



Les start-ups, accélérateurs de transition vers un monde bas-carbone

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes » : Tēnaka, Mob-Energy et Olenergies

Transition écologique : de la parole à l'acte - Février 2021

Introduction

En pleine mouvance écologique, conjuguant innovation et transition écologique, la Green Tech (ou Clean tech) française s'est instituée comme un véritable écosystème qui voit se développer de nombreuses start-ups et PME innovantes. Fortes de leur agilité et du soutien des entités publiques (la communauté « Greentech » du Ministère de la Transition écologique est déjà riche de 170 start-ups et PME innovantes), ces entreprises participent à la transformation en profondeur de notre société et couvrent de nombreux aspects : efficacité énergétique, décarbonation de l'économie, énergies renouvelables, numérique responsable, neutralité carbone, bâtiments et villes durables, économie circulaire, santé-environnement ou encore écomobilité, et bien d'autres... Le chantier est immense.

Véritable « laboratoire à idées », ce tissu entrepreneurial vert apparaît aujourd'hui comme un secteur d'avenir. Les levées de fonds sont nombreuses (70 millions d'euros en 2018*) et, en plus de créer de l'emploi, attirent de plus en plus de capitaux privés (Business Angels, mais aussi via de récentes introductions en bourse), et de capitaux publics. Parmi elles, 40 % ont déjà déposé un brevet et 35 %* vendent à l'international. Sans aucun doute, plus qu'une tendance, ces nouveaux acteurs de l'économie verte transforment la vision business traditionnelle.

Nous avons souhaité donner la parole à trois jeunes green tech dont les projets sont novateurs et précieux pour le climat :

- Mob-Energy et son robot Charles qui déplace l'énergie sur un parking, dissociant ainsi les services de recharge et de stationnement, pour plus de praticité
- Olenergies, la batterie électrique made in France, au service de la transition énergétique et d'une industrie locale
- Tēnaka, pour qui un programme RSE se matérialise par la reforestation d'écosystèmes marins et la mesure d'impact environnemental

Tēnaka, Mob-Energy et Olenergies nous font part ici, de leur témoignage et de leur vision pour une transition énergétique, pratique, locale et mesurable.

* « La greentech verte : un catalyseur de l'innovation verte », Juin 2019, bit.ly/2NAuX0n

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes »

Tous trois fondateurs ou co-fondateurs de jeunes start-ups impliquées et actives dans l'économie durable, Anne-Sophie, Salim et Julien nous partagent dans cet entretien croisé leur vision, leur histoire et leurs motivations profondes à s'engager et rejoindre l'aventure de l'entrepreneuriat green. Ils nous confient la genèse de leur projet, leurs enjeux et obstacles rencontrés, mais surtout leur conviction et leur soif de participer, à travers leur aventure entrepreneuriale, à un projet plus « grand ».



En quelques mots, quelle est votre mission ?

Salim : Je suis Salim El Houat, CEO de la société lyonnaise Mob-Energy. De formation ingénieur, nous avons démarré ce projet sur les bancs de l'École en 2016 avec mes deux associés. Chez Mob-Energy nous pensons que la mobilité électrique est une première étape vers une mobilité plus durable, avec certes encore de nombreux enjeux, notamment celui de la recharge. C'est sur ce point que nous avons dirigé nos efforts afin de promouvoir l'accès à la recharge au plus grand nombre. Ainsi, au lieu de faire de gros appels de puissance sur une borne qui

ne sera utilisée qu'entre 10 à 15 % du temps, nous avons imaginé une solution plus facile à déployer et plus légère, permettant de préserver le réseau électrique. Partant de ce postulat, nous avons décidé de développer un robot permettant de déplacer l'énergie jusqu'aux voitures, sur un parking, afin de dissocier les services de stationnement et de recharge.

Finalement en quelques mots notre mission est d'accélérer la transition vers une mobilité électrique durable.

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes »

Lors de notre démarrage en 2016 il y avait moins de 2 000 voitures électriques à Lyon et seulement 200 000 en France. Aujourd'hui nous en sommes à presque 300 000 voitures électriques avec une explosion des ventes ces derniers mois. Pour la fin de l'année 2021 l'Etat prévoyait 100 000 bornes installées sur le territoire français, en ce début d'année 2021 à peine la moitié ont pu être réellement mises en opération. C'est donc toujours un énorme challenge pour l'année 2021 et Mob-Energy est au cœur de cette phase transitoire.

