



ÉTUDE DE CAS

Reduire les émissions à l'échelle de l'organisation de plus de 40% en moins de 5 ans.

THE GUARDIAN



**The
Guardian**

L'engagement du Guardian face au changement climatique : couvrir la crise climatique en mettant en place des mesures concrètes en faveur du climat.



Depuis plusieurs années, The Guardian couvre sans relâche la crise climatique, en documentant dans ses journaux et magazines les conséquences et les causes du changement climatique. Dans une volonté de réduire son impact environnemental et climatique, l'organisation a pris depuis 2019 des mesures fortes pour intégrer les enjeux de durabilité environnementale et de décarbonisation dans ses pratiques et ce, **à travers toutes les fonctions et départements de l'entreprise.**

Le parcours de The Guardian est un exemple inspirant illustrant la manière dont une organisation peut **réduire de plus de 40 % l'ensemble de ses émissions** tout en poursuivant ses activités, et ce, en tirant parti de son rayonnement pour promouvoir l'action climatique.

RESULTATS



Réduction de 43 % des émissions de gaz à effet de serre (**GES**) entre 2019/20 et 2023/24¹ pour les scopes 1, 2 et 3.



Depuis 2019/20, près de **50 % des émissions liées aux impressions ont été réduites²** grâce à la transition vers le numérique, à l'amélioration des prévisions et à l'utilisation d'une énergie 100 % renouvelable dans les imprimeries des journaux.



Depuis 2024, près de **96% des employés travaillent dans des bureaux alimentés en énergie renouvelable.**



Interdiction au recours à de la publicité provenant d'entreprises du secteur des énergies fossiles



CONDITIONS DE RÉUSSITE

- **Un fort positionnement organisationnel :** À travers de son « Engagement en faveur du développement durable » l'entreprise a défini six engagements, dont celui de réduire ses émissions absolues de 75 % d'ici 2030. Ces objectifs, qui ont été validés par la Science Based Targets Initiative³, sont plus ambitieux que ce qu'exigent les normes internationales en matière de décarbonisation.
- **Certification du label B Corporation depuis 2019⁴ :** L'entreprise a dû adapter ses pratiques pour répondre à des normes élevées en matière de performance sociale et environnementale, afin de valider le processus de certification et de renouveler son accréditation en 2023. Cette certification offre à The Guardian un cadre rigoureux pour évaluer ses performances (environnementales) et témoigne de l'engagement sincère de l'entreprise à réduire ses émissions et son impact sur l'environnement.
- **Une approche holistique et des mesures qui se renforcent mutuellement :** Outre la poursuite de sa couverture médiatique de la crise climatique, l'entreprise s'efforce parallèlement de réduire sa propre empreinte carbone, de mettre fin progressivement à ses revenus publicitaires provenant des entreprises du secteur des énergies fossiles et de devenir un fervent défenseur des questions climatiques.
- **Mobilisation des fournisseurs grâce à des exigences obligatoires :** Le Guardian a intégré les considérations environnementales au cœur de ses décisions en matière d'approvisionnement et d'exploitation, en les considérant comme des critères non négociables. L'entreprise a également réorienté le choix de ses sites d'impression vers des emplacements plus efficaces, alimentés par des énergies renouvelables.
- **Implication de tous les membres de l'entreprise :** Le parcours du Guardian vers le développement durable mobilise l'ensemble de ses plus de 1 000 collaborateurs et membres du conseil d'administration, qu'il s'agisse de journalistes, d'ingénieurs, d'équipes chargées des achats ou d'organisateur d'événements, afin d'ancrer la responsabilité environnementale dans leurs décisions quotidiennes.

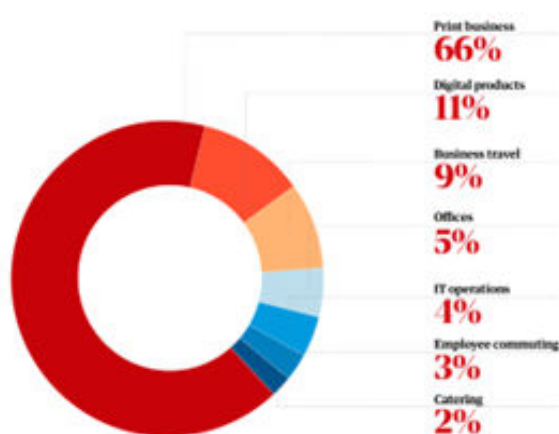
POURQUOI CETTE ÉTUDE DE CAS ?

