

DELOITTE ET TAPIO UNISSENT LEURS FORCES  
AUTOUR DE L'INTELLIGENCE CARBONE

# Le pari du carbone rentable

Le bilan carbone, un coût qui pèse sur les entreprises ? Pour la "climatetech" bruxelloise Tapio, c'est au contraire un outil de pilotage financier au retour sur investissement mesurable. Et elle a les chiffres pour l'étayer. Deloitte, convaincu par son approche, l'a adoptée. CAROLINE LALLEMAND

L'empreinte CO<sub>2</sub> comme levier de performance financière, c'est le pari que font Tapio, *scale-up* bruxelloise spécialisée dans la mesure et la gestion des données carbone, et le cabinet d'audit et de conseil Deloitte. Il y a peu, réaliser son bilan carbone relevait du simple geste citoyen ou de la contrainte réglementaire. Aujourd'hui, selon Louis Collinet, CEO de Tapio, c'est surtout une question de compétitivité. "Beaucoup d'entreprises pilotent leur activité avec un écran allumé qui leur donne toutes les données financières et un écran éteint avec toutes leurs données non financières. Elles sont pourtant tout aussi fondamentales, pas uniquement pour réduire leurs émissions de CO<sub>2</sub>, mais pour être plus compétitives, plus résilientes face à la volatilité des prix du gaz et du pétrole, anticiper des risques, et prendre des décisions d'investissement éclairées", explique l'entrepreneur.

Laurent Van Melckebeke, directeur *digital sustainability* chez

Deloitte, dit avoir passé en revue "plusieurs centaines de solutions" avant de jeter son dévolu sur la *climatetech* bruxelloise.

"Le *mid-market* est un segment qui n'est pas encore suffisamment bien servi. Quand on affine le champ des possibles à ce périmètre, Tapio apporte une bonne réponse pour permettre à ces organisations de basculer, à un coût raisonnable,



● ● ●  
"On ne décarbone plus uniquement pour des raisons nobles, mais aussi pour des résultats financiers."

LAURENT VAN MELCKEBEKE (DELOITTE)

d'une méthodologie Excel vers une plateforme technologique plus efficace, depuis la collecte des données jusqu'au *reporting*", commente-t-il.

## De la mesure à l'action

Concrètement, Tapio collecte et structure les données d'activité d'une société (achats, mobilité, logistique, déchets...) autour du protocole international du bilan carbone. Elle les exprime à la fois

dans leur unité initiale (euros, kilomètres, quantités) et en CO<sub>2</sub>. C'est là qu'intervient son module "Carbon Intelligence" en transformant ces données en décisions stratégiques. "L'enjeu n'est plus de documenter le passé, mais de préparer l'action, pour mieux contrôler les émissions et créer de la valeur, en termes de réduction des coûts, de génération de revenus,

ou de décisions d'investissement", détaille Laurent Van Melckebeke. Tapio cible les entreprises de taille intermédiaire (entre 50 et 500 salariés, 10 à 300 millions d'euros de chiffre d'affaires), actives dans l'industrie, la logistique et le *retail*. "Ces secteurs sont complexes dans la structure de leurs données, fortement consommateurs d'énergie et directement concernés par les législations européennes transpo-



sées en droit belge”, expose Louis Collinet, qui cite parmi ses clients Cockerill ou la Sonaca, mais aussi des sociétés familiales centaines telles que Maison Dandoy. “Elle a traversé les deux guerres, internet, la digitalisation, l’IA. Elle reste très ouverte face à l’adversité”, souligne-t-il.

### Réduction de la facture énergétique

À travers ce partenariat, Tapio apporte la technologie de collecte et de traitement des données carbone, et Deloitte, son expertise, de la stratégie de décarbonation à sa mise en œuvre concrète, en passant par la fiscalité et le financement pour structurer les projets d’innovation, jusqu’à la certification des émissions dans le cadre du système européen d’échange de quotas (EU ETS). Le modèle commercial se décline en deux formules. Deloitte utilise Tapio en interne pour livrer un résultat clé en main mais le client peut aussi acheter sa propre licence et être accompagné dans son déploiement stratégique.

Parmi les exemples les plus par-

**TAPIO** collecte et structure les données d’activité d’une société (achats, mobilité, logistique, déchets...) autour du protocole international du bilan carbone.

lants, Tapio a identifié des taux de consommation anormalement élevés dans un groupe de pharmacies. Un système de chauffage défectueux avait fait tourner une enseigne à l’électrique pendant une année, sans que personne ne s’en rende compte. Chez Maison Dandoy, l’analyse des données carbone a alimenté la réflexion sur les exportations lointaines et leur impact sur la chaîne de valeur. Au sein du complexe hôtelier Dolce La Hulpe, plusieurs leviers ont été identifiés : l’installation de panneaux solaires pour recharger les véhicules électriques en auto-consommation et la connexion au système intelligent de gestion de l’énergie en temps réel Wise Brain pour optimiser la consommation et réduire les pics de demande (*peak shaving*). Le générateur de secours de l’hôtel – fonctionnant au biodiesel et utilisé à peine deux heures par an – a par ailleurs été intégré au marché belge de la flexibilité opéré par Elia. En se rendant disponible pour équilibrer le réseau électrique lors des déséquilibres, l’hôtel perçoit désormais 102.000 euros par an. “Ce sont des

pistes très compliquées à identifier si les données ne sont pas structurées”, note Louis Collinet.

### L’omnibus comme révélateur

Le contexte réglementaire aurait pu fragiliser ce modèle. Le paquet omnibus européen a en effet relevé les seuils de la directive européenne sur la publication d’informations en matière de durabilité (CSRD). Seules les entreprises de plus de 1.000 salariés et 450 millions d’euros de chiffre d’affaires sont désormais légalement tenues de rapporter leurs émissions. La plupart des entreprises du *mid-market* belge ne sont donc plus soumises à cette obligation. Ce changement n’est cependant pas un frein selon Tapio et Deloitte. “On observe une conscientisation croissante des dirigeants sur le fait que décarboner peut avoir un effet positif sur leur bilan et leurs résultats, commente Laurent Van Melckebeke. On ne décarbone plus uniquement pour des raisons nobles, mais aussi pour des résultats financiers. Les chefs d’entreprise ont un œil beaucoup plus acéré sur la valeur à court terme.” “Les entreprises qui faisaient du *reporting* uniquement par obligation ont effectivement ralenti. Mais celles qui avaient déjà commencé et perçu des bénéfices concrets continuent sur leur lancée”, observe, de son côté, Louis Collinet. Et une pression indirecte subsiste, les grandes entreprises continuant d’exiger de leurs fournisseurs des données carbone, obligation légale ou pas. “Un fournisseur qui n’est pas en mesure de fournir ces informations ne risque pas de pénalité réglementaire, mais compromet sa relation avec son client”, prévient Laurent Van Melckebeke. La réglementation a reculé. La compétition, elle, n’attend pas. **t**