Anne-Sophie : Je m'appelle Anne Sophie Roux, j'ai fondé Tēnaka en 2018, une entreprise de l'économie sociale et solidaire qui s'adresse à d'autres entreprises qui souhaitent s'engager pour la restauration des écosystèmes marins au travers d'outils de mesure d'impact, qui est la véritable clé de voûte du projet.

Originaire du monde de la recherche, j'ai décidé de créer Tēnaka comme une manière d'apporter une solution à des problèmes que j'étudiais de manière « empirique ». J'ai lancé Tēnaka lors de mes études, à cheval entre mon master 1 et mon master 2. L'entreprise compte aujourd'hui six personnes : trois en Malaisie et trois en France à Paris.

Nous avons été récemment labellisés « *Efficient Solution For Climate* » par la fondation Solar Impulse - créée par Bertrand Piccard - et nous en sommes très fiers car le label est difficile à obtenir !

Julien : Je suis Julien Le Guennec, Président-fondateur de Olenergies, entreprise créée en 2018 qui conçoit, développe et fabrique des systèmes de stockages batteries connectés et intelligents en France. Pour résumer notre secteur d'activité, il y a deux grandes applications pour les batteries : la traction pour les voitures électriques et l'application « stationnaire » permettant d'accumuler de l'énergie souvent issue d'une énergie renouvelable intermittente (comme un panneau solaire, une éolienne etc.)

C'est principalement sur ce marché du stationnaire que nous intervenons avec trois grands usages de nos batteries : pallier l'intermittence des énergies renouvelables, électrifier le secteur naval et les infrastructures portuaires, et enfin assurer l'alimentation des bâtiments critiques comme les data centers et les hôpitaux, où l'objectif est de

sécuriser l'approvisionnement électrique en cas de coupure. Nous sommes actuellement une quinzaine dans la société et accompagnés dans notre développement par les programmes *Microsoft for Startups* et *SEASStart* du Gicant.

Pourquoi ce saut dans le monde de l'entrepreneuriat green ?

Salim : L'entrepreneuriat permet de créer une équipe, une aventure et de répondre par ailleurs à un enjeu important : c'est véritablement stimulant et motivant. Le principal défi pour Mob-Energy est celui de la durabilité de notre mobilité en ville. La voiture électrique est une voie que nous cherchons à promouvoir, car elle présente une réelle alternative durable – avec des limites aujourd'hui.

“L'entrepreneuriat permet de créer une équipe, une aventure et répondre par ailleurs à un enjeu important : c'est véritablement stimulant et motivant .”

L'un des plus gros problèmes écologiques que posent les voitures électriques, c'est la production de batteries : on essaie d'y répondre en utilisant des batteries de seconde vie. Et notre vision ne s'arrête pas seulement à promouvoir une nouvelle mobilité électrique, on tend aussi vers une logique d'optimisation de l'espace des parkings afin de décongestionner les villes et en favorisant leur accès pour toutes les mobilités ! Ces défis concernent également les loueurs de voitures électriques : ce sont des logistiques énormes et aujourd'hui en tant qu'utilisateur on a plutôt tendance à faire le choix d'une voiture thermique. C'est justement pour cette raison qu'il faut généraliser sur le territoire les solutions de recharges qu'elles soient simples et accessibles par tous.

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes »

Un robot peut certes paraître très complexe mais il permet une recharge n'importe où à partir du moment où un parking en est équipé. Il n'y a plus besoin de brancher sa voiture et attendre qu'elle charge, le robot s'en charge !

Anne-Sophie : La première raison c'est parce que j'ai été témoin lors de mes recherches sur le terrain des impacts énormes que représente la restauration des écosystèmes - que ce soit pour les communautés, l'environnement, la biodiversité mais aussi pour les entreprises. Ensuite, l'idée de Tēnaka est de créer de réels ponts entre les entreprises, souhaitant s'engager de manière proactive et mesurable, et l'océan qui a besoin de financements pérennes, impactants et mesurables.

Tēnaka est justement un mot Maori qui signifie cette idée de connexion, de synergie !

Concrètement il s'agit de mettre à disposition des outils de mesure d'impact : nous avons développé une plateforme, « *Tēnaka Science* », qui permet de traduire les données scientifiques brutes récoltées par nos partenaires scientifiques sur le terrain en données visuelles compréhensibles par tous : graphiques, rapports, images. Via cet espace, nos clients peuvent suivre leur projet. Nous avons par exemple mené en juin dernier, avec DoDo et Pomellato, marques du groupe Kering, un projet de restauration d'un récif corallien en Malaisie. Grâce à notre dispositif, les clients, partenaires ou collaborateurs du groupe Kering peuvent voir au jour le jour le récif corallien grandir, suivre les impacts en termes d'oxygène, de CO₂, de biodiversité, de communauté locale etc.