Comme pour de nombreuses organisations, la principale source d'émissions de gaz à effet de serre de The Guardian réside dans la chaîne d'approvisionnement. Même si le journal opère dans un secteur très spécifique, il est possible d'en tirer des enseignements généraux utiles, notamment sur la manière de mettre en œuvre avec succès une feuille de route de décarbonisation à l'échelle de l'organisation. The Guardian a réussi à réduire

considérablement ses émissions **sans compromettre son rôle en tant que l'un des media les plus importants au monde**. Cette étude de cas montre comment la durabilité peut être intégrée et devenir partie intégrante du fonctionnement d'une organisation.

QUEL EST LE PROBLÈME ?

En 2023/24, près de 98 % de l'empreinte carbone mesurée du Guardian provenait de sa chaîne d'approvisionnement. Les activités d'impression – notamment la fabrication et l'utilisation de papier, l'impression et la distribution de journaux et de magazines – représentaient la part la plus importante (66 %) de cette empreinte. Les produits numériques, suivis des déplacements professionnels, représentaient respectivement 11 % et 9 % de l'empreinte totale.⁵



Overview of The Guardian's Greenhouse gas emissions in 2023/24, in Tonne of CO2 equivalent

Une logistique géographique complexe

The Guardian est présent dans plusieurs pays : il s'approvisionne en papier auprès de divers fournisseurs au Royaume-Uni et en Europe, et fait imprimer ses publications au Royaume-Uni et en Irlande. Cela implique de longues distances de transport, ainsi que des réseaux électriques nationaux et des mix énergétiques différents, tant chez les fournisseurs que chez le public, ce qui a également une incidence sur les émissions liées à l'impression et au numérique.

Conséquences sur le climat et la biodiversité

Les pratiques forestières, la consommation d'eau et la pollution de l'eau liées à la production de papier peuvent avoir un impact sur la biodiversité, tandis que la distribution et l'emballage contribuent à la production de déchets. Pour y remédier, il est nécessaire d'assurer une coordination entre les fournisseurs et d'assurer un suivi continu de l'évolution des méthodes.

QUELLES SONT LES SOLUTIONS ?

Quelques années après le lancement de sa feuille de route pour la décarbonisation, l'organisation avait déjà réduit ses émissions mondiales de 43 %⁶ (par rapport à son niveau de référence de 2019/20). Ces progrès sont le fruit de la mise en œuvre d'un large éventail de mesures :

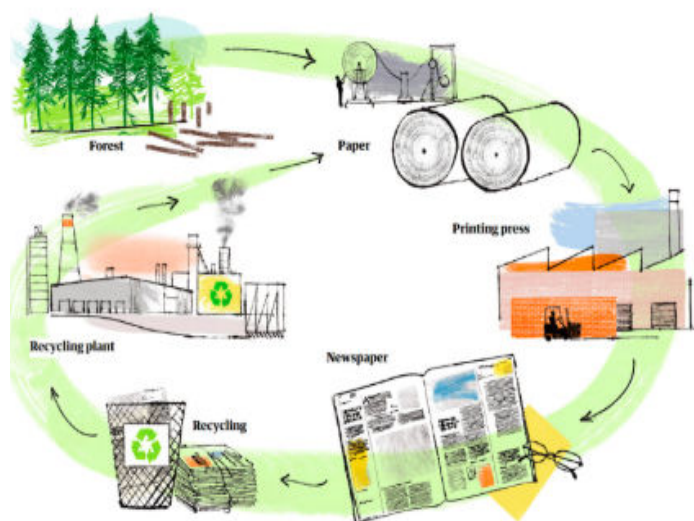
Une stratégie de décarbonisation ciblée visant à réduire les émissions liées à l'impression

Avec plus de 100 000 exemplaires du Guardian imprimés chaque jour et une consommation estimée à 25 000 tonnes de papier par an⁷ l'impression représente la part la plus importante des émissions de l'entreprise, soit 66 % du total des émissions.⁸ Ces émissions comprennent celles liées à la production de papier (la fabrication de la pâte à papier et la production du journal nécessitent de l'énergie), à l'impression elle-même (encres et plaques d'impression utilisées, ainsi que l'énergie consommée par les sites d'impression) et à la distribution (transport des matières premières vers les papeteries, du papier vers l'imprimerie, et des journaux imprimés vers les points de distribution en gros, les détaillants locaux et les lecteurs).

