on pourra encore travailler là maintenant c'est de montrer comment ça a permis de réduire au niveau de la CBU. Donc ce n'est pas travailler uniquement en silo ferme usine, mais intégrer tout ça dans l'empreinte carbone de Danone Belux et de voir comment là ça a réduit ça c'est encore ce sur quoi on doit travailler. Mais en tout cas individuellement ça réduit aux différentes étapes du cycle de vie de nos produits.

Lena Lacroix : [00:26:31] Parfait. Et comment est-ce que Danone et Alpro fait pour mettre une priorité sur la réduction des émissions de CO₂ parmi les autres buts et objectifs de l'entreprise ?

Alice Lemesle : [00:26:43] Pour Alpro en 2019, tu as eu un *pledge* qui est sorti et qui est paru publiquement sur lequel on se fixait des objectifs notamment de réduction des émissions de CO₂ dans nos usines. Donc on a beaucoup communiqué en externe. Et puis pour le coup Alpro, depuis ce *pledge* en 2019, on a communiqué beaucoup plus, parce qu'avant l'accent était plus sur la santé, et cetera. Depuis 2019, le sujet de l'environnement est vraiment venu très haut au

niveau d'Alpro pour montrer comment un produit Alpro, *plant based* était aussi meilleur pour l'environnement. Et du coup, le *pledge* a entraîné un certain nombre de KPI avec les target et on l'a communiqué en externe et on s'est engagé sur notre site internet. Donc ça, ça a permis vraiment de faire en sorte qu'on ait une stratégie à suivre avec du coup une communication en externe et qui du coup était un peu, fin pas contraignante en interne, mais voilà qui faisait qu'on avait ce plan qu'on avait communiqué, donc il fallait le mettre en œuvre. Pour Danone aujourd'hui, tous ces projets ont été poussés par Actimel carbone neutre, comme on voulait la certification et on voulait la garder. La certification c'était aussi un argument qui a permis de faire en sorte que le sujet du carbone et la réduction enfin on devait le faire, puisque on voulait être certifiés. Et maintenant on va encore un cran après avec Danone et Alpro, donc avec la consolidation de la fameuse roadmap au niveau de Belux qui prendrait en compte tout ce qu'on a fait, du côté Alpro et Danone, au-delà d'Actimel et cetera. Et ça par contre ce qu'on fait c'est que maintenant on a une target de réduction de carbone pour Belux qui va être intégrée dans les plans annuels de la CBU. Et l'idée c'est qu'à partir de l'année prochaine, tu devrais même avoir les bonus de notre général manager, par exemple, qui sera conditionné à une target de réduction de CO2. Aujourd'hui, les *targets* sont des targets financières. Chaque pays doit avoir les rémunérations variables qui sont des rémunérations en lien avec certains KPI et notamment des KPI financiers. Maintenant, à partir de demain, une fois qu'on aura finalisé notre roadmap, tu auras les *targets* qui conditionneront les rémunérations variables des top management en lien avec le carbone. Et on l'a intégré dans notre *roadmap sustainability* où on a un engagement, un KPI sur la réduction au niveau Belux de la réduction des émissions de CO2.

Lena Lacroix : [00:29:29] Parfait. Et justement, ces pratiques et initiatives, comment vous communiquez là-dessus dans et en dehors de votre réseau ?

Alice Lemesle : [00:29:38] Donc du coup sur tout ce qui va être notre stratégie *sustainability* et donc les KPI en lien avec le carbone qu'on a mis dans la stratégie de stabilité, c'est sur notre site Internet, on l'a aussi communiqué en externe en mars. Par exemple il y a eu des gens de The Shift, Gaël par exemple, qui est venue pour justement voir avec nous comment est-ce qu'on pouvait construire notre roadmap. On a fait un moment de présentation externe de notre roadmap en octobre dernier où il y avait aussi des gens de The Shift et de WWF notamment à qui on présentait nos ambitions. On l'a aussi publié en externe sur notre site internet. Voilà après, par contre tout le volet plutôt interne de comment est-ce qu'on crée des *incentive* pour le top management avec des targets liés aux réductions des émissions de CO2, ça comme ce n'est

pas encore mis en place et que ça reste un peu en interne pour nous, je ne pense pas qu'on communiquera dessus. Voilà mais en tout cas surtout le volet communication sur nos targets, au niveau de la roadmap, c'est fait en externe depuis mai dernier.

Lena Lacroix : [00:30:56] Parfait. On peut être parler maintenant un peu plus des Science Based Targets. Du coup vous m'avez dit que vous avez des SBT's depuis 2017, si je ne me trompe pas ?

Alice Lemesle : [00:31:08] En gros depuis 2017, on s'est engagé à les suivre pour les 2°. En 2019 on s'est engagé pour 1,5° et elles ont été validées par SBTi en novembre 2022.

Lena Lacroix : [00:31:18] Et du coup, vous avez dû réintroduire une nouvelle demande après qu'elles ont eu déjà été validées une première fois ?

Alice Lemesle : [00:31:27] Ouais.

Lena Lacroix : [00:31:29] Et du coup, quels challenge est-ce que vous avez rencontré pendant cette trajectoire pour être approuvés et pour mettre vos targets ?

Alice Lemesle : [00:31:38] Alors là, comme je te dis, c'est vraiment quelque chose qui a été fait au niveau du groupe. Donc je n'ai pas été associé moi au processus de validation de nos targets. Ce que je sais par contre, c'est que sur tout ce qui est scope 1 et 2, à priori ce n'était pas vraiment challengeant hein, parce que ce sont des émissions sur lesquelles on est on a une bonne vision et on avait déjà des bons plans robustes pour les réduire. Par contre sur ce qui va être scope 3 et qui représente plus de 90% de nos émissions au niveau du groupe, là en effet, on s'est heurté à plusieurs challenges à la fois. Déjà, comment est-ce que tu engages au nom de tes partenaires en fait. Aujourd'hui une partie de notre scope 3, sur tout ce qui laitier, on a une bonne relation avec les fermiers, on est capable de les accompagner dans leur transition. Après tout ce qui va être autre partenaire scope 3, c'est plus compliqué de réduire quand on n'est pas aussi intimement connecté avec nos autres partenaires. Donc là il y a tout un travail qui va devoir être fait pour engager encore plus notre *supply chain*, pour faire en sorte qu'on réduise effectivement et qu'on remplisse nos notre réduction scope. Et puis alors, tu as tout le sujet aussi de limite de la technologie, enfin de la science aujourd'hui, avec notamment aujourd'hui on pousse l'agriculture régénératrice comme étant une façon par laquelle on va réduire nos émissions scope 3, sauf qu'on sait qu'il y a des grosses limites de connaissances en ce moment. C'est de savoir dans quelle mesure si jamais je fais de l'agriculture régénératrice, je vais pouvoir

effectivement réduire de temps, quid de la pérennité de la réduction si jamais ma forêt est rasée, comment je l'intègre. Enfin bon, donc là c'était plutôt tu vois des challenges vraiment méthodologiques puisque ça reste quelque chose, un domaine sur lequel il y a encore beaucoup d'incertitudes, de débats, même au niveau des sphères scientifiques. Et donc je sais qu'on a eu beaucoup de discussions sur ce qu'on appelle le scope 3 FLAG, donc *Forest Land and AGriculture*. Et c'est sur ce scope FLAG où on a eu pas mal de voilà de challenges pour s'assurer que les hypothèses qu'on prenait étaient des hypothèses robustes et qu'on serait capable de s'y tenir. Ça c'est pour parler des difficultés pour mettre en place nos targets, sachant que les targets sont énormes hein. Donc en fait la plus grosse difficulté dans tout ça, c'est d'être capable de réduire de 40% à 2030.

Lena Lacroix : [00:34:06] Tout à fait. Mais du coup est-ce que vous avez dû mettre des choses en place spécialement pour atteindre ces *targets* ?

Alice Lemesle : [00:34:15] Pour les définir tu veux dire ou pour s'assurer qu'on les atteigne ?

Lena Lacroix : [00:34:18] Pour s'assurer de les atteindre.

Alice Lemesle : [00:34:22] Ok bah dans les 2 cas c'est oui. On a dû mettre en place une gouvernance spécifique pour définir notre stratégie SBTi parce que c'est un énorme boulot. Parce que on n'était pas assez équipé en termes d'experts, on a fait avec les consultants et cetera, mais même au niveau du groupe puisque c'est vraiment quelque chose qui nécessitait d'avoir une connaissance énorme. Donc en fait, il y a eu toute une équipe qui l'a créé et qui a bossé dessus d'arrache-pied pendant près d'un an pour justement atterrir sur les targets en amont. Et maintenant toute la partie la plus dure reste à faire et par target scope 1, scope 2, scope 3, FLAG, non FLAG, il y a des *task force* dédiées qui ont été mises en place avec toute une gouvernance de 20 personnes qui sont responsables à chaque fois d'un petit bout de la chaîne de valeur et de mettre en place les réductions liées à la target de leur scope. Sachant que ça, c'est vraiment le groupe, mais derrière, comme je te disais, il faut que chaque pays, donc toutes ces personnes qui gèrent un petit bout de la chaîne, coordonnent avec des différents pays, qui sont identifiés comme étant les plus gros contributeurs sur chacun des différents endroits de la chaîne de valeur, coordonnent des programmes pour s'assurer que ce qui est défini au niveau groupe, soit bien ensuite intégré localement.

Lena Lacroix : [00:35:38] À quel point est-ce que BACA vous a accompagné et aidé durant votre trajet pour réussir à atteindre ses objectifs ?

Alice Lemesle : [00:35:46] On a vraiment sollicité beaucoup plus BACA sur le volet *advocacy*, mise en relation, j'ai participé à certains événements de networking et cetera. Mais comme ça restait quelque chose qui était encore géré au niveau groupe, donc on ne s'est pas tout à fait servi pour la consolidation de roadmap ou la mise en place de projets super concrets. En tout cas en lien avec les SBTi, parce qu'évidemment, ils nous ont supporté aussi sur des projets vraiment plus de réduction, mais sans que ce soit forcément dans la consolidation de nos SBTi, par contre, maintenant qu'on va devoir bosser sur notre roadmap locale, donc comment est-ce qu'on intègre tout ce qu'on a déjà fait dans une roadmap locale et SBTi là je pense que ce serait intéressant effectivement peut-être d'exploiter plus l'expertise BACA pour nous aider. Nous aider à définir un peu ce qu'il est possible parce que typiquement dans le cadre de SBTi. Aujourd'hui, le groupe a fait une première estimation de dire voilà, on pense que la Belgique pourra réduire d'autant de pourcent les émissions puisqu'ils peuvent réduire encore autant sur le lait autant sur les usines, et cetera. Ce qui est intéressant c'est d'en suite double check avec BACA de dire voilà, est-ce que on pense qu'il y a des politiques en place en Belgique, il y a la possibilité de réduire effectivement d'autant nos émissions, parce qu'on sait qu'on on fait déjà vachement bien sur le lait. On sait aussi qu'on a des problèmes de sol, donc les capacités selon les pays seront différentes et je pense que ce sera intéressant de pouvoir échanger plus avec BACA et les autres membres. Quand on définira plus spécifiquement sur ça au niveau local, parce qu'on pourra bénéficier de leur expertise aussi de la connaissance de terrain ce qu'il est possible ou pas de faire en Belgique. Et qu'est-ce qu'il faut pousser pour y arriver, en termes de politique gouvernementale, développement technologique et voilà. Ça répond à ta question ?

Lena Lacroix : [00:37:39] Oui et en plus, ça répond à la prochaine sur comment vous voyez votre futur avec BACA donc c'est parfait.

Alice Lemesle : [00:37:45] Donc aujourd'hui on s'en est servi vraiment pour ce network, le fait que ça reste à l'agenda, qu'on puisse faire de l'*advocacy* pour SBTi et tout. Et maintenant, je pense qu'on s'en servira encore sur un volet plus expertise et accompagnement dans la mise en place de notre roadmap au niveau local quoi.

Lena Lacroix : [00:38:00] Parfait. Du coup, vous parliez que vous alliez auprès de vos fermiers pour justement les encourager à faire des réductions et mettre en place des nouvelles

technologies pour réduire les émissions de CO₂. À quel point est-ce que vous encouragez vos clients et vos fournisseurs de s'engager au niveau climatique ?

Alice Lemesle : [00:38:24] Bah justement c'est ce qu'on se disait qu'aujourd'hui, on voit que comme on a beaucoup de d'émissions qui sont scope 3, on ne peut pas se permettre d'agir solo. Donc aujourd'hui on essaye, on a un programme d'engagement avec les fermiers. On les accompagne vraiment depuis assez longtemps maintenant même avant SBTi et BACA comme je te le disais, on a une communauté de fermiers locale. C'est une vraie force en Belgique d'avoir 80 fermiers qui sont accompagnés quasiment journalièrement par une équipe « lait » qui est en fait tous les jours sur les fermes, à les rencontrer. Comme je te disais, on calcule leur *footprint* depuis 2017 et en fait cette proximité avec les fermiers nous a vraiment aidé à les engager. Mais ils ne le font pas que pour nos beaux yeux, c'est aussi parce que depuis 2019, on met en place un tarif avec des bonus par exemple sur le prix du lait, en fonction des réductions de CO₂ des fermes individuellement et du bien-être animal. Donc en fait une des clés qu'on a pour tout ce qui est engager nos fermiers, c'est via un accompagnement journalier de l'expertise, du financement, cross-financé un certain nombre de projets, la transition des énergies renouvelables, et cetera. Un certain nombre de projets qu'on finance avec Danone et ce dernier volet, qui est donc d'ensuite leur donner des initiatives aussi financières via la rémunération. Donc un premium sur le prix du lait quand ils réussissent à réduire leur empreinte carbone. Donc ça c'est pour les fermiers. Après sur tous nos autres partenaires qui contribuent à scope 3, je pense par exemple aux transporteurs, là c'est vrai que c'est plus compliqué. Même au niveau du groupe la question se pose un peu de savoir comment est-ce qu'on a une approche robuste et à la fois comment est-ce qu'on les engage déjà, comment est-ce qu'on s'assure d'avoir de la meilleure data sur le scope 3, comment est-ce qu'on les engage sur un reporting sans que ce soit un truc super lourd qu'ils ne feront pas. Donc en fait ce sont des discussions au niveau du groupe qu'on va reprendre aussi localement de comment est-ce qu'on s'assure d'avoir une meilleure vision avec un questionnaire. Pour l'instant, on n'en est pas à conditionner, on a une charte, qu'ils doivent signer tous les contrats qu'on fait avec nos fournisseurs. Ils doivent signer une charte de respect des principes, des Danone Principes en termes de sustainability. Mais par exemple aujourd'hui, on n'a pas de clause qui dit que si jamais ils augmentent leurs émissions de CO₂, on ira voir ailleurs ou quoi. Donc on n'a pas encore cette maturité pour vraiment contractuellement les obliger à mettre en place telle ou telle pratique. Donc c'est plus via des échanges, essayer de mieux reporter leurs émissions, donc les accompagner aussi dans le reporting pour qu'ils nous fournissent des chiffres plus précis. Et puis dans un second temps, et

c'est ce qui est en train d'être fait au niveau global, voir comment est-ce qu'on peut aller un cran plus loin avec éventuellement une contractualisation comme Carrefour. On a reçu un mail de Carrefour récemment où ils disent que maintenant, si tu n'as pas SBTi en 2026, ils te retirent de leur liste de produits de leur supermarché. Nous on n'en est pas encore à ce point de dire, si vous n'avez pas SBTi, on travaille plus avec vous, par contre, effectivement, c'est des réflexions qu'on a à minima sur comment est-ce qu'on peut aller encore plus loin dans l'engagement de nos parties prenantes.

Lena Lacroix : [00:42:00] Et ensuite, dernière question, est-ce que vous trouverez que ça serait une valeur ajoutée pour BACA qu'ils prennent un rôle plus important dans la sphère politique et publique ? Et si oui, pourquoi ?

Alice Lemesle : [00:42:15] Oui. Donc on pense vraiment qu'il y a un rôle à jouer en termes d'*advocacy* pour The Shift. Pour nous c'est hyper important puisque on voit qu'aujourd'hui, typiquement lorsqu'on a pu avoir des discussions au Parlement flamand, lorsqu'on a pu avoir des discussions avec la ministre Katabi sur le packaging, ça a été vraiment des moments où on a beaucoup appris et où on a vu que ça avait vraiment ouvert des opportunités. Tu vois la discussion au Parlement flamand, on a eu quelques semaines après, la visite d'un ministre sur une ferme. Enfin, je pense que ces moments de connexion avec le politique, sont hyper clés pour que on puisse l'un comme l'autre apprendre un peu. Pour qu'eux se rendent compte aussi de la réalité du terrain. Et puis que nous, on apprenne aussi de ce qui se passe dans leur enfin de leur côté. Donc je pense que pour nous on a vraiment envie de s'engager plus, mais sur des sujets comme le climat ça ne fait pas tellement sens d'y aller au nom de Danone. L'objectif n'est pas que chacun aille prêcher pour sa paroisse, mais plutôt de s'assurer que tu aies une trajectoire globale qui puisse être déjà dessinée au niveau de la Belgique. Parce que c'est déjà compliqué d'avoir une politique fédérale au niveau de la Belgique. Et je pense que ça, c'est un truc qui doit se faire au-delà des différentes entreprises individuelles, sans devoir, parce qu'évidemment on te dira toujours oui mais on n'a pas tous des mêmes intérêts sur le climat, on a quand même beaucoup d'intérêt similaire, à minima pour prêcher pour une méthodologie commune, c'est quelque chose qui peu importe ton entreprise, peu importe ton flux d'activité et je pense qu'on peut s'accorder sur certains messages clés. Après l'idée, ce serait de voir effectivement quand t'as des demandes plus spécifiques liées à faire en sorte de développer le biogaz, ça va concerner certaines activités, pas toutes. Comment est-ce que t'arrives, en tant que The Shift, à faire en sorte de valider des messages plus spécifiques pour que ça reste concret. Mais en tout cas le fait

de mettre le climat vraiment à l'agenda, surtout quand on entend Alexandre De Croo récemment qui veut dé-prioriser certaines problématiques en lien avec le climat, je pense que on sera plus fort à parler tous ensemble au niveau de l'industrie. Mais par contre pour le faire ce qui est clé c'est que derrière alors on soit robuste sur les *proof points* qu'on va apporter et je pense que c'est là où le sujet du reporting qu'on avait déjà évoqué peut prendre plus de sens. Au lieu de se dire on a 5% des entreprises qui font partie BACA, il faut dire voilà, les émissions des membres de BACA c'est ça, on a réduit d'autant et ça donne vraiment de la crédibilité via les *proof points* en se basant peut-être pas sur chacune des entreprises, mais en tout cas, pour nous, c'est les deux vont un peu de pair. On ne sera pas forcément crédible à faire de l'*advocacy* sur SBTi si derrière finalement les membres de BACA ne savent pas démontrer la valeur ajoutée que ça représente avec des réductions d'émissions concrètement, tu vois.

Lena Lacroix : [00:45:46] Tout à fait. Je pense aussi que c'est important qu'il y ait quelqu'un qui prenne parole pour tout le monde et pour que tout le monde puisse tendre vers ces réductions globales de la Belgique. Mais merci beaucoup pour toutes vos réponses. Je ne sais pas s'il y a quelque chose d'autre que vous souhaitez ajouter par rapport à Alpro/Danone dont on n'a pas parlé concernant la réduction des émissions de CO2.

Alice Lemesle : [00:46:11] Mais je me rends compte que ce n'est pas évident de parler et pour Danone et pour Alpro en même temps. Parce qu'en fait les stratégies étaient un peu différenciées jusqu'en 2017, donc je ne sais pas si j'ai complètement répondu à tes questions de manière hyper précise. Donc je ne sais pas ce que tu as comme plan, donc peut être que si tu as des questions toi de ton côté, je peux t'envoyer éventuellement par exemple des politiques ont été publiées. Si jamais tu as besoin d'éléments plus concrets, n'hésite pas. En tout cas, ce qui est certain, c'est que de notre côté, le sujet carbone est super important à l'agenda. Par contre, ça reste un sujet qui est compliqué et sur lequel voilà, on est plus ou moins matures selon les différents scopes et je pense que ça c'est peut-être quelque chose qui nous manque, mais bon après c'est aussi il faut qu'on arrive à se dégager du temps. Et c'est peut-être un peu ça qui nous manque, c'est de pouvoir bénéficier peut-être d'un accompagnement plus poussé de BACA par secteur d'activité sur des certaines problématiques communes. Parce que chaque fois qu'on fait des meetings avec BACA, ça reste très général et en fonction des différentes maturités bah on ne parle pas forcément tous de la même chose. En tout cas nous, au-delà de l'*advocacy* une autre valeur ajoutée d'avoir BACA, c'est de vraiment faire passer un *survey* à ses membres pour savoir quelles sont les thématiques sur lesquelles on aimerait avoir vraiment des conseils d'expert,

qu'on se retrouve en mode workshop et qu'on bosse plus concrètement sur certains sujets liés à la réduction du scope 3 avec des problématiques un peu complexes. Ce qu'on pourrait peut-être reprocher aujourd'hui à BACA, ce sont ces consortiums d'entreprises et le fait qu'on est si diverse alors que c'est une problématique tellement vaste qu'au final, tu te rends compte que c'est parfois compliqué d'avancer sans la guidance super précise.

Lena Lacroix : [00:48:03] Ben c'est ce que je ressens un peu dans les interviews parce qu'il y en a plusieurs qui disent qu'il y a des moments où on ne savait pas les aider mais c'est juste parce qu'il y a tellement de secteurs qui étaient représentés. Du coup c'était compliqué de trouver vraiment ce dont ils avaient besoin parce qu'ils étaient beaucoup, mais en même temps peu dans leur vraie problématique. Mais du coup ils disaient que c'était bien d'avoir ce soutien, mais parfois ils auraient aimé qu'il y en ait plus.

Alice Lemesle : [00:48:36] Oui en effet.

vii. Interview of Beatrice Boedt, De Lijn (NL)

Lena Lacroix: [00:00:01] Dus misschien mag je ook eens beginnen met jouw organisatie en jezelf voor te stellen.

Beatrice Boedt: [00:00:12] Ja, dat is goed. Ik ben dus Béatrice. Ik werk voor De Lijn. De Lijn is een openbaar vervoersmaatschappij in Vlaanderen. Ik werk ondertussen 9 jaar bij De Lijn, waarvan de eerste helft bij HR en daarna heb ik de shift gemaakt naar strategie, omdat ik een grotere bijdrage wou leveren aan die maatschappelijke bijdrage en dat is die duurzame mobiliteit. En in ons team zijn we maar verschillende deskundigen strategie en iedereen heeft zo'n bepaald thema waarin die zich zoveel mogelijk een expert probeert te zijn. En ja, in die laatste 4 jaar was ik voornamelijk bezig met duurzaamheid.

Lena Lacroix: [00:01:05] Oké, super en draagt De Lijn klimaat en milieu hoog in het vaandel? En zo ja, hoe vertaalt het zich in jouw organisatie?

Beatrice Boedt: [00:01:20] Ja, toen we begonnen zien, er was een nieuwe dienst 4, 5 jaar geleden voor de strategie. We hebben gekeken naar onze missie, naar onze visie en naar onze doelstellingen. En we hebben er eigenlijk voor gezorgd duurzaamheid overal terugkomt. Het is ondertussen ook een van onze 3 strategische doelstellingen met klantgerichtheid, efficiëntie en daarnaast ook duurzaamheid. Ik sta heel hoog binnen onze organisatie.

Lena Lacroix: [00:01:52] En hoe een sinds wanneer traceert en rapporteert De Lijn over haar milieupraktijken?

Beatrice Boedt: [00:02:04] Ik moet ook nog opletten op wat dat ik zeg. Dat weet ik eigenlijk niet. Ik weet dat ervoor maakte het deel uit van de jaarlijkse rapportering in het jaarverslag. Er is begin jaren 2000-2005 een duurzaamheid coördinator gehad. Ik denk dat hij een apart duurzaamheidsverslag opmaakt, maar ik ben er niet zeker van. Het gaat over externe rapportering, toch, of over intern ook?

Lena Lacroix: [00:02:36] Ja het mag over allebei zijn.

Beatrice Boedt: [00:02:39] Ja en nu is het eigenlijk het derde jaar, en dus het derde duurzaamheidsverslag dat we hebben uitgebracht. Dus dat eigenlijk apart is van het jaarverslag, het gaat volledig over duurzaamheid, dus over de mensgericht, het milieurecht en het maatschappelijke.

Lena Lacroix: [00:02:59] En is deze informatie gecertificeerd door audit?

Beatrice Boedt: [00:03:04] Nee nog niet. Het is wel volgens de GRI, maar we daar niet laten valideren. Maar we gaan dat wel doen, we zijn er ook toe verplicht met de CSRD. We hadden wel die intentie, maar ik had gevoeld dat we nog niet verder genoeg stonden om dat te laten doen.

Lena Lacroix: [00:03:25] Dank u. Nu kunnen we misschien over BACA een beetje praten. Hoe dacht u over de vermindering van uw CO2 uitstoot voordat je een BACA lid bent geweest?

Beatrice Boedt: [00:03:43] We waren sowieso bezig met elektrificatie van onze bus vloot. Dat maakt het ook een heel groot deel uit van onze carbon footprint. De BACA heeft er alleen toe bijgedragen om het breder te zien, niet enkel naar onze voertuigen, maar ook zeker met een SBTi uitkijk naar scoop 2 en scope 3 te gaan.

Lena Lacroix: [00:04:18] Maar welke initiatieven en beleiden hebben jullie ingevoerd voordat jullie lid waren van BACA?

Beatrice Boedt: [00:04:28] Het was gewoon de vergroening van de vloot door te elektrificeren.

Lena Lacroix: [00:04:32] Waarom hebben jullie gekozen om BACA lid te worden?

Beatrice Boedt: [00:04:47] Omdat het eigenlijk een netwerk was van verschillende organisaties die mee hun schouders willen zetten onder het verbeteren van de luchtkwaliteit en die CO2-reductie realiseren. Ik denk dat het echt was om een netwerk te hebben om op terug te vallen. Ik denk dat het wat ons aansprak en ook die expertise die waren aangeboden vanuit de BACA zelf als andere organisaties, die “*best practices*” deelden. En dan ook de belofte maken dat je ging bedragen, dat je dat ook ging doen die SBTi validatie. Ik denk dat wat voor ons in het oog sprong.

Lena Lacroix: [00:05:49] Oke super en hoe doeltreffend waren eigenlijk de initiatieven dat jullie in bieden in jullie organisatie om groener te worden?

Beatrice Boedt: [00:06:07] Ik ben daar nog voornamelijk aan het kijken naar de elektrificatie van de vloot. Die heeft kwa vertraging opgelopen, maar dat heeft dan voornamelijk te maken met de productie waar daar iedere organisatie mee geconfronteerd wordt. Dus daar is eigenlijk niet echt iets intern.

Lena Lacroix: [00:06:42] Hebben jullie een grote vermindering gezien dan jullie CO2 uitstoot?

Beatrice Boedt: [00:06:47] We hebben er nog niet zoveel, hè. We hebben nog niet zoveel elektrische bussen. Ze zijn wel besteld, maar de levering loopt wel vertraging op gewoon door heel de productieketen. Maar normaal gezien zullen we dat dit jaar wel moeten zien. We hebben gekeken hoeveel we moeten reduceren en we hebben ook gekeken naar de elektrificatie van onze bus vloot. En dan zagen wij ook dat we daar de eerste twee jaar niet gingen halen, dus we zijn daarop voorzien. Vanaf 2023, dus in de rapportering van 2024, zouden we moeten zien dat we effectief gaan verminderen. Ik denk, onze bus vloot staat in voor 92-93% van onze totale carbon footprint en dat is gigantisch, hè. Bij dat kunnen we reduceren zowel op scope 1 als scope 3, dan is het echt wel mooi. De impact van de andere categorieën kan je niet zeggen dat het verwaarloosbaar is, en willen er zeker iets aan doen, maar we moeten eerst zien wat de grootste impact is en daar staat de bus vloot natuurlijk.

Lena Lacroix: [00:08:11] Ja absoluut en hoe prioriteert eigenlijk De Lijn de vermindering van de CO2-uitstoot tussen hun andere doelstellingen?

Beatrice Boedt: [00:08:31] Er wordt eigenlijk geen keuze gemaakt, ze zijn alle 3 even belangrijk, de 3 strategische doelstelling. Het is niet dat we kunnen zeggen dat we gaan volop voor duurzaamheid. We kiezen groene voertuigen en we benadelen de klanten met dezelfde evenwicht. En jaarlijks hebben we ook een aantal focuspunten waar dat we rond werken daar zit veiligheid en duurzaamheid onder andere. Dus dat laat wel tijd mee om over andere zaken te leren.

Lena Lacroix: [00:09:07] En heeft De Lijn eigenlijk veranderingen gezien nadat ze lid waren van BACA?

Beatrice Boedt: [00:09:24] Eigenlijk te weinig, dat is mijn gevoel. Ik weet niet of dat daar aan onze organisatie ligt, ik heb ook veel het gevoel dat ik hele tijd geen communicatie heb gehad met BACA. Dat we gewoon ons ding deden. En dan nu heb ik mij ingeschreven op die nieuwsbrief en nu krijg ik effectief maandelijks weer een nieuwsbrief van welke sessies de BACA organiseert. Maar ik heb tijd precies niet meer gehad en dus waarschijnlijk ook wel heel veel communicatie en mist.

Lena Lacroix: [00:10:01] En in de SBI dat jullie zetten waar zetten, waar zijn jullie voor het moment? Hebben jullie al targets gezet?

Beatrice Boedt: [00:10:15] We zijn al gevalideerd ook, ja.

Lena Lacroix: [00:10:17] Oké, en welke targets zijn dat?

Beatrice Boedt: [00:10:21] Ik kan die gerust nog een keer op mail zetten. Bij scope 1, min 46,20%. Bij scope 2, 100% hernieuwbare energie blijven aankopen en voor scope 3 ook min 46,20%. Dat is dus allemaal tegen 2030 ten opzichte van 2019. En dat was dan voor 3 categorieën: de mobiliteit van het personeel, missies bij de productie van onze energie en de derde, *employee commuting*, *business travel* dus *fuel energy related activities* en aangekochte diensten. Dat is in lijn met 1,5 graad van de Parijs Akkoord.

Lena Lacroix: [00:11:16] En wanneer waren deze targets gevalideerd?

Beatrice Boedt: [00:11:21] In december 2022.

Lena Lacroix: [00:11:24] En met welke uitdagingen waren jullie geconfronteerd gedurende deze SBT-traject?

Beatrice Boedt: [00:11:33] Dataverzameling. Zowel intern is zeker niet evident om aan de juiste, correcte data te geraken. Ik heb daar heel veel werk in gestoken. We keken ook naar onze exploitanten, 50% ongeveer van onze ritten rijden we zelf, 50% wordt gedaan door onderaannemers zoals Keolis. Dus we hebben met hen ook een gesprek gehad om te zien welke data zij ons konden aanleveren en ze waren er zeker toe bereid als ze leveren jaarlijks data aan. Het ging alleen over hoeveel nemen we mee, en hoe gaan we daar gaan extrapoleren, en welke data ze kunnen aanleveren. De andere reden is dat er eigenlijk jaarlijks bijhouden worden van wie welke data, waar en in welke bronnen ze garanderen. Want er zijn echter ook een aantal verschuivingen en dan de nieuwe personen weet dan niet zeker van hoe hebben ze gedaan om aan die data te geraken, enzovoort. En dan ook moet jij, heel op het einde van de validatie traject, nog een aantal categorieën toevoegen van de SBTi. Dan was dat opnieuw een zoektocht van waar vind ik die data. Het was toch eventjes een lang traject, maar ik ben blij dat ze het goedgekeurd hebben.

Lena Lacroix: [00:13:24] En heeft De Lijn dingen moeten implementeren om deze targets te valideren?

Beatrice Boedt: [00:13:36] Echt implementeren op processen, neen.

Lena Lacroix: [00:13:41] Dus jullie mochten gewoon doorgaan met wat jullie al geïmplementeerd hadden en gewoon de data verzamelen dan?

Beatrice Boedt: [00:13:47] Ja.

Lena Lacroix: [00:13:51] En hoe heeft BACA jou ondersteund gedurende deze proces?

Beatrice Boedt: [00:14:02] Ze hebben ons uitleg gegeven over de timing, uitgelegd wat SBT en scope 1, 2 en 3 was. Maar dat was ook allemaal nieuw voor mij tot ik de basis toch zeker mee had. We hebben dan wel beroep gedaan op externe ondersteuning, omdat een keer dat je begint te verdiepen in het GHG-protocol, dat is heel veel werk. Ook van een Excel op te maken met die verbindingen, de formules erachter. Ik denk dat ze een heel goede basis hebben geleverd om ermee aan de slag te gaan.

Lena Lacroix: [00:14:48] En nu dat jullie gevalideerd zijn, voelen jullie nog een ondersteuning van BACA?

Beatrice Boedt: [00:15:01] Sorry, zijn nog een keer.