Nous développons également tout un ensemble de mesures avec des laboratoires de recherche : la biodiversité sera un de nos objectifs principal l'année prochaine afin de mettre en place des moyens de mesure. Nous développons aussi aux côtés d'ingénieurs des produits comme « La Blue Cam », une caméra sous-marine de monitoring des récifs coralliens que l'on restaure.

Elle permet de mesurer les impacts sur l'écosystème, tout en récoltant des données précieuses comme la température ou la salinité de l'eau.

Nos clients sont des entreprises grand public, de grands groupes ou des ETI/PME qui font toutes face au besoin d'avoir une stratégie RSE proactive. C'est le cas par exemple des secteurs de la mode et du luxe qui doivent répondre aux consommateurs, de plus en plus concernés et vigilants quant à l'origine et l'engagement de ces sociétés. Nous ne visons pas les groupes qui ont déjà atteint l'objectif du zéro carbone mais accompagnons ceux souhaitant prendre ce chemin.

Julien : De formation en économie appliquée, j'ai commencé ma carrière chez un leader mondial de la construction navale. J'y ai travaillé sur des grands plans de construction dans le domaine des énergies marines renouvelables et ai développé cette nouvelle appétence concernant la problématique du stockage de l'énergie. Je me suis rendu compte qu'il y avait des solutions plus ou moins faciles et concrètes à déployer - sous réserve d'une équipe et d'un plan de financement solides. C'est dans ce contexte que j'ai créé Olenergies en 2018. L'entreprise est encadrée par les règles de l'économie sociale et solidaire : son objectif social est d'apporter des solutions à la transition énergétique, le stockage d'énergie son moyen pour y parvenir.

La batterie électrique est un grand besoin de l'humanité. À horizon 2050, la Chine s'est engagée et investit massivement pour être un leader incontesté sur trois points : l'Intelligence Artificielle, la 5G et... la batterie. Ce n'est pas un hasard, il y a un réel enjeu.

“En Europe, le stockage n'émerge pas car il y a un grand nombre de défis structurants à relever sur l'ensemble de la chaîne de valeur.”

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes »

C'est là où nous intervenons, en nous inscrivant dans une dynamique d'indépendance et de réindustrialisation de la batterie en France.

Olenergies développe des solutions innovantes, industrielles et digitales concentrées sur la maximisation de la valeur du stockage d'énergie. Notre objectif est de rapidement devenir un acteur mondial en développant une gamme modulaire de batteries de fabrication française et une solution software de management et d'optimisation énergétique nommée OlenPEPS.

Il y a un réel engouement et une accélération autour de la transition écologique : comment la vivez-vous de l'intérieur ?

Salim : De l'extérieur on peut penser que ces sujets avancent peu, mais de l'intérieur on voit de plus en plus d'acteurs qui font appel à nous afin d'électrifier leur flotte, leur parking etc. La situation a beaucoup évolué en seulement un an et demi !

De nombreux acteurs et subventions existent et sont possibles. Notre rôle est de trouver des bêta testeurs : des entreprises qui acceptent d'investir dans la solution au démarrage et de la promouvoir. Il y a cinq ou dix ans le contexte était complètement différent, aujourd'hui il nous porte clairement, boosté par l'émergence des voitures électriques et la volonté des entreprises de défendre leur image de marque en étant proactives sur ces sujets.

Anne-Sophie : De plus en plus d'entreprises sont concernées par la RSE et la transition écologique. Elles veulent s'engager plus loin afin d'être en amont de leurs concurrents sur des sujets comme la neutralité carbone ou la biodiversité. C'est donc très stimulant de l'intérieur car à chaque problème RSE que l'on rencontre on propose une solution adaptée et différente de celle qu'on a développée pour un autre.

Il ne faut donc pas avoir peur de « sauter dans le vide » car ces sujets ne sont pas encore développés à grande échelle.

La frontière est souvent floue entre une vraie démarche de transparence et d'impact et le greenwashing qui est fait pour « se racheter une image ». Prenons l'exemple de la plantation d'arbres, devenue un classique de la RSE et beaucoup critiquée pour son

greenwashing. Je pense qu'il y a de plus en plus une volonté de preuves tangibles de l'impact. Il ne suffit plus de dire « j'ai planté 6 000 arbres quelque part en Amérique du Sud ». La mesure d'impact permet de clarifier et démontrer son impact, et c'est réellement ce qui nous définit. Si une entreprise me contacte pour me dire « on veut planter un joli récif et on veut juste des photos » je comprends vite sa réelle motivation.