Depuis le début de son parcours vers la durabilité, The Guardian s'est efforcé de s'attaquer à tous ces aspects du secteur de l'impression et a déjà atteint une réduction de près de 50 % de ces émissions entre 2019/20 et 2023/2024.⁹

Choisir des prestataires d'impression plus durables

Our print supply chain



The Guardian a intégré les considérations environnementales au cœur de ses décisions en matière d'approvisionnement et d'exploitation, en les considérant comme des critères non négociables (plutôt que comme des options facultatives). Tous les contrats d'approvisionnement importants exigent désormais que les fournisseurs respectent des normes de performance environnementale bien définies, l'évaluation portant sur des facteurs tels que l'intensité des émissions, la protection de la biodiversité et la transparence des rapports. Outre la sélection en amont de fournisseurs durables, l'entreprise examine également régulièrement le plan de réduction des émissions de ses fournisseurs

[The Guardian's supply chain organisation](#)



En ce qui concerne sa principale source d'émissions, à savoir le papier, l'organisation s'appuie sur un réseau diversifié de fournisseurs à travers le Royaume-Uni et l'Europe, en privilégiant activement les papeteries capables de justifier de faibles émissions moyennes par tonne et qui prennent des mesures concrètes pour protéger la nature, telles que des plans d'action en faveur de la biodiversité et l'alignement sur les « Science-Based Targets for Nature ». Cela inclut des facteurs tels que l'utilisation de sources d'énergie verte, l'empreinte carbone par tonne de papier et la distance parcourue par le papier entre les papeteries et les sites d'impression.

Parallèlement, The Guardian a également délocalisé certains de ses sites d'impression vers des emplacements alimentés par des énergies renouvelables. Toutes les opérations d'impression de journaux au Royaume-Uni fonctionnent désormais exclusivement à l'énergie renouvelable, ce qui réduit encore davantage l'empreinte carbone tant de la production que de la logistique. Cette approche intégrée permet non seulement de réduire les émissions directes, mais aussi de faire progresser la protection de l'environnement en amont de la chaîne d'approvisionnement, les autres clients des fournisseurs bénéficiant également des progrès en matière de durabilité. 99 % des magazines sont désormais imprimés au Royaume-Uni, ce qui a permis à l'entreprise de réduire les distances parcourues par la route.

Amélioration des prévisions

La mise en place d'une planification de la distribution plus efficace et plus intelligente, ainsi que l'augmentation du nombre de livraisons par abonnement, ont permis d'affiner les commandes d'impression et de réduire le nombre d'exemplaires invendus (et le gaspillage qui en découle). L'organisation a également mis en place une modélisation avancée des données et un suivi rigoureux des tendances de vente, ce qui a permis de déterminer avec plus de précision les tirages. Cela a entraîné une baisse du volume de papier acheté, du nombre de journaux vendus et du nombre d'exemplaires imprimés, réduisant ainsi les émissions et les déchets associés.

Des sources de papier plus durables

L'introduction progressive de fibres de papier recyclé dans l'impression du quotidien ainsi que de l'hebdomadaire The Guardian a permis à l'entreprise de réaliser d'importantes réductions d'émissions (estimées à un tiers pour cette catégorie).¹⁰

En plus du remplacement de l'emballage en plastique de son magazine hebdomadaire par du papier recyclé, l'entreprise a réalisé d'importantes réductions des émissions de gaz à effet de serre et des déchets (d'octobre 2019 à décembre 2020, l'entreprise a évité l'utilisation de plus de 20 millions d'emballages en plastique).¹¹



Aujourd'hui, les fibres recyclées représentent 47 % du papier utilisé pour l'impression des journaux. Le papier vierge est conservé dans le mélange afin de garantir le respect de normes de qualité minimales ; toutefois, il provient de forêts gérées de manière durable (certifiées par le Forest Stewardship Council).