Lena Lacroix: [00:15:03] Nu dat jullie gevalideerd zijn, want BACA deed veel aan het begin, maar voelen jullie dat jullie nog ondersteund zijn, zelfs als jullie gevalideerd zijn?

Beatrice Boedt: [00:15:15] Het ding is, ik heb nog een keer gekeken aan die agenda. Bijvoorbeeld “klimaat communicatie binnen organisaties” staat morgen gepland, maar ik kan er jammer nog niet naartoe gaan, dus die doen wel zaken maar ik kan er heel vaak gewoon niet bij zijn, wat dan natuurlijk wel heel jammer is. Ik denk dat ze het aanbieden, maar dat ik gewoon geen tijd heb in mijn agenda om op die momenten te kunnen aansluiten.

Lena Lacroix: [00:15:48] En, hoe ziet u de evolutie van De Lijn als lid van BACA in de toekomst?

Beatrice Boedt: [00:16:01] Ik hoop dat we terug wat meer beroep kunnen doen voor de infosessies. Dat ze ons helpen over hoe dat we bijvoorbeeld biodiversiteit kunnen verhogen, hoe we onze CO2 verder gaan kunnen reduceren. Maar opnieuw het moet gewoon passen in de agenda's om te kunnen meedoen. Dat is altijd het grote probleem.

Lena Lacroix: [00:16:27] En hoe communiceert eigenlijk De Lijn over jouw klimaatacties binnen en buiten jouw netwerk?

Beatrice Boedt: [00:16:41] Op verschillende manieren. De campagne van “beweeg mee naar minder CO2” is gelanceerd. Vorige week was het de internationale klimaat dag, daar is er ook een filmpje voor gemaakt. En dan is er nog een quiz online gemaakt om hun kennis te zien. Om de medewerkers kennis van klimaat binnen onze organisatie te kennen, kennen ze de doelstelling van 46,20%. Dus dat zijn een aantal voorbeeldjes over hoe dat we communiceren. Ons duurzaamheidsverslag staat op onze website en daar kan je allerlei data vinden. En daarin zit er eigenlijk alles samengevat, het is gewoon ook de communicatie. Dat mag misschien nog iets meer, maar ik heb de indruk dat ze stilletjes aan het stegen zijn. Je moet ook eerst iets hebben om over te communiceren natuurlijk, niet alleen maar gewoon over de strategie en de strategische doelstellingen hebben. Mensen zien dat niet, dus het is alleen wanneer ze dat zien dat het meer impact neemt.

Lena Lacroix: [00:18:01] En moedigt De Lijn hun leveranciers en of cliënten om actief te zijn in klimaat in het algemeen?

Beatrice Boedt: [00:18:14] Begin 2023, dus in januari, hebben we een gedragscode voor leveranciers opgemaakt te laten valider. En die zal ook opgenomen worden onder onze aankoopvoorwaarden. Dus dat is ook weer opnieuw een eerste stap om die leveranciers erbij te betrekken om mee die duurzaamheid hoog in het vaandel te dragen.

Lena Lacroix: [00:18:48] En zouden jullie een toegevoegde waarde vinden als BACA een meer prominente rol opneemt in de publieke en/of politieke sfeer?

Beatrice Boedt: [00:19:06] Ik denk dat zeker geen kwaad kan. Als vertegenwoordiger van alle leden dan? Ik heb daar zeker geen problemen mee. Het kan alleen maar goed zijn, denk ik, dat er nog iemand mee zit te roepen en te trekken op politiek niveau en mee lobbyt om de juiste op de juiste keuzes te maken.

Lena Lacroix: [00:19:55] Dank u, dat waren mijn vragen voor deze interview. Ik weet niet als jij iets wilt toevoegen over jouw organisatie dat we misschien hebben gemist en dat misschien belangrijk is over jullie CO2-reductie of klimaat in het algemeen.

Beatrice Boedt: [00:20:14] Ja, voor ons gaat duurzaamheid niet enkel over milieu en CO2-reductie, maar het gaat voor ons ook over hoe dat we met de nodige zorg omgaan met onze mensen en hoe dat wij onze organisatie op goede en degelijke manier besturen. Ik vind het ook wel wat jammer en ik had het gevoel dat ik wat weinig ondersteuning heb gehad of dat ik meer

verwachtte van BACA. Maar dat kan ook zeker aan mij liggen, dat ik gewoon info niet heb zien passeren. Ondertussen is dat wel weer in orde, ik heb opnieuw ingeschreven op de nieuwsbrief en ik zie weer van alles verschijnen. Het is dan gewoon nog een gaatje vinden om te kunnen aansluiten.

viii. Interview of Patricia Grobben, Infrabel (FR)

Lena Lacroix : [00:00:00] Vous pouvez peut-être commencer par vous présenter également, présenter où vous travaillez, votre background, et cetera.

Patricia Grobben : [00:00:08] Ça va. Donc mon nom c'est Patricia Grobben. Je travaille depuis 3 ans chez Infrabel dans le service *sustainability*. C'est un service de 11 personnes et moi je m'occupe plus particulièrement de la thématique du climat, tant atténuation qu'adaptation aux impacts des changements climatiques. Et les autres thématiques qui sont traitées par notre département sont les nuisances sonores liées au train, la biodiversité et l'utilisation des pesticides. On a quelques sites qui sont certifiés ISO 14001, donc nous faisons ce suivi-là. Mes collègues qui sont sur le terrain s'occupent aussi de tout ce qui est permis d'environnement et tout ça. Donc, le scope est assez large et en fait toutes les thématiques de l'environnement sont comprises chez nous. Et depuis l'année dernière, on travaille aussi sur *Diversity and Inclusion*, donc en fait toutes les thématiques de du développement durable, tant social qu'environnemental, mais financier un peu moins, ça c'est plutôt en relation avec notre service financier quoi.

Lena Lacroix : [00:01:43] Parfait et du coup, chez Infrabel comment et depuis quand est-ce que vous procédez à du reporting ?

Patricia Grobben : [00:01:52] Bon le *reporting*, on a un rapport de développement durable depuis plusieurs années. Il faut que je regarde depuis quand, mais ça se trouve aussi sur notre site web. Tu peux trouver là les dates, parce que bon comme je suis là depuis que 3 ans, je n'ai pas tout l'historique. Par contre, par rapport au climat, parce que je pense que c'est ça qui t'intéresse, on a fait notre premier bilan carbone en 2020 pour l'année 2018. Celui-là, n'a pas été publié parce qu'il n'était pas tout à fait complet, mais on a publié notre premier bilan carbone pour l'année 2019 et il a été publié dans notre rapport de développement durable pour les années 2020-2021 je pense, fin dans le dernier rapport en fait.

Lena Lacroix : [00:02:49] Parfait. Et cette information, elle est certifiée par des audits ?

Patricia Grobben : [00:02:54] Ah non, mais notre premier bilan carbone a été fait avec l'aide d'un consultant, Climact, donc qui s'y connaît vraiment bien. Et voilà depuis nous appliquons en fait leur méthode parce qu'il s'agit d'actualiser les consommations d'énergie, les différents types, regarder aussi si les facteurs d'émission sont encore d'application et sinon les modifier.

Et moi j'ai un j'ai un background. En fait, je viens du ministère de l'environnement, service changement climatique du gouvernement fédéral, où j'ai travaillé pendant 10 ans et avant 10 ans au niveau de la Flandre service changement climatique. Donc où je me suis occupé des inventaires de gaz à effet de serre. Bon donc on est au niveau interne assez sûr de notre approche. Auditer c'est aussi pour donner une assurance externe, si je comprends bien oui.

Lena Lacroix : [00:04:01] Oui, en effet.

Patricia Grobбен : [00:04:02] Dans le cadre de notre ISO 14001, la consommation d'énergie est un topic disons et là, les sites sont audités. Bon pas chaque année, il y a une tournante. Mais donc voilà, certains éléments disons sont soumis à un audit, oui.

Lena Lacroix : [00:04:25] Et du coup, vous avez rejoint BACA en 2020 et quelle était qu'elle était en fait votre implication concernant la réduction des émissions de CO2 avant d'avoir rejoint BACA ?

Patricia Grobбен : [00:04:37] Donc le comité de direction avait adopté son nouveau plan stratégique qui s'appelle le plan « Go » en janvier 2020. Et là-dedans, il était inclus un objectif de neutralité carbone d'ici 2040 pour le scope 1 et 2. Donc nous avons commencé à travailler depuis janvier 2020 à définir une stratégie climatique qui permette de réaliser ces objectifs-là. Cette stratégie climatique a été adoptée en février 2021, donc après avoir rejoint la BACA. Mais honnêtement parlant notre adhésion à BACA n'a pas influencé en fait le contenu de notre stratégie climat.

Lena Lacroix : [00:05:40] Et du coup, pourquoi êtes-vous devenu membre de la BACA ?

Patricia Grobбен : [00:05:47] C'est une bonne question. Infrabel veut quand même se montrer aussi comme une organisation qui veut mettre des actes à ces paroles et donc on a vu ça un peu comme une façon de pousser nos actions. Disons que c'était un peu un *push* supplémentaire peut-être pour rester ambitieux. Mais je dois dire aussi, depuis fin 2022, il y a eu un contrat de performance qui a été adopté par le politique. Et comme le gouvernement est notre seul bailleur de fonds disons et actionnaires, même si on n'est pas côté en bourse, ils ont revu les ambitions pour le scope 1 et 2, et maintenant on ne parle plus de neutralité carbone en 2040 ans, mais en 2050. Donc l'ambition a diminué.

Lena Lacroix : [00:07:15] Ok.

Patricia Grobben : [00:07:16] Et aussi, par contre on avait défini dans notre stratégie climatique. Donc l'ambition à long terme était la neutralité carbone d'ici 2040, mais on avait défini aussi des objectifs à plus court terme en 2025 et en 2030. Et on avait prévu moins 10% en 2025 et moins 35% en 2030. Et là, ça a été revu à la baisse, si je puis dire, maintenant, ça sera moins 10% en 2027 et moins 15% en 2030. Maintenant, il faut savoir aussi que la situation d'Infrabel est un peu particulière, c'est à dire que le gouvernement nous demande aussi d'investir pour permettre un *modal shift*, donc du transport de la route vers le rail. Et on sait que, en tout cas actuellement, le rail est le mode de transport le plus durable, qui émet le moins de CO₂. Il faut voir aussi que nos émissions de nos propres activités servent en fait à réduire les émissions d'un secteur dans sa totalité, c'est-à-dire le secteur du transport, tant pour les personnes que pour le fret, les marchandises. Et du coup, le gouvernement dans le même contrat de performance, nous a mis des objectifs très ambitieux en au niveau du *modal shift*, donc de construire plus de lignes, faire en sorte que plus de trains puissent rouler sur notre réseau. Donc pour pouvoir faire ça, on va consommer plus d'énergie et donc du coup voilà, je pense qu'il faut mettre tout en balance et je pense que, en tout cas pour Infrabel et peut-être la SNCB aussi, voire plutôt l'impact. C'est important que nos activités soient les plus propres et les plus durables possible et on veille à ça. Mais notre objectif est aussi plus large, c'est de transformer tout un secteur en fait.

Lena Lacroix : [00:09:47] Oui, tout à fait. Chez Infrabel, est-ce que vous avez remarqué des changements depuis que vous êtes devenu membre de la BACA ?

Patricia Grobben : [00:10:01] Ça non, je ne pense pas. Nous nous sommes aussi une très grande entité. On n'est pas une petite boîte de consultance, on a 10.000 personnes qui travaillent chez nous, pas tout le monde est au courant qu'on en fait partie.

Lena Lacroix : [00:10:16] Et quelles politiques et initiatives est ce que vous avez mis en place chez Infrabel depuis que vous êtes membre de la BACA ? Donc après 2020 au niveau des réductions des émissions de CO₂.

Patricia Grobben : [00:10:29] C'étaient des mesures qui sont comprises dans notre stratégie climatique. Donc qu'on était déjà en train de définir avant de devenir membre de la BACA. Par exemple, nous augmentons notre propre production d'électricité verte, via l'installation des panneaux photovoltaïques sur nos bâtiments. Mais ce qui est plus important pour nous aussi, c'est *fase out* de la consommation de diesel par nos trains de travaux, parce que ça c'est une

grosse partie de nos scope 1. Et là un premier contrat a été signé pour remplacer des trains qui utilisent du diesel par des trains hybrides. Et il y aura un nouveau contrat pour changer, remplacer toutes nos locomotives qui fonctionnent maintenant sur le diesel qui seront aussi hybrides, donc ça c'est important. On regarde aussi le chauffage de nos bâtiments, donc on essaie de remplacer le mazout, là où c'est possible et nécessaire. Enfin nécessaire, si l'installation le demande. On électrifie notre parc de véhicules, là où c'est possible. On travaille aussi beaucoup sur l'efficacité énergétique, donc on a mis en place un nouveau système de chauffage d'aiguillage, qui nous a permis d'économiser beaucoup d'électricité cet hiver.

Lena Lacroix : [00:12:14] Parfait. Quels Science Based Targets est-ce que vous avez mis en place et où en êtes-vous sur votre trajectoire ?

Patricia Grobben : [00:12:31] On n'en a pas encore mis. Donc on s'est adhéré au SBTi, mais donc on a encore jusque septembre ou octobre de cette année-ci pour vraiment soumettre notre objectif. Et Infrabel est aussi soumis à la CSRD et la taxonomie, et donc là-dedans les mêmes ambitions règnent en fait. Il faut aussi faire en sorte d'atteindre l'objectif du 1,5° maximum. On met beaucoup d'attention là-dessus maintenant, parce que ça c'est vraiment une obligation légale, tandis que le SBTi ne l'est pas. Donc on verra avec le SBTi finalement. Surtout aussi parce que je trouve que certaines de leurs exigences sont impossibles, notamment l'exigence d'acheter 100% d'électricité renouvelable, c'est impossible pour nous, on en consomme trop.

Lena Lacroix : [00:13:47] Et du coup, quels challenges est-ce que vous rencontrez plus particulièrement pour placer ces SBT?

Patricia Grobben : [00:13:56] Ben justement, il n'y a pas de challenge. On pourrait le faire, mais on est en train d'hésiter. Est-ce que c'est opportun pour nous, oui ou non ? On se le demande vu qu'il y a la CSRD qui arrive au niveau européen.

Lena Lacroix : [00:14:09] Et du coup, si vous hésitez à placer ces SBT, comment est-ce que vous voyez votre futur avec la BACA ?

Patricia Grobben : [00:14:20] Si on n'a pas d'objectif, j'imagine qu'on va quitter la BACA. C'est dans les règles. Si on s'est pas engagé 2 ans après notre adhésion et si on n'a pas d'objectif 1 an après l'adhésion et 2 ans après l'objectif, eh bien voilà, on va quitter doucement la BACA quoi. On va disparaître de leur site web. Voilà c'est tout.

Lena Lacroix : [00:14:53] Du coup BACA vous a pas spécialement soutenu ou encouragé à placer des Science Based Targets ?

Patricia Grobбен : [00:15:02] Si ce n'est pas qu'ils ne font pas des efforts. Ils organisent beaucoup d'événements, des webinaires, et cetera, et c'était vraiment très intéressant aussi au niveau de de partage d'information avec d'autres entreprises, et cetera. Mais nous avons fait notre propre analyse par rapport à l'opportunité d'avoir ces SBT.

Lena Lacroix : [00:15:25] Ok. Et comment est-ce que chez Infrabel, vous communiquez à propos des actions que vous mettez en place au niveau des réductions des émissions de CO2 ?

Patricia Grobбен : [00:15:36] Oui, on a plusieurs moyens de communication. Il y a un intranet dans lequel il y a des web news, donc on communique à ce niveau-là avec tous nos collègues qui ont accès à un ordinateur. Puis il y a ce qu'on appelle « Infrabel TV », donc ce sont des écrans qui sont un peu dans tous les bâtiments et où les où il y a de l'information qui défile. Il faut savoir qu'on n'a pas que des gens qui travaillent dans les bureaux, mais on a des collègues qui entretiennent les rails, et cetera et qui sont donc des ouvriers qui sont plutôt sur le terrain. On a avec eux ce qu'on appelle le « milieu flash », donc là, chaque mois il y a une nouvelle thématique qui est abordée et qui est discutée avec eux lors d'une conférence de de sécurité qui doit être organisée tous les mois. Donc là aussi on parle de la nécessité de réduire la consommation d'énergie, on donne des conseils, des astuces, et cetera. Et puis on a eu, ça c'était spécifiquement dans le cadre de la BACA avec GoodPlanet, on a fait une session de sensibilisation des ouvriers. En fait, dans notre atelier de Schaerbeek, sur qu'est-ce que le changement climatique, que ce que ça veut dire pour Infrabel, où sont nos émissions, qu'est-ce qu'on peut faire pour les réduire, et cetera. Et donc c'était un projet pilote qui était très intéressant. On n'a malheureusement pas eu le temps ni le personnel de le répéter jusqu'à présent, mais il faut qu'on réfléchisse de toute façon à l'avenir encore plus aussi sur la communication. Il y a aussi notre CEO qui envoie chaque vendredi un email à tout le personnel avec quelques informations et donc il a déjà repris aussi des informations là-dessus par rapport à l'économie d'énergie et le climat.

Lena Lacroix : [00:17:49] Parfait et à quel point est-ce que Infrabel encourage ses fournisseurs ou vos clients à s'engager au niveau climatique ?

Patricia Grobben : [00:18:02] Le scope 3, on l'a calculé aussi en on va le publier pour la première fois dans notre rapport de développement durable cette année-ci. Et on a identifié aussi les sources les plus important et c'est clair qu'on va être en contact avec des clients à nous, notamment les entreprises ferroviaires. Par exemple la SNCB qui roule sur notre réseau, consomme de l'électricité. C'est le plus gros consommateur en Belgique, donc ça aussi ce sont vraiment des émissions dans notre scope 3 qui sont les plus importantes. Et puis on est en discussion avec les entreprises de construction et cetera. Certaines d'entre eux sont aussi soumises à la CSRD ou bien il y a Lineas, par exemple, qui est un client qui lui est déjà plus avancé dans SBTi et donc, on a des discussions avec eux. Il y a certaines de nos entreprises de construction qui s'engagent dans « CO2 prestatie ladder ». Je ne sais pas si tu connais ça ?

Lena Lacroix : [00:19:18] Oui, on m'en a déjà parlé lors d'une interview.

Patricia Grobben : [00:19:21] Oui voilà, et donc eux aussi, ils doivent faire un *stakeholder consultation* et donc qui nous contactent aussi. Donc voilà, les discussions sont en cours et surtout dans le cadre de la CSRD, je pense que ça va s'accélérer.

Lena Lacroix : [00:19:38] Et est-ce que vous pensez que ce serait une valeur ajoutée que la BACA prenne un rôle plus important dans la sphère publique et politique ? Et si oui, pourquoi et comment ?

Patricia Grobben : [00:19:52] J'ai déjà eu une discussion avec une collègue de de la BACA, j'ai oublié son nom là maintenant, qui travaille plus sur la CSRD et je pense que c'est très important que le lien soit fait avec ça. Parce qu'en Belgique, en tout cas, pour le moment, ce sont les entreprises cotées en bourse, après il y a les grosses entreprises et après les PME seront soumises à cette législation-là. Et ça n'a pas de sens pour moi d'ajouter différentes initiatives, et cetera. La législation celle-là qu'on va devoir respecter et il faut voir comment la BACA ou les SBTi peuvent rentrer dans cette base légale en fait. Ça, c'est le plus important et de ne pas rajouter une couche. Je trouve ça important, parce que nous devons faire beaucoup de reporting pour beaucoup de choses et une harmonisation ce serait vraiment le mieux.

Lena Lacroix : [00:20:58] Tout à fait d'accord.

Patricia Grobben : [00:21:00] Parce que tout le temps qu'on passe dans le reporting et les différents reporting, on n'a pas le temps pour imaginer d'autres mesures ou d'autres actions que nous pouvons prendre.

Lena Lacroix : [00:21:13] Merci beaucoup du coup vous avez répondu à toutes les questions les plus importantes en tout cas. Je ne sais pas si vous voulez ajouter peut-être quelque chose par rapport à Infrabel dont on n'a pas discuté par rapport aux réductions des émissions de CO2 qui vous paraît pertinent ou intéressant.

Patricia Grobben : [00:21:31] Je veux répéter encore une fois ce qui est important, donc nous sommes un acteur dans du transport durable et donc je pense qu'on doit regarder ça au niveau de notre secteur et quel est l'impact que nous avons.

Lena Lacroix : [00:21:46] Parfait. Merci beaucoup en tout cas d'avoir pris le temps encore désolé d'avoir eu un peu de retard. Du coup pour vos rapports, je peux les trouver sur le site, c'est ça ?

Patricia Grobben : [00:21:53] Pas de soucis. Oui en effet, il y a tout sur le site.

Lena Lacroix : [00:21:59] Super, mais du coup je vais aller chercher ça là-bas. Encore merci beaucoup. Au revoir.

Patricia Grobben : [00:22:06] Ok, bonne chance pour le mémoire. Au revoir.

ix. Interview of Hannelore Ruytjens, Jan De Nul (NL)

Lena Lacroix: [00:00:02] Dus, misschien mag je je ook voorstellen, Jan De Nul voorstellen, jouw background, enzovoort.

Hannelore Ruytjens: [00:00:10] Ja, ik ben Hannelore Ruytjens. Ik ben energie en emissie adviseur voor Jan De Nul Group. Ik werk sinds 2017 bij Jan De Nul. Ik heb eerst veiligheid en milieu gedaan op de buitenlandse projecten voor Jan De Nul voornamelijk baggerwerken en offshore projecten. En sinds 2020 werk ik op het hoofdkantoor in Aalst, waar dat ik eigenlijk op corporate niveau de emissies bereken voor Jan De Nul Group, voornamelijk de carbon footprint dan, maar ook pollutie emissies, fijnstof en stikstof en zo verder. Wij zijn ook in zee gegaan met BACA om dan ons te begeleiden en om Science Based Targets te kunnen zetten voor de hele groep. Jan De Nul is een Belgisch familiebedrijf die gespecialiseerd in eigenlijk 5 activiteiten. Dus in de Benelux en in Europa ga je ons vaak zien op civiele bouwwerven, wegen, bruggen, gebouwen. Daarnaast hebben wij ook heel veel baggerwerken en sinds 5 à tiental jaren ook veel offshore werken en dat is eigenlijk het grootste deel van onze omzet, rond de 70%. En daarvoor hebben we ook een heel grote vloot, dus grote schepen, om die bagger en offshore werken uit te voeren. Baggerwerken zijn meestal het verdiepen van kanalen of havens met schepen, dus zand gaan weghalen en ergens anders gaan plaatsen. Voor de Belgische kust bijvoorbeeld doen we ook een jaarlijks campagne om de stranden te gaan suppleren, dus om meer stranden en kustbescherming te hebben. En offshore werken, zijn dan eigenlijk de enorm geschift van olie en gas werken waarbij dat we boorplatformen of gasleidingen legden in het verleden. En nu hebben we heel veel offshore installatie, windpark installatie projecten en kabelprojecten waarbij dat we dan de offshore windparken verbinden met het vasteland. Daarna hebben we nog twee andere activiteiten en dat zijn milieusaneringen. We saneren allerlei verontreinigingen en proberen zo van *Brown fields*, *greenfields* te maken en veronder verontreinigde industriële sites om te vormen naar een nieuw doel. En onze laatste tak is eigenlijk ontwikkelaar, waarbij dat we dan zelf als bedrijf eigenlijk een site gaan ontwikkelen, dus dat we niet de aannemer zijn voor een klant, Maar dat we eigenlijk zelf ontwikkelaar zijn. Dat is een beetje onze kleinste activiteiten boot. Daar hoort ook zeker bij. Dat was al een vrij lange intro ik zal het daarbij houden voorlopig.

Lena Lacroix: [00:03:40] En draagt Jan De Nul klimaat en milieu hoog in het vaandeel? En zo ja, hoe vertaalt het zich in jouw strategie?

Hannelore Ruytjens: [00:03:52] Ja, ik denk dat dat wel echt deel uitmaakt van onze *core business*, en zeker ook omdat we in activiteiten bezig zijn, zoals de bouw, constructie en zeker ook die offshore hernieuwbare energieactiviteiten waar dat het gewoon een enorme impact heeft. Hoe vertaalt zich dat? We zijn al bezig sinds 2012 met de CO2 prestatieladder. Dat was zowel een beetje de bakermat om echt alles wat we al deden rond emissiereductie en het energieverbruik te reduceren en een beetje onder een paraplu te brengen. Dat doen we sinds een beetje meer dan 10 jaar, maar we merkten wel dat dat soms ook een beetje te beperkt werd voor ons. En dan zijn we meer en meer gaan kijken naar internationale kaders zoals Science Based Targets en CDP (Carbon Disclosure Project), waarbij dat we voor heel de Jan De Nul groep gaan rapporteren. Omdat CO2 prestatieladder is net iets meer Nederland, België, Europa gericht, voor al onze activiteiten wereldwijd de focus te gaan leggen op emissies en klimaat. We zijn een bedrijf dat voorloopt met mijn ingenieurs en we willen graag dat zaken meetbaar zijn en juist. Daarom was die connectie met Science Based Targets wel een zeer goede, om dus niet zomaar een doelstelling te zetten van wat gaan we nu doen om de emissies te reduceren. Maar dan echt de wetenschap erbij halen van waar is het nodig om emissies te gaan reduceren en zijn we daar in 2020 ook mee begonnen met dat traject en hebben we in 2021 al commitment aangegaan bij BACA, maar dan ook bij Science Based Targets initiatief rechtstreeks. Ik denk dat 8 maanden later, in 2022, hebben we ons dossier dan ingediend, moesten we wachten op feedback van Science Based Targets en sinds begin dit jaar hebben we ook gevalideerde Science Based Targets. Dus ja, dat is allemaal doelstellingen zetten. Dat is natuurlijk heel belangrijk, maar we wachten niet met doelstellingen te zetten om acties te ondernemen. We zijn één van de eerste spelers die *biofuel* (biobrandstoffen) zijn beginnen gebruiken in hun schepen. Wij hebben daar ook al heel nauwe samenwerking met onze bouwers van motoren met MANABC en Jan De Nul was eigenlijk de eerste die daar 1000 draaiuren op 100% biobrandstof heeft gedaan in samenwerking met onze motorenleverancier. Daarnaast zetten we ook heel hard in op nabehandeling van uitstootgassen, dat is meer een pollutie verhaal om dus fijnstof en stikstof emissies en roet enorm te gaan verlagen. Dus dat is eigenlijk ook wel een heel belangrijke voor ons naast klimaat emissies om ook die pollutie emissies. Dus we hebben ook *ultra low emission* schepen en machines waarbij dat er alle stof wordt neergeslagen en dat er eigenlijk alle bijna alle roet wordt tegengehouden door veel filters. En daarmee waren we de eersten op de markt om zo een schepen uit te brengen en te bouwen. Dus ja, ik denk dat we daar toch wel pionier en voorloper in zijn.

Lena Lacroix: [00:08:02] Ja, het blijkt wel een. Dus je hebt gezegd dat het sinds 2020 dat jullie rapporteren dan?

Hannelore Ruytjens: [00:08:12] Via CDP ja en dat we aangesloten zijn bij BACA, maar dus sinds 2012 bij CO2 prestatieladder.

Lena Lacroix: [00:08:20] Sinds 2012 traceren jullie jullie milieupraktijken door rapportering. En is het door audits ook gecertificeerd sinds 2012?

Hannelore Ruytjens: [00:08:36] Ja, dat is ook een eis van de CO2 prestatieladder dat ISO 14.064 gecertificeerd moet zijn, dus dat hebben we ook gedaan. Wat dat wel nieuw is, is dat sinds 2012 hebben we dat gedaan voor scope 1 en 2 en dan nu voor 2022 hebben we ook de eerste keer geverifieerde scope 3 emissie gedaan. Waarbij dat we ook een van de eersten zijn dat voor alle categorieën van scope 3 die verificatie heeft kunnen halen. We zien bij veel van onze concullega's dat ze die verificatie niet hebben voor scope 3 en dat zij niet voor alle categorieën de berekeningen maken voor alle categorieën, maar wij hebben dat wel gedaan.

Lena Lacroix: [00:09:26] En misschien mogen wij nu een beetje meer over jouw implicatie voor en na BACA praten. Wat hebben jullie ingevoerd voordat jullie lid waren van BACA, dus voor 2020 om jullie CO2-uitstoot te verminderen?

Hannelore Ruytjens: [00:09:54] Ik denk heel veel onderzoek gedaan. We hebben de eerste keer op biobrandstoffen gevaren in onze schepen in 2019. Dus dat was voordat we lid waren van BACA, en ik denk dat de eerste *ultra low emission* vessels in de vaart zijn gekomen rond 2018 of 2019, maar die zijn ontworpen geweest in 2015 al, maar er zitten allemaal vertragingen op uiteraard. Dus dat is wel allemaal gebeurd voor ons BACA-lidmaatschap. Wat daarna is gebeurd, is dan eigenlijk vooral het opzetten van Science Based Targets, dus dat we dat traject hebben gevolgd. En ook onze scope 3 hebben we dan meer in kaart gebracht. Dat was de eerste stap en hebben we dan laten verifiëren.

Lena Lacroix: [00:10:55] Oké, en dus hebben jullie beleiden en initiatieven ingevoerd nadat jullie lid waren van BACA?

Hannelore Ruytjens: [00:11:05] Ja, ik denk dat we vooral ook hebben opgeschaald. Dus die biobrandstoffen, dat waren eerst zowat testcases om te zien of het gaat 100% bio of niet. Dat was toen ook eerste keer en dat is dan wel enorm opgeschaald. Ik dat we op 3 jaar tijd, we

hebben getest in 2019 en dan in 2020 hadden we ongeveer 2% van ons totale brandstofverbruik dat dan 100% bio was en dan in 2021 was dat al 7%. Dus daar zijn we daar toch wel vrij snel in gestegen. Het zetten van Science Based Targets was dan een belangrijk initiatief na ons lidmaatschap aan BACA. We zijn ook meer en meer beginnen kijken naar elektriciteit zelf groen op te wekken, dus daarvoor was het vooral aankopen van groene garanties van oorsprong in groenestroomcertificaten. Maar we hebben toch enorm veel zonnepanelen bijgelegd op onze sites en ook meer en meer sites beschikbaar gemaakt om windmolens op te zetten op het land. Onze windmolens staan in Zelzate op onze site en dan ook in Gent. En we zijn ook meer en meer onderzoek aan het doen bij de opgewekte groene stroom om daar dan ook meer zelf nog van te kunnen gaan gebruiken. En we zijn nu ook meer aan het kijken naar *Power Purchase Agreements*, die dat dan toch iets anders zijn dan garanties van oorsprong kopen van je *supplier*, dat eigenlijk rechtstreeks de vraag naar groene stroom ga verhogen. Dus en de elektrificatie van ons wagenpark en ons zware machines is ook enorm versneld, sinds 2020 of dat rechtstreeks te maken heeft met ons *BACA membership*, dat weet ik niet. Ik denk dat het ook wel is omdat de techniek gewoon verder evolueert. Maar we hebben enorm veel elektrische wagens rondrijden. We hebben ook de eerste hybride bulldozer in werking gesteld in 2020 of 2021, op een werf in Coo in België. Dat was de eerst bulldozer van die soort dat er werd ingeschakeld. Ondertussen hebben we er daar al twee van rondrijden en ik denk dat er nog meer in bestelling zijn. We zijn nu ook onderzoek aan het doen naar een volledig elektrische torenkraan, de bestelling is geplaatst, maar we zijn ook nog subsidie daarvoor aan het aanvragen. Dus we zijn meer en meer aan het inzetten op die zware machines te elektrificeren volledig dan 100%. Eerst wat hybride en nu meer en meer 100% elektrisch, en ook onze kleinste schepen. Want schepen zijn enorm moeilijk om te elektrificeren omdat die zoveel energie nodig hebben. En onze schepen die liggen niet gewoon in de haven, ze moeten ver op de zee. Maar onze kleinste schepen, dat zijn dan eigenlijk *survey schepen*, nu hebben we er ook twee in de vaart die volledig elektrisch zijn en ook onbemand, dus die zijn ook ietsje veiliger als er in moeilijkere gebieden survey gedaan moet worden en dan ook volledig elektrisch. Dus dat zijn wel nieuwe ontwikkelingen sinds 2020.

Lena Lacroix: [00:15:17] En waarom hebben jullie gekozen om lid te worden van BACA?