Julien : Au-delà d'être à la mode, ce besoin d'écologie est très présent dans la population. Quelque chose change, accentué par cette année de crise sanitaire. C'est très encourageant, motivant et sans aucun doute moteur de nouveaux projets.

Plus concrètement, se lancer sur un sujet comme l'énergie implique de l'innovation, de nombreux leviers techniques, un très fort besoin de financements et de talents mais également une réelle capacité à prendre des risques pour des innovations disruptives. On comprend donc que la question de l'équilibre budgétaire et de l'accompagnement se pose à tous, il ne faut surtout pas s'isoler ! Je suis convaincu que ce qui a permis à Olenergies de réussir son démarrage est l'accompagnement dont l'entreprise a bénéficié. Dès le départ, j'ai été accompagné par deux organismes : Réseau Entreprendre, puis France Active Garantie qui a un rôle auprès des entrepreneurs sociaux. Ils m'ont notamment alloué des fonds et une équipe, coup de pouce d'autant plus important lorsqu'on est seul associé. Aujourd'hui, nous avons trois organismes de financement bancaire : France Active, la NEF (New Ethical Finance) et le Crédit Coopératif. Ces différents outils m'ont vraiment permis d'avancer, il faut frapper aux bonnes portes.

Entreprendre, c'est risqué, car lorsqu'on y met une dose d'écologie ou toute autre originalité, la dimension éthique et responsable de l'ensemble de nos décisions est accentuée : le choix le plus capitaliste, opportuniste et alléchant entre parfois en désaccord avec notre ADN. Par exemple, nos batteries sont malgré nous très adaptées au marché de la Défense. Cela nous oblige à nous remettre en question, réinterroger nos fondamentaux : pourquoi a-t-on fondé Olenergies ? Quelles sont nos valeurs ? Et trouver les bons compromis.

Pour revenir au financement, un banquier voit souvent dans un projet à fort impact écologique ou innovant un risque potentiel, et c'est

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes »

compréhensible. L'exemple des statuts ESS en est une bonne illustration. Nous sommes agréés ESUS par l'État, c'est-à-dire d'utilité sociale pour la transition énergétique. D'un point de vue financier, cela va impliquer un plafonnement des salaires, une distribution de dividendes très encadrée, la mise en place d'un comité de gouvernance démocratique... Dans ce cadre apportant davantage de contraintes, l'engagement bancaire traditionnel est souvent plus frileux. Cela crée une rupture entre la logique d'investissement et le monde réel.

Quel est le rôle de l'écosystème entrepreneurial dans la transition vers un monde bas carbone ?

Salim : En pleine crise la réponse n'est pas si évidente... Par définition les entrepreneurs et leurs équipes créent des solutions innovantes et technologiques, mais qui se heurtent en temps de crise à l'exigence économique et financière. On essaie alors de cocher toutes les cases en faisant l'usage de batteries de seconde vie, en essayant de produire avec des matériaux recyclables, en évitant au maximum l'importation... En réalité, c'est très compliqué car il faut produire des robots, les vendre, payer les salaires des équipes : c'est là que l'Etat et les pouvoirs publics ont un rôle à jouer : celui de définir des règles et de diffuser cet enjeu qui est de trouver des solutions pour un avenir plus durable. Les rôles sont clairement partagés !

“L'écosystème entrepreneurial a un rôle d'innovateur, combiné avec les relais de l'Etat, des pouvoirs publics et des partenaires pour en assurer l'encadrement, la pérennité et le développement. ”

En bref, l'écosystème entrepreneurial a un rôle d'innovateur, combiné avec les relais de l'Etat, des pouvoirs publics et des partenaires pour en assurer l'encadrement, la pérennité et le développement.

“La crise fait émerger cette urgence de changement, et de plus en plus d'entreprises nous ont contactés pour mettre en place un programme RSE qu'elles ne pensaient mettre en place que dans les cinq prochaines années... ”

Anne-Sophie : Le modèle entrepreneurial permet, en innovant, de faire « sauter les verrous » qui bloquaient l'action climatique : comme celui de la visibilité sur les impacts. La notion de retour sur investissement motive également les investissements et les politiques RSE vertes. L'entrepreneuriat permet de débloquer ces verrous en innovant, en construisant des ponts entre des acteurs qui ne travaillaient pas ensemble auparavant.