Passage au numérique

L'une des stratégies mises en œuvre par l'entreprise pour réduire ses émissions globales a consisté à se tourner progressivement vers les produits numériques, qui sont globalement plus respectueux de l'environnement que les journaux imprimés.¹²

Cependant, la consommation croissante de produits et services numériques a également des répercussions sur le climat et l'environnement qu'il convient de réduire au minimum. Il s'agit notamment des émissions provenant des serveurs, des réseaux de transmission de données et de l'énergie consommée par les appareils des lecteurs.

Les émissions liées aux produits numériques représentent 11 % de l'empreinte carbone globale de l'entreprise. En 2023/24, l'entreprise avait déjà réduit de 16 % ses émissions liées aux produits numériques par rapport à 2019/20.



Cela a été rendu possible grâce au passage à :

- Des systèmes cloud plus économes en énergie.
- Une optimisation des réseaux.
- Expérimentation de méthodes publicitaires à faible empreinte carbone, telles que la diffusion adaptative.

À mesure que les réseaux électriques nationaux se décarbonisent à travers le monde, les émissions générées par les lecteurs qui consultent des contenus numériques devraient également diminuer dans les années à venir. De plus, face aux inquiétudes suscitées par la forte intensité carbone de l'IA générative, The Guardian a également élaboré en 2023 des principes relatifs à l'intelligence artificielle visant à promouvoir une utilisation responsable et raisonnable de cette nouvelle technologie dans le domaine du journalisme.



Passage aux énergies renouvelables dans tous les bureaux à travers le monde

Bien que l'énergie achetée ne représente qu'une faible part de l'empreinte carbone globale du Guardian (moins de 1 %), la réduction de la consommation d'énergie s'est avérée être une mesure facile à mettre en œuvre pour l'entreprise, tout en constituant un moyen concret de sensibiliser le personnel dans l'ensemble de ses bureaux et de montrer l'engagement de l'entreprise en faveur du développement durable.

- En 2024, 96 % des collaborateurs à travers le monde travaillaient déjà dans des bureaux alimentés par des énergies renouvelables, suite à d'importantes transitions menées à Londres, Sydney, Melbourne et New York en 2023. Cette année a marqué une étape décisive, permettant de réduire de 31 % les émissions liées aux bureaux par rapport à l'année précédente.¹³

Au siège de Londres, l'entreprise a modernisé ses systèmes de gestion technique des bâtiments, réduit sa consommation de gaz et mis en place des mesures de modernisation pour passer à l'éclairage LED. Cette stratégie énergétique globale permet de réduire les émissions à tous les niveaux de ses activités et d'améliorer sa résilience face à la volatilité des prix de l'énergie.

Réduire les émissions liées aux déplacements professionnels

Comme pour de nombreuses organisations, les déplacements constituent un élément essentiel du travail de reportage et de journalisme. En 2024, les émissions liées aux déplacements professionnels représentaient 9 % des émissions totales du Guardian.¹ Afin de réduire ces émissions, l'entreprise a mis à jour sa politique de déplacement pour y inclure des mesures telles que :

- Le recours au train comme mode de transport par défaut pour les destinations européennes. Une politique privilégiant le train (« Rail-first ») a été mise en place pour les destinations au Royaume-Uni et desservies par l'Eurostar, afin de réduire le recours aux vols court-courriers.
- L'adoption d'un outil de calcul des émissions dans les systèmes de réservation de voyages, affichant les émissions de gaz à effet de serre des différentes options de déplacement, sensibilisant ainsi le personnel aux émissions liées à ses déplacements et lui permettant de prendre des décisions éclairées et de choisir des vols ayant un impact climatique moindre.
- Privilégier les compagnies de taxi disposant d'une flotte plus importante comprenant des véhicules hybrides et électriques.