Hannelore Ruytjens: [00:15:29] Ja, het kwam eigenlijk van timing heel logisch uit. We waren dan bezig met CDP (Carbon Disclosure Project), waarin dat er toch wel de Science Based Targets enorm naar voren werd geschoven. Maar dat was dan een heel onderzoek van wat is

dat, wat betekent dat dan voor ons als bedrijf, hoe moeten we dat gaan vertalen. En dan, wij waren al lid van The Shift voor ons duurzaamheidsnetwerk en dan werd BACA ons ook voorgesteld via The Shift. We waren dan Science Based Target al aan het onderzoeken, dus was het eigenlijk een logische stap om ons daarbij aan te sluiten en alle infosessies te kunnen volgen en eigenlijk mee voortrekker te zijn in België ook. Natuurlijk vinden wij dat wel belangrijk dat de markt een *level playing field* blijft, willen wij ons eigen ook niet uit de markt gaan concurreren. Dus willen we eigenlijk wel dat zoveel mogelijk van onze concullega's ook dezelfde ambitieuze doelstellingen zetten. Dus de marketing er rond, zal ik zeggen, was ook wel belangrijk. Dus het was eigenlijk zo een logische stap met wat we al aan het bewandelen waren, de samenwerking dat we al hadden met The Shift om daar dan in mee te gaan.

Lena Lacroix: [00:17:07] Welke veranderingen hebben jullie gemerkt bij Jan De Nul na jullie lidmaatschap bij BACA?

Hannelore Ruytjens: [00:17:18] Dat we wel een goed netwerk hadden voor veel vragen dat we hadden. Dat we makkelijker contact konden leggen met mijn andere bedrijven die dan in hetzelfde traject zaten. En Science Based Targets was toch wel een enorme ambitie verhoging, het maakt dan allemaal veel serieuzer dus dat heeft gewoon de ambities verhoogd en dit heeft het allemaal wel wat meer gegeven, zou ik zeggen.

Lena Lacroix: [00:18:01] En hoe prioriteert Jan De Nul de vermindering van de CO₂-uitstoot tussen de andere doelstellingen dat jullie hebben?

Hannelore Ruytjens: [00:18:15] Ja, wij moeten ons voortgang dan maken dus we zitten eigenlijk te kijken voortdurend van waar zouden we biobrandstof kunnen gebruiken, op welke projecten, dus dat is dan in de interfase, dus dat wordt sowieso altijd bekeken. We willen natuurlijk ook zo efficiënt mogelijk al onze projecten uitvoeren. Dat is ook gewoon de logica zelf om zo min mogelijk brandstof te moeten verbruiken. Dat betekent dat we het ook gewoon beter doen, dat we dan meer marge kunnen behalen. Dus ja, ik denk dat het vrij logisch is om daar een prioriteit van te maken en dat dat ook iets dat gewoon bij goed zakendoen hoort. Het wordt enorm op de kaart gezet door intern, door ons management, door al die ambities aan te gaan en dat ondertekenen, maar ook onze klanten. Onze klanten vinden dat enorm belangrijk, er wordt ook vaak naar gevraagd en opvolging van gegeven. Vooral in Europa, in onze activiteiten over de rest van de wereld moeten wij soms een beetje lobbyen om het belang wat omhoog te krijgen, en dat is niet altijd gemakkelijk, maar we zien wel dat hij die markt er meer

en meer klaar voor is. Ik denk het feit dat we erover rapporten, intern en dan ook meer en meer extern en ook dat de Europese wetgeving is er aan het aankomen. Sowieso maken wij een duurzaamheidsrapportage. Het wordt gewoon belangrijk voor alle stakeholders dus dat maakt het gemakkelijker om er prioriteit aan te geven.

Lena Lacroix: [00:20:22] En je heeft gezegd dat jullie dus Science Based Targets hebben en dat die ook gevalideerd zijn sinds het jaar. Maar wat zijn eigenlijk de targets die jullie gezet hebben?

Hannelore Ruytjens: [00:20:34] Ja wij hebben doelstellingen voor scope 1, 2 en 3. Voor scope 1 is onze doelstelling om 40% te reduceren tegen 2035 ten opzichte van 2019. En voor scope 3 is de doelstelling om 20% te reduceren tegen 2035 ten opzichte van 2019 en dat zijn allebei absolute reductiedoelstellingen, dus geen relatieve.

Lena Lacroix: [00:20:59] Oké, en met welke uitdagingen waren jullie geconfronteerd gedurende jouw SBT-traject?

Hannelore Ruytjens: [00:21:13] Dat Jan De Nul een speciaal bedrijf is. Heel veel van de tekstenbegeleiding en business cases, zal ik zeggen, zijn eigenlijk zeer specifiek voor productiebedrijven. Dus bedrijvende die iets aankopen van producten, zij maken daar dan iets mee en dan verkopen ze dat weer. En Jan De Nul als aannemer is eigenlijk helemaal anders dan productiebedrijven. Wij leveren eigenlijk een dienst ook, het is niet echt dat wij een product maken. Dus dat maakte het wel vrij moeilijk in het begin om een beetje onze weg te vinden en te kunnen vertalen naar wat is de context voor Jan De Nul dan. Omdat in het begin zaten we meer op het pad van relatieve targets, om dat misschien te kunnen implementeren. Maar dat was dan heel veel over hoeveel producten dat je geproduceerd hebt in een bepaald jaar. En ook een ander groot verschil is dat productiebedrijven niet zo enorme fluctuaties hebben. Dus meestal hebben zij een bepaald fabriekje ergens staan en weten zij van over 5 jaar gaan wij die fabriek uitbreiden of gaan we er een extra bij zetten. Terwijl dat wij als aannemer, wij zijn heel project gebonden, dus wij weten op dit moment ook niet welke projecten dat wij volgend jaar allemaal gaan uitvoeren. We hebben wel een orderboek en wij zijn constant aan aanbestedingen aan het doen. Maar dat fluctueert eigenlijk enorm. Er zijn nu nog steeds projecten aan het bijkomen voor volgend jaar, laat staan dat wij over 10 jaar weten exact welke projecten dat wij zullen uitvoeren, wat onze groei zou kunnen zijn. Dus we zitten in een zeer volatiele markt. Wat het natuurlijk ook wel veel spannender maakt om dan vooruit te gaan kijken zo ver. Terwijl

we niet zo heel goed kunnen zeggen wij gaan twee keer zoveel projecten uitvoeren in 2035 of juist minder, of misschien hetzelfde, dus dat was wel een heel grote uitdaging en is het nog steeds één. Dat is dus enorm ambitieus in die zin om u daar dan aan te gaan verbinden. Wel een enorme barrière was dat wij gewoon een moeilijker sector zijn, veel volatieler, en we waren dan ook nog de eerste van onze categorie van bedrijven. Dus dat maakte het niet zo gemakkelijk, maar ja.

Lena Lacroix: [00:25:00] En hebben jullie dingen moeten implementeren om die doelstellingen met succes te valideren?

Hannelore Ruytjens: [00:25:15] Ja, ik denk voornamelijk ons inzicht toch wel verhogen, zeker voor scope 3, ik denk dat dat de grootste werk geweest is. Voor scope 1 en 2 wisten we al goed, hoe dat we kunnen reduceren en we hadden een vrij goed inzicht in wat dat we verbruiken en welk type, maar voor de scope 3, hebben daar toch wel echt serieus wat effort hebben moeten insteken.

Lena Lacroix: [00:25:48] En hoe heeft BACA jullie ondersteund in uw validatie traject?

Hannelore Ruytjens: [00:25:58] Ik denk in het begin vooral informatie verschaffen en netwerk ook. Zij hebben eigenlijk een beetje de lijnen uitgezet en dan ons ook in contact gebracht met andere bedrijven die met hetzelfde bezig waren. Dat was dan voor ons niet altijd zeer bruikbaar, omdat wij dan een zeer specifiek bedrijf in sector zijn. Maar ze hebben ons wel in contact gebracht met andere bedrijven, zoals consultants, dat ons echt kunnen helpen. Wij hebben dan ook een consultant ingeschakeld, Green Fish, om ons echt in de diepte te gaan te gaan helpen. Dus ja ik denk een netwerk en informatie delen.

Lena Lacroix: [00:26:56] En hoe ziet u jouw evolutie als lid van BACA in de toekomst?

Hannelore Ruytjens: [00:27:06] Ja, dat is dan moeilijke eigenlijk. Omdat wij nu gevalideerde doelstellingen hebben, lijkt het zo het einde van het traject. Ik hoop andere bedrijven nog kunnen blijvend inspireren en mee over de streep te trekken. En het menen en niet zomaar zeggen van we hebben de ambitie om Science Based Targets te hebben maar ze nooit te implementeren, maar dat ze dan ook effectief gaan doen. En ook blijven kijken van hoe dat we ze dan kunnen behalen, ik denk dat dat misschien wel de belangrijkste stappen nu is. Wat voor veel andere bedrijven werkt als reductiemaatregelen is, is voor ons helemaal anders.

Lena Lacroix: [00:28:02] En zouden jullie het een toegevoegde waarde vinden als BACA een meer prominente rol zou opnemen in de politieke of publieke sfeer? En zo ja, hoe?

Hannelore Ruytjens: [00:28:18] Ja, ik denk. Wat dat we bijvoorbeeld zien bij de implementatie van de CO2 prestatieladder in België, bij de overheden spreek ik, dan specifiek is dat er heel veel angst is van overheidsklanten om de markt te verstoren, terwijl dat de markt er in mijn mening er eigenlijk wel klaar voor is. Dus ik denk dat er veel meer stem gegeven mag worden aan wat het er allemaal al mogelijk is, in plaats van alle moeilijkheden die daar altijd gezien worden. Dus ik denk dat BACA wel die rol nog meer kan opnemen om duidelijk te maken aan de politiek en de overheden van het mag wel wat ambitieuzer soms ook.

Lena Lacroix: [00:29:09] En, hoe communiceren jullie over jullie klimaatacties binnen en buiten het netwerk van Jan De Nul?

Hannelore Ruytjens: [00:29:21] Ik denk zeer klassiek nog. Zoals dat alle bedrijven een jaarlijkse rapportage hebben en een duurzaamheidsrapportage hebben, doen we dat ook. Wij zetten heel veel op onze website van voortgangsrapportage, van wat waren onze doelstellingen en hoe hebben we die behaald. En dan weer af en toe, met nieuwsberichten, persberichten. Maar ja, het is niet dat wij een zotte campagne echt doen om dan nog meer in de verf te zetten. Maar ja, dus eigenlijk vooral via jaarlijkse rapportages en dan via onze website. Intern doen we nog net iets meer en geven we ook veel trainingen en webinars. We hebben in ons intranet een apart pagina over onze doelstellingen en over onze voortgang en zo. Maar dat is dan intern.

Lena Lacroix: [00:30:30] Moedigen jullie jullie leveranciers en of klanten om op klimaat te werken, misschien SBT te implementeren of andere acties innemen?

Hannelore Ruytjens: [00:30:50] Ja, dus we hebben onze scope 3 doelstellingen ook gezet. Dus we werken wel met onze met de leveranciers samen die de meest vervuilende producten leveren aan ons of de meest carbon intensive. Dat is dan vooral staal en beton. Dat is dan voornamelijk om gerecycleerd staal te kunnen aankopen of beton met milieuvriendelijker cement in. Ook onze kabels suppliers zijn wel vrij ambitieus, omdat zij ook heel veel gerecycleerd koper bijvoorbeeld gebruiken. Maar dat gebeurt al wel en dat is dan voornamelijk via onze collega's van de aankoopdienst, maar meer structureel in de toekomst zijn we aan het kijken om misschien ook CDP te gaan doen voor onze suppliers. Maar dat is nu intern iets dat loopt van zullen we dat dan doen en welke suppliers gaan we dan meenemen. Dus dat is eigenlijk het

verderzetten van wij zijn door onze klanten bevraagd geweest via CDP om dan nu onze leveranciers te gaan bevragen via CDP. Ja, en ze eigenlijk ook op het pad te zetten van Science Based Targets en implementeren van de laatste standaarden rond klimaatacties. Daarnaast hebben wij ook sector brede reductieprogramma 's. En daarbij gaan we echt samen met onze klanten en onze leveranciers aan tafel zitten en hebben wij bijvoorbeeld de voorbije 3 jaar gewerkt om samen met de Vlaamse overheid eigenlijk een minimum CO2-reductie verplichting op te nemen in baggercontracten. En ook zeggen aan onze klanten en de overheden van we zijn er klaar voor en het moeten niet enkel loze beloftes zijn in contracten van je moet iets doen rond het klimaat of rond duurzaamheid, maar dat er echt reductiedoelstellingen in contracten opgenomen kunnen en mogen en zouden moeten worden. Dat is ons nog niet helemaal gelukt, in de zin van een reductiedoelstelling. Maar ze hebben wel de waardering voor duurzaamheid omhooggetrokken, dus je hebt zo een puntensysteem in aanbestedingen en om contracten toe te wijzen. En wij hebben wel geijverd om die waardering die ze omhooggetrokken van 0 of 5 punten op de 100 naar minstens 15 in baggercontracten van de Vlaamse overheid en daar gaan we ook gewoon op verder werken en doen wij ook demonstratieprojecten. Dat we eigenlijk alles uit de kast trekken, dat we onze schepen op 100% biobrandstof laten varen, onze *ultra low emission vessel* schepen laten zeilen, dat we ook op het land de laatste nieuwe machines laten rondvaren, dat we onze werfketen volledig isoleren met zonnepanelen laten beleggen en echt alles, alles uit de kast halen om dan te laten zien aan onze overheidsklanten van dit kan er al, dit bestaat al. We moeten niet wachten tot 2030 of 2050 om zo'n dingen te gaan verwachten. Dus ja, ik denk wel dat het een belangrijke is.

Lena Lacroix: [00:34:33] Ja inderdaad, dank u dat waren mijn vragen voor deze interview. Ik weet niet als je iets wilt toevoegen dat we misschien niet besproken hebben?

Hannelore Ruytjens: [00:34:52] We hebben daar ook al wel over gesproken met BACA, maar een interne of externe carbon price, dat is nog wel iets dat we zowaar mee zitten van hoe zou dat dan werken. Ik denk misschien binnen BACA of binnen The Shift dat het wel een piste is dat we zo willen weten van wat denken andere bedrijven daarvan en hoe hebben zij dat dan eventueel gedaan. Om eigenlijk ons doel te gaan reduceren om eigenlijk de prijs te gaan opplakken, dus dat zoiets dat wel eens interessant is om binnen BACA het netwerk op te werpen.

Lena Lacroix: [00:35:42] Ja zeker bedankt voor deze interview en bedankt voor de tijd die je hebt genomen om te antwoorden. Ik wens je een fijne week.

x. Interview of Ines Verschaeve, Lidl Belgium (NL)

Ines Verschaeve: [00:00:00] Ik ben Ines Verschaeve. Ik werk ondertussen twee jaar bij Lidl als duurzaamheidscoördinator. En wat houdt dat eigenlijk in? Bij Lidl hebben wij een heel kleine afdeling die op duurzaamheid werkt, die fulltime op duurzaamheid werkt. We zijn met twee personen. Wat doen wij eigenlijk? De volledige coördinatie van onze duurzaamheidsstrategie binnen het volledige bedrijf. Want natuurlijk, iedere afdeling komt wel in aanraking met onze strategie, bijvoorbeeld als ik dan kijk voor het klimaat is dat bijvoorbeeld energie, dus de afdeling energie en ik ben daar wat de coördinerende persoon, de persoon waarbij dat ze terecht kunnen met vragen en ik volg ook de doelstellingen op. Ik ben momenteel bezig met maken van ons meest recente duurzaamheidsrapport. Dus dat zijn wat de zaken die ik doe, dan hebben we nog mijn leidinggevende, dus ons hoofdduurzaamheid. Op zich doet zij wat hetzelfde als mij ook wat extern. Wij vertegenwoordigen Lidl, vaak extern ook. Ik ben al een paar keer gaan spreken bij BACA of bij The Shift algemeen ook. En dan hebben we ook nog een persoon binnen inkoop die fulltime op duurzaamheid werkt, dus dat is dan de verduurzaming van ons assortiment, maar ook bijvoorbeeld begeleiding van onze leveranciers die ook de duurzame transitie willen maken. Ik weet niet of dat dan voldoende antwoord is op je vraag.

Lena Lacroix: [00:01:27] Voor mij is het perfect. En dus je hebt over duurzaamheid gepraat. Hoe draagt eigenlijk Lidl, klimaat en milieu in het vaandel en hoe vertaalt zich dat in jullie bedrijfsstrategie?

Ines Verschaeve: [00:01:45] Ik denk, dat was nog mijn vorige baas Philippe Weiler die is in 2017 begonnen te zeggen van oké, wij moeten eigenlijk SBT-targets hebben, want dat is dus standaard waar je als groot bedrijf moet naartoe streven. Wij Lidl België zijn natuurlijk onderdeel van de Lidl Internationaal Groep dus is hij eerst naar Lidl Internationaal gegaan. Hij vroeg van kunnen we dat niet doen op groepsniveau? De impact zal veel groter zin. Zij waren daar nog niet klaar voor en vonden dat te vroeg, dus dan zijn we gestart dus met Lidl België om SBTi targets te halen, die hebben we dan sinds 2018 gehaald. Dus, wij waren toen denk ik het derde bedrijf in België die dat hadden en de eerste retailer in België. Dus daar zijn we wel trots op. We hebben dan een carbon footprint ontwikkeld en dat heeft wel enorm geholpen. Omdat we daar wel die voortrekkersrol hadden, zijn er ook heel wat inspanningen geleverd. En sinds vorig jaar, eigenlijk sinds twee jaar geleden, sinds eind 2021 heeft Lidl International ook Science Based Targets. En dan hebben wij nog een jaar op onze eigen targets verder gewerkt,

maar dan hebben we zelf de beslissing genomen, ook in samenspraak met het International, dat we ook op de die van Lidl International gaan insteken. Eigenlijk vooral omdat die ambitieuzer zijn, was hij haar voor de 1,5°, terwijl wij nog voor de 2° hadden gedaan. Plus, ook wij hebben een eigen carbon footprint, maar die is heel arbeidsintensief om die ieder jaar op te maken. Plus we moeten ook een internationale carbon footprint gaan invullen, waardoor dat die *workloads* te veel werd. En International heeft het budget om die carbon footprint echt goed te gaan uitwerken en zij hebben ook veel meer macht om naar onze leveranciers te stappen en zeggen, van ja, kijk, jullie moeten tegen 2026 ook SBTi zijn. Dat is een aanpak die wij nooit hebben gedaan, dus wij hebben meer van *bottom up*, dus heel rustig beginnen gaan sensibiliseren, informeren over alles. Terwijl Lidl International heeft gezegd, oké, wij hebben Science Based Targets en wij willen dat de leveranciers die verantwoordelijk zijn voor 75% van onze emissies, willen wij dat zij ook Science Based Targets hebben tegen 2026. Concreet wat betekent dat voor ons voor Lidl België? Wij hebben 6 leveranciers die in de top 600 zitten van een Lidl International, dus 6 leveranciers die tegen 2026 die Science Based Targets moeten hebben. En momenteel zijn wij die ook aan het ondersteunen in wat is dat allemaal dat Science Based Targets Initiative, wat moet er gebeuren, hoeveel tijd hebben jullie daarvoor nodig. Dus wij zijn wel nog steeds bezig met hen wat te ondersteunen. En vanuit Lidl International is er ook een platform opgesteld om hen daarin te gaan begeleiden.

Lena Lacroix: [00:05:36] Oké wow super. En dus doen jullie aan rapportering bij Lidl? En als jullie het doen, sinds wanneer en hoe?

Ines Verschaeve: [00:05:48] Wij hebben in 2015 het eerste duurzaamheidsverslag uitgebracht. Om de twee jaar brengen wij een duurzaamheidsverslag uit, en daar zetten wij dan ook onze klimaatdoelstellingen in. Dit jaar gaat dat er weer wat anders uitzien, want we zijn natuurlijk overgestapt op dat internationaal traject. Dus onze carbon footprint wordt nu ook anders berekend, dus dat staat ook in ons rapport. Dus jaarlijks rapporteren wij zeker de emissies, dus scope 1, 2 en 3 die daling of stijging, daar rapporteren we jaarlijks, of ja, die rapportage vragen we jaarlijks op. Maar bijvoorbeeld hernieuwbare energie dat wordt wel frequenter opgevolgd, gewoon omdat die monitoring makkelijker is. En dan zie ik in de vraag of dat het geaudit wordt. Toen we een nationale carbon footprint hadden, werd die geverifieerd door EY voor het duurzaamheidsrapport. Nu wordt het op internationaal niveau geauditeerd door KPMG. Dus er zit er wel een check in en als wij nationaal onze carbon footprint op maakten, deden we dat ook samen met Climact. Dat is een consultancybureau dat ons daarin ondersteunde.

Lena Lacroix: [00:07:07] En dus jullie hebben gezegd dat jullie Science Based Targets hebben geïmplementeerd in 2018. Wat hebben jullie eigenlijk ingesteld om jullie CO2-emissies naar beneden te brengen voor 2020, dus voordat jullie lid waren van BACA?

Ines Verschaeve: [00:07:29] Dus eigenlijk het is pas in 2018 dat we gestart zijn met het Science Based Targets traject en ik denk dat we pas gevalideerd waren in 2019, of eind 2018. Dus wat hebben wij daarvoor gedaan? Er is eigenlijk heel veel tijd ingekropen in enerzijds onze eigen carbon footprint op te stellen. Dus hoe gaan we dat meten en wat zit er allemaal in. Dus dat heeft heel veel tijd genomen. Ook om te zien wat meten we momenteel, wat kunnen we nog meten, wat kunnen we niet meten, wat moeten we kunnen meten. Dus, dat heeft heel veel tijd genomen. En dan voor onze scope 3, hebben we naast onze grote carbon footprint, hebben we ook een makkelijkere en toegankelijker carbon footprint opgesteld voor onze leveranciers, zodat zij echt heel makkelijk, heel toegankelijk hun eerste carbon footprint kunnen opmaken voor hun eigen werking. Omdat het is natuurlijk iets heel groot, heel moeilijk en heel complex het klimaatverhaal. Wat hebben we dan specifiek bereikt? Ik denk eigenlijk die transformatie naar hernieuwbare energie. Daar hebben we wel enorm op ingezet. We hebben daarvoor ook een nieuw distributiecentrum gebouwd, dat dan volgens de BREEAM-standaarden gebouwd is, dus veel meer energie efficiëntie en zo, dus die zaken waren er wel ervoor al.

Lena Lacroix: [00:09:12] Oké en waarom hebben jullie gekozen om een lid te worden van BACA?

Ines Verschaeve: [00:09:19] Ik denk eigenlijk vooral om communicatie. Ook om een gezamenlijk front te hebben, om daar rond te werken. Maar ook inderdaad die communicatiewaarde, want wij doen heel veel rond dat klimaat, dus die Science Based Targets, maar dat is heel moeilijk om dat te gaan vertellen aan onze medewerkers en anderen. Dus om daar wat gelijkgestemden te vinden om eigenlijk dan ook zo samen te kunnen werken naar een betere toekomst. Ik vind het altijd heel interessant die bijeenkomsten om andere bedrijven te zien die met dezelfde problemen worstelen, of als wij of een ander bedrijf die iets op een heel andere manier heeft aangepakt dan ons en dat werkt. Dus het is vooral het platform dat ze aanbieden dat wij wel echt interessant vinden.

Lena Lacroix: [00:10:17] Welke beleiden en initiatieven hebben jullie ingesteld nadat jullie lid zijn geworden van BACA?

Ines Verschaeve: [00:10:26] Dat vind ik eigenlijk een moeilijke vraag om het net ervoor en erna. Ik denk wel meer de communicatie. Die wat meer gaan aanpassen aan bijvoorbeeld onze medewerkers. We hebben bijvoorbeeld een nieuw soort duurzaamheidsrapport gemaakt dat toegankelijker is naar de medewerkers toe. Zo die zaken omdat we daar wel wat tips hebben gekregen van andere leden.

Lena Lacroix: [00:10:53] Oké en hoe effectief waren eigenlijk deze beleiden in jullie reductie van de CO2-emissies?

Ines Verschaeve: [00:11:02] Ik denk dat scope 1 en 2 daar gaat op zich echt wel goed. Op zich zijn er gewoon investeringen die moeten gebeuren en dan komen we er wel. Het moeilijke blijft ja, natuurlijk, de investeringen moeten we kunnen maken, dus dat stap voor stap, maar we komen daar wel. Het moeilijke blijft scope 3 omdat daar hebben we minder een directe impact op. We werken natuurlijk wel samen met onze leveranciers en dergelijke, maar we blijven een bedrijf dat voeding verkoopt, dat veel te veel vlees verkoopt. En we kunnen vandaag nog niet gaan zeggen van: we gaan stoppen met vlees te verkopen, want dan gaan we failliet. Dus die scope 3 hebben we de zachte aardige aanpak gekozen, dus hebben we gezegd tegen onze leveranciers van oké, we gaan eens proberen een carbon footprint op te stellen en dan gaan jullie daarin volgen. We proberen dat zij duurzame veevoerders gaan gebruiken. We vragen dat zij hernieuwbare energie en dergelijke gebruiken. Maar de echt grote impact, dat is er tot op vandaag wel nog niet binnen die scope 3. Dus we hopen daar wel nu dat we in het internationaal verhaal zitten, dat we daar misschien een sneller resultaat van kunnen zien.

Lena Lacroix: [00:12:24] En moedigen jullie jullie klanten om respectueuzer te zijn van het milieu en op het klimaat traject te gaan?

Ines Verschaeve: [00:12:38] Wij proberen dat te doen, maar dat is natuurlijk moeilijk. Wij zijn ons veganistisch aanbod in laatste maanden echt enorm aan het uitbreiden. We maakten vroeger af en toe eens een veganistisch product, dat wordt nu meer en meer de standaard. We doen ook eens een *veggie challenge* op onze website, daar staan er redelijk wat zaken rond het nut van vegetarisch eten ook op de carbon footprint die je hebt. Dus we doen dat wel, maar we merken dat we daarvan nog niet het effect hebben dat we graag zouden willen hebben.

Lena Lacroix: [00:13:13] Oké, maar jullie proberen toch. En hebben jullie veranderingen gemerkt bij Lidl nadat jullie lid zijn geworden van BACA?

Ines Verschaeve: [00:13:27] Dat is wel een moeilijke vraag voor mij om te zeggen, omdat we al lid waren voordat ik hier startte. Dus ik denk eigenlijk vooral dat we wel andere bedrijven hebben leren kennen die er ook op werken en dat we zien dat andere bedrijven dezelfde problemen hebben als ons. En dat we dan misschien samen naar een volgend stap kunnen gaan.

Lena Lacroix: [00:13:52] Hoe prioriteert Lidl de vermindering van jullie CO2 uitstoot tussen de andere doelstellingen van Lidl?

Ines Verschaeve: [00:14:25] Ik weet niet zeker of dat ik de vraag heb begrepen. Dus onze klimaatdoelstellingen zijn één van de pijlers binnen onze volledige strategie.

Lena Lacroix: [00:14:36] Ja, het is gewoon om te weten hoe jullie doen om klimaat een belangrijke topic te maken met andere doelstellingen die jullie hebben en de andere uitdagingen dat jullie misschien voorkomen? Gewoon om te weten hoe jullie dat beheersen.

Ines Verschaeve: [00:14:52] Klimaat is een van onze grootste prioriteit, gewoon omdat wij als groot bedrijf moeten we onze verantwoordelijkheid daarop nemen, dus zetten we daar wel echt op in.

Lena Lacroix: [00:15:07] Dus Misschien mogen we nu meer over de SBT praten. Wat zijn eigenlijk de SBT's die jullie hebben gezet?

Ines Verschaeve: [00:15:27] Dus de specifieke target. Wacht, ik had ze beter genoteerd, maar kan het precies straks wel nog op e-mail zetten. Ik ga het eerst misschien over ons nationaal hebben, ons scope 3 min 36%, maar een intensiteit reductie. Dus per kilo verkochte vlees wilden we daar 36% minder CO2 op. En dan scope 1 en 2 was min 25%, maar daar wel een absolute reductie. Wat is er nu veranderd? Wij willen in onze nationale nooit emissies gaan opkopen. Omdat ik vind dat nog steeds *greenwashing*. Je moet eerst zorgen dat je emissies zodanig veel dalen voordat je begint met ze op te kopen. Nu dat we de transformatie gemaakt hebben naar Lidl International, zij zien het iets anders. Daar is het scope 1 en 2 min 95%, omdat bijvoorbeeld de hernieuwbare energie zitten wij nu al op 100% groene stroom, zogezegd. Want wij als Lidl België hebben, denk ik 25% hernieuwbare energie en al de rest moeten we gaan opkopen. En dat vinden wij wel een moeilijke, maar op zich kunnen we daar niet afwijken van het traject dat Lidl International heeft aangezet. En dan op scope 3 niveau is dus die top 6 leveranciers dat die SBTi moeten worden, maar Lidl International is ook wel aan het kijken om nieuwe FLAG-

standaarden te gaan introduceren. Dus de komende jaren gaan we waarschijnlijk wel nog andere doelstellingen erbij krijgen.

Lena Lacroix: [00:17:27] En de nieuwe targets van Lidl International, ze zijn naar gevalideerd, of niet?

Ines Verschaeve: [00:17:33] Ja, die zijn gevalideerd geweest, denk ik 2021.

Lena Lacroix: [00:17:38] Perfect, en met welke uitdagingen waren jullie geconfronteerd gedurende SBT-traject?

Ines Verschaeve: [00:17:50] Het is heel veel werk. Bedoel je doorheen het validatietraject of algemeen om de doelstellingen te halen?

Lena Lacroix: [00:17:59] Ja algemeen om de doelstellingen te plaatsen en daarna te halen.

Ines Verschaeve: [00:18:03] Ja, het is allemaal redelijk technisch, dus het is moeilijk om dat bij iedere afdeling goed verwoord te krijgen. Dus ook in de professionele wereld weten heel veel mensen wat SBTi is, maar onze klanten en zo weten dat heel weinig en de grootste uitdaging is eigenlijk scope 3, omdat we daar het minste effect op hebben. En de, zij proberen wel onze leveranciers daarin te betrekken, maar zij voelen niet altijd de urgentie om die targets te zetten.

Lena Lacroix: [00:18:42] Heeft Lidl dingen moeten implementeren om deze targets te halen?

Ines Verschaeve: [00:18:53] Nee, wij hebben wel echt een beleid moeten gaan implementeren om die targets te kunnen halen. Bijvoorbeeld voor schadelijke koelgassen, we gaan die gaan omzetten en dan enkel natuurlijke op 5 jaar tijd plaatsen. Dus ondertussen zijn al onze koelgassen natuurlijk, dus dat is een enorme daling. Dus dat is echt wel een plan van aanpak geweest binnen verschillende afdelingen met een actieplan op langere termijn. Ook zo bijvoorbeeld de hernieuwbare energie daar gaan monitoren, maar ook het gebruik van energie testen, zoals we wat minder lichten hangen in het filiaal, welk effect heeft dat op ons energieverbruik en ook op de kosten natuurlijk, want alles komt mijn kostprijs. Dus we hebben daar wel echt een volledig beleid rond uitgewerkt.

Lena Lacroix: [00:19:51] En hoe heeft BACA u ondersteund gedurende dit traject?

Ines Verschaeve: [00:20:00] Ik weet niet of dat er daar heel specifiek ondersteuning is geweest van BACA. Ik weet van het communicatie aspect, daar wel. Maar voor de rest, dat weet ik niet. Dat was ook gewoon omdat dat voor mij tijd was. Ik heb het wel opgezocht ter voorbereiding van deze meeting, maar ik heb er niet echt iets over teruggevonden.

Lena Lacroix: [00:20:24] En, hoe zien jullie jullie evolutie als lid van BACA in de toekomst?

Ines Verschaeve: [00:20:32] Ja, ik denk dat wij een actief lid zullen blijven en dan vooral over de gemeenschappelijke uitdagingen die er zijn die die gaan blijven opvolgen. Naar meetings blijven gaan, naar lezingen blijven gaan, enzovoort. En ik hoop dat BACA ons blijft op de hoogte te houden van bijvoorbeeld de FLAG-targets die er aankomen, om dat behapbaar te maken voor ons ook.

Lena Lacroix: [00:20:59] Ja en hoe communiceren jullie eigenlijk over jullie klimaatacties binnen en buiten jullie netwerk?

Ines Verschaeve: [00:21:09] Dus in duurzaamheidsrapport rapporteren wij over onze targets, op onze website ook. En als we iets bereikt hebben iets bijzonder, bijvoorbeeld eind vorig jaar hebben we een windmolen op het net gezet, dus onze eigen kleine windmolen. Dan gaan we daar ook een paart berichten over maken. En intern hebben we heel vaak wisten datjes op ons intranet zetten om te zeggen van kijk, weten jullie dat we dit doen, weet je dat we zoveel zonnepanelen hebben, weet je dat we laadpalen hebben. Dus op die manier proberen wij dat te communiceren met zaken die mensen weet die tastbaar zijn voor onze medewerkers.

Lena Lacroix: [00:21:53] Perfect, en zouden jullie het een toegevoegde waarde vinden als BACA een meer prominente rol zou opnemen in de politiek en publieke sfeer?

