

LA DÉCARBONATION au cœur d'une transformation d'entreprise

Natasha Pouget, responsable des engagements extérieurs et de la RSE chez Philip Morris France, répond à nos questions et nous explique comment cet acteur a intégré les enjeux liés au climat et à la décarbonation et adapté sa stratégie. Explications.



Natasha Pouget

EN BREF

Philip Morris International (PMI) se transforme pour créer un avenir sans fumée et, à terme, remplacer les cigarettes par des produits sans combustion (comme la cigarette électronique et le tabac à chauffer) qui même s'ils ne sont pas sans risque, constituent un meilleur choix pour les fumeurs adultes. Le groupe s'est engagé à réaliser plus de 50% de son activité hors cigarette dès 2025.

Pour développer ces alternatives, PMI a mis en place une politique volontariste de R&D (981 scientifiques et techniciens), dispose d'un outil industriel de pointe (38 usines), et a investi 9,2 milliards USD. En 2021 les produits sans combustion représentaient 29,1% du chiffre d'affaires net du groupe (sur un total de 31,7 milliards USD).

PMI est présent en France (PMF) pour la commercialisation de ses produits et y emploie plus de 370 salariés. PMF est engagé en faveur de l'égalité femme-homme, obtenant en 2021 la note de 92/100 à l'index d'égalité professionnelle, et certifié Top Employer.

Comment un acteur comme PMI appréhende l'enjeu de la décarbonation ?

Pour PMI, le climat représente l'une des principales menaces et cette préoccupation est inscrite au cœur de notre activité. Une part importante de nos produits est en effet issue du tabac, une matière première agricole. Nous estimons que 40% de l'activité de nos tabaculteurs est directement menacée par le réchauffement climatique.

Pour répondre à cet enjeu, sur le plan opérationnel, nous agissons sur nos émissions directes (scope 1 et 2) qui représentent 9,1 % de celles de notre chaîne de valeur. Cinq de nos usines sont déjà certifiées carbon-neutral et notre objectif est d'atteindre la neutralité carbone pour l'ensemble de nos opérations directes en 2025. D'un point de vue financier, PMI a adopté une approche pionnière en appliquant une tarification interne du carbone avec un prix fictif de 65 USD par tonne de CO₂ et une taxe carbone de 8 USD par tonne de CO₂. Ces prix fictifs sont pris en compte dans nos plans d'investissements et nos projections financières. Cette démarche a permis de rendre pertinents nos investissements dans 8 projets industriels en 2021. Les activités agricoles représentaient 15,8 % des émissions de la chaîne de valeur en 2021. Pour réduire les émissions de carbone lors du séchage des feuilles de tabac, nous accompagnons les tabaculteurs à supprimer les énergies fossiles et investir dans des installations photovoltaïques et de biomasse. 75 % de leur consommation énergétique provenait d'énergies renouvelables en 2021.

Quels sont les impacts de la décarbonation sur votre stratégie et votre cœur de métier ?

Au-delà d'améliorer nos procédés industriels, nos équipes travaillent à l'écoconception des

nouveaux produits afin d'en réduire l'empreinte carbone : elles identifient les matériaux bas carbone, améliorent leur recyclabilité (taux de 86 % en 2021) et intègrent la gestion de leur fin de vie.

Nous avons créé une chaîne industrielle de revalorisation des appareils électroniques qui nous sont retournés. Selon leur état, ils sont recyclés pour récupérer les matériaux, réparés pour leur donner une seconde vie, ou reconditionnés pour repartir en circuit de commercialisation.

Concernant l'écoconception nous avons par exemple lancé en 2021 une nouvelle gamme de produits qui chauffe le tabac par induction, une technologie qui permet d'allonger leur durée de vie.

Dans ce cadre, aujourd'hui, quels sont les projets et sujets qui vous mobilisent ?

En 2021, pour la deuxième année consécutive, PMI a obtenu la note triple A délivrée par le Carbon Disclosure Project (CDP). PMI figure ainsi parmi les 14 sociétés mondiales (dont Danone et L'Oréal) ayant obtenu cette note prestigieuse sur un échantillon de plus de 12 000 entreprises. Nous ne souhaitons pas nous arrêter en si bon chemin, et nous nous sommes engagés à atteindre la neutralité carbone sur l'ensemble de notre chaîne de valeur en 2040.

Qu'en est-il de vos enjeux dans cette démarche ?

Notre enjeu est d'être une entreprise ayant un impact positif, tant sur la société que sur l'environnement. Nous travaillons prioritairement à réduire les externalités négatives de notre activité, et faisons de la durabilité non pas une contrainte mais bien une opportunité d'innovation, de croissance et de création de valeur. ✕