Lutter contre les *impacts sur l'environnement et la nature*

Le Guardian reconnaît qu'il est important non seulement de s'attaquer aux émissions de gaz à effet de serre, mais aussi de lutter contre leur impact sur la nature et la biodiversité. En 2023, il a réalisé son premier audit de biodiversité, qui a mis en évidence certains des principaux domaines prioritaires pour réduire son impact environnemental (par exemple, 28 % de son impact sur la biodiversité est lié au papier). Des mesures telles que la réduction de la quantité de papier et d'encre, le passage à des encres plus durables, ainsi que la collaboration avec les fournisseurs de papier sur les questions de durabilité font partie des initiatives actuellement mises en œuvre par l'entreprise.

Une évolution vers une *stratégie publicitaire plus propre*

Au-delà de son cœur de métier, le journalisme, l'entreprise cherche également à avoir un impact positif à travers ses relations avec ses annonceurs. Bien que la publicité soit essentielle au financement de son activité journalistique, The Guardian a décidé d'intégrer les questions de développement durable dans sa stratégie publicitaire. Depuis 2020, l'entreprise a adopté une position ferme en interdisant l'utilisation de fonds issus des énergies fossiles pour ses campagnes publicitaires, ouvrant ainsi la voie à la promotion d'initiatives et d'entreprises durables. The Guardian a par exemple mis en place une remise de 10 % pour les entreprises certifiées B Corp qui publient des offres d'emploi via le Guardian. Un autre exemple est l'utilisation d'une solution interne (Guardian Advertising Light) pour diffuser des publicités sans recourir aux cookies, au suivi ou aux technologies d'enchères, limitant ainsi les émissions de gaz à effet de serre liées à la publicité.

CONCLUSIONS

L'expérience du Guardian offre de précieux enseignements aux grandes organisations qui cherchent à **réduire leurs émissions tout en restant fidèles à leur mission première**. Sa transition vers des énergies à faible empreinte carbone et des fournisseurs durables, l'implication de son personnel et son approche globale du développement durable constituent un modèle transposable à tous les secteurs. L'engagement de l'organisation à « joindre le geste à la parole », associé à une communication transparente tant sur ses progrès que sur ses défis, renforce sa crédibilité en tant que leader dans la lutte contre le changement climatique.

En bonne voie pour atteindre ses objectifs de 2030, **The Guardian continue de s'améliorer dans des domaines** tels que l'approvisionnement en papier, la consommation d'énergie et l'efficacité numérique. À l'avenir, son principal défi consistera à trouver un équilibre entre son empreinte papier et son empreinte numérique tout en étendant son influence au-delà de ses propres activités. En passant d'améliorations progressives à un **changement structurel** plus profond – en repensant les formats et en investissant dans des infrastructures numériques à faible émission de carbone – il peut encore davantage stimuler la transformation systémique dans l'ensemble du secteur des médias.



RESSOURCES

Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024
https://uploads.guim.co.uk/2024/10/24/Sustainability_Report_2023.pdf

The Guardian's Sustainability Pledge 2023
<https://www.theguardian.com/environment/2023/nov/28/guardian-environment-pledge-2023>

The Guardian Media Group, "Positive Impact and Sustainability Report 2020–2021" https://uploads.guim.co.uk/2023/06/01/Sustainability_Report_FINAL.pdf

Science Direct, "Examining the transition from print to electronic journals through the lens of sustainability" August 2024 <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1479666X23001531>

RÉFÉRENCES

¹ Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024
https://uploads.guim.co.uk/2024/10/24/Sustainability_Report_2023.pdf

² Ibid.

³ Science Based Target Initiative, <https://sciencebasedtargets.org/>

⁴ The Guardian, B Corporation, <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/guardian-media-group/>

⁵ Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024

⁶ Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024

⁷ The Guardian Media Group, "Positive Impact and Sustainability Report 2020–2021" https://uploads.guim.co.uk/2023/06/01/Sustainability_Report_FINAL.pdf

⁸ Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024

⁹ Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024

¹⁰ Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024

¹¹ Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024

¹² Science Direct, "Examining the transition from print to electronic journals through the lens of sustainability" <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1479666X23001531>.

¹³ Guardian Media Group, Sustainability Report 2023 – 2024