Ines Verschaeve: [00:22:05] Ik denk wel dat dat zeker interessant kan zijn. Als ik dan kijk naar de retailers, wij kijken heel vaak naar elkaar, maar ik denk dat er een politiek niveau dat de ladder daar ook wel wat hoger mag gelegd worden. Zeker ons Belgisch klimaatbeleid is heel slecht, het is totaal niet ambitieus en ik denk dat het echt jammer is dat wij als bedrijf daar echt wel de voortrekker moeten gaan spelen. Dus als BACA daar meer zou kunnen gaan lobbyen, gaan duwen, zorgen dat er wat meer actie komt, zodat bedrijven ook sneller die transitie maken.

Lena Lacroix: [00:22:44] Ja, dank u. Dat waren mijn vragen voor dit interview. Ik weet niet, als je iets wilt toevoegen rond jullie CO2-reductie of gewoon over Lidl, iets misschien relevant waarover we niet gesproken hebben.

Ines Verschaeve: [00:22:48] Nee, ik denk dat gewoon als bedrijf, wij proberen heel veel te doen, maar soms voelen we ons ook wat alleen. En het klinkt naar wat jij zei over de politiek, het is soms jammer dat er niet wat meer initiatieven komen vanuit politiek standpunt rond die CO2.

Lena Lacroix: [00:23:22] Nee inderdaad, dat vind ik ook.

Ines Verschaeve: [00:23:26] Dan zijn we al met 2.

Lena Lacroix: [00:23:27] Ja, Ik denk dat we zelfs meer dan met twee zijn.

xi. Interview of Christine Vanoppen, Lineas (EN)

Lena Lacroix: [00:00:21] So, if you could first, please introduce yourself as well as the organisation you work for and your position in that organisation.

Christine Vanoppen: [00:00:35] So I'm working for Lineas. Lineas is rail freight operator in Belgium. We used to be part of the NMBS, the railway company in Belgium. But we have been privatised since 2015. We operate freight trains, we have a network, so we drive trains throughout Europe. We go up to the north of Sweden, the South of Italy, so we go also to the east, to Spain, Italy, Germany, which is a very important destination and Austria. So, as I said we are privatised. So, our company is roughly 1800 people. And we operate around 700 trains every week. So that is the situation of Lineas as a company. My role at Lineas, I am part of the corporate affairs department. And we report to the CEO. What else can I say? Oh yes, I could tell you about my background. My background, I did also an economics master. I also did an MBA in the UK. Then I started working. I started working for Ernst and Young. First in audit, then in consulting. Afterwards I joined Base, the mobile operator. At that time, it was first Orange, then KPN, then Base, and now it is part of Telenet. There I was responsible for the regulated services. So, at that time interconnection, roaming value, added services. And at the same time, I was an economic adviser to the general counsel and the CEO in those years that were related to the liberalisation of the mobile telecom market. After that I joined Lineas. And there I started first working in business controlling. But quickly step to the Public Affairs

Department, where I am on the one hand, an economic advisory role. For all matters related to level playing fields issues. That requires some lobby, and sustainability. So, I am also the ESG manager at Lineas.

Lena Lacroix: [00:03:43] All right. Thank you.

Christine Vanoppen: [00:03:45] I'm going to get my lunch quickly, but I'll be right back.

Christine Vanoppen: [00:03:57] I will switch off my camera, but we can continue like this. OK? Let's go.

Lena Lacroix: [00:04:05] Alright. Does Lineas carry climate and the environment at heart? And if so, how does it translate it into your strategy?

Christine Vanoppen: [00:04:19] Yes. Well, the climate is a unique selling point for Lineas. Why? Because rail transportation. We have 9 times less CO2 emissions as compared to freight trucks. So, we are 6, 7 times more energy efficient than freight by truck. We position ourselves as the green carrier of freight and, that we are indispensable in the decarbonization of the supply chain.

Lena Lacroix: [00:05:00] Alright. And since when and how does your organisation track and report those environmental practises?

Christine Vanoppen: [00:05:11] Yeah, that is, that is emission factors. They are calculated on the European level. It is the CER which is the railway European Global Lobby organisation, who calculates this this kind of comparisons. But we have also determined our own footprint.

Lena Lacroix: [00:05:33] OK.

Christine Vanoppen: [00:05:35] And based on that, we did that with the base year 2021. And we have submitted it by the end of last year. We have submitted Science-Based Targets.

Lena Lacroix: [00:05:48] Alright, yeah, I'm going to get now to BACA to the Belgian Alliance for climate action. How was actually your implication regarding the reduction of CO2 emissions before joining BACA?

Christine Vanoppen: [00:06:04] None. No, none.

Lena Lacroix: [00:06:09] And so, you didn't have any kind of policies or initiatives concerning the environment before becoming a BACA member?

Christine Vanoppen: [00:06:15] No, except for the fact that we compare ourselves to the truck sector. And that we have used the carbon argument as one of our unique selling points in order to try to shift cargo from roads to rail. There was nothing before being a member of BACA.

Lena Lacroix: [00:06:37] All right. And for how long have you been a member and why did you choose BACA?

Christine Vanoppen: [00:06:45] Because BACA is part of The Shift. And The Shift is a bit the reference organisation for everything which is sustainability in our company.

Lena Lacroix: [00:07:04] OK. And so, what policies and initiatives have you put in place since you became a BACA member then?

Christine Vanoppen: [00:07:16] So, the policy is that we have started with the footprinting and that we have submitted the Science Based Targets.

Lena Lacroix: [00:07:28] And how effective do you think that those policies have been for your organisation?

Christine Vanoppen: [00:07:36] I hope that they will be very effective because the codes are clear around the table. Science based Target initiative organisation still needs to validate the targets that we have submitted. But the fact that the top management wants to do that, it also clearly shows that there's commitment in order to reduce our own footprint.

Lena Lacroix: [00:08:08] All right. And how do you prioritise the reduction of the CO₂ to emissions among the other goals of Lineas?

Christine Vanoppen: [00:08:19] They are quite top priority within the ESG strategy. CO₂ emission management and reduction are considered as a top priority.

Lena Lacroix: [00:08:32] Right. So, you say that they are more important than the other priorities you had before?

Christine Vanoppen: [00:08:40] We didn't see an ESC management, yes. At this moment, yes. OK.

Lena Lacroix: [00:08:50] And so, have you noticed any changes in the organisation since you've joined BACA?

Christine Vanoppen: [00:09:01] No, not immediately.

Lena Lacroix: [00:09:03] Alright. And so, you talked about the Science Based Targets that you have at Lineas and but what are they exactly the ones you've set?

Christine Vanoppen: [00:09:17] We have set scope one and two reductions of 42%. For scope 3, we have a 50% supplier engagement target. Uhm, also for scope 2 reduction uh, change to sustainable sources for 75% by 2030. And then there's a general expense scope within Scope 3 where we have set a target of minus 50%, no minus 25%.

Lena Lacroix: [00:10:01] Alright. And what is your SBT setting trajectory at the moment?

Christine Vanoppen: [00:10:08] We don't have a trajectory still, because we are still waiting validation.

Lena Lacroix: [00:10:13] OK. But you are committed already?

Christine Vanoppen: [00:10:17] Yes, yes.

Lena Lacroix: [00:10:21] And what challenges have you faced while setting those SBTs?

Christine Vanoppen: [00:10:27] Setting the SBT or not, but what's the question?

Lena Lacroix: [00:10:30] I mean, what challenges did you face when you had to set those SBTs and think about if SBTs would be the right fit for your organisation?

Christine Vanoppen: [00:10:45] Yeah, we had help from a consultant, so that makes things a bit easier for the company. It's Climact who helped us with the whole process.

Lena Lacroix: [00:10:58] OK. They are also members of BACA. Is it through BACA that you've decided to do the consultancy through them?

Christine Vanoppen: [00:11:09] Yes, I have asked some list of consultants. Based on that list, we have selected, we made our own selection.

Lena Lacroix: [00:11:22] All right. And how long did it take them to get to those targets?

Christine Vanoppen: [00:11:32] Yeah, we have been working half a year, more than half a year to get because you first need to do the foot printing. And then you need to set the targets.

Lena Lacroix: [00:11:47] What exactly did your organisation have to implement in order to be able to commit and, in the future to validate your targets? So, what helped you to get there?

Christine Vanoppen: [00:12:01] Yeah, we are in the midst of that. We are doing, we are starting a CO2 monitoring tool this year. The 2021 footprint will be the basis of that. And during the establishment of the footprint, we had to run some special reports in order to see what is the activity that we have. For instance, the detraction activity. How much is the energy consumption per tonne kilometre? Which are the countries that we drive through? Because the scope 2 depends on also from where the electricity is produced. I think that is the most important organisational implications, for now.

Lena Lacroix: [00:13:00] And have you planned on doing some other implementations in the future?

Christine Vanoppen: [00:13:12] Yeah. We are going to implement this monitoring tool. And obviously a CO2 reduction plan. An effective reduction plan should follow now. And the responsibility for the execution of the reduction plan that will be with the different departments.

Lena Lacroix: [00:13:40] Alright. And how does BACA support you in your objective to reach those targets?

Christine Vanoppen: [00:13:52] I must be, I must be honest, I lost a bit of contact here with BACA. Because BACA was fine to understand what Science Based Targets are, how can it help, what can you do, what should you do, ... The Learning Network was a bit... Well, it is to get acquainted with the broader field of expertise that is required in order to reduce your emissions, that backup was very good initiative. But rail operations are so specific, that you would rarely find another company where you can really exchange experiences. But the intent is to be part of that learning experience, that learning network and to exchange best practises. There is of course, there is the network, of course, if you need some specific

information, you can always contact BACA or The Shift and to get maybe to the persons within the sector or within the industry to see whether you can exchange information. But I see that as part of The Shift rather than as part of BACA. BACA for me was instrumental to get to get to know the area. OK, the decarbonisation, 0 emission and these kinds of things. So, there were a number of sessions organised by BACA which were very rewarding to get the awareness, the insight. But now that we have committed and we have submitted targets, there is less, less contact with BACA.

Lena Lacroix: [00:16:34] Then how do you envision the future with BACA?

Christine Vanoppen: [00:16:42] Well, we are doing some promotion together, we have a BACA lock. That is going to be launched, I don't know when. It should be somewhere this year. And I think that for us, it would be very interesting to help some members of the BACA to look into possibilities to decarbonize. A lot of big companies, they have looked at their CO2 emissions. Scope one, Scope two is quite straightforward, but for a lot of big companies that are member of BACA. It is also interesting, when they look at their scope 3, the transportation of goods could be an important factor. So, I can understand that that could be for a number of BACA members interesting to see with us how can we further reduce our CO2 emissions. When we come to scope 3, scope 3 is the most difficult scope for reducing, but if you look at transport, Rail is a huge opportunity for a lot of companies to decarbonize their supply chain. So, there we could, I could work and visit a cooperation with BACA to see how we can help them.

Lena Lacroix: [00:18:47] Yeah. So, you would be willing to organise a workshop to help other members, to reduce their carbon footprint.

Christine Vanoppen: [00:18:58] Yeah. So, first initiative, we are now doing this together this BACA lock. In the second instance, we can help them to prepare business cases for members if they want.

Lena Lacroix: [00:19:17] Yeah, I think they would be really interesting. They're looking for members who are willing to give testimonies.

Christine Vanoppen: [00:19:23] Yeah, I've discussed this with Bart. But now Bart has given over to Jonas. We're also talking Jonas. So, this is how I think we could do some interesting collaborations.

Lena Lacroix: [00:19:46] Yes, I think so too. I have some other questions. So how do you communicate about your climate actions within or and or outside your network? And if you could explain how?

Christine Vanoppen: [00:20:03] How we communicate? At this moment our communication is focused on the comparison against the truck. So, we communicate to clients, for the transportation that they have ordered with us. We give them an indication on how much CO2 they have saved. Instead of transporting by truck, they have now transported by train. Given that train gives 9 times less CO2 or 6 times less CO2 emissions compared to the truck, then you can calculate how much tonne CO2 you have you have saved. Yeah. So that is one thing we are doing now. The idea is also to publish that on our website. But our website is being reconstructed, so we are developing a new website. Yeah, we have to wait for the new website to launch, but I would like to have some clear indicators about how much trucks that we take out of the traffic. Because don't forget, when you look at the comparison road to rail. And you look at the external costs, the congestion cost is huge for roads, but for us it's zero. So, the advantage or saving on external costs is primarily from the congestion cost and that's that is things where we publish and report on a regular basis because we use this of course also as a very strong argument in our lobbying exercises. So, the idea is also to start with a limited sustainability report which will deal, amongst others, about CO2, but not exclusively, that will also deal about the social component, the governance component, and so on.

Lena Lacroix: [00:22:19] And so, you said that you are doing some reporting and where do you publish your reports, your annual reports?

Christine Vanoppen: [00:22:26] We don't do reporting.

Lena Lacroix: [00:22:28] You don't do, OK. So, you don't have a document where you document the numbers that the CO2 you saved.

Christine Vanoppen: [00:22:40] We use it in presentations when we give it to customers, when we give it to the government. So, it's used in presentations, in in the slides. But we don't have what you would expect from sustainability reports that are drafted in accordance with your GRI standards that, that we don't do.

Lena Lacroix: [00:22:59] Alright. And do you think you could send those presentations to me so I could have the numbers to see your reduction?

Christine Vanoppen: [00:23:07] Yeah, I can send them. I can send a couple of slides.

Lena Lacroix: [00:23:12] All right, we can you can do it afterwards without problem.

Lena Lacroix: [00:23:18] I have another question. Do you actively encourage your suppliers and or clients to set as SBTs? Or act for climate in any other way?

Christine Vanoppen: [00:23:37] It's part of the of the of the of the SBT targets. We have a 50% supplier engagement target, which exactly means that for 55% of our suppliers, we will try to convince them to reduce the CO2 emissions amongst other.

Lena Lacroix: [00:24:10] And would you consider it an added value if BACA would take up a more prominent role in the public or political sphere and how?

Christine Vanoppen: [00:24:32] Yes, certainly. I think BACA is one of the organisations which should have a voice in in the Belgian or regional climate action plans. Sure. I think they could be; they could take a much more prominent role.

Lena Lacroix: [00:25:00] Alright. And are there any other thoughts or comments that you would like to share about Lineas's efforts to reduce your CO2 emissions?

Christine Vanoppen: [00:25:17] Yeah, I don't understand completely the question.

Lena Lacroix: [00:25:19] It's just as a closing. I'm asking if you would like to add some information that we might have not talked about how Lineas is reducing its reductions and maybe something I didn't cover and that you think it would be interesting for my thesis.

Christine Vanoppen: [00:25:36] For. Yeah, but what is the objective of your thesis? What is your research question?

Lena Lacroix: [00:25:44] Well, my research question is to analyse the reduction of the CO2 emissions of the BACA members since 2020, since BACA was launched. And so, to see how effective BACA is to reduce those emissions among its members?

Christine Vanoppen: [00:26:05] OK.

Lena Lacroix: [00:26:06] And so yes, that's why I'm conducting interviews and analysing numbers to see the results.

Christine Vanoppen: [00:26:13] Yeah. And if I have to think about your research question, I think that is a bit... You cannot say that BACA is responsible for our CO2 reduction. Let's say BACA has opened the door, and they have shown us the way which is the SBT exercise. Once you get there, the effectiveness of spending time with BACA is less, if I can say so now. They could be more effective, in my view, if they actually help people to determine their footprint, but then it goes very far. Because I can imagine that a lot of smaller companies, they don't have the money to pay for a consultant to calculate their footprint. I could see value added for the smaller companies if BACA could deliver or could provide a tool for them to do it, and to save on consulting fees for instance. So, there is the tool aspects which is completely absent now at BACA. They say we are a learning network, we share experiences, and we provide... For what I have seen, but that's also my doing, probably because I didn't go anymore to the last meetings. Each year, there's again the introduction and the cycle that comes again and again. So, we really encountered with BACA on an individual basis in order to get some steps forward which is now the locomotive that will be a BACA locomotive. And it's going to be launched also, with the three-year celebration. So uhm, I have the impression that BACA has to think for itself. How do I see my role, and my possible role for companies who have already validated targets. That I think that I don't see so clearly now. Maybe it exists already because I've not been to the last meetings. But here I could see I could see a step a step up for the future. Like OK, a company like Lineas, we have paid a consultant, but I can imagine that for a number of smaller companies, BACA could work to provide some tools that they could use to do a first CO2 foot printing.

Lena Lacroix: [00:29:58] Yeah, that's what BACA is working on at the moment. To make the calculations accessible for the NGO's and smaller business who cannot afford it. So, they're trying to figure out how and yeah, what the way is to let them have SBTi's as well.

Christine Vanoppen: [00:30:20] That I can see, that I can see.

Lena Lacroix: [00:30:23] Well, thank you for this interview. And if you're interested in having the results of my thesis, I can and can forward them along to the businesses that are interested and.

Christine Vanoppen: [00:30:53] Absolutely, absolutely, yeah. I would be. I would highly appreciate it because I find it important also from my sustainability role, I find it very important to help. And having been student myself, it is so good if people want to help.

Lena Lacroix: [00:31:18] Well, I yes, I thank you a lot for your time and your willingness to help.

Christine Vanoppen: [00:31:24] Yeah, it's really my pleasure in case you still have questions or things are have not become clear. I understand also that this is your first interview, so maybe you might down the road, get to some questions like that would have been interesting to discuss that. Then please don't hesitate to contact me again to help you with other questions.

Lena Lacroix: [00:31:40] Alright. Well, thanks a lot. And if you can send me the PowerPoint with the data, that would be greatly appreciated.

Christine Vanoppen: [00:31:49] OK, I will do that. It's noted.

Lena Lacroix: [00:31:51] Well, thank you.

Christine Vanoppen: [00:31:52] OK. You're welcome. Bye.

Lena Lacroix: [00:31:53] Have a good day.

xii. Interview of Michael Ellerbeck, Mediahuis (NL)

Lena Lacroix: [00:00:00] Misschien beginnen met je voort te stellen, Mediahuis voor te stellen, jouw background enzovoort.

Michael Ellerbeck: [00:00:08] Ja, ik wil graag iets over mezelf vertellen. Mijn naam is Michael Ellerbeck, maar iedereen noemt mij Nick Ellerbeck. Dat is helemaal prima hoor. Ik heb een achtergrond in mechanical engineering en heb zo'n 30 jaar geleden aan de universiteit gestudeerd, ik denk dat het ongeveer 25 jaar geleden is. Mijn carrière heeft zich altijd afgespeeld in de drukkerij- en distributiebranche, zowel bij Mediahuis als bij bedrijven die later door Mediahuis werden overgenomen. Vorig jaar werd mij gevraagd of ik wilde helpen bij het in kaart brengen van de CO₂-uitstoot, inclusief scope één, twee en drie, evenals het Scientific Based Targets Initiative (SBTi). En toevallig gaan we vanmiddag al onze cijfers uploaden naar SBTi en zijn we klaar om gevalideerd te worden. Ik vind het belangrijk om betrokken te zijn bij duurzaamheidsinitiatieven en het meten van onze CO₂-uitstoot. Het is een cruciale stap om de impact van ons bedrijf op het milieu te verminderen. Ik kijk ernaar uit om hieraan bij te dragen en de voortgang te zien in ons streven naar een duurzamere toekomst. En bovendien komt CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) nu natuurlijk ook op ons af. Volgens mij begint het in 2025 voor niet-beursgenoteerde bedrijven, toch? Ik weet dat de afdeling controlling al bezig is met het verzamelen van gegevens die we moeten aanleveren voor CSRD. Vanuit het CO₂-verhaal heb ik nu alle gegevens van de afgelopen 4 jaar verzameld, die we ook in ons softwarepakket hebben. We zullen dit jaarlijks blijven bijhouden en kijken hoe we de uitstoot kunnen verminderen, dus we hebben al plannen opgesteld hiervoor.

Lena Lacroix: [00:01:43] Ja, dus jij hebt over de CO₂-reductie gepraat en hoe is het eigenlijk bij Mediahuis? Is milieu echt belangrijk voor jouw bedrijf en hoe hertaalt het zich in jouw bedrijfsstrategie?

Michael Ellerbeck: [00:02:05] Ja, dus vooral vanuit de aandeelhouders komt de vraag. Die vraag komt natuurlijk terecht bij de Raad van Bestuur of de hoofddirectie in Antwerpen, en dat was twee jaar geleden toen die vragen werden gesteld, zoals: "Wat gaan jullie eraan doen?" Als gevolg daarvan hebben we ongeveer 1,5 jaar geleden besloten om ons aan te melden bij SBTi en te beginnen met het meten van onze CO₂-uitstoot. We zijn van plan om onze doelen te behalen volgens de wetenschappelijk onderbouwde targets, en op die manier hebben we dit vertaald naar concrete acties. Wat je nu ziet, is dat bijvoorbeeld bij ons inkoopproces, zoals met

papier, we veel kranten drukken en sommige leveranciers hebben een hoge CO₂-uitstootfactor. Aan de andere kant is Zweeds papier bijvoorbeeld duurzamer met een lagere CO₂-uitstoot. Dus je merkt dat we nu al in onze inkoop meer Zweeds papier gaan kopen. Het laat zien dat er nu langzaam een verschuiving plaatsvindt in onze aankoopstrategie, waarbij we rekening houden met andere factoren dan alleen de prijs. Voorheen kozen we altijd voor het goedkoopste papier, maar nu niet meer. We richten ons op duurzaamheid en proberen de CO₂-uitstoot te verminderen door bewuste keuzes te maken bij het inkopen.

Lena Lacroix: [00:03:21] En, sinds wanneer rapporteren jullie over jullie klimaat cijfers?

Michael Ellerbeck: [00:03:28] We hebben de CO₂-cijfers vanaf 2019 verzameld, maar tot nu toe werden ze altijd intern gebruikt. Met het SBTi willen we 2019 als ons basisjaar gebruiken. Onze ambitie is om in scope 1 en 2 minimaal 50% of meer te reduceren en in scope 3 minstens 25% of meer. Ik denk echter dat we waarschijnlijk nog betere resultaten kunnen behalen. Toch houden we ons voor nu aan de basisambities van het SBTi en werken we er hard aan om onze uitstoot aanzienlijk te verminderen binnen deze scopes.

Lena Lacroix: [00:04:04] Perfect. Misschien mogen we nu een beetje meer over BACA praten. Waarom hebben jullie gekozen om lid te worden van BACA?

Michael Ellerbeck: [00:04:16] Oh dat. Ik denk dat ze ja pakij's heel is, toch een Belgische organisatie, hè? Mijn baas, Paul Huibers is daar een keer geweest, maar meer om het duidelijk te krijgen, ja om hoe heet dat informatie eigenlijk te verzamelen van hoe zit dat CO₂, hoe zit dat in mekaar? Dus het is meer informatievergaring, zou ik dan zeggen. Waar is niet dat ik doe er verder zelf niet zoveel mee. Ik ben wel eens op die site gegaan en ik word wel eens voor een seminar uitgenodigd in de zomer geloof ik. Maar ik woon natuurlijk heel ver. Ik woon wel 300 km vaak daarvandaan, dus ik ben tot nu toe nog nooit geweest, maar misschien moet ik het wel even gaan doen. Een keer.

Lena Lacroix: [00:05:05] Er zijn ook online evenementen dat je zou kunnen doen.

Michael Ellerbeck: [00:05:15] Het kostte even tijd om alles te begrijpen in zo'n organisatie, het is een beetje als '*learning by doing*'. In het begin duurde het best lang voordat iedereen doorhad wat er allemaal bij komt kijken, en dat gold ook voor mij. Zelfs als ingenieur, ik begrijp wat CO₂ is en waar het vandaan komt, maar het kostte tijd om te realiseren wat ik allemaal moest bijhouden en weten. Nu heb ik dat allemaal helder, maar in het begin was het zeker

onduidelijk. Ik denk dat ik niet de enige ben, want ik heb anderen gevraagd en zij hadden hetzelfde gevoel. Misschien geldt dat ook voor jou, heb jij ook een technische studie als achtergrond? Ik ben hier om te helpen en ik begrijp dat het bijhouden en begrijpen van de CO₂-uitstoot en duurzaamheidsaspecten soms ingewikkeld kan zijn, vooral als het een nieuw terrein is binnen een organisatie. We kunnen samen werken om deze uitdagingen aan te pakken en te zorgen dat alles goed op de rit komt.

Lena Lacroix: [00:05:51] Ik denk wel.

Michael Ellerbeck: [00:05:52] Heb jij een technische studie als achtergrond?

Lena Lacroix: [00:05:55] Ik ben handelsingenieur aan het doen.

Michael Ellerbeck: [00:05:58] Oh ja bedrijfskunde is dat in Nederland denk ik wel.

Lena Lacroix: [00:06:01] Dus technisch, maar niet zo technisch.

Michael Ellerbeck: [00:06:05] Nee, maar er wordt gezegd dat het eigenlijk alleen maar gaat om bijvoorbeeld CO₂, vooral alles bijhouden, weet je? Het heeft vooral te maken met verbranding, omdat daar natuurlijk veel CO₂ vrijkomt. Ik heb ook deelgenomen aan consultaties en seminars, en als ik nu terugdenk, realiseer ik me dat de uitleg soms helemaal niet duidelijk was. Het lijkt eigenlijk ook best makkelijk als je het eenmaal begrijpt. Maar goed, het zal vanzelf wel duidelijker worden.

Lena Lacroix: [00:06:33] Ja. En, hoe waren jullie eigenlijk betrokken bij het vermindering van jullie CO₂ uitstoot voordat jullie lid waren van BACA?

Michael Ellerbeck: [00:06:46] Ja, we hebben wel enigszins met CO₂-uitstoot omgegaan, maar niet op een heel gestructureerde manier. Op een bepaald moment heeft het management besloten om de SBTI-norm te volgen, waarbij andere grote bedrijven ook zijn aangesloten. Dit dwingt ons ook om meer volgens een vast stramien te rapporteren, volgens het GHG-Protocol. Hierdoor zijn we nu gedwongen om het rapporteren nog nauwkeuriger te doen. Voorheen deden we maar wat, en we richtten ons alleen op de uitstoot van onze gebouwen, maar we deden scope 3 niet goed genoeg. Met deze nieuwe aanpak worden we gestimuleerd om het beter te doen en ons vollediger te richten op de verschillende scopes van CO₂-uitstoot.

Lena Lacroix: [00:07:28] Oké en dus welke beleid, maatregelen en initiatieven hebben jullie ingevoerd bij Mediahuis nadat jullie liet waren?

Michael Ellerbeck: [00:07:37] We hebben nu een inkoopstrategie, zoals ik eerder als voorbeeld gaf met papier. We zijn ons ervan bewust dat elke leverancier zijn eigen CO₂-uitstoot heeft. We maken daar keuzes in, maar soms kunnen we niet anders vanwege de grote wereldmarkt waarin we opereren. We kopen veel papier in, maar het is niet alsof we van de ene op de andere dag onze hele aanpak kunnen veranderen. Het is meer als een olietanker die langzaam de goede richting op beweegt, maar we zijn ons er wel bewust van. De CO₂-uitstootfactoren zijn soms te hoog bij sommige leveranciers. In dat geval zoeken we naar alternatieven en proberen we met hen samen te werken om de distributie te verduurzamen. We denken aan initiatieven zoals het elektrificeren van delen van het distributienetwerk met behulp van groene, hernieuwbare energie. Ook bij inkoop zijn we ons bewust van de impact. We vragen nu leveranciers waar we dingen van afnemen ook om informatie over de uitstoot van het product. Vroeger vroegen we alleen naar de prijs, maar nu proberen we ook te achterhalen wat de CO₂-uitstoot is of hoe we het kunnen berekenen. Dat zijn dus allemaal overwegingen die we meenemen bij dergelijke aankopen. Misschien dat op het gebied van IT ook zulke overwegingen gemaakt kunnen worden. Bijvoorbeeld bij de keuze tussen een PC die na 4 jaar kapot gaat of een MacBook die 8 jaar meegaat. Dat soort beslissingen kunnen zeker worden genomen, maar het zal wat tijd kosten voordat iedereen zich hiervan bewust is en er naar handelt.

Lena Lacroix: [00:09:22] Ja inderdaad en hoe effectief waren deze maatregelen die jullie hebben ingevoerd?

Michael Ellerbeck: [00:09:33] Het lijkt erop dat de veranderingen in ons inkoopbeleid en de inzet van groene stroom voor onze distributie een aanzienlijke impact hebben op de vermindering van onze uitstoot. Vooral binnen scope één en twee, wat betekent dat onze eigen gebouwen en leaseauto's onder deze maatregelen vallen. We hebben met succes al onze BV's van mediahuizen in België overgezet op groene stroom vorig jaar en Nederland enkele jaren daarvoor. Nu zijn we bezig hetzelfde te doen in Duitsland, Luxemburg en Ierland. Deze positieve veranderingen zijn bemoedigend, en we merken dat mensen nu anders naar gebouwen kijken. We overwegen warmtepompen en het combineren van gebouwen om de efficiëntie te verhogen. De COVID-pandemie heeft ook bijgedragen aan veranderingen. Veel mensen werken nu drie dagen op kantoor en twee dagen thuis, waardoor sommige kantoren zelfs zijn

opgeheven. Deze aanpassingen dragen bij aan het verminderen van onze ecologische voetafdruk en tonen aan dat we op verschillende niveaus veranderingen in gang zetten om duurzamer te worden.

Lena Lacroix: [00:10:43] Oké.

Michael Ellerbeck: [00:10:45] Ik ben momenteel bezig met een tour. Samen met een consultancy heb ik de CO2-uitstootgegevens gevalideerd. Misschien ken je ze wel als CO2 Logic of South Pole. Ze zijn overgenomen door Southpole, maar met hen heb ik alle validaties gedaan en een softwarepakket opgezet met al die data. Ik heb powerpoints gemaakt voor elk land, die ik in de komende maand met alle directies op locatie zal bespreken. Tijdens deze presentaties leg ik uit, want veel mensen weten gewoon niet precies hoe alles in elkaar zit. Ze kennen misschien wel de term 'scope', maar ze weten niet goed wat ze nu precies moeten doen. Dus daar geef ik uitleg over. Daarom maak ik nu een soort Europees toertje om dit aan alle mensen uit te leggen. Ik ben al in Ierland geweest, waar ik het in het Nederlands heb gepresenteerd, en ik ga eind volgende maand naar Duitsland en Luxemburg. Het is duidelijk dat ik het moet uitleggen, en dat begrijp ik ook wel. Mensen horen natuurlijk veel in het nieuws, maar het is belangrijk dat ze precies begrijpen wat ze als directeur moeten doen en waar ze op moeten letten. Dat is iets waar we aandacht aan moeten besteden.

Lena Lacroix: [00:12:03] Ja inderdaad dit is niet makkelijk om te begrijpen voor iedereen. En hoe prioriteert eigenlijk Mediahuis de vermindering van jullie CO2 uitstoot tussen de andere doelen.

Michael Ellerbeck: [00:12:20] Het belang van CO2-reductie staat hoog op de agenda binnen het bedrijf. Tijdens de bespreking van de jaarrekening vragen de aandeelhouders eerst naar de CO2-uitstoot en dan pas naar de financiële cijfers. Het is echt opmerkelijk, want als ik met hen vergader in stuurgroepbijeenkomsten, merk ik dat ze er veel nadruk op leggen. Het moet echt goed zijn, en ze zetten druk op de ketel om het te realiseren. Je zou kunnen zeggen dat het voor hen een topprioriteit is, en ze nemen het serieus dat we actief bezig zijn met CO2-reductie en duurzaamheidsinspanningen. Dat helpt mij eigenlijk enorm, want ik werk natuurlijk bij drukkerijen en distributie. De deuren gaan makkelijk open omdat de directies in die landen ook weten dat hun bazen in Antwerpen het als een hoge prioriteit beschouwen. Ik hoef geen moeilijke verkoopverhaaltjes te houden, want als ik mijn verhaal vertel, willen ze het graag horen. Ze zijn oprecht geïnteresseerd, en dat maakt de samenwerking veel soepeler. Ze nemen

het serieus en ik zie dat het ook in hun interne beoordelingen wordt meegenomen, evenals in de KPI's die ze met hen afspreken. Mijn inspanningen op het gebied van CO2-reductie worden gewaardeerd en gesteund, en dat motiveert me enorm om verder te gaan met duurzaamheidsinitiatieven. Het is geweldig om te zien dat duurzaamheid en CO2-reductie een belangrijke rol spelen in de bedrijfscultuur en dat ik een verschil kan maken.

Lena Lacroix: [00:13:27] En dus jij bent gebaseerd in de onderneming in Nederland dan.

Michael Ellerbeck: [00:13:35] Ja, ik werk in Nederland.

Lena Lacroix: [00:13:37] Dus je weet niet echt de link tussen BACA en Mediahuis dan, ofwel?

Michael Ellerbeck: [00:13:44] Nee, nee, dat klopt. Ik ben inderdaad een Nederlander en ik ben niet bekend met de interne details van BACA of de betrokken personen zoals Paul Huybrechts. Maar dat is geen probleem, ik begrijp dat dit specifiek Belgische zaken zijn. Als het gaat om Belgische aangelegenheden, is het logisch dat Belgen zelf beter geïnformeerd zijn en ermee werken. Als je nog meer informatie wilt opzoeken, kan ik je altijd helpen zoeken naar relevante informatie. Maar ik begrijp dat sommige zaken beter door Belgen kunnen worden behandeld, gezien hun lokale expertise en betrokkenheid.