En tant que jeune start-up, je pense que l'actualité avec le COVID 19 redistribue les cartes... Nous avons eu de la chance de pouvoir réaliser tous nos principaux programmes de l'année avant le confinement. En termes de calendrier, nous n'avons donc pas eu d'impacts particuliers de cette crise sanitaire, voir même plutôt des vertus : la crise fait émerger cette urgence de changement, et de plus en plus d'entreprises nous ont contactés pour mettre en place un programme RSE qu'elles ne pensaient mettre en place que dans les cinq prochaines années...

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes »

Julien : Pour moi, les startups sont des laboratoires à idées. Nous sommes là pour créer des solutions et approches nouvelles, créatives mais concrètes. Nous développons des innovations de rupture, non seulement technologiques mais aussi au niveau des modèles d'affaires, de l'implication sociale et de l'écologie, avec la prise en compte du coût carbone dans le développement de nos solutions. Par ailleurs, nous devons trouver notre marché très rapidement, c'est notre seule chance dans la mondialisation actuelle. Il faut donc des solutions novatrices et applicables, de l'agilité et surtout il faut des talents ! En revanche, du point de vue de la survie, nous sommes plus fragiles, nous nous devons de mettre en œuvre nos projets plus rapidement et de façon plus flexible.

Quelle est votre recette pour convaincre vos clients d'investir dans des technologies vertes, certes vertueuses, mais peut-être moins rentables à court terme ?

Salim : La rentabilité est clairement une problématique que l'on rencontre, étant donné que la solution n'est pas encore industrialisée et coûte chère à produire. Aujourd'hui nous expliquons que, certes la solution que l'on propose peut paraître douloureuse pour le portefeuille, mais qu'elle présente des bénéfices sur le long terme. L'argument « durable » ne suffit donc pas toujours pour obtenir la validation du financeur. Il faut adopter une vision économique et pragmatique présentant un retour sur investissement : un robot

“ L'argument « durable » ne suffit donc hélas pas et le financeur « n'achète » pas. Il faut adopter une vision financière et pragmatique présentant un retour sur investissement. ”

peut remplacer un certain nombre de bornes et permet de s'affranchir des travaux associés à l'installation de solutions fixes. L'esprit « solution durable » reste tout de même un plus pour la plupart des clients et investisseurs avec qui l'on travaille, voire un point clé, car ils souhaitent de plus en plus s'inscrire dans cette démarche. Sur le long terme nous avons un impact positif et durable mais qui nécessite au départ des moyens, chers, en R&D. Les partenariats futurs feront en sorte d'en réduire les coûts.

“ Il y a un réel argument de rentabilité, d'expérience client et d'image à valoriser, combiné à une forte volonté de montrer quelque chose de durable, authentique, mesurable et scientifique. En usant des mêmes termes utilisés en entreprise, ce pragmatisme permet de fidéliser les clients. ”

Anne-Sophie : Beaucoup d'entreprises sont de plus en plus conscientes du fait que le retour sur investissement d'un projet vert existe, ce qui n'était pas forcément le cas il y a cinq ans au moment de l'engouement pour la RSE. En sachant qu'il y aura un retour sur investissement, beaucoup d'entre elles deviennent proactives. La principale clé que nous mettons en place auprès d'elles est l'engagement de leurs clients, collaborateurs et communautés.

Par exemple, le projet avec Kering a été mis en place au nom de deux joailliers italiens, Pomellato et DoDo, qui sont des marques de Kering.

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes »

DoDo a lancé un bracelet en édition limitée fait à partir de plastiques recyclés retrouvés dans la Méditerranée. Les acheteurs de ce bracelet ont ensuite eu accès à l'ensemble des données d'impact sur la plateforme Tēnaka Science et sont devenus acteurs du projet. Ce bracelet a été sold-out en trois jours et a été leurs best-seller de l'année 2020 : ce qui montre que le retour sur investissement peut être assez rapide.

Il y a donc un réel argument de rentabilité, d'expérience client et d'image à valoriser, combiné à une forte volonté de montrer quelque chose de durable, authentique, mesurable et scientifique. En usant des mêmes termes utilisés en entreprise, ce pragmatisme permet de fidéliser les clients.

Julien : Chez Olenergies, c'est l'argument durable au sens propre qui prime : nous proposons des solutions à très grande durée de vie. Au-delà d'un argument de communication un peu galvaudé, c'est une réalité que l'on peut démontrer et qui devient un argument de rentabilité : du fait de l'