Lena Lacroix: [00:14:17] Normaal gezien ja, want BACA is de Belgen Alliance for Climate Action. Maar, dus je hebt over de SBT's gesproken. Welke SBT's hebben jullie vastgesteld met Mediahuis en waar zitten jullie op de SBT traject?

Michael Ellerbeck: [00:15:57] Ongeveer 1,5 jaar geleden hebben we ons gecommitteerd aan SBTi, en vandaag is het zover dat we ons hele dossier gaan uploaden. Samen met SouthPole hebben we een uitgebreide vragenlijst van wel 50 pagina's moeten invullen en ondertekenen. Vanmiddag om twee uur gaan we alles indienen, en dan wachten we op de validatie van SBTi. Het was een flinke klus om alles voor te bereiden, maar we zijn nu eindelijk zover. We hebben serieus werk gemaakt van het verminderen van onze CO2-uitstoot en het verduurzamen van onze activiteiten. Het voelt goed om dit te kunnen doen en ons in te zetten voor een duurzamere toekomst. Nu moeten we geduldig afwachten tot we de validatiedatum van SBTi krijgen. Het is een spannende periode, maar ik ben hoopvol dat we een positief resultaat zullen behalen. Ons commitment en harde werk zullen hopelijk worden erkend en gewaardeerd. Ik ben trots op ons team voor de inzet en toewijding aan dit belangrijke initiatief. Laten we blijven streven naar een duurzamere organisatie en een positieve impact op het milieu.

Lena Lacroix: [00:16:57] Perfect. En, met welke uitdagingen waren jullie geconfronteerd tijdens het traject om deze doelstellingen te zetten?

Michael Ellerbeck: [00:17:11] Het eerste was de data verzamelen in heel Mediahuis. Ik dacht eerst dat het heel centraal geregeld was. Dus ik ga naar het hoofdkantoor, ik ga daar mijn data halen en dan gaan we die CO2 sommen maken. Maar Mediahuis is toch wel een hele decentrale organisatie met een holdingstructuur, dus het kost. Het heeft me best wel tijd en moeite gekost om alle data uit de organisatie te halen. Dat is verder gelukt en je merkt ook wel dat ik heb nu een keer zo'n cyclus meegemaakt dat als je twee keer zeg, maar vorig jaar en nu dit jaar dat steeds makkelijker gaat. Want ik heb nu natuurlijk organisatorisch mannen en zal ik maar zeggen in het veld die ook weten welke data ze moeten aanleveren. Maar er was wel een uitdaging. Ik heb wel eens gezeten van hoe ga ik dat regelen en voor het zetten van de targets. Het heeft ook even tijd gekost dat dus. Als je een scoop 1 en 2 wil reduceren dat geld kost men dacht van, ja, Dat is nou ja, gaan we gewoon doen en nou prima maar ja, dat kost Natuurlijk geld, want als jij je aircosystemen gaat aanpassen of warmtepompen gaat kopen, je moet gewoon investeren. En dat ja, we zijn wel een commercieel bedrijf, dus we moeten ook winst maken, dus dat is nog wel een shift. Maar ik denk dat we gewoon in stapjes daar wel gewoon kan gaan komen. Het is nu 1 miljoen vrijgemaakt in het bedrijf voor alle goede initiatieven, dus als je een goed initiatief hebt bij, kan je bij de Antwerpse hoofddirectie geld aanvragen om het te stimuleren. Dus dat hebben we ook voor de bank gekregen. Oké, dus je denkt ja, en Het gaat een beetje horten en stoten hè? Het is niet een heel mooi. Het is een beetje een *bumpy road* zal ik maar zeggen. En, dat komt een beetje Omdat dat niet Iedereen weet wat Het is of waar we naartoe moeten, of wat We moeten zoeken, of welke data je nodig hebt. Of nou ja. Maar dat hebben we nu wel voor 80%, gewoon goed 90%. Daar ben ik wel van overtuigd en Ik ben ook blij met dat ik met SouthPole of CO2logic dat hebt gedaan, want je hebt toch wel iemand nodig die dat traject wel eens eerder heeft gedaan dat je van vergeten we niks hebben we alles al dat soort zaken.

Lena Lacroix: [00:19:42] En hebben jullie sinds het begin met CO2logic gewerkt?

Michael Ellerbeck: [00:19:46] Nee, we hebben ook met andere consultants samengewerkt, weet je? Maar we waren niet helemaal tevreden. We vonden ze nogal slordig in onze ogen. We wilden meer precisie, gewoon goed werk leveren, niet halfslachtig. De vorige consultant van South Pole was te breed georiënteerd, ze doen ook wel CO2-gerelateerde zaken, maar dat is niet hun specialiteit.

Lena Lacroix: [00:20:18] Ja CO2logic ze zijn echt gespecialiseerd in CO2.

Michael Ellerbeck: [00:20:22] Ja, die consultants zijn helemaal gespecialiseerd in CO2-gerelateerde zaken. We zijn bij hen terechtgekomen omdat we eerst allerlei Excels gebruikten, maar daar waren we niet tevreden mee, omdat het nogal onprofessioneel was, hoewel het voor de eerste keer wel werkte. Toen kwamen we een softwarepakket tegen tijdens een training, waar andere mensen hun CO2-uitstoot voor hun bedrijf bijhielden. Ze noemden het 'smart trackers'. In Nederland werkt ook C Hologic met dat pakket. Zo zijn we uiteindelijk bij hen uitgekomen. We hebben een licentie voor dat softwarepakket gekocht en onze hele administratie erin gezet. Nu hebben we dus een mooi systeem waar we snel grafieken kunnen maken voor elk land en elk bedrijf. Het is handig omdat we nu onze data gemakkelijk zichtbaar kunnen maken zonder vast te lopen in ingewikkelde Excel-sheets. Je merkt dat we hier best veel data verzamelen. Als je 3 jaar aan data hebt, dan explodeert je Excel-spreadsheet, dus het is zeker handig om een softwarepakket te hebben om alles goed te beheren.

Lena Lacroix: [00:21:32] Ook dat het gemakkelijker is met een pakketje. En bij Mediahuis moedigen jullie jullie leveranciers en/of klanten om SBTs vast te stellen of gewoon om op het klimaat traject te gaan?

Michael Ellerbeck: [00:21:52] Ja, onze ambitie is zeker om met onze leveranciers te bespreken dat zij ook een SBTi-traject gaan volgen of een vergelijkbaar initiatief. Ik zag dat de post al meedoet aan SBTi, dus dat is een groot deel van de distributie in Nederland dat anders is georganiseerd omdat we onze distributie in eigen beheer hebben. We huren allerlei vrachtwagens in, maar we hebben plannen om op termijn stukken daarvan te elektrificeren. Ik denk dat ook de grote papierleveranciers bezig zijn met SBTi of vergelijkbare programma's om hun uitstoot te reduceren. Steeds meer uitgevers en andere partijen vragen hier namelijk om, en dat zorgt ervoor dat die bedrijven ook in die richting bewegen. Wat betreft onze gebouwen, dat hebben we zelf in de hand natuurlijk. We kunnen zelf kiezen welke systemen we aanschaffen en welke energiebronnen we gebruiken. Elektriciteit kunnen we gewoon vergroenen, dat is eigenlijk niet zo moeilijk, maar het kost wel geld. Daarnaast is het nog afhankelijk van het lokale beleid, want in België moet je het op een andere manier regelen dan bijvoorbeeld in Nederland. In Nederland kan je gebruikmaken van EU-certificaten, maar in België moet je het denk ik met je energieleverancier regelen. Dus elk land kan daar nog een eigen aanpak voor hebben.

Lena Lacroix: [00:23:31] En, hoe communiceren jullie over jullie klimaatacties binnen en buiten jullie netwerk?

Michael Ellerbeck: [00:23:43] Bij ons verloopt de communicatie via hoofd communicatie, Anna Stijldans. Dus als er gecommuniceerd wordt, gebeurt dit vanuit de groepsdirectie en via de communicatiedirectrice, Anne. Maar ik persoonlijk heb daar verder niets mee te maken. Mijn verantwoordelijkheid ligt voornamelijk bij het technische aspect. Ik verzamel alle CO₂-gegevens van de landen, ga bij hen langs en geef alle informatie aan jullie door. Wat betreft de communicatie, daarover laat ik het over aan hen. Ik heb gehoord dat ze er wel eens over praten in een podcast of iets dergelijks, dus dat is echt iets op het niveau van de groepsdirectie.

Lena Lacroix: [00:24:26] Oke, hebben jullie niet een jaarverslag of zoiets?

Michael Ellerbeck: [00:24:30] Ja, we hebben inderdaad een jaarverslag. Dat wordt zeker gecommuniceerd. Maar we zijn geen beursgenoteerd bedrijf, dus ik weet niet hoe openbaar die zijn. Ja, natuurlijk zijn jaarverslagen openbaar, maar ik denk dat ze voornamelijk naar de aandeelhouders gaan. Ik weet zeker dat er een jaarverslag is, nu waarschijnlijk in digitale vorm. Vroeger kreeg ik een mooi boekje met het jaarverslag.

Lena Lacroix: [00:24:58] En is het bereikbaar op jullie website? Ik zal er ook daarnaar gaan kijken om de cijfers te hebben, maar ja, daar waren. Ja dat mag je gerust via e-mail sturen.

Michael Ellerbeck: [00:25:10] Ja, ik zal het doorsturen.

Lena Lacroix: [00:25:27] Dat waren mijn vragen voor deze interview. Ik weet niet Als je iets wilt toevoegen dat we niet hebben besproken rond CO₂, reductie, klimaat enzovoort..

Michael Ellerbeck: [00:25:39] Nee, ik denk dat we alles wel hebben besproken. We hebben strategieën en plannen voor de toekomst om de uitstoot te verminderen. We hebben ons aangemeld bij SBTi en de hoofddirectie is er echt bij betrokken, dus ik denk dat we op de goede weg zijn. Het is geen snel proces van "we gaan investeren" en klaar, het vergt kleine stappen elk jaar. Dat is de kunst, en je merkt dat het nieuws en de media hier ook aan bijdragen. CO₂-reductie is echt een veelbesproken onderwerp geworden. Bijna elke krant in Nederland heeft dagelijks wel iets over CO₂ of reductie te melden, en dat helpt ons ook. Ik weet niet of wij de wereld gaan redden, dat is een vraag die ik mezelf wel eens stel. Ik denk namelijk dat de grote hebzucht van de mensheid toch wel een probleem zal blijven.

Lena Lacroix: [00:26:41] Ja, Ik denk dat ook, Maar ik denk dat Europa toch wel op de goede weg ligt, zeker met de European Green Deal.

Michael Ellerbeck: [00:27:07] Ja, dat denk ik ook.

xiii. Interview of Greg Renders, Pluxee (formerly Sodexo Pass Belgium) (FR)

Lena Lacroix : [00:00:00] Pouvez-vous commencer par vous présenter et présenter Sodexo Pass, ainsi que votre background, et cetera.

Greg Renders : [00:00:10] Oui donc moi c'est Greg, je travaille chez Sodexo Pass depuis 8 ans, donc dans la division Sodexo Pass Belgium et à l'heure où vous aurez publié votre mémoire, ça aura changé de nom. Donc dès que je connaîtrai ce nom qui sera annoncé le 15 juin à 14h00 si vous voulez, je vous le transmettrai parce que peut-être que comme ça vous pourrez avoir le premier mémoire dans le monde avec le nouveau nom. Mais donc je ne travaille pas dans pour la division Sodexo Belgium que tout le monde connaît à travers la restauration collective, le nettoyage de pasivity management, ça c'est une autre division qui d'ailleurs à ma connaissance, c'était également inscrite dans la BACA en même temps que nous, mais n'a finalement pas déposé son plan de réduction SBTis, si mes souvenirs sont bons. Donc nous l'avons fait et donc je suis sur Sodexo Pass Belgium donc là division des chèques, des titres service, les chèques repas, éco-chèques et cetera en Belgique depuis 8 ans maintenant et ça fait à peu près un peu plus de 4 ans que je m'occupe du développement durable. Et donc développement durable, au sens large, autant environnemental que social qu'au niveau de la gouvernance. Et on s'est inscrit dans la BACA au début, donc ça devait être 2019, 2020 je pense, je sais plus. Ce qui nous a permis, vu qu'il y avait l'engagement d'inscrire son plan de réduction, en s'inscrivent à BACA il y avait l'engagement d'inscrire son plan de réduction de CO2 dans les 12 mois si je me souviens bien, ou 24. Du coup ça nous a permis d'accélérer les choses parce que ça, ce n'était pas peut-être nécessairement une priorité à ce moment-là, mais donc c'était une forme d'engagement qui nous a bien servi par la suite.

Lena Lacroix : [00:02:09] OK. A quel point est-ce que l'environnement est important pour l'entreprise et comment est-ce que ça se traduit dans votre stratégie d'entreprise ?

Greg Renders : [00:02:21] Alors, c'est une question qu'on n'arrête pas de se poser parce qu'elle est un peu, elle soulève un paradoxe donc par rapport à l'autre Sodexo dont j'ai parlé où là clairement, la politique environnementale est singulièrement climatique, et spéciale parce que fondamentale sur leur business model qui tourne autour de l'approvisionnement, de la gestion de l'acheminement des matières alimentaires. Nous, par contre, notre métier est d'être des intermédiaires de paiement et très peu émetteurs de CO2. Donc quand on regarde notre matrice de matérialité, donc notre impact potentiel sur la société en général, en fait, la lutte contre le

changement climatique et le dérèglement climatique se trouve à peu près au milieu. Donc elle n'est pas dans le top des priorités. Elle n'est pas dans le fond non plus, elle est à peu près au milieu. Et c'est intéressant parce que des *stakeholders* externes avec qui on avait donc participé à l'élaboration de cette matrice, nous avaient dit que ce serait incompréhensible que la lutte contre les dérèglements climatiques chez nous, par rapport à la nature de nos activités, soit dans le Top 3 ou Top 5 de nos enjeux de durabilité, parce que ce serait vraiment pris pour du *greenwashing*. Notre empreinte est tellement faible au départ qu'évidemment c'est facile pour nous de dire qu'on va faire du -50 %; -70 %, -90%, avec une activité qui est aussi peu émettrice de CO2. Donc c'était un débat. En effet, ce n'est pas censé être un enjeu stratégique majeur, d'autant plus que les clients de l'entreprise chez nous, ce sont essentiellement, vu qu'on vend des outils de rémunération, en gros c'est ça notre métier. Bah, ce sont des départements RH, des directeurs financiers ou des directeurs de PME essentiellement et donc vendre en gros du chèque-repas en ayant un plan de réduction de CO2, ça ne leur parle pas, ce n'est pas leur scope. Par rapport à la nature de nos activités, les enjeux de durabilité qui sont vraiment prioritaires stratégiques pour nous sont surtout des enjeux people, donc autour de la diversité, l'équité, l'inclusion, l'équité de genre, le bien-être au travail, la formation et le développement, la mobilité durable. Ce sont ces enjeux-là qui sont vraiment directement liés à la nature de nos activités et donc sont stratégiques, sont au cœur de notre stratégie. Plus que le climat. Cela étant, je suppose que vous en avez rencontré d'autres dans ce cas. Il nous paraissait inconcevable en 2019 ou 2020, et toujours aujourd'hui, de ne pas être inscrits, de ne pas inscrire en plan de réduction radical de nos émissions de CO2, quand bien même nous sommes une entreprise très peu émettrice. Et justement, ça a toujours été mon argument quand des gens se demandaient pourquoi investir des ressources, finalement du temps et de l'argent là-dedans, alors que ce n'est pas nous qui allons faire la différence fondamentalement. Mon argument c'est de dire mais justement, vu que nous sommes une entreprise peu émettrice, on va pouvoir aller plus vite dans notre rencontre des objectifs de Paris que l'autre entreprise Sodexo ou que l'industrie sédimentaire, ou que l'industrie du transport, ou aéroportuaire, etc. Donc quelque part, ça nous donne d'autant plus de responsabilités de jouer notre part, parce que si toutes les entreprises qui sont peu émettrices se disent "Ah bah tant que le problème est toujours là au niveau du transport aérien, du transport routier, du ciment, de la métallurgie, de la sidérurgie et de l'agriculture, ne faisons rien", si toutes les entreprises se disent la même chose, du coup ça ne va pas, ça ne va pas arranger les affaires et donc on a inscrit notre plan de réduction de CO2 au SBTi en 2021 avec un objectif de -70 % à 2030. Entre-temps, l'année dernière, le groupe Sodexo a demandé

à toutes ses filiales à travers le monde de s'inscrire dans le *Net Zero* d'ici à 2040 pour les filiales alimentaires et d'ici 2035 pour les filiales chèques. Donc notre plan enregistré au SBTi est déjà un peu obsolète, car on va devoir s'inscrire dans le *Net Zero* à l'horizon 2035. Ce qui est moins simple que le -70% , celui-là on sentait qu'il allait être atteignable relativement de manière indolore. Le -90%, c'est une tout autre paire de manches, donc voilà, c'est là où nous en sommes aujourd'hui. Et donc, même si cela n'est pas censé être plus stratégique qu'il y a 4 ans. Mais ça a un côté si nous ne le faisons pas, qui d'autre va le faire ? C'est un sujet captivant.

Lena Lacroix : [00:07:28] Et donc vous avez parlé de vos émissions qui sont moindres, mais est-ce que vous monitoriez ces émissions et ce que vous faites du reporting à propos de celles-ci ?

Greg Renders : [00:07:38] Alors oui, mais malheureusement, l'exercice est tellement complexe qu'on ne le fait qu'une fois par an. On aimerait tellement pouvoir le monitorer quatre fois par an, voire même tous les mois, mais c'est impossible. C'est vraiment un calcul qui est gigantesque à faire et on est dedans maintenant. D'ailleurs, c'est chaque année au mois de juin, donc on est en plein dedans. Donc oui, on monitorise. On est accompagné par CO2logic pour le calcul et pour la trajectoire, donc pour la comparaison d'année en année. Et voilà, on fait ça, on réalise ce calcul chaque année et on le rapporte au groupe Sodexo qui agrège les données de toutes ses filiales pour avoir leur propre empreinte mondiale également. Et on communique ici au niveau pays, donc au niveau belge, dans notre rapport annuel de Sodexo Pass Belgique, on communique notre empreinte climatique et notre réduction, notre calcul est public.

Lena Lacroix : [00:08:41] Parfait. Et à quel point est-ce que vous étiez déjà impliqué dans la réduction des émissions de CO2 de Sodexo Pass avant de rejoindre BACA, donc avant 2020 ?

Greg Renders : [00:08:54] Eh bien, nous n'étions pas du tout impliqués, non. Vraiment pas du tout. Alors je vais répondre différemment. Je pense que même sans BACA, nous aurions fini par nous engager dans cette voie. Cependant, lorsque mes collègues de l'autre Sodexo m'ont invité à rejoindre BACA, nous avons utilisé cette opportunité comme accélérateur de changement. Comme je le disais tout à l'heure, au niveau du comité de direction, nous venions tout juste de commencer notre politique de développement durable. Le climat était l'un des 22 enjeux, mais il se situait plutôt au milieu du panier des priorités. Rejoindre BACA avec cet engagement a permis de faire monter le sujet beaucoup plus haut dans la hiérarchie des priorités.

Lena Lacroix : [00:09:52] Oui, donc c'est pour ça que vous avez décidé de rejoindre BACA ? Pour justement placer ces SBT ?

Greg Renders : [00:10:03] Exactement, c'est ça. En réalité, dans une entreprise de taille moyenne comme la nôtre, le comité de direction n'a pas la capacité de s'occuper de tous les sujets. Nous faisons partie d'un grand groupe mondial, mais en Belgique, nous sommes une grosse PME avec environ 230 salariés. Le comité de direction ne peut pas s'attaquer à tous les enjeux en même temps. Des sujets comme la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) ou la digitalisation, par exemple, relèvent principalement du directeur en place. Le comité de direction ne peut pas tout traiter car il manque de masse critique pour allouer davantage de ressources à ces sujets. Ainsi, rejoindre un engagement comme BACA nous donne du poids au sein du comité de direction pour faire progresser des sujets qui n'auraient peut-être pas été pris en compte en priorité autrement. C'est un peu comme forcer la main pour que ces sujets deviennent des priorités. Nous n'avons même pas eu besoin de demander l'avis du comité de direction à l'époque. Notre directeur général a simplement décidé de signer cet engagement pour que cela devienne une priorité. C'est un peu une manière de faire avancer les choses de façon décisive. En effet, une fois que l'engagement est signé, nous devons agir en conséquence, donc cela devient une priorité. C'est un peu comme une approche proactive pour faire avancer les choses dans la bonne direction.

Lena Lacroix : [00:11:34] Bah au final, le plus important c'est de vouloir faire du changement et donc la manière d'y arriver.

Greg Renders : [00:11:39] La fin justifie les moyens.

Lena Lacroix : [00:11:41] Oui, Et du coup, quelle politique/initiative avez-vous mise en place après l'adhésion à BACA pour réduire les émissions de CO2 ?

Greg Renders : [00:11:52] Chez nous, les choses sont assez simples à comprendre en termes d'impact, bien que la résolution puisse être complexe. Le premier poste d'émissions de CO2 le plus important concerne le recours à la consultance. Il existe des facteurs d'émission par euro dépensé dans la consultance, mais je ne vais pas entrer dans les détails techniques à ce sujet. Nous avons demandé à nos consultants de fournir le calcul de leurs émissions de CO2 en proportion des services qu'ils nous rendent. Cela est crucial pour éviter d'avoir une empreinte climatique artificiellement élevée en les basant sur des facteurs d'émission inappropriés. Le

deuxième facteur majeur lié à nos activités est le transport de nos produits, notamment le transport des chèques papier et des cartes de paiement, *downstream* et *upstream*. Nous avons près de deux millions de cartes de paiement en circulation en Belgique, ce qui implique une logistique gigantesque. Il faut les produire, les acheminer jusqu'à un centre de production, puis les distribuer aux entreprises ou au domicile de leurs salariés. Le courrier associé à tout cela ajoute également à notre empreinte carbone. Dans un 2e temps ou dans un premier temps, je ne sais plus le code PIN et cetera, donc en fait tout le transport lié à la réception du moyen de paiement, que ce soit les cartes de paiement, ce qui est déjà élevé, ou pire des chèques papier parce que là c'est vraiment un usage unique, donc le l'empreinte climatique était encore plus élevée. Ça c'est le premier poste de de réduction pour lequel on a forcé un peu la voie de la digitalisation puisque l'empreinte climatique du papier est nettement plus élevée que celle du paiement électronique, mais on a quand même eu beaucoup de résistance, en tout cas jusque 2021 si mes souvenirs sont bons de la part d'entreprises qui nous disaient, nos syndicats ou nos salariés veulent continuer à avoir des chèques repas papier, ils veulent pas de l'électronique, et cetera. Et donc nous avons un peu anticipé le législateur en forçant les éco-chèques à devenir uniquement électroniques. Pour nous, c'est une question de cohérence aussi, puisque fournir des éco-chèques et les fournir en papier à un moment donné aussi, mais voilà la loi nous obligeait à faire les 2, papier et électronique et donc il a fallu encore attendre 2 ans pour que la loi impose aux émetteurs que les éco-chèques ne soient plus que de l'électronique. Mais donc on avait un peu forcé le marché là-dessus pour être cohérent avec notre plan. Enfin, pour pour rentrer dans la trajectoire qu'on s'était fixé, donc ça c'est le gros volet.

Et alors le volet qui va suivre derrière et qui est le seul qui va nous permettre de réduire drastiquement nos émissions de CO2 est la dématérialisation complète des paiements. Malheureusement, les marchés ne sont pas encore prêts à adopter cette solution. Nous avons déjà pris du temps pour faire passer les gens du chèque papier à la carte de paiement, mais la transition vers le paiement mobile est encore à un stade embryonnaire. Notre objectif n'est pas simplement d'augmenter la proportion de paiements mobiles par rapport aux paiements par terminaux et par cartes, mais de réduire le nombre de cartes physiques. Même si tout le monde effectue ses paiements avec son téléphone mobile, l'empreinte climatique est toujours présente, car ils ont dû recevoir une carte physique au départ. Il faudrait donc que le marché atteigne un niveau de maturité suffisant pour que nous puissions proposer à nos clients des chèques repas, des éco-chèques ou des chèques cadeaux entièrement dématérialisés, de sorte que leurs salariés ne reçoivent plus de carte. Cependant, actuellement, aucun client n'a encore accepté cette idée,

car le paiement mobile en Belgique n'est pas encore suffisamment développé. C'est pourtant une mesure cruciale pour atteindre notre objectif de réduction de 90% de nos émissions de CO2 d'ici 2035. Globalement, près de 40% de nos émissions de CO2 sont liées aujourd'hui aux transports et à la production d'échecs papier et de cartes. Afin d'atteindre notre objectif de réduction de 90%, nous n'avons pas d'autre choix que de faire disparaître nos outils physiques de paiement.

Ensuite, le troisième volet important concerne les déplacements domicile-lieu de travail de nos employés, appelé "*commuting*". Bien qu'il ne représente que 14% de nos émissions, c'est le troisième poste le plus important. Pour réduire drastiquement nos émissions, nous devons agir à ce niveau également. Cependant, malgré nos bonnes intentions en tant qu'entreprise vertueuse et nos efforts de sensibilisation depuis des années, les changements en matière de mobilité restent marginaux, il n'y a pas de miracle. Nous avons organisé des tests gratuits, encouragé l'utilisation du train et du vélo, et mis en place des incitatifs pour favoriser les transports durables, mais les résultats sont encore limités. L'année dernière, nous avons réalisé que notre bail pour le siège Ixelles expirait fin 2023, et il était temps de négocier un nouveau bail avec le propriétaire du bâtiment à Ixelles ou envisager un déménagement. Du point de vue environnemental, rester à Ixelles impliquerait des travaux majeurs pour mettre le bâtiment aux normes énergétiques actuelles, car il a été construit il y a 25 ans. De plus, la mobilité à cet endroit de Bruxelles pose des problèmes, car c'est assez décentré et n'était pas un choix écologique à l'époque, malgré sa proximité avec la sortie de la E411. On était pas du tout là-dedans quand on a déménagé là il y a une dizaine d'années. L'idée derrière tout cela était de saisir une opportunité double. D'une part, nous avions la possibilité d'acquérir un bâtiment conforme aux performance énergétiques actuelles, et d'autre part, il était envisageable de relocaliser l'entreprise. Cette décision s'avère être l'une des actions les plus impactantes sur le plan climatique que nous ayons jamais pris. En fait, c'est probablement la décision la plus cruciale depuis que je suis ici. Nous sommes actuellement en train de préparer notre déménagement vers la gare centrale prévu en décembre 2023. Dans ce nouveau lieu, nous ne disposerons plus d'aucune place de parking pour les voitures. Cela signifie que 100% de nos collaborateurs devront se rendre au bureau par d'autres moyens de transport que la voiture, sauf si certains envisagent de traverser tout Bruxelles et de payer un parking hors de prix à côté, ce qui semble peu probable. Cette mesure devrait nous permettre de réduire de manière considérable les déplacements domicile-travail en voiture, passant ainsi de plus de 70% actuellement à probablement moins de 10%. Cela aura un impact significatif sur les 14% de

nos émissions de CO2 liées à ces déplacements. C'est déjà un pas important. Sans avoir pris cette décision et en restant décentralisés près d'une sortie d'autoroute, une telle amélioration aurait été impossible à atteindre.

Lena Lacroix : [00:20:32] Oui tout à fait. Et du coup, à quel point est-ce que pour l'instant vous avez déjà observé un impact suite à ces politiques et initiatives que vous avez mises en place en termes de réduction des émissions ?

Greg Renders : [00:20:42] Pour le moment, le seul impact que nous avons clairement constaté concerne la diminution de l'utilisation du papier au profit de l'électronique dans les chèques. Les chiffres sont indiqués dans le rapport que vous avez reçu, je pense que le lien vers notre rapport y est également inclus.

Lena Lacroix : [00:21:01] Je ne sais plus mais je pense que oui.

Greg Renders : [00:21:04] La diminution d'année en année est évidemment basée sur les chiffres de chaque année, et actuellement, nous sommes en train de calculer les chiffres de cette année. Vous n'aurez donc rien de plus récent pour le moment. En ce qui concerne la diminution actuelle de nos émissions par rapport à 2017, elle est encore légère pour le moment. Pour être sûr des résultats, je préfère avoir au moins deux années de recul. Quant à la diminution du nombre de déplacements vers le bureau en raison du télétravail pratiqué pendant deux ans, cette baisse est artificielle et elle remontera forcément à l'avenir. L'année dernière, nous n'avions pas encore une année complète pour évaluer complètement l'impact. Selon nos statistiques de présence au bureau, le niveau d'avant COVID ne sera jamais atteint, car nous avons moins de 50% de présence au bureau depuis lors. L'impact mécanique de la période de COVID a été énorme en 2022 et continuera partiellement au-delà, car très peu de gens reviennent travailler au bureau comme avant, en travaillant 4 ou 5 jours par semaine.

En ce qui concerne la dématérialisation de nos chèques, nous en sommes encore au stade embryonnaire. Nous avons déjà quelques salariés de nos clients qui utilisent la dématérialisation, mais ils ont toujours une carte en même temps, donc l'impact est encore limité à ce stade. La mise en œuvre complète de cette stratégie chez nous n'a pas encore commencé et cela pourrait prendre quelques années, peut-être 3-4 ans, car nous devons suivre la maturité du marché. Il est important de garder à l'esprit que Sodexo en Belgique est un acteur important, mais notre volume de transactions de 5 milliards d'euros par an ne représente qu'une

petite partie des transactions totales en Belgique, dominées par les banques. Donc, même si nous essayons d'encourager des comportements d'achat responsables à travers nos newsletters et autres moyens, nous ne sommes qu'un petit pourcentage du budget d'un ménage, et il est peu probable que cela entraîne un changement significatif dans les habitudes de paiement des utilisateurs. Nous devons donc attendre que le marché de la dématérialisation atteigne une certaine maturité avant de pouvoir vraiment nous y engager. Ce n'est pas nous qui allons être pionniers dans la matière.

Lena Lacroix : [00:24:49] C'est vrai. Et est-ce que dans votre organisation, donc, Sodexo Pass, est-ce que vous avez remarqué des changements depuis que vous êtes devenu membre de la BACA ?

Greg Renders : [00:25:02] Non, pour être honnête, nous n'avons jamais vraiment activement participé à la BACA. Nous nous sommes inscrits et avons rejoint le mouvement, mais notre implication s'arrête là. De temps en temps, nous assistons à des webinaires organisés par la BACA, mais c'est tout. Nous n'avons jamais partagé nos bonnes pratiques avec eux et nous n'avons pas profité du cadre de réseautage entre entreprises et d'échange de bonnes pratiques qu'ils offrent. Si vous interrogez notre personnel aujourd'hui, peu de gens, voire personne, ne sauraient même ce qu'est la BACA ou notre adhésion à celle-ci. Nous n'avons tout simplement pas mis en avant cet aspect. En interne, il y a quelques années, au niveau du comité de direction, nous avons évoqué le sujet pour le mettre en haut des priorités et nous lancer dans notre politique de réduction des émissions de gaz à effet de serre, mais cela n'a pas été largement communiqué au sein de l'entreprise.

Lena Lacroix : [00:26:29] OK. Et du coup, tout à l'heure vous parliez des SBT, ce que vous avez mis en place. Donc qui a d'abord été d'une réduction de 70 qui maintenant sont à 90. Mais du coup, vous étiez quand même validé par SBT pour vos targets ? Et celles au niveau du groupe elles sont aussi déjà validées ?

Greg Renders : [00:26:45] Pas encore donc, les plans seront déposés en septembre. Au niveau du groupe, le SBTi n'exige pas que les filiales pays inscrivent leur propre plan de CO2 s'il y a déjà un plan déposé par la multinationale. Nous avons néanmoins soumis notre propre plan en Belgique parce que le groupe n'avait pas encore déposé son plan chez Sodexo Belgique. Mais maintenant, les deux groupes, à savoir le groupe Sodexo qui déposera son plan Net Zero SBTi cette année, et la nouvelle marque du groupe, Sodexo Chèques, qui déposera également son

plan au niveau de la multinationale à l'automne prochain, ce qui pourrait faire qu'il n'y ait pas besoin d'inscrire un plan supplémentaire pour la Belgique puisque nous en avons déjà un valide jusqu'en 2030, qu'il faudra réviser en 2026. La question se posera alors de savoir si en 2026, nous déposerons un plan de réduction spécifique pour la Belgique de Net Zéro d'ici 2035, ou si nous nous contenterons de celui du groupe. On se posera la question à ce moment-là, mais pour l'instant, notre plan actuel est déjà validé. Et ce qui est amusant, c'est que de toute façon, il est parfaitement en phase avec notre objectif de neutralité carbone en 2035, car pour y parvenir, nous avons déjà identifié qu'il faudrait atteindre une réduction de 67% d'ici 2030. Ainsi, notre plan soumis en septembre 2030 était déjà en accord avec notre plan de neutralité carbone d'ici 2035.

Lena Lacroix : [00:28:32] Et quels challenges et obstacles est-ce que vous avez rencontrés pendant votre trajectoire pour poser justement ces targets ?

Greg Renders : [00:28:47] Alors ça ne vous surprendra pas, le plus difficile a été d'embarquer nos sous-traitants. Près de 80% voire un peu plus de nos émissions sont des émissions indirectes, provenant de nos sous-traitants tels que les sociétés de transport, de production de chèques, et de cartes, qui n'étaient pas du tout prêts. Obtenir des données fiables de leur part pour effectuer le calcul complet des trois scopes a été le plus compliqué, et cela demeure encore un gros défi aujourd'hui. Chaque année, la fiabilité des données s'améliore, mais nous sommes toujours en train de travailler sur cet aspect et cela reste un gros challenge. Cela s'avère difficile non pas tant par manque de volonté de leur part, mais parce qu'ils ne savent parfois pas comment procéder. Par exemple, des transporteurs tels que Brinks ou Bpost transportent une partie de nos chèques, mais ils ne font pas exclusivement du transport pour Sodexo. Leurs camions transportent diverses marchandises, dont peut-être des produits Sodexo. Il est donc compliqué pour eux de nous fournir le poids spécifique de leurs activités liées à Sodexo, car ils ne se déplacent pas uniquement pour nous. Actuellement, nos calculs sont très conservateurs, ce qui signifie qu'ils sont surestimés par rapport à la réalité. Nous prenons en compte le nombre de kilomètres parcourus et le poids transporté pour nos produits, comme si ces camions ne transportaient que des chèques Sodexo, alors qu'en réalité, le poids en émissions de CO₂ pourrait être dix fois moins élevé. Par exemple, si un camion transporte moins de 3 tonnes de marchandises, dont 15 kilos de chèques Sodexo, nous comptons ces 15 kilos comme si le camion ne transportait que des chèques. Cela entraîne une surpondération du poids du transport dans notre calcul. Pour le moment, ils ne savent pas faire autrement. Nous pourrions envisager

de prendre en compte uniquement les facteurs d'émission basés sur le montant de la dépense auprès des transporteurs, mais ces chiffres sont très peu fiables, et nous devrions faire une moyenne. C'est donc un autre moyen de calcul, mais cela reste un défi majeur. En ce qui concerne les émissions directes, elles sont faciles à calculer, et bien que cela reste complexe, ce n'est pas un véritable challenge à ce niveau. C'est simplement une question de capacité. Les émissions indirectes sont les plus complexes et exigeantes.

Lena Lacroix : [00:31:42] OK et justement du coup, par rapport à ces émissions indirectes et donc par rapport à vos *suppliers* et vos clients, est-ce que vous les incitez du coup à se mettre sur le trajet du climat et à implémenter par exemple des SBT dans leurs organisations ?

Greg Renders : [00:31:57] Alors, cela démarre seulement maintenant. Jusqu'à présent, nous n'avions pas de politique spécifique envers nos sous-traitants. La seule chose que nous leur avons demandée, c'était de s'inscrire dans l'*assessment* d'Ecovadis, mais cela ne demandait pas de niveaux de certification élevés. Cependant, depuis cette année, pour la première fois, nous avons un gros marché en cours de renouvellement de nos cartes de paiement, et il s'agit d'un marché international. Nous avons lancé un appel d'offres dans lequel nous exigeons que les entreprises soumissionnaires aient soit un plan de réduction déjà inscrit au SBTi au moment du dépôt de l'offre, soit qu'elles s'engagent à avoir un plan inscrit et validé par le SBTi dans les 12 mois suivant la signature du contrat si elles aboutissent dans leur procédure de négociation. C'est la première fois que nous prenons cette mesure. En conséquence, un sous-traitant souhaitant travailler avec nous, du moins pour les gros sous-traitants, ne pourra plus faire l'impasse sur la validation d'un plan de réduction. Cela devrait également nous faciliter le calcul de notre impact CO₂, car nécessairement, ces sous-traitants devront mettre en place une méthodologie de calcul pour s'inscrire auprès du SBTi. J'espère donc que cela nous permettra d'obtenir des données fiables chaque année avec une plus grande facilité.

Lena Lacroix : [00:33:51] Et du coup, vous avez dit que vous étiez un membre qui n'était pas spécialement très actif à la BACA, mais est-ce qu'ils vous ont quand même soutenus dans votre trajectoire pour mettre vos targets ?

Greg Renders : [00:33:56] Ouais, on a le fantôme.

Lena Lacroix : [00:33:59] Est-ce qu'ils vous ? Ont quand même soutenu dans votre trajectoire pour mettre vos targets.

Greg Renders : [00:34:03] Non, et on ne l'a pas demandé. En fait, comme nous travaillions déjà avec CO2Logic, nous avons simplement suivi cette voie pour calculer nos émissions. C'était peut-être dans le mauvais ordre et pour de mauvaises raisons, je suppose. En 2019, lorsque nous avons lancé notre politique de développement durable, notre directeur général voulait un "Quick Win" - un mot mal choisi car ça n'a pas été *quick* du tout. Il voulait obtenir une certification de neutralité carbone. Nous avons donc travaillé avec CO2 Logic pour le calcul, mais à l'époque, cela concernait uniquement notre siège, comme c'est le cas pour de nombreuses entreprises, c'est-à-dire le *greenwashing* très facile, ce qui rend le calcul relativement simple pour les Scopes 1 et 2. Nous avons déjà travaillé avec eux pour cela. Lorsque nous nous sommes inscrits à la BACA, nous avons dû développer un plan de réduction, et CO2 Logic nous a accompagnés dans cette démarche en nous aidant avec les trois scopes du CO2. Nous n'avons donc pas sollicité l'aide de la BACA ni de quiconque d'autre pour nous accompagner dans ce parcours.

Lena Lacroix : [00:35:18] Et ce n'est pas grâce à la BACA que vous avez fait appel à CO2Logic qui sont aussi membres ?

Greg Renders : [00:35:21] Non, on les connaissait avant.

Lena Lacroix : [00:35:24] OK, et alors, comment est-ce que vous voyez votre futur en tant que membre de la BACA ?

Greg Renders : [00:35:31] Fantôme comme aujourd'hui. En fait, je me sens parfois coupable quand je vois les appels de la BACA demandant des témoignages d'entreprises pour partager des bonnes pratiques et alimenter le réseau avec des exemples concrets de ce que nous avons réalisé. Cela pourrait être bénéfique en montrant comment d'autres entreprises, en particulier celles dans des secteurs de services avec des émissions de gaz à effet de serre moins tangibles, ont surmonté les obstacles et saisi les opportunités pour réduire leur impact environnemental. Mais le manque de temps m'a empêché de répondre à ces appels. Malheureusement, je suis le seul responsable de la gestion du climat dans mon entreprise, car nous sommes une petite structure de 230 personnes et nous n'avons pas d'équipe dédiée à ces questions. Je dois gérer seul les 22 enjeux de développement durable, dont le climat n'est qu'un aspect parmi d'autres. Donc voilà.

Lena Lacroix : [00:36:55] Du coup, est-ce que vous pensez que ce serait une valeur ajoutée pour la BACA, si elle prenait un rôle plus important au sein de la sphère politique et publique ? Et si oui, comment et pourquoi ?

Greg Renders : [00:37:11] C'est à double tranchant, c'est à dire que ce genre de consortium d'entreprise est très utile pour embarquer des entreprises, parfois pour de mauvaises raisons, mais peu importe, dans ce genre d'initiative. Cependant, le revers de la médaille est que cela peut donner l'impression que les entreprises s'impliquent suffisamment, alors que leur poids en CO2 par rapport à l'ensemble du secteur est dérisoire. C'est un peu le versant problématique de ce genre d'initiative, c'est que ça donne une visibilité et une apparence d'impacts qui masquent une forêt d'inactions. Personnellement, je crois qu'en cas d'urgence climatique, il est nécessaire d'avoir une réglementation d'urgence. Le bon vouloir des entreprises, heureusement qu'il est là, mais il est largement insuffisant par rapport à la hauteur des enjeux. Quand je vois que la Grande-Bretagne avec un gouvernement pas très écolo à la base et parvenu à mettre dans sa législation que pour pouvoir participer à des marchés publics, ce n'est pas pour tous les secteurs mais je vois que c'est un bon levier d'action que pour pouvoir participer à toute une série de marchés publics en Grande-Bretagne, il fallait que l'entreprise ait un plan de réduction déposé au SBTi. Pour moi, c'est le genre d'initiative qui devrait être prise ici en Belgique, c'est-à-dire qu'à un moment donné, les pouvoirs publics prennent des mesures. Certains y verront de la coercition, on peut aussi y voir une incitation pour que les entreprises n'attendent pas le bon moment, la capacité ou le bon leadership, mais soient finalement contraintes pour pouvoir continuer à exercer dans certains secteurs, et soient contraintes par les pouvoirs publics à inscrire un plan Net Zéro. Aujourd'hui, si mes informations sont bonnes, les SBTi n'acceptent plus que des plans Net Zéro émissions. Ce ne sont que des plans, cela ne signifie pas qu'ils sont nécessairement exécutés, donc cela a quand même ses limites, mais c'est déjà une première étape franchie. Donc pour moi, la BACA n'est pas la seule initiative d'entreprise qui montre que l'on s'attaque à une problématique, mais c'est ce double tranchant là. À force de faire croire que le monde de l'entreprise se débrouille bien tout seul, le monde politique n'a pas besoin de prendre le relais, car il peut avoir sincèrement l'impression que cela est déjà pris en charge.

Lena Lacroix : [00:40:17] Et sinon, j'ai une dernière question donc par rapport à ce que vous mettez en place pour réduire vos émissions de CO2. Est-ce que vous en parlez dans votre réseau, donc réseau interne et externe, et si oui, comment est-ce-que vous le faites ?

Greg Renders : [00:40:33] Alors, pas vraiment. Mis à part que nous avons un rapport annuel dans lequel nous regroupons toutes les informations, mais nous n'exploitons pas du tout ce rapport annuel. En gros, il ne nous sert qu'à répondre à des appels d'offres. Nous faisons partie de ces entreprises et, pendant des années, cela était voulu. Maintenant, ce n'est plus voulu, c'est simplement que nous n'avons pas la capacité pour le faire. Il ne parle jamais à l'extérieur, ni même à l'interne. En fait, nous n'avons ni équipe de communication *corporate*, ni équipe de communication interne. Nous faisons des choses, mais la partie qui pourrait être très intéressante pour les entreprises, c'est-à-dire de vendre la soupe, de créer des récits et d'essayer de mobiliser les collaborateurs en interne et de se donner une bonne image de l'extérieur, nous ne la couvrons pas du tout. Nous n'avons même pas une personne dédiée pour s'en occuper, donc c'est un peu particulier. Mais je me dis que ça finira par venir. C'est un peu dommage d'ailleurs. Nous avons assez régulièrement des retours de nos contacts, que ce soit au sein du réseau ou lors de soirées, de séminaires, etc. Parfois, des entreprises disent : "Vous faites ça, mais personne ne le sait." C'est vrai, nous sommes en effet assez paradoxaux. Il y a beaucoup d'entreprises qui communiquent énormément sur l'environnement et qui ne font pas grand-chose, et puis il y en a qui font réellement des efforts mais qui ne communiquent rien du tout, comme nous. Donc voilà, c'est un peu particulier.

Lena Lacroix : [00:42:14] Mais après, souvent quand on entend beaucoup parler d'une politique environnementale d'une entreprise, ce n'est pas tout à fait bon signe non plus. C'est souvent signe de greenwashing donc au final, ne pas communiquer énormément, c'est bien aussi.

Greg Renders : [00:42:26] Voilà, c'est ça. Là, on ne pourra définitivement pas nous accuser de greenwashing vu qu'on ne voit rien du tout quoi.

Lena Lacroix : [00:42:33] Tout à fait. Du coup, c'était toutes mes questions pour cette interview. Je ne sais pas si vous voulez rajouter quelque chose par rapport aux réductions d'émissions de CO2 de Sodexo Pass ou juste de Sodexo Pass en général, peut-être quelque chose qu'on a pas couvert.

Greg Renders : [00:42:52] Je ne pense pas. Je crois que nous avons couvert l'essentiel. Pour votre information, à mon avis ça ne vous aidera pas car cela n'est pas en lien avec votre sujet de mémoire, mais sachez qu'il y a un aspect sur lequel nous sommes parfois attendus concernant les réductions d'émissions de CO2, mais pour lequel nous ne pouvons rien faire. En fait, cela

ne rentre même pas dans le calcul de notre entreprise, ni même dans le scope 3. Il s'agit de la consommation des 1,8 million de personnes qui utilisent des produits Sodexo. Un jour, Philippe Defeyt nous a demandé si nous calculons le poids CO2 des achats effectués par les produits Sodexo. Donc si quelqu'un reçoit 150€ de chèques-repas, est-ce qu'on calcule le poids CO2 de ces achats faits avec les chèques repas. C'est impossible à faire car nous n'avons pas les informations nécessaires et ça ne rentre pas dans le scope 3 et les banques ne sont pas responsables de ce qui est acheté avec leurs cartes bancaires et en plus nous n'avons pas les informations. Ces données ne sont pas obtenues par les émetteurs de chèques, et c'est d'ailleurs une bonne chose pour des raisons de vie privée. Quelqu'un qui reçoit 170€ de chèque repas, on sait où la personne a dépensé, on sait combien elle a dépensé, on sait quand elle a dépensé mais on ne saura jamais les produits qu'elle a acheté avec. Par exemple, si une personne utilise ses chèques repas au McDonald's, nous ne saurons pas si elle a pris une salade ou un double cheeseburger. C'est impossible pour nous de le savoir, et cela ne pourra jamais être mesuré. Cela a un impact, mais je le mentionne simplement à titre informatif, car cela ne rentre pas dans votre travail. C'est au cas où vous vous poseriez la question de savoir jusqu'où nous pouvons aller pour réduire l'impact climatique. Ce serait formidable si nous pouvions influencer l'impact climatique de 1,8 million de personnes en Belgique, mais nous n'avons pas de levier pour cela. Nous pouvons simplement les sensibiliser à certains sujets, tels que le type de commerce, d'alimentation, etc., mais nous ne pourrions pas mesurer l'impact de ces communications.

Lena Lacroix : [00:45:02] Non et au final pour la confidentialité, c'est bien de ne pas avoir non plus de vue sur tout ce qu'ils achètent avec.

Greg Renders : [00:45:09] Ah ouais, non, ça c'est clair.

Lena Lacroix : [00:45:12] Mais bon, c'est bien à préciser en effet. Je ne me posais pas encore la question, mais peut-être que j'allais me poser la question après. Mais du coup, merci beaucoup en tout cas pour cette interview.

Greg Renders : [00:45:23] Avec plaisir.

xiv. Interview of Daphne De Wit, Statik (NL)

Lena Lacroix: [00:00:00] Misschien mag je jezelf voorstellen, Statik voorstellen, je background enzovoort.

Daphne De Wit: [00:00:08] Ik ben Daphne. Ik heb een dubbele rol bij Statik, enerzijds maak ik deel uit van het marketingteam omdat ik zelf een communicatie achtergrond heb. Ik focus mij vooral, binnen het team dan, op copies, story telling, maar eigenlijk wel altijd is toegespitst op echt duurzaamheidscommunicatie en daarnaast ben ik duurzaamheidscoördinator bij Statik zelf. Dat is superleuk, dat is eigenlijk alles in goede banen leiden wat wij doen op vlak van duurzaamheid. Daarvoor doe ik dat natuurlijk lang niet alleen, ik zorg gewoon dat er gedragen is in de organisatie. Maar dat is bijvoorbeeld onze B Corp Assessments en de BIA die wij doorlopen, onze strategische pijlers opvolgen, dat duurzaamheidsverslag schrijven, al dat soort dingen. Statik zelf, ik weet niet als jij ons al een heel klein beetje kent of nog niet. We zijn een digitaal bureau uit Leuven. We bestaan sinds 2004 ongeveer. We zijn met veertigtal collega's en eigenlijk sinds de introductie van de SDG's hebben we ervoor gekozen ons ook echt te gaan richten specifiek op klanten die positieve impact nastreven of die actief één van de SDG's nastreven en vooral er ook geen tegenspreken. Zeker dat was een beetje een *bold move* toon. We hebben eigenlijk gezien dat dat wel alleen maar een goede beslissing is gebleken om zo die niche te gaan opzoeken omdat ze ons meer en meer dan gevonden hebben. En dus wat we vandaag de dag doen, wij bouwen digitale toepassingen en dat gaat heel breed van supersimpel een website maken tot ingewikkelde applicaties of toepassingen tot communicatiestrategieën, digitale strategieën. Vanaf dat iemand met ons bij een vraag binnenkomt, gaan we die eerst altijd in vraag stellen van hebt je dat zelfs nodig, want daar al kan uw voetprint eigenlijk gaan beginnen als je dingen bouwt die daar niet nodig zijn. En zo proberen we samen tot een oplossing te komen. We hebben ook een heel marketingteam, waar dat we podcasts enzo maken dus het is heel breed. Bijvoorbeeld KULEuven zijn één van onze grootste klant. We zijn vaste partner van de KU Leuven, we doen ook heel veel voor UCLouvain, de museumpas hebben we gemaakt, Unia het meldpunt voor discriminatie. Dus we hebben echt heel veel klanten, ongeveer 70 of 80% zit in de nonprofi of de VZW's, of onderwijs en natuurlijk ook nog wel een paar profit klanten, maar wel altijd impact gedreven.

Lena Lacroix: [00:02:50] Oké super interessant. En dus ja hebt gezegd dat jullie klanten jullie vragen dat ze het over een SDG hebben, dus we zien dat klimaat heel belangrijk is voor jouw bedrijf. Maar doen jullie aan rapportering van jullie milieupraktijken?

Daphne De Wit: [00:03:13] Ja zeker. Het eerste duurzaamheidsverslag is van 2019 en dat is ook de eerste keer dat we onze voetafdruk hebben laten berekenen. Dus we hebben dan, denk ik, 2020 een jaartje van onze voetafdruk berekening overgeslagen, maar vanaf 2021 en 2022 hebben we dat teruggedaan en nu zijn we van plan om dat jaarlijks onze voetafdruk berekening te doen. Los daarvan hebben we gewoon ook onze duurzaamheidsstrategie die daarvoor een stuk over environment gaat, maar ook heel hard inzet, bijvoorbeeld op het hele menselijke aspecten van ESG, want daar staan wij eigenlijk vooral sterk in. Omdat we een servicebedrijf zijn en geen *productscompany*. Dus het zit heel erg ook in de manier waarop dat wij werken, omdat we niet echt een fysiek product hebben die we in de wereld sturen. Anderzijds de digitale voetafdruk van het internet is enorm. Als wij een land zouden zijn, zouden wij de op drie na grootste vervuilers zijn als het op carbon footprint aankomt en daar zijn we super bewust van, dus dat is ook een van onze Sustainability pijlers om in te zetten op digitale duurzaamheid om te zorgen dat de carbon footprint van alles wat we maken zo laag mogelijk is. Ik weet niet of je graag wilt wat onze 5 pijlers zijn op vlak van duurzaamheid.

Lena Lacroix: [00:04:34] Ja zeker, je mag het gerust nu uitleggen.

Daphne De Wit: [00:04:40] Eigenlijk hebben wij 5 pijlers waarop dat we beslist hebben om te rapporteren, dus onze strategische duurzaamheidspijlers. Dat is ten eerste digitale duurzaamheid, dus *Digital Sustainability* van al onze toepassingen, dan onze carbon footprint verlagen, uiteraard want we kunnen niet anders, ook reden waarom dat we lid zijn van BACA. Ons klantenbestand verduurzamen, dat was natuurlijk in het begin heel belangrijk, waar we heel hard hebben rond gewerkt. Maar nu voelt het eigenlijk wel goed. Werkgeluk verspreiden en echt in de brede zin, dus heel ons inclusie verhaal zit daarbij onder werkgeluk ook onder de mensen die misschien nog hun weg naar Statik nog niet gevonden hebben. Hoe kunnen we daarvoor zorgen dat werkt gelukkig breed ingezet wordt. We werken zelfsturend, dus beslissingsrecht zit echt bij de mensen zelf kiezen wie dat we aannemen, ook als er iemand moet ontslagen worden of zo komt dat meestal vanuit het team dat zelf aangeeft van oké, het werkt gewoon niet. We werken via concept besluitvorming, als er het nieuwe veranderingen zijn binnen Statik, dus dat valt allemaal onder dat werkgeluk en dan de laatste is transparante communicatie via onze duurzaamheidsverslag en via alles wat we doen eigenlijk gewoon eerlijk delen wat het gelukt en wat dat er ook niet lukt. Ja, dat zijn de 5 pijlers.

Lena Lacroix: [00:06:00] Super interessant en de rapportering die jullie doen is het gecertificeerd door audits?

Daphne De Wit: [00:06:07] Ik vrees eigenlijk van niet. De eerste keer dat we het berekend hebben, hebben we het via Equalizer laten berekenen, dat was wel een externe partner, maar eigenlijk moet dan altijd nog een tweede keer gevalideerd worden. Dat is niet gebeurd. Nu werken wij via de tool van Carbon+Alt+Delete, dus dat is een bedrijf vanuit Mechelen. Ze hebben ons geholpen om te tonen hoe dat we dat voetafdruk zelf kunnen berekenen, dus sinds dit jaar hebben we voor het eerst zelf gedaan via hun tool en ook wel advies van hen gekregen. Dus we hebben een externe partner betrokken, maar dat is niet nog eens door een derde partij nagekeken.

Lena Lacroix: [00:06:51] Maar dus jullie zijn lid van BACA sinds 2020. Welke beleiden en initiatieven hadden jullie ingevoerd voordat jullie lid waren van BACA?

Daphne De Wit: [00:07:22] Veel. Ik had op voorhand de vragen gekregen. Dat is eigenlijk heel onze duurzaamheidsstrategie, wij hadden die al de Digital Sustainability, onze ecologische voetafdruk naar beneden halen, dus al onze beleidslijnen waren er eigenlijk al, waardoor het voor ons logisch voelde om het BACA pledge te ondertekenen omdat wij toch al op die trip waren. Het is misschien raar, maar het was ook omdat BACA heeft ons gevraagd om de website te maken. Dus we waren gewoon enthousiast voor het project. Wij zagen dat nog voor de lancering dat het er ging komen, en dat was eigenlijk een *no brainer* dat wij daar mee gingen deel van uitmaken. Dus eigenlijk vanaf het moment dat wij met hen aan het werken waren als partner. Ja het zou gewoon raar geweest zijn als we dat niet zouden ondertekenen.

Lena Lacroix: [00:08:15] Maar dus BACA zijn naar jullie gekomen en jullie zijn niet specifiek naar BACA geweest.

Daphne De Wit: [00:08:21] Ja inderdaad. Zij zijn er ons gekomen voor die website te maken en zo wisten wij eigenlijk al heel vroeg dat dat er aankwam, waardoor wij ook vanaf de lancering direct hebben beslist omdat mee te ondersteunen.

Lena Lacroix: [00:08:32] En, hebben jullie veranderingen gemerkt bij Statik nadat jullie lid zijn van BACA geworden?

Daphne De Wit: [00:08:42] Ik vind het een heel moeilijke vraag en dat was ook de enige reden dat ik getwijfeld heb om op je interview in te gaan. Omdat ik moet zeggen van al onze pijlers zo het *environmental* stuk is echt het moeilijkste bij ons, omdat als je naar onze voetafdruk

kijkt. Je kunt dat in het duurzaamheidsverslag vinden. Ik weet niet of we ons duurzaamheidsverslag al gevonden hebt.

Lena Lacroix: [00:09:02] Ik heb het nog niet opgezocht maar je kan het gerust doorsturen.

Daphne De Wit: [00:09:08] Ik zal het nu doorsturen, voilà. Dus het grootste deel van onze voetafdruk is *heating*, dus dat is eigenlijk verwarmen van ons kantoor. We hebben een huurkantoor hier waar dat er al zonnepanelen op het dak lagen toen wij begonnen voor onze nulmeting gedaan hebben kwa carbon footprint. Dus eigenlijk de grootste manier wat wij nog kunnen gaan besparen of reduceren van onze footprint, is eigenlijk door bijvoorbeeld een warmtepomp te plaatsen. Maar wij delen dit gebouw met andere, dus dan moeten we hen overtuigd krijgen, en dat lukt voorlopig niet. Dus het enige wat ons kan redden om onze footprint echt met 50% te doen dalen tegen 2030 is verhuizen. We zijn al heel lang op zoek naar een ander kantoor, 3-4 jaar ongeveer, maar we zitten nu fantastisch in het centrum van Leuven. Iedereen of 90% van de collega's komt te voet of met de fiets en vaak als we een goede locatie vinden, is dat buiten het centrum waardoor onze footprint zou stijgen als er meer mensen de auto nemen, dus we zitten in een impasse. Dus het eerlijke antwoord, vrees ik, is dat we eigenlijk sinds het ondertekenen van BACA en onze SBTs, weinig vooruitgang hebben kunnen boeken op dat vlak. Uiteraard de auto's zijn geschrapt bij Statik, maar we hadden er maar 3, dus dat is een hele kleine winst. We hebben wel nog bijvoorbeeld de volledige shift gemaakt naar volledig veggie te gaan als: er hier broodjes zijn, als wij met Statik op weekend gaan... Vroeger werd er gebarbecued, waar dat gewoon overal vlees lag en dat zijn echt wel dingen dat we zijn gaan aanpassen. Maar we hebben al een hele lage voetafdruk, dus dat gaat echt over kleine percentages. Dus daar worstelen we een beetje mee. Komt dat door BACA dat we dat zijn gaan doen? Het komt gewoon dat we vinden dat onze morele plicht is en het feit dat je dat ondertekent helpt wel om u *accountable* te houden, maar in principe is dat wel gewoon een kompas dat we voor onszelf al hebben bepaald. Dat we die lijnen willen uitzetten. Ben ik te lange antwoorden aan het geven?

Lena Lacroix: [00:11:21] Nee echt gerust niet. Er zijn mensen die nog langer antwoorden geven. Dus voor jullie organisatie is het echt moeilijk om veel naar beneden te gaan met jullie CO2 emissies.

Daphne De Wit: [00:11:32] Dat wat ik toch begrepen via Ecolife de eerste keer dat we lieten berekenen, is dat we al een hele lage voetafdruk hebben. Dus uiteraard willen we die verder

doen dalen en hoe dat we dan bijvoorbeeld nu aan het proberen zijn is onze kantoren te gaan onderverhuren. Sinds dit jaar zijn we dat iets vaker aan het onderverhuren of aan het coworken met andere organisaties die ook naar hier kunnen komen om eigenlijk te zorgen dat het gewoon maximaal gebruikt wordt. Dus op zo'n manier proberen we daar wel een verschil in te maken. We hebben ook een open Office, dat eigenlijk heel mooi is, maar verschrikkelijk om te werken is, want je hoort al het lawaai van al uw collega's, dus we gaan dat binnenkort toch wat meer terug onderverdelen. Ook weer in functie van werkgeluk omdat als je kijkt naar *neurodiversity*, dan zijn er sommige mensen die gewoon introverter zijn of willen liever afgesloten kunnen werken, zeker onze *developpers* om in clichés te spreken. Bijvoorbeeld het herinrichten van ons kantoor gaan we dan ook zo duurzaam mogelijk proberen te doen, met recuperatie materialen maar je voelt dat dat is allemaal in de marge van onze footprint, want eigenlijk is die *heating* het grootste probleem, het feit dat we hier nog gas gebruiken, want dat krijgen wij gewoon heel moeilijk naar beneden.

Lena Lacroix: [00:12:53] Omdat jullie lid zijn van BACA, hebben jullie ook dus Science Based Targets moeten implementeren. En wat zijn eigenlijk deze targets en waar zijn jullie op de SBT-traject?

Daphne De Wit: [00:13:05] Ik weet niet of dat je alleen maar KMO's of SMI interviewt of ook echt grote bedrijven?

Lena Lacroix: [00:13:13] Een beetje van alles.

Daphne De Wit: [00:13:15] Al wel, want voor ons is dat een beetje anders omdat wij een KMO zijn, mochten wij een verkort traject doen. Dus wij hebben gewoon de SBT of SBTi kunnen ondertekenen en zeggen dat we willen onze voetafdruk met 50% doen dalen tegen 2030. Dat is gevalideerd geweest. Dat is eigenlijk gewoon een intentieverklaring dat je doet, maar voor de rest hebben wij niet apart targets moeten doorgeven die nog eens extra gevalideerd moesten worden.

Lena Lacroix: [00:13:43] Dank u, maar voor KMO rijden ze ook aan om over scope 3 een beetje te implementeren, maar ik weet niet als jullie iets hebben ingevoerd voor scope 3?

Daphne De Wit: [00:13:54] Ja we rapporteren ook op scope 3. Ik ben zelf heel slecht in de cijfers, want dat is een collega van mij die onze voetafdruk berekening doet en ik niet. Maar bijvoorbeeld alles wat met die digitale duurzaamheid te maken heeft zit bijvoorbeeld daar, het

feit van de uitstoot van onze producten zelf is, dat is scope 3, denk it. Ik ben daar vrij slecht in, maar ik weet dat wij scope 3 alleszins wel meepakken in onze berekening.

Lena Lacroix: [00:14:28] En met welke uitdagingen waren jullie geconfronteerd om deze targets te valideren?

Daphne De Wit: [00:14:36] Ja, de grootste is dus echt onze kantoorruimte. Dat is echt de allergrootste en dus we zijn zelf intern heel hard aan het werken op die digitale duurzaamheid, aan onze toepassingen duurzamer maken of een lagere footprint. En bijvoorbeeld KULeuven is één van onze grootste klanten waar wij al heel veel voor gebouwd hebben en waar dat wij nu eigenlijk zouden willen dat wij sommige dingen opnieuw mogen doen, omdat we slimmer geworden zijn om dat te verlagen. En je voelt wel dat het een grote uitdaging is om klanten te overtuigen om opnieuw eigenlijk te investeren of geld uit te geven om nog verder te gaan verduurzamen. Want dat is onze vraag, maar dat is hun vraag niet noodzakelijk. Natuurlijk, omdat we kiezen voor positieve impactklanten zit je vaak wel op dezelfde lijn, dus wij hebben wel het vertrouwen dat dat in de toekomst zal lukken. Maar dat is bijvoorbeeld een hele grote uitdaging van hoe zorgen we ervoor dat ook onze klanten daarvan bewust zijn. Want voor nieuwe klanten kunnen we dat wel makkelijk doen van in het begin meegeven, maar voor bestaande klanten die dan eigenlijk voor het merendeel van onze omzet zorgen, want die zijn *recurrent clients*, dat is een groot deel van ons werk. Hoe krijgen we dat daarin zodat wij onze voetafdruk kunnen verlagen en onze impact kunnen verhogen? Dat is echt een vraagstuk waar dat wij nu hard op aan het werken zijn, maar wat dan de juiste triggers of de juiste argumenten om klanten daarvan overtuigd te krijgen? Om zo echt heel onze *value chain* van al onze stakeholders te kunnen gaan verduurzamen.

Lena Lacroix: [00:16:06] Dat blijkt moeilijk. En, hoe heeft BACA jullie eigenlijk ondersteund gedurende deze traject?

Daphne De Wit: [00:16:17] Ja goeie vraag. In het begin heb ik daar wel veel aan gehad, zijn er een paar webinars geweest waar dat ze heel veel informatie hebben gegeven en ook over die SBTi, wat ik toen super waardevol vond. Maar ik moet wel eerlijk zeggen dat dat eigenlijk na die lancering en na dat wij dat ondertekend hebben, voor mij alleszins, een beetje op zijn gat gevallen is. Omdat we moet een beetje kiezen, hè. Ik werk 3 dagen per week voor Statik en onze *main focus* ligt echt eigenlijk op het menselijke en de manier van samenwerken. Dus ik heb zelf een beetje zo geschift naar als ik extra webinars volg of extra opleidingen zit ik heel

vaak in dat mensen stuk te werken. Dus ik heb niet zoveel na de lancering via BACA opgepikt. Ik weet niet of dat andere deelnemers anders is.

Lena Lacroix: [00:17:07] Het hangt af van de deelnemers, sommigen wouden niet de tijd nemen om naar alle webinars te gaan en anderen zijn heel actief. Het hangt af een beetje.

Daphne De Wit: [00:17:26] Ik heb nog iets belangrijk nog niet gezegd en dat heeft daarmee te maken eigenlijk. Wij zijn sinds 2021 een B Corp met Statik. En we zijn eigenlijk super actief in de B Corp community, omdat daar gewoon het een heel levend community is en ik voel dat dat dan zowat ondergesneeuwd geraakt, omdat we gewoon daar heel veel voor doen en milieu maakt daar een deel van uit. Ik kan niet op te veel paarden tegelijkertijd wedden of op te veel communities tegelijkertijd samen zijn en op dit moment is B Corp voor ons wel een hele toffe poule om in te zitten. Dus daar gaat meer tijd naar toe.

Lena Lacroix: [00:18:03] En hoe zien jullie dan jouw toekomst als lid van BACA?

Daphne De Wit: [00:18:10] Ik denk heel eerlijk vanaf dat we eindelijk een andere locatie zouden vinden bijvoorbeeld, dat dan dat direct terug super hoog op onze agenda kan komen. Echt het environment stuk, omdat we er dan echt op kunnen gaan werken, terwijl omdat je weet dat die winstmarge daar zo klein is om onze voetafdruk nog te verkleinen, weegt dat niet op tegen de extra tijd tegen daarin zou steken naar engagement toe, omdat ik weet dat ik nu meer verschil kan maken in de andere domeinen. Dus ik denk dat ik de toekomst zie vanaf dat ik echt voel dat we op een andere locatie zitten. Of voel dat wij op die klimaatstuk kunnen werken. Ja, dan zouden die wel direct terugkomen boven het bedrijf, omdat dat een super logische plek is om naar uit te reiken.

Lena Lacroix: [00:19:01] En hoe communiceert Statik over de klimaatacties die jullie invoeren?

Daphne De Wit: [00:19:09] Op veel verschillende manieren, maar ik denk dat het meest via duurzaamheidsverslag dat we online zetten is. En doorheen het jaar ook gewoon hele tijd via LinkedIn, Instagram, allé eigenlijk al onze *social media* via de nieuwsbrief die buiten gaat. We doen ook een paar keer per jaar een events hier intern, allé voor externs dan, zo hebben wij in het najaar een groot event gedaan samen met een paar andere bedrijven, met Ecover, Whole Green Digital en dan proberen we ook altijd onze visie mee uit te dragen. Ja bijvoorbeeld, volgende week donderdag, dat heeft nu echt niet met klimaat te maken, maar volgende week

donderdag hebben wij een spreker uitgenodigd over inclusie. En, daar hebben we ook terug klanten uitgenodigd, niet Alleen is voor de mensen hier, maar er gaan ook 25 klanten komen omdat wij ook zo hem kunnen meenemen in dat verhaal. En zij mogen dan gewoon gratis mee aansluiten, dus op die manier communiceren we daar ook over echt via zelf events te organiseren.

Lena Lacroix: [00:20:11] En dus jullie vragen om alleen maar klanten te hebben die naar SDG kijken. Doen jullie ook iets met jullie leveranciers om die op het klimaat traject te zetten?

Daphne De Wit: [00:20:37] Ja, maar nog niet genoeg. Dus bijvoorbeeld Combell is eigenlijk de *hosting provider* voor alles wat wij van websites of zo online zetten. Dat is een Belgische provider waar dat we bewust hebben voor gekozen, omdat die bijvoorbeeld groene hosting heeft. Dus in onze selectie van leveranciers zijn we wel echt heel streng. Kwa onze leveranciers zelf te pushen om transitie door te maken, ik denk dat daar wel nog veel groeimarge zit voor Statik. We hebben ook nog niet altijd zicht op hun interne processen en we moeten daar wel durven meer zo uit te reiken. Op dit moment hebben we hen eigenlijk enkel nog maar betrokken door te vragen aan hen, wat vinden jullie dat wij moeten verbeteren. Maar we hebben nog niet genoeg gedurfd om te zeggen, wij vinden dat jullie dat of dat moeten verbeteren. Maar om u nu een super klein voorbeeld te geven, dat is echt iets heel klein. Maar ons mailprogramma waarmee wij werken heet Help Scout, dat is een eigenlijk een mail tool waarmee dat je per team eenzelfde mailbox kunt gebruiken en daarin kunt je een e-mail handtekening zo invullen met uw naam, uw rol, uw mailadres, ... En sinds kort hadden die een extra veld gemaakt: *gender*. En dus wij superblij, want we vinden dat inclusie belangrijk is, dus we willen de *pronouns* opnemen in onze e-mailhandtekening. Maar dat veld werkte niet, in ieder geval dat invulde kwam dat niet tevoorschijn in uw e-mail en dat is bijvoorbeeld wel echt iets waar dat we dan actief mailen. Dus Leen die onze administratie doet, heeft echt contact opgenomen met Help Scout om te zeggen, top dat jullie dat doen, we willen daar graag gebruik van maken, maar weet dat dat niet werkt. Dus hou ons in de loop op het moment dat jullie een update doen, dus dat doen we wel om dat zo aan te kaarten. Maar dat is natuurlijk een heel klein voorbeeld.

Lena Lacroix: [00:22:28] Ja, maar jullie zijn toch wel actief om veranderingen te maken. En zouden jullie het een toegevoegde waarde vinden als BACA een meer prominente rol zou opnemen in de publieke of politieke sfeer?

Daphne De Wit: [00:22:45] Ook een goede vraag. We worstelen daar zelf soms mee van we willen echt verduurzamen en moreel het juiste doen. Maar we durven zelf niet openlijk activistisch te zijn, want er is een dunne grens tussen het goede opzoeken en activistisch zijn. Voor ons voor Statik hebben wij besloten dat wij niet activistisch willen zijn, omdat we ook geen mensen willen afschrikken. We willen ze alleen voorzichtig *nudgen* om de juiste keuzes te maken. Voor BACA, ze zijn Natuurlijk wel echt de *Belgian Alliance for Climate Action*, dus daar vind ik het wel meer passen dat zij die rol zouden opnemen. Ik denk concreet naar onze case toe bijvoorbeeld, ik loop een beetje vast op dat feit dat wij een servicebedrijf. Kunnen zij ons daar helpen of zijn er dingen die ik niet zie waarom wij echt fundamenteel zouden kunnen verschil maken of dat ze kunnen naar policy toe of naar tips toe specifiek bijvoorbeeld voor dienstenbedrijven. Ik zou het wel interessant vinden. Of bijvoorbeeld we hebben dus dat gedeeld kantoren met andere bedrijven, als de overheden zouden kunnen subsidies geven voor gedeelde ruimtes om daar makkelijker een warmtepomp te zetten. Dat zou voor ons zijn enorme hulp zijn. Maar nu ben ik aan het dromen, hè.

Lena Lacroix: [00:24:11] Dus ja, dat waren mijn vragen voor deze interview. Ik weet niet als je nog iets wilt delen, over Statik dat we misschien niet besproken hebben dat misschien interessant zou zijn.

Daphne De Wit: [00:24:29] Ja van alles. Onze focus ligt vooral op mensen en op inclusiviteit, maar dat is minder de scope van uw thesis. Maar het gegeven van een dienstenbedrijf te zijn, daar worstel ik zelf mee, dus daar ben ik benieuwd naar het resultaat als je nog diensten bedrijven zou hebben, want daar is meestal blijkbaar de grootste uitstoot via commuting of via auto. En bij ons is dat al super klein, dus daarom dat alles dus bij heating zit en dat krijgen we gewoon niet weg. Ik kan nog van alles toevoegen, maar niet relevant voor jou, denk ik.

Lena Lacroix: [00:25:10] Ja, omdat mijn thesis meer over CO2-reductie gaat en ik kan niet alles onderzoeken, jammer genoeg.

Daphne De Wit: [00:25:13] Je mag zeker het resultaat kan doorsturen, als je dat ziet zitten.

Lena Lacroix: [00:25:29] Ja natuurlijk.

xv. Interview of Jonas Van Bockhaven, The Shift (NL)

Lena Lacroix: [00:00:02] Oké, dus nu gaan we het over The Shift hebben in BACA. Draagt jouw organisatie, dus The Shift, klimaat en of milieu hoog in het vaandel? En zo ja, hoe vertaalt het zich in de strategie van The Shift?

Jonas Van Bockhaven: [00:00:29] Ja, dus eigenlijk klimaat en duurzaamheid zijn onze bestaansredenen, in die zin dat The Shift is ontstaan uit een nood van verschillende actoren om om meer aandacht te hebben voor duurzaamheid in de brede zin. Dus wij vertegenwoordigen meer dan 500 leden, ik weet niet juist hoeveel dat er zijn op dit moment, vanuit verschillende hoeken en dat zijn allemaal leden die ofwel aan het werken zijn om verschillende duurzaamheidsvraagstukken, ofwel daar meer aan willen beginnen werken. Dus we werken dagelijks rond duurzaamheid, duurzaamheid in de brede zin, dus we werken rond klimaat, biodiversiteit, werk en inclusie en *due diligence*, dus duurzaamheid in de toeleveringsketen. En dat is iets waar wij dagelijks mee bezig zijn. Er was een tweede deel van je vraag maar ik heb het vergeten. Kan jij is herhalen?

Lena Lacroix: [00:01:45] Ik vroeg ook hoe het zich vertaalt in de strategie van The Shift.

Jonas Van Bockhaven: [00:01:49] Ah ja, oké. Dus onze strategie, of de strategie van The Shift, hangt rond 3 themas, en dat is *Connect*, *Commit* en *Change*. Ik zal beginnen met *Commit*, dus we willen zoveel mogelijk van onze leden aanzetten tot het zetten van nieuwe duurzaamheid objectievers. Dus we hebben er zoveel mogelijk organisaties mee duwen naar meer ambitie en rond duurzaamheid. Dus dat is dan in het *Commit* deel dat we proberen die bedrijven of organisaties liever ervan bewust te maken dat ze meer kunnen doen of moeten doen. *Change* is dan het aanzetten tot concrete acties tussen belofte maken en ze in inlossen ligt soms een moeilijk traject. Maar we willen zoveel mogelijk onze leden ook aanzetten tot concrete actie, dus dat we verder gaan dan gewoon praten over duurzaamheid, maar dat we het ook echt in de praktijk brengen. En dan *Connect*, en ik denk dat het de grootste troef van een duurzaamheids netwerk is. Je hebt een netwerk van allemaal gelijkgestemde orgaan, of voor een groot deel gelijkgestemde organisaties, en dat zorgt ervoor dat je echt een netwerk hebt van mensen die zowel oplossingen hebben, als problemen, als goede raad. Dat zorgt ervoor dat het echt een ecosysteem van verschillende actoren rondom de tafel zit, die ook heel snel met elkaar gaan samenwerken. Door het feit dat we zo een dicht netwerk zijn, met allemaal partners die met

elkaar in contact kunnen komen, zorgt het er ook voor dat die acties daar sneller zullen komen, dat we snel kunnen leren van elkaars fouten en sneller dingen kunnen implementeren.

Lena Lacroix: [00:03:44] En wat is eigenlijk de visie, missie en toegevoegde waarde van The Shift?

Jonas Van Bockhaven: [00:03:53] Ja, de visie en missie, die zijn onlangs veranderd, want we hebben sinds januari een nieuwe directrice en die is begonnen met een rework van de visie en missie. Dus ik ken ze niet van buiten jammer genoeg. Ik zal moeten kijken op de website, want anders zal ik iets zeggen dat niet klopt. Ik ben het even aan het opzoeken, hoor.

Lena Lacroix: [00:04:30] Ja ja, geen probleem.

Jonas Van Bockhaven: [00:04:46] Ik was hier de de visie en missie aan het opzoeken. Ik heb het gevonden, moet ik het zo voorlezen of zal ik het document doorsturen? Ik weet niet wat er gemakkelijkst is voor jou. Het is veel tekst, ik zal mijn mijn scherm delen met jou, dan kan je het zien. Ik kan het ook doorsturen, hoor. Dat is een een one pager dat we ontwikkeld hebben. Oh, oh ik denk dat het aan het blokkeren is.

Lena Lacroix: [00:05:48] Ik zie een zwarte scherm. Maar dan mag je gerust de link doorsturen.

Jonas Van Bockhaven: [00:06:00] Ja, ik ga de document doorsturen. Maar ik ga gewoon het even kort voorlezen wat dat er hier staat. *“Our mission. As a unique multi-actor community, our mission isto challenge our members to find innovative waysof carrying out projects with each other whichcontribute to sustainable development.Members are offered a trusting environment forthis, where they can enter into dialogue and inspireeach other in developing sustainable businessmodels that can make a difference to present and future generations.In order to do so, we are driven by three forces: Connect. Commit. Change.”*. Dat is dus de missie. Ach, ik had gehoopt dat tegen dan mijn computer al ging gedeblokkeerd zijn. Hoor jij me nog Lena? Dat is heel bijzonder, maar mijn scherm zit volledig vast, ik kan niks meer doen. Ik ga proberen efkes Teams af te sluiten.

Lena Lacroix: [00:07:00] Oke, geen probleem.

Jonas Van Bockhaven: [00:07:06] Dus dat was de missie en dan onze hebben we niet in dat document staan. Dus visie weet ik eigenlijk niet, daar zijn we nog mee bezig vermoet ik.

Vroeger hadden wij dat op onze website staan. Ik ga nog is moeten zoeken Lena voor de visie en missie, maar ik zal het doorsturen, dit document alvast. En wat was nog de vraag?

Lena Lacroix: [00:07:59] Ja om de toegevoegde waarde van The Shift.

Jonas Van Bockhaven: [00:08:06] Ja, ik denk dat de toegevoegde waarde van The Shift is dat wij zijn het grootste netwerk of duurzaamheids netwerk in België. Dus dat zorgt ervoor niet enkel dat wanneer je toetreedt tot The Shift dat je toegang hebt tot een heel groot netwerk, maar dat zorgt er ook voor dat we veel visibiliteit hebben. Wij zijn ook een van de enige duurzaamheids netwerken die op Belgisch niveau actief zijn, dus in alle regio's, in zowel Nederlands, Frans als Engels. Dus dat zorgt ervoor dat wij wel vaak gevraagd worden om deel te nemen aan projecten, activiteiten, etcetera. Dus die twee aspecten dus het feit dat we heel groot zijn en het feit dat we een goede reputatie hebben in heel België, zorg ervoor dat we eigenlijk teveel werk hebben dan te weinig. Mensen vinden ons vaker dan wij moeten op zoek gaan naar mensen. Dus dat is een grote troef voor onze leden, denk ik. En daarnaast komt ook nog is dat wij, vind ik, heel fel inzetten op de link met onze leden. Dus wij gaan, als er iemand lid wordt van ons, gaan we echt proberen om zoveel mogelijk het belang van die organisaties of de vraag van die organisaties in het programma te verwerken, zodat we echt een relevant programma hebben dat inspeelt op de noden van onze leden. Dus dat zijn, denk ik, de 3 grote troeven: de grootte, het feit dat we over heel België actief zijn en in de drie talen, een goede visibiliteit en dan dat we heel kort op de bal proberen spelen met onze leden.

Lena Lacroix: [00:09:54] En hoe in sinds wanneer traceerd en rapporteert The Shift hun milieu praktijken?

Jonas Van Bockhaven: [00:10:03] Dat is een goede vraag. Wij doen dat niet op het moment, maar dat is een zeer goed punt. We hebben het al lang niet gedaan omdat wij altijd zeggen, kijk, we moeten kijken waar de impact het grootste is en door het feit dat wij een kleine organisatie zijn die eigenlijk niks produceert, fin die geen productieproces hebben, hebben wij niet zo'n gekke grote impact op het milieu. Ook omdat we proberen echt wel op bepaalde zaken wel heel veel focus te leggen. Bijvoorbeeld, je gaat bij ons geen bedrijfswagens zien, allé we proberen zoveel mogelijk in de praktijk te brengen wat we ook vragen aan onze leden of suggereren aan onze leden. Dat zal er dus ook voor zorgen dat wij op binnen termijn moeten aan duurzaamheidsrapportering moeten doen. Nu die Europese regels die zijn van toepassing op bedrijven, The Shift is geen bedrijf, we zijn een *non profit*, dus op dit moment is het allemaal

op vrijwillige basis en zorgt het ervoor dat we daar nog niet de processen in intern hebben. Die zorgen ervoor dat we aan duurzaamheid rapportering kunnen doen. Maar we hebben wel onze raad van bestuur, we hebben wel onze advies orgaan of de Mensen die ons advies geven en daarin moeten we wel rapporteren aan die raden van bestuur, zowel voor The Shift als voor BACA. Dus op die manier doen we een rapportering, maar het is niet extern. Dus we hebben geen duurzaamheidsrapport dat we naar buiten brengen, maar dat is, zoals ik al zei, door het feit dat we daarin gegroeid zijn, door het feit dat we nu ook een nieuwe directrice hebben die fel inzetten op impact. Dus dit zijn zeker zaken waarmee we, in de de komende maanden, naar buiten zullen komen. Hoe dat het juist zal uitzien? Dat is werk dat gaat gedaan worden door mijn collega's, dus daar weet ik niet veel over. Maar we zullen, in de toekomst, wel meer communiceren over de impact die we hebben en de impact die onze gemeenschap heeft ook. Dus een lang antwoord om te zeggen, we doen eigenlijk niet aan duurzaamheid rapportering op dit moment. Het is een heel goed idee, maar we weten nog niet hoe. We zijn al een beetje aan het zoeken hoe we het moeten doen.

Lena Lacroix: [00:12:44] Oké en doet The Shift wel aan beleiden en initiatieven dat ze invoeren om de CO2 te reduceren?

Jonas Van Bockhaven: [00:12:55] Ja, wij, wij doen zoveel mogelijk. We hebben zoveel mogelijk maatregelen om onze impact, vooral dan wat klimaat, maar ook rond duurzaamheid en ook op alle vlakken waardat we werken proberen we zoveel mogelijk een goed voorbeeld te zijn. Dus wat wij doen rond om onze emissies zo klein mogelijk te houden, is dat we een coworking office hebben, dus we hebben een kantoor waarin dan maar een aantal plaatsen gegarandeerd zijn en dat eigenlijk te klein is voor ons team. Dus op die manier zorgen we ervoor dat we eigenlijk een kleiner kantoor nodig hebben dan als het hele team er was, op die manier sparen we al een deel verwarmingskosten. Alles wat gelinkt is aan aan kantoor, zorgen we ervoor dat we op die manier uitsparen. Ook ons kantoor is gevestigd in een recent gerenoveerd gebouw, dat echt de hoogste duurzaamheid standaarden heeft. Dan hebben we een politiek die echt actief ervoor zorgt dat autogebruik wordt afgeraden. Dus zoals ik al zei, we hebben geen bedrijfswagens en openbaar transport wordt terugbetaald. Als we events organiseren, gaan we altijd zorgen dat het gemakkelijk bereikbaar is met openbaar vervoer, zodat mensen zoveel mogelijk hun alto thuis kunnen laten. Alles wat wij doen rond *catering* is duurzaam én vegetarisch. Dus wij gaan nooit, of tenzij dat er een event is waarin The Shift gewoon een spreker is, dan kunnen we dat niet garanderen, maar als we de event zelf garanderen, gaat de

catering altijd vegetarisch zijn, gaan wij altijd zorgen voor de meest duurzame opties, de meest duurzame locaties, als dat mogelijk is binnen het budget. Wij werken ook soms met eventorganisatoren die ervoor gaan zorgen dat onze voedseloverschotten bijvoorbeeld gebruikt worden als we teveel eten hebben na een receptie bijvoorbeeld dat die voedseloverschotten worden gebruikt, dat die worden niet gewoon weggegooid. Dus we proberen op die manier onze impact te vergroten. Wat The Shift doet is vooral events, dus dat is allemaal gelinkt aan events, maar wij proberen ook onze computermateriaal te zorgen. Bijvoorbeeld als we schermen hebben die niet meer werken, dan geven wij die aan Circular Brussels die die gaan herstellen en gebruiken voor projecten in de sociale sector. Wij proberen echt op zoveel mogelijk manieren als bewust te zijn van ons gedrag en altijd te kiezen voor een duurzamere optie. Bijvoorbeeld vorig jaar hebben we als cadeau voor de sprekers die gekomen zijn een boom gegeven die daar geplant werd. Er is dus nu een The Shift bos dat aangeplant is. Ik zou moeten checken waar juist, het ontsnapt mij nu even maar op die manier, zijn we wel erg bewust van onze acties en proberen we daar te gaan voor de meest duurzame. De volgende stap is inderdaad dat we dat ook gaan monitoren en daarover gaan rapporteren naar de buitenwereld toe. Maar dat is dan de volgende stap voor ons.

Lena Lacroix: [00:16:22] Hebben deze initiatieven en beleiden veranderd sinds jullie lid zijn van BACA?

Jonas Van Bockhaven: [00:16:32] Neen niet echt, aangezien dat eigenlijk BACA is gegroeid uit The Shift. Dus alles wat we proberen te doen met BACA, komt voort uit de identiteit van The Shift. Het is niet zo dat BACA echt ervoor heeft gezorgd dat The Shift duurzamer wordt, het is eerder The Shift die ervoor heeft gezorgd dat BACA bestaat. Dus het feit dat wij lid zijn van BACA wilt eigenlijk niet veel zeggen, omdat dat was al een deel van onze identiteit voor BACA zelfs. Dus we hebben daar misschien meer aandacht voor, ik denk in de laatste 5 tot 10 jaar omdat klimaat en veel belangrijker thema is geworden. Duurzaamheidsdiscussie is sowieso belangrijker geworden binnen organisaties en klimaat daarbij ook, dus in die zin misschien. Maar ik denk kwa overtuiging en zo zijn wij altijd al redelijk ambitieus geweest met The Shift, vind ik. Ik kan het moeilijk kwantificeren, want we doen niet aan monitoring of we doen niet aan reporting, dus ik kan moeilijk zeggen wat onze impact exact is. Maar inzake de discussies die we hebben, de oplossingen die we naar voren sturen, de visie en ambitie die eigenlijk altijd, vind ik, redelijk ambitieus en en duurzaam is geweest.

Lena Lacroix: [00:17:56] En zelfs als jullie niet de impact echt meten weten jullie als deze initiatieven en beleidslijnen echt doeltreffend waren voor de vermindering van CO2?

Jonas Van Bockhaven: [00:18:13] Daar hebben we echt geen zicht op, jammer genoeg. We hebben daar geen nummers over. We kunnen uitgaan van hopelijk gezien de Community groeit en het feit dat we meer leden hebben en zal er hopelijk voor zorgen dat we een grotere impact hebben. Maar ik kan niet zeggen hoe groot die impact is en daarom is het echt belangrijk dat naar een systeem gaan waarin we echt ons impact meten. Dat we niet kijken naar enkel wat is onze output geweest in een jaar maar vooral kijken naar wat is onze impact geweest. En dat is werk dat we nu aan het doen zijn met onze *Theory of Change* van The Shift die wordt herschreven op dit moment. En dat zorgt ervoor dat we een iets andere focus hebben dan in de manier waarop we naar onze activiteiten kijken. De volgende stap is dan ook dat te kunnen meten, dus het staat zeker op de agenda. Tot op dit moment is het eerder van zien van kijk de gemeenschap is gegroeid, we hebben meer activiteiten gedaan, we werken nog meer thematieken nu dan vroeger, dus op die manier kunnen we wel hopen dat we meer en vermoeden dat we meer impact hebben. Maar wat exact onze grotere impact is daarvoor moeten we wachten op een meer *impact assessment framework* voor The Shift waar we nu aan het werken zijn.

Lena Lacroix: [00:19:44] En omdat The Shift dus een lid van BACA is, heeft die ook Science Based Targets gezet?

Jonas Van Bockhaven: [00:19:52] Nog niet. Een klein beetje historiek rond BACA, rond Science Based Targets liever, initieel werden Science Based Targets ontwikkeld als een methodologie voor bedrijven, dus op dit moment kunnen enkel bedrijven Science Based Targets zetten, alé op een officiële manier. Dus ze kunnen enkel Science Based Targets door de Science Based Target Initiative laten valideren en dat komt er dan op hun website. En je gaat daar enkel bedrijven zien. De Science Based Targets Initiative had initieel gezegd van kijk die methodologie die gaat opengesteld worden naar allerlei soorten organisaties, maar door het feit dat ze nu teveel werk hebben, enkel met bedrijven, en door het feit dat er toch wel processen zijn die anders lopen binnen bedrijven dan en binnen NGO's, zorgt het ervoor dat die validatie van Science Based Targets voor niet bedrijven er nog altijd niet is van de Science Based Target Initiative. Dus dat zorgt ervoor dat binnen The Shift, kunnen wij eigenlijk geen officiële Science Based Targets zetten. Wat wij wel kunnen doen is, en dat is een proces waarmee we gaan beginnen, is kijken van wat is onze carbon footprint. En op basis van die carbon footprint en

met gebruik van de Science Based Targets methodologie, kunnen we wel een voorstel doen van targets for The Shift, die we gaan moeten volgen. We hebben die cijfers nog niet. We hebben nog niet aan onze carbon footprint gewerkt, maar dat is zeker iets dat op de to do lijst staat voor de komende maanden.

Lena Lacroix: [00:21:43] Ik ga mijn vragen rond SBT dan niet stellen omdat jullie geen SBT mogen zetten.

Jonas Van Bockhaven: [00:21:49] Ja mag ze zeker stellen, maar ik denk dat het antwoord altijd hetzelfde zal zijn, vrees ik.

Lena Lacroix: [00:21:53] Ja, dat vrees ik ook. Denk je dat The Shift dan wel andere beleiden zal moeten implementeren om de Sciences Based Targets te kunnen bereiken, wanneer ze klaar zijn om naar Science Based Targets te gaan?

Jonas Van Bockhaven: [00:22:15] Ik denk. Het zijn allemaal vermoedens. Ik heb geen cijfers, ik heb geen carbon footprint waarop ik me baseer. Wij produceren niks, wij hebben geen vervoer, wij hebben enkel openbaar vervoer als vervoersmiddel voor The Shift. Met onze events proberen we echt altijd zoveel mogelijk online te doen en zo weinig mogelijk impact te hebben. Dus ik denk dat kwa uitstoot we redelijk laag zitten. Ik denk dat we daardoor wel redelijk haalbaar targets kunnen hebben om binnen een 1,5° scenario te blijven. Dus ik vermoed dat het een haalbare kaart zal zijn, gewoon omdat onze impact niet zo groot is. Maar dat is enkel iets wat we kunnen confirmeren wanneer we: 1 onze carbon voortplanting doen, 2 targets hebben gezet en 3 de targets monitoren. Dus over hopelijk, een jaar of twee jaar kan ik daar beter op antwoorden.

Lena Lacroix: [00:23:30] En hoe kan je dan de je de evolutie van The Shift met BACA zien in de toekomst?

Jonas Van Bockhaven: [00:23:46] Ik denk dat de belang van BACA in de komende maanden alleen maar zal toenemen, vermoed ik. En zeker met die Europese wetgeving die eraan zit te komen, zal het zeker groter worden. Ja ik denk dat de belang van BACA alleen maar zal toenemen. Of kan je je vraag even herhalen? Want ik weet niet of ik ze op de juiste manier aan het beantwoorden ben.

Lena Lacroix: [00:24:12] Mijn vraag was om te weten welke evolutie The Shift kan zien als een eid van BACA?

Jonas Van Bockhaven: [00:24:21] Ja voor zichzelf dan. Dat is wel een interessante focus, vind ik. Omdat vaak kleine organisaties en zeker NGO 's gaan ervan uit van: we hebben weinig impact op het klimaat. Dus dat is iets wat ik heel vaak hoor en dat klopt ook. Als je gaat kijken naar een groot bedrijf die gaan enorm veel meer uitstoten dan wat The Shift uitstoot, dus dat is wel logisch. Maar ik denk ook dat we moeten meestappen in dat verhaal. Dus voor The Shift zal het wel een aanpassing zijn om die carbon footprinting oefening te doen elk jaar en dat te monitoren. Dat zal wel zorgen voor een paar discussies intern waarin dat veel mensen zeggen dat we gaan ons toch niet focussen op dingen die geen impact hebben, terwijl als je het niet meet, kan je het nooit weten. Dus ik denk dat het zal zorgen voor een interne discussie. Dan vermoed ik dat er wel toch nog een paar dingen zijn die anders zullen lopen. Ik vermoed dat daar wel een of andere uitschieter zal zitten en dat er emissies waar we niet aan denken. Maar ik zou wel kunnen dat er iets in zit waardoor we naar een kleiner kantoor moeten, of naar een andere locatie, of events op een andere manier organiseren. Ik kan dat wel zien gebeuren. Maar ja, zoals ik al zei, zolang we niet meten en zolang we het niet opvolgen, kunnen we daar moeilijk rondsturen.

Lena Lacroix: [00:26:16] Hoe communiceren jullie over jullie klimaatacties binnen en buiten de netwerk van The Shift?

Jonas Van Bockhaven: [00:26:46] Wij communiceren daarover vooral tijdens de events. Dus als we een event ergens doen, gaan we altijd zeggen van kijk kom met openbaar vervoer en kom niet met de auto en dan als er *caterings* zijn gaan we zeggen dat het vegetarisch is. We gaan daar iedere keer wel op hameren. Het gaat veel over events, omdat dat een groot deel is van het werk dat wij doen. Maar bijvoorbeeld als we nu een *in person* event doen met eten erbij of met catering, dan gaan we altijd vragen als ze komen als ze ook blijven voor de *catering* of niet, of blijven voor de netwerk drink. Op die manier proberen we onze afvalberg te verkleinen ook. Dus het zijn allemaal kleine boodschapjes naar onze leden toe. Op dit moment is er nog niet vervat in een duurzaamheidsrapportering proces. Het zou nog beter zijn dat we gewoon kunnen kijken op onze website van wat onze impact is en wat we doen juist op elk domein. Maar daar zijn we nog momenteel niet. Voor het moment proberen we gewoon te communiceren met onze leden tijdens events of tijdens gesprekken met onze leden.

Lena Lacroix: [00:28:25] En hoe moedigt The Shift de leveranciers en de leden van de shift, zodat ze hun CO2 emissies reduceren?

Jonas Van Bockhaven: [00:28:40] Dat is een goeie vraag. Wij hebben geen officiële policies daarrond, wij gaan hebben geen supplier engagement criteria. Maar we proberen wel zoveel mogelijk met onze leden te werken. Bijvoorbeeld vroeger hadden wij koffie van, ik weet niet van waar dat die komt, maar nu werken met een Réjouis, dat is een start up die koffie produceert op een veel duurzamere manier dan de conventionele koffie. Zo we proberen zoveel mogelijk onze leden te gebruiken als leveranciers, eerst omdat ze onze leden zijn, 2 omdat we wel geloven dat dat belangrijk is dat we duurzamere alternatieven hebben. En op die manier proberen wij onze netwerk mee te steunen, maar ook dat signaal te geven naar andere leden van kijk je kan met je toeleveranciers en je suppliers en in dialoog te gaan of kan je daar wel een impact hebben. Maar het zou nog beter zijn mocht het vervat zijn in een Supplier Engagement Strategy. Dat hebben we op dit moment niet, ook omdat we heel kleine zijn. We hebben niet zo gek veel leveranciers of toeleveranciers. Dus ook op dit moment het is koffie en koekjes. We proberen echt te werken met degenen waarvan dat we weten dat die bijvoorbeeld Science Based Targets hebben. Dat is een goede indicator dat je weet van die zijn op weg naar decarbonisatie, dat onze leveranciers zijn goed bezig. Op die manier proberen we die impact te hebben met onze leveranciers.

Lena Lacroix: [00:30:27] Zouden jullie denken dat het een toegevoegde waarde zou zijn voor BACA als ze een meer prominente rol opnemen in de publieke en politieke sfeer? En zo ja, hoe?

Jonas Van Bockhaven: [00:30:46] Publieke sfeer, denk ik. Het is een goeie vraag. Ik denk wel dat wij gekend zijn binnen de bedrijfswereld en organisatiewereld. Bij de burger niet zo, om de simpele reden dat we eigenlijk werken met organisaties, wij werken nooit met burgers direct. Wij gaan nooit programma 's opzetten om burgers gedrag te beïnvloeden. Omdat dat niet in de visie en missie van The Shift ligt. Maar als je bedoelt publiek zoals een extern dan zeker. Dan denk ik dat we daar zeker een grotere visibiliteit kunnen hebben en dat het nooit genoeg is. Ik denk dat we een mooie visibiliteit of imago hebben, maar ik denk dat dat wel beter kan. Rond politiek is het een goede vraag. Het hangt ervan af wat er valt onder politiek. Wat we proberen nu met The Shift te doen is een signaal te geven van kijk dit zijn een groep organisaties die klaar zijn om te werken aan duurzaamheid en dat het misschien geen slecht idee is om eens te kijken waarom dat ze dat doen. Misschien is het geen slecht idee om te kijken wat dat de

overheden meer kunnen doen. Dat zijn types boodschappen dat we wel kunnen brengen, maar The Shift blijft apolitiek, dus wij gaan niet gelinkt worden aan een politieke partij. We proberen gewoon een soort van klankbord te zijn van de organisatiewereld in België en wij proberen zoveel mogelijk die Community te gebruiken om meer ambitie of om overheden en beslissingsmakers aan te zetten tot meer ambitie. Maar wij hebben geen politieke agenda. We hebben geen ambities om zelf politiek te zijn. Vroeger gaven we minder ons mening. We deden dat enkel voor klimaat en nu op de Raad van Bestuur van The Shift. Dus dat is iets waar we nu op aan het werken zijn, om die boodschappen of het werk dat we rond klimaat deden en naar buiten kwamen met leden en open brieven en zo doen. We beginnen daar stapje bij stapje voor de andere The Shift programma 's te doen. Dus ja, we proberen volmondig een grotere ruimte in te nemen in het publiek debat, dat klopt.

Lena Lacroix: [00:34:01] Oké, super, dat waren al mijn vragen rond de CO2 vermindering van bedrijven. Ik weet niet als je iets over The Shift nog wil toevoegen.

Jonas Van Bockhaven: [00:34:18] Ik ben aan het denken, hoor. Je kent The Shift en BACA ondertussen ook al goed, dus ik denk niet dat iets meer te zeggen was, ik probeerde zo volledig mogelijk in mijn antwoorden te zijn. Dus op dit moment denk ik niet dat ik iets toe te voegen heb.

Lena Lacroix: [00:34:45] Oké, bedankt voor jouw antwoorden. Het was heel compleet en het zal echt nuttig zijn voor mijn thesis.

xvi. Interview of Sabine Pauquay, VELUX Belgium (FR)

Lena Lacroix: [00:00:08] Tu peux peut-être commencer par te présenter, présenter Velux, ta position, ton background et cetera.

Sabine Pauquay: [00:00:17] Oui, donc moi je m'appelle Sabine Pauquay. J'ai à la base une formation dans les langues et la communication et les études européennes. J'ai commencé ma carrière dans le secteur public et puis cela fait maintenant pas loin de 14 ans que je travaille chez Velux où je m'occupe de tout ce qui est relations publiques pour la Belgique et le Luxembourg et de plus en plus aussi de durabilité, puisque c'est quelque chose qui prend de plus en plus de place dans notre travail, vu qu'on a une stratégie de durabilité d'ici à 2030 qui est assez ambitieuse. Pour celle-ci on ne peut pas bouger seul, on a besoin de nos partenaires dans le secteur de la construction. Donc on essaye d'en parler aussi pour que les autres bougent avec nous et qu'on arrive plus facilement à nos objectifs.

Lena Lacroix: [00:01:07] Super. Et donc justement vous parliez que vous avez des objectifs importants jusqu'en 2030, à quel point en fait chez Velux, est-ce que c'est important le climat au sein de l'entreprise ?

Sabine Pauquay: [00:01:23] Alors en fait, c'est vraiment le point sur lequel je pense, on a les objectifs les plus ambitieux en matière de CSR de façon générale. Donc en fait, on a vraiment, je pense, des objectifs climatiques particulièrement haut, c'est-à-dire qu'on, on va limiter nos émissions directes, donc les scope 1 et 2. On veut les réduire à 0 d'ici à 2030. Et notre scope 3, donc nos émissions indirectes, on veut les réduire de 50%. Donc en fait c'est là que on a besoin de nos partenaires, nos fournisseurs, et cetera parce qu'on sait que la plus grosse partie de nos émissions entre 94 et 96%, ça dépend un peu comment on fait les calculs, mais très majoritairement, nos émissions sont des émissions indirectes. Donc quand on veut travailler sur ces émissions directes, on peut faire des investissements. Donc ça ce n'est pas évident, mais au moins on a la main sur ce qu'on décide de faire. Tandis que, par exemple, si on veut de l'aluminium qui soit beaucoup moins lourd en CO₂, il faut trouver des fournisseurs qui acceptent de nous vendre cet aluminium et à un prix acceptable, quoi.

Lena Lacroix: [00:02:39] Et comment et depuis quand est-ce que vous tracez vos données environnementales et ce que vous faites du reporting ?

Sabine Pauquay: [00:02:52] Oui, alors je vais peut-être t'envoyer notre rapport justement qui est sorti il y a à peu près un mois. Tu as 2 versions, t'as la version longue et la version Bright Light, donc tu pourras choisir celle que tu préfères. Voilà, c'était *Nelly, Three Ponting*. Là je t'envoie la page générale, je le mets dans le chat ! Je vais t'envoyer aussi la page Climate action. En fait, en plus de ce que je t'ai expliqué en termes de d'action de réduction de nos émissions, on a aussi conclu un partenariat sur le long terme avec le WWF pour mettre en place des projets de protection de forêt primaire ou de reforestation. Donc pour le moment on a un projet qui est en cours en Ouganda. Je pense qu'au mois de juin, si je ne me trompe pas sur le timing, on va annoncer nos autres projets qui seront donc dans différentes parties du monde. C'est compliqué de faire de la reforestation, parce que tout le monde assimile ça à de la compensation des émissions, ce qui n'est pas notre cas. Nous, on ne fait pas des projets de reforestation pour se permettre de ne pas réduire nos émissions, mais plutôt pour essayer de réparer nos émissions passées. On a fait un calcul, de nos émissions directes depuis notre fondation en 1941 jusqu'à nos jours, et on compense la quantité de CO2 émise via les projets avec le WWF. Je pense qu'en anglais on appelle ça du *Beyond Value Share Mitigation*, c'est quelque chose qui va plus loin que juste réduire ses émissions directes ou indirectes, mais c'est avoir une vision vers le passé.

Lena Lacroix: [00:05:03] Les rapports typiquement sur l'environnement c'est depuis quand que vous en faites ?

Sabine Pauquay: [00:05:14] C'est une bonne question. Je pense que c'est depuis 2020, avec le niveau de précision qu'on a maintenant, mais on en faisait déjà auparavant. Je peux voir d'ailleurs sur le site si on voit *reporting*. On en fait en fait depuis longtemps, depuis 2011, mais avant ça s'appelait CSR et je pense que c'était quand même moins détaillé que ce qu'on peut faire maintenant.

Lena Lacroix: [00:05:55] L'information que vous publiez maintenant, elle est certifiée par des audits ?

Sabine Pauquay: [00:06:01] Oui, oui. Pour tout ce qui est travail par rapport au CO2, là on travaille avec le CarboneTrust. Et puis maintenant, notre rapport société *sustainability*, il passe par les mains de notre réviseur d'entreprise. Je pense que c'est un *saignant*, il faudrait que je vérifie.

Lena Lacroix: [00:06:31] On peut maintenant peut-être parler de des émissions en général et de ce que vous faites par rapport à celles-ci. Qu'elle était l'implication de Velux dans la réduction des émissions de CO2 avant de rejoindre BACA, donc avant 2020 ?

Sabine Pauquay: [00:06:47] Alors on avait déjà une stratégie de réduction de nos émissions de CO2 entre 2000 et 2020 et donc on avait déjà réduit nos émissions directes de 52% sur cette période-là, mais on restait dans les émissions directes. Je pense qu'on n'avait pas d'alignement avec l'Accord de Paris. Malheureusement pour BACA, il ne faut pas voir de cause à effet entre le fait qu'on ait rejoint BACA et le fait qu'on ait des objectifs aussi ambitieux, ça s'est passé en même temps. Quand on a été sollicité pour rejoindre BACA, les objectifs étaient déjà en cours de discussion et presque validés. On savait déjà qu'on serait particulièrement ambitieux. Pour nous c'est chouette parce qu'on a cette volonté de porter le message aux autres entreprises, qu'elles doivent vraiment se bouger. BACA permet vraiment de le faire et de donner une méthodologie commune parce que c'est vrai qu'il y a beaucoup de greenwashing. Maintenant, on va avoir de plus en plus de législations sur le sujet, donc peut-être que ça va diminuer. On entend depuis pas mal de temps des sociétés qui se présentent comme neutres en carbone, mais personne ne l'est vraiment. C'est quelque chose qui est compliqué. Quand on vient avec des objectifs qui sont très ambitieux, les seules personnes qui perçoivent que c'est très ambitieux, ce sont les experts. En effet, ils savent effectivement de quoi on parle et ils savent qu'essayer de réduire autant ces émissions indirectes, c'est un gros challenge. Certaines sociétés donnent l'impression de faire beaucoup plus. Je trouve que la BACA permet vraiment une avancée de la compréhension du sujet et ainsi qu'une prise de conscience de l'ampleur de du changement dont on a besoin.

Lena Lacroix: [00:08:58] Mais du coup, pourquoi avez-vous choisi de devenir membre de BACA?

Sabine Pauquay: [00:09:04] On trouvait que c'était une belle opportunité de communiquer sur cette thématique. On n'avait pas auparavant trouvé d'organisation qui nous semblaient aussi crédibles. Aucun n'utilisait la même méthodologie donc les Science Based Targets, qui est quelque chose qu'on veut également promouvoir. Il faut comprendre qu'on est dans une chaîne de valeur au niveau du secteur de la construction et que c'est vrai avantage pour nous que tout le monde utilise le Science Based Targets. Quand on fait du reporting, on a besoin de données qui viennent de nos fournisseurs et c'est très important aussi que si nos clients nous demandent des données, qu'elles soient sous le même format. Tout cet aspect de reporting prend vraiment

une place énorme. Maintenant, on doit vraiment engager des gens qui ne font plus que ça : remplir des fichiers Excel kilométriques avec des données et ainsi promouvoir la méthodologie des Science Based Targets. Pour nous c'est vraiment important parce que ça permet de choisir le standard qu'on va utiliser pour parler de CO2 dans l'industrie.

Lena Lacroix: [00:10:18] Et juste avant, tu avais dit que vous avez réduit de 52% avant 2020 et c'est grâce à quelles politiques et pratiques que vous avez mis en place ?

Sabine Pauquay: [00:10:31] C'est principalement des projets d'amélioration énergétique au niveau de notre production. Je pense qu'une analyse avait été faite déjà avant 2020, mais qui a été refaite de façon plus poussée pour la stratégie lancée en 2020 qui visait à mapper nos consommations directes et indirectes. Donc quand on regarde une industrie manufacturière, c'est là où il y a de la production et le plus d'émissions. Nous on achète du bois, qu'on transforme et qu'on assemble avec du verre, qu'on achète. On estime qu'on est à peu près à 105 kilos de CO2 par fenêtre de toit. On s'est rendu compte que ces émissions se trouvent chez notre fournisseur d'aluminium, de verre, d'acier. C'est pour ça qu'on a lancé maintenant des partenariats avec *Hydron Norsk et Novelis*, qui sont donc des fournisseurs d'aluminium. Et on est en train de mettre en place un partenariat Arcelor Mittal. L'objectif est d'avoir une vision sur le plus long terme. Malgré le fait qu'on pourrait penser que Velux est un gros acteur industriel, en termes de taille, d'acheteurs, d'aluminium, on est minuscule par rapport à l'industrie automobile, et cetera. Si on veut arriver à se mettre d'accord sur une qualité en termes de CO2 et aussi des prix, on n'a pas vraiment le poids de notre masse sur le marché. On n'achète pas des quantités phénoménales d'aluminium par rapport à d'autres. Du coup, on privilégie les partenariats sur la durée. En effet en ayant une vision sur la durée, on peut arriver à établir ces partenariats et qu'il y ait l'impact pour nos fournisseurs et qu'ils aient envie de s'engager dans cette voie-là.

Lena Lacroix: [00:12:46] Est-ce-que les choses que vous avez mises en place ont changé depuis que vous avez rejoint BACA ?

Sabine Pauquay: [00:12:53] Non, c'est vraiment indépendant. J'essaye vraiment d'amener le focus sur la biodiversité chez Velux. Sur ce point on est en retard. J'espère que tout le savoir qui est partagé par le WWF va nous permettre d'avoir des objectifs très ambitieux en matière de biodiversité. Pour le moment, on a des initiatives qui sont locales. Par exemple en Belgique, on a rejoint le réseau Nature Entreprise de Natagora. Cependant, on n'a pas une politique qui

vient du siège et qui nous impose telle et telle chose en matière de biodiversité. Il y a encore du travail à faire.

Lena Lacroix: [00:13:55] Et à quel point est-ce que Velux priorise le fait de réduire les émissions de CO2 par rapport aux autres buts et ambitions de l'entreprise ?

Sabine Pauquay: [00:14:10] C'est une bonne question. En fait, la stratégie a été annoncée par notre CEO précédent et il a dit à ce moment-là qu'il ne savait pas comme il allait faire. Il y a encore des réponses qu'on n'a pas, mais il faut se mettre des objectifs ambitieux sinon on n'y arrivera pas. Il faut savoir qu'on a l'ambition de réduire d'autant nos émissions directes, donc à 0 de 50% nos émissions en direct. Tout en, probablement doublant, le nombre d'unités qu'on vend. Ce qui veut dire que ceux qui sont occupés à faire le développement des futurs produits, ils s'arrachent les cheveux. Il faut penser d'une façon complètement différente le produit en tant que tel. Pour le moment, on a des partenariats qui se mettent en place pour l'aluminium. On cherche à travailler avec plus d'aluminium recyclé, ce qui permet beaucoup réduire les émissions. Tout est ouvert en termes de produits quel matériau principal on utilise pour le produit ? Est-ce que c'est mieux d'utiliser du bois ? Est-ce que c'est mieux de changer et d'utiliser du PVC en se disant qu'on le recyclera ? Il y a beaucoup de considérations compliquées à mettre en place et puis qui sont à mettre en balance avec l'évolution des législations dans les différents pays. On pousse de plus en plus dans les différents pays européens, à une très grande efficacité énergétique des bâtiments, mais, dans la plupart des cas, ça demande plus de matériaux. Par exemple, on va faire du triple vitrage par rapport au double vitrage qu'on utilise précédemment. C'est mais c'est une feuille de verre en plus ce qui implique plus de matériaux. Il n'y a pas un chemin direct je pense, il y a beaucoup de considérations à prendre en compte et parfois il faut faire des arbitrages. Mais nos objectifs sont conservés. Je pense qu'on a très bien progressé sur nos émissions directes parce qu'on a la chance d'avoir un actionnariat familial qui sont prêts à mettre l'argent, pour faire les investissements nécessaires (ils ont une vision long-terme). Ils se disent qu'à terme, on fait des investissements en capital. Aujourd'hui on investit dans notre outil de production, mais à terme, cet outil de production va nous coûter moins cher en termes d'opérations ou moins cher, en besoin d'énergie. Ils en sont assez convaincus. Le gros challenge reste sur les émissions indirectes.

Lena Lacroix: [00:16:52] Et donc tu as dit qu'il n'y avait pas un énorme changement, mais est-ce que vous avez quand même remarqué quelques changements après avoir rejoint BACA au sein de l'entreprise ?

Sabine Pauquay: [00:17:07] Bah disons que ça n'a pas influé à notre stratégie, parce que ça elle est développée au niveau du groupe et qu'elle était déjà développée quand on a rejoint BACA. Par contre, ça permet vraiment de rencontrer d'autres entreprises ou d'autres organisations qui sont sur la même trajectoire d'apprendre, de communiquer sur les mêmes points. Donc être vraiment focalisé dans l'effort qu'on veut faire. Et c'est difficile à mesurer de façon quantitative. Moi quelque chose que je fais régulièrement après avoir participé à des réunions BACA, c'est envoyer les slides qui ont été présentées par exemple où dire telle ou telle compagnie travaille sur tel point. C'est quelque chose que je fais régulièrement. Est-ce que tu m'entends toujours ? Parce que ton image est bloquée.

Lena Lacroix: [00:18:06] Je t'entends, mais parfois il y a des petites interruptions, mais ça reprend.

Sabine Pauquay: [00:18:11] Est-ce que tu veux que je coupe la caméra ? Peut-être que ça passera mieux sans caméra. Voilà, on peut voir comme ça si ça fonctionne mieux.

Lena Lacroix: [00:18:19] Bah on va voir, je ne sais pas si c'est mon wifi ou le tien.

Sabine Pauquay: [00:18:24] J'étais connecté ce matin et ça marchait, mais parfois sans caméra, ça marche mieux, c'est juste moins de données.

Lena Lacroix: [00:18:34] Ça va, ok. Maintenant, on pourrait peut-être parler un peu plus des Science Based Targets en tant que telles. Donc quels target est-ce que vous vous êtes fixé avec Velux et où en êtes-vous sur votre trajet SBT ?

Sabine Pauquay: [00:18:54] Ben nous on veut rester en ligne avec l'accord de Paris sur le climat. Donc en fait, on a calculé les réductions de nos émissions qu'on devait faire pour rester en dessous de l'accord de Paris, ce qui nous fait dire que on doit réduire nos émissions directes à 0 et nos émissions indirectes de 50%. Donc en fait on a calculé qu'en 2020, par exemple, une fenêtre en kilo équivalent CO2 pesait 117 kilos et ça a légèrement augmenté jusqu'à 2022. Mais notre objectif reste passer de 117 à 59 kilos en 2030. Donc là tu verras le split entre les efforts qu'on doit faire en production et ce qu'on appelle un gap, donc ce sont les réductions dont on a besoin mais qu'on ne sait pas encore comment on va les mettre en place. Ce qu'on a mis en place les 2 dernières années ce sont aussi des projets, par exemple liés à nos emballages. Donc en fait, on a décidé de réduire de façon drastique le plastique utilisé dans nos emballages et donc ça nous a permis aussi d'économiser pas mal de tonnes de CO2. Et quelque part, c'est une

belle histoire parce que c'est aussi moins cher, alors ce n'était pas le but. Ça a même étonné les personnes qui ont travaillé là-dessus. Mais au final, ça revient à moins cher d'utiliser que du papier et du carton que d'utiliser du plastique. Donc voilà par exemple en 2020 on avait 6,6% de plastique dans nos emballages, on est tombé à 3,5% en 2022 et notre objectif à 2030 c'est 0%. Donc tout ça tu le verras dans le rapport.

Lena Lacroix: [00:21:16] Et donc vos targets elles sont déjà validées. Depuis quand est-ce qu'elles sont validées ?

Sabine Pauquay: [00:21:24] Ah je pense depuis 2020, quand on a lancé notre stratégie. Ou peut-être en 2019, je ne sais pas exactement ça, je peux vérifier.

Lena Lacroix: [00:21:33] Mais donc les vous aviez déjà écrit votre targets et calculé de combien vous devez diminuer avant de rejoindre BACA. Ok. Je pensais que vous étiez déjà en chemin et que vous n'aviez pas encore envoyé vos données. Et quels obstacles est-ce que vous avez rencontré pendant votre trajectoire SBT ?

Sabine Pauquay: [00:22:01] Alors ça, je pourrais retrouver. J'avais posé la question à la personne qui s'était occupée du dialogue avec SBT. Disons que je pense que son argument principal, c'était qu'il fallait vraiment s'entourer de bons consultants pour se faire guider parce que c'était quand même un sujet qui restait très nouveau pour nous à l'époque. Ça avait pris beaucoup d'allers retours donc ça avait été un processus très itératif. Je lui avais déjà posé cette question, mais je peux voir si j'ai encore cette discussion parce que ça date d'il y a 2-3 ans.

Lena Lacroix: [00:22:57] Mais sinon, si c'est plus facile, tu peux me l'envoyer par après si tu si tu retombes dessus.

Sabine Pauquay: [00:23:08] Oui, oui. Je ne le trouve pas, mais d'accord je regarderai si je retrouve et ce qu'elle en disait. Et globalement, je pense que ce qu'elle disait, c'était effectivement que ça avait pris pas mal de temps.

Lena Lacroix: [00:23:22] Et qu'est-ce que Velux a dû mettre en œuvre pour réussir à valider ces objectifs ?

Sabine Pauquay: [00:23:29] Ce qu'on a dû mettre en œuvre pour les valider ?

Lena Lacroix: [00:23:32] Oui, si vous avez dû instaurer des nouvelles mesures au sein de Velux ?

Sabine Pauquay: [00:23:41] Je ne sais pas parce que c'est donc pas moi qui me suis occupé de ça. C'est au niveau du groupe Velux au Danemark, mais je peux leur poser la question si tu veux. Je sais que l'impact concret, c'est qu'on a dû recruter des personnes pour tenir tous ces aspects de reporting. Et alors ce qu'on a fait aussi, mais ça ce n'est pas uniquement pour nos Science Based Targets, c'est pour tous les objectifs de notre stratégie, c'est qu'on a une personne par target qui est identifiée et qui est responsable de délivrer sur la target. Parce que sinon en fait, si on n'a pas ça, c'est un peu dilué dans l'organisation et ça devient très compliqué à mettre en place.

Lena Lacroix: [00:24:23] Et du coup, pour tous les calculs, vous avez engagé des consultants pour le faire ou c'est les consultants vous ont aidé à le faire vous-même ?

Sabine Pauquay: [00:24:37] Ça, c'est une bonne question. Je ne sais pas exactement quelle a été la part de Velux. On a travaillé avec CarbonTrust comme consultant. Mais à part ça je ne sais pas, je peux essayer de me renseigner, mais il faut savoir que la personne qui s'occupait de ça n'est plus entre-temps chez Velux. Quelque part ça date d'il y a 3 ou 4 ans maintenant, donc ça fait déjà loin.

Lena Lacroix: [00:24:57] La plupart des personnes que j'interroge, ils n'étaient pas encore aussi loin. Du coup, vous BACA ils n'étaient pas du tout dans ce trajet pour faire valider vos targets. Mais à quel point est-ce qu'ils vous ont aidé et soutenu depuis que vous les avez rejoints pour justement ces SBT ?

Sabine Pauquay: [00:25:23] En fait, tout ça est vraiment géré par notre siège au Danemark. Donc moi, au quotidien je ne suis pas en contact avec SBTi. Moi je reçois le reporting et on me tient au courant de ce qui est mis en place par le groupe, mais ça ne se passe pas en Belgique comme notre siège est au Danemark. Et donc les personnes qui s'occupent de ça chez nous dans le groupe ne sont pas en lien avec BACA en fait.

Lena Lacroix: [00:25:53] Et donc il n'y a pas spécialement de lien entre BACA et vos targets SBT?

Sabine Pauquay: [00:26:00] Oui. Ils sont juste alignés, ça c'est la bonne chose, mais c'est un peu une coïncidence.

Lena Lacroix: [00:26:06] Et à quoi vous sert alors BACA ?

Sabine Pauquay: [00:26:10] Et donc c'est ce que j'expliquais tout à l'heure. C'est surtout pour arriver à avoir la communication dont on a besoin dans le secteur pour qu'effectivement tout le monde se regroupe autour des mêmes standards pour parler de réduction des émissions. Et que finalement, on a un objectif commun au secteur. Faut savoir qu'on a dans notre stratégie de durabilité aussi la volonté de contribuer à la transformation du secteur de la construction, parce qu'il y a beaucoup à faire dans le domaine de la construction. Et donc voilà, ça, nous sert dans ce cadre-là.

Lena Lacroix: [00:26:44] Et comment est-ce que chez Velux vous voyez le futur comme membre de BACA ?

Sabine Pauquay: [00:26:56] J'espère qu'on va voir de plus en plus d'entreprises qui rejoignent BACA pour comprendre mieux les enjeux et aussi voir que c'est possible finalement. Parce qu'on a un peu besoin de ça pour le moment, on a besoin de vision du futur qui soit positive et qui soit concrète. Parce que sinon, on est toujours confronté, quand on parle d'action climatique, à cette vision du futur qui sera absolument horrible, catastrophique, et cetera. Et donc ça, je pense que BACA peut vraiment contribuer à ça parce que quelque part, quand on vient avec une image du futur qui est si mauvaise, ça ne pousse pas l'action. Les gens sont un peu tétanisés, ils ne font rien. Et par ailleurs, dans certains groupes aussi, dans certaines sociétés, de ce que j'ai déjà remarqué aux événements BACA, il y a encore cette croyance qu'il va y avoir un jour une technologie miraculeuse qui va nous sauver. Et donc c'était un peu comme s'il y avait pas mal de gens qui attendent que cette technologie soit là en se disant, elle va arriver et donc on ne doit pas s'inquiéter. On peut continuer le *business as usual* et ça, je pense que c'est extrêmement dangereux. Donc ne serait-ce que pour faire passer le message, c'est vraiment important.

Lena Lacroix: [00:28:21] En effet, parce que je pense que cette solution miracle, ça doit venir de chacun d'entre nous. Mais du coup, à propos des actions climatiques que vous menez chez Velux, comment est-ce que vous arrivez à communiquer sur ce que vous mettez en place à l'intérieur et à l'extérieur de votre réseau?

Sabine Pauquay: [00:28:45] À l'intérieur, à l'extérieur de BACA ou bien de façon plus générale ?

Lena Lacroix: [00:28:47] Non, au niveau du réseau de Velux.

Sabine Pauquay: [00:28:52] Ben en fait, au niveau global, on est membre de pas mal initiatives. Par exemple ça fait 2 ans, voire 3 ou 4 fois qu'on est présent à la COP, on est aussi dans différents groupes en lien avec le Global Compact des Nations Unies, on est vraiment impliqué dans toute une série d'initiatives et on est présent aussi dans beaucoup de pays européens où on porte le même message, finalement de besoin de changement dans ce secteur de la construction. Alors en termes de communication sur la durabilité, je trouve que c'est quand même BACA qui offre les possibilités de paroles les plus qualitatives. Parce que justement les membres sont quand même tous un peu informés des enjeux. Donc c'est plus facile d'expliquer ce qu'on fait quand on est dans un auditoire où les gens comprennent et ont été sensibilisés. Dans d'autres groupes où je vais parfois je suis parfois étonnée des réactions. Donc, c'est peut-être anecdotique, mais il n'y a pas tellement longtemps je proposais dans un groupe d'entreprises dont je suis membre d'avoir des discussions plus sur la durabilité et la réaction de la personne qui préside ce groupe, qui est lui-même propriétaire d'une entreprise de construction, c'était : tu vas voir hein, si ça continue, on va devoir avoir des camionnettes électriques. Et donc ça, c'est assez révélateur du manque de compréhension des enjeux. Et ça, on n'a pas dans BACA les gens, je pense, sont assez bien sensibilisés. Il y a beaucoup d'efforts qui sont mis en place pour faire de l'éducation en fait, et donc ça rend la parole beaucoup plus facile et aussi de voir d'autres initiatives qui sont prises par d'autres sociétés qui ont beaucoup de valeurs aussi. C'est donc vraiment intéressant.

Lena Lacroix: [00:31:01] En effet, je pense aussi que ce sont des personnes qui sont intéressées, c'est pour ça qu'ils ont rejoint BACA. Ce sont toutes des personnes qui veulent mettre en place le changement et le promouvoir. Et donc au début tu as parlé du fait que vous changez de fournisseur pour essayer d'avoir des fournisseurs qui ont les mêmes valeurs et qui veulent aussi réduire leurs émissions. Est-ce que chez vos clients et chez tous les fournisseurs en général, est-ce que vous les engagez à s'impliquer pour le climat ?

Sabine Pauquay: [00:31:42] Je n'irai peut-être pas jusque-là pour le moment. Disons qu'on a beaucoup de clients qui sont par exemple des chaînes de vendeurs de matériaux, et cetera, qui commencent à avoir aussi des objectifs climatiques qui leur sont soit fortement suggérés soit

imposés par la législation. Et donc en tout cas en termes de reporting, on voit vraiment qu'ils sont de plus en plus intéressés d'avoir des données très précises sur les produits. En ce qui concerne les clients, donc nous nos clients pas directs, parce qu'on vend aux vendeurs de matériaux, mais nos clients professionnels, ce sont les couvreurs. Et donc parler de durabilité avec les couvreurs c'est parfois quand même un challenge. Alors après il y a certaines choses qui les intéressent beaucoup. Donc il y a toujours des gens qui sont très intéressés par la durabilité, hein. Que ce soit je veux dire dans les classes sociales, ou les métiers, et cetera. Mais en tout cas dans nos clients professionnels ça reste assez minoritaire pour le moment mais ils sont par contre tous intéressés dans l'aspect déchets, donc, parce qu'ils doivent payer en fait pour se débarrasser des emballages ou des anciennes fenêtres. Et donc ils voudraient bien que nous on reprenne tous nos anciens produits. Est-ce que c'est par volonté environnementale ou parce qu'il trouve que ce serait mieux que Velux paye plutôt qu'eux ? Ça, c'est une autre discussion. Mais donc voilà, il faut trouver les bons sujets qui accrochent l'intérêt. C'est important.

Lena Lacroix: [00:33:19] Ouais en effet. Une autre question, est-ce que tu considères que ça pourrait être une plus-value que BACA prenne un rôle plus important dans la sphère politique et publique ? Et si oui, comment ?

Sabine Pauquay: [00:33:40] Alors moi je pense que oui. Parce qu'en fait quand BACA a été créé, c'était un peu dans la foulée de *Sign For My Future*. Je ne sais pas si on t'a parlé de cette initiative-là. Avant BACA, c'était en fait une tentative de faire bouger les lignes politiquement, donc de vraiment avoir des engagements climatiques ambitieux pour la Belgique et ça a été un échec. Donc je pense qu'on à ce moment-là, les personnes qui étaient à l'initiative de *Sign For My Future* se sont dit : mais alors on va plutôt essayer de faire un réseau où on mettra les gens en contact, on les informera, on partagera les bonnes pratiques, en espérant qu'au final, ça ait un impact important. Je pense que c'est très bien, mais personnellement, ce n'est pas vraiment un avis Velux mais c'est un avis personnel, je pense que en avançant comme ça, on avance parfois moins vite. Donc en fait, il faudrait effectivement beaucoup plus de changements aussi au niveau politique actuellement et pouvoir vraiment faire des propositions concrètes aux différents gouvernements Belgique. Mais alors, la difficulté que tu as, c'est que c'est difficile d'aligner tous les membres, donc il faut alors s'assurer que tout le monde est d'accord avec ce qu'on propose et avec l'impact que ça aura. Parce que là, pour le moment, on est dans du positif, on parle des bonnes pratiques, et cetera, mais si doit dire aux membres vous allez perdre 5 à

10% de chiffre d'affaires parce que nous, on pousse pour telle mesure qui va vous impacter. Faut voir s'ils seront super emballés, je ne suis pas sûre.

Lena Lacroix: [00:35:32] Et bien merci beaucoup en fait c'était ma dernière question. Mais je ne sais pas si t'as envie d'ajouter peut-être certains aspects qu'on n'a pas couvert de la durabilité de Velux ou sur BACA ou n'importe.

Sabine Pauquay: [00:35:54] Je suis en train de réfléchir. Sur BACA je pense qu'on a bien couvert. Alors après parfois moi je fais un peu vite le lien entre BACA et The Shift parce que je trouve que The Shift met d'autres initiatives en place justement que l'action climatique, qui sont très intéressantes aussi. Et où moi j'apprends beaucoup de choses et où je peux puiser beaucoup de choses que je peux injecter justement au groupe donc, justement, je t'ai parlé de biodiversité mais aussi de diversité et inclusion. Là il y a quand même vraiment beaucoup de de savoirs qui est partagé donc c'est vraiment intéressant.

Lena Lacroix: [00:36:32] En effet, The Shift, ils ont beaucoup plus de différentes thématiques. Alors que BACA est vraiment que sur la réduction de CO2, alors que The Shift ça va un peu plus loin. Merci beaucoup en tout cas pour ces réponses et c'était très intéressant.

Sabine Pauquay: [00:37:07] Et si tu veux quoi que ce soit comme question par rapport au document que je t'ai envoyé, n'hésite pas. Et si tu as effectivement des questions spécifiques par rapport à nos relations avec SBTi, je peux aussi lui poser la question. Je pense que ça se passe bien parce que je n'en entends jamais parler, donc je pense qu'effectivement ça roule, mais si ça t'intéresse spécifiquement, je peux poser la question.

Lena Lacroix: [00:37:41] Vous ne faites jamais de réunions avec les personnes responsables durabilité des différents entreprises Velux dans le monde pour savoir où ça en est ?

Sabine Pauquay: [00:37:54] On parle peu de ça en fait, parce que on parle peu des outils mis en place dans ce cadre-là. Mais la personne qui s'occupe de la durabilité au niveau du groupe est mon collègue direct, donc je peux lui poser effectivement la question, mais j'ai l'impression que ça roule, puisque ça n'est jamais soulevé comme quelque chose de problématique.

Lena Lacroix: [00:38:38] Super merci beaucoup pour le temps que tu m'as accordé et voilà, je te souhaite une belle semaine.

Sabine Pauquay: [00:38:45] Avec plaisir et courage pour le mémoire.

Lena Lacroix: [00:38:47] Merci beaucoup et au revoir.

Sabine Pauquay: [00:38:49] A bientôt au revoir.

Abstract:

As the ramifications of climate change become increasingly evident, there is a pressing need to address the root causes, notably the escalating CO₂ emissions. One of the significant frameworks assisting organizations worldwide in this mission are the Science Based Targets (SBTs), serving as a guidepost for structured sustainability efforts. This thesis meticulously investigates the green initiatives of certain pioneer members of the Belgian Alliance for Climate Action (BACA). It spotlights their progressive measures, from the adoption of renewable energy sources and the implementation of circular waste management strategies to building robust collaborations to effectively manage and reduce scope 3 emissions. Drawing from in-depth literature reviews and revealing interviews, this study uncovers the numerous challenges these leading organizations encountered, their innovative responses to these challenges, and the subsequent results. Beyond presenting their journey, this research underscores the importance of commitment, collaboration, and innovation, offering invaluable insights for businesses globally. It positions BACA's member organizations as pioneers, setting benchmarks in corporate environmental responsibility.

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique
www.uclouvain.be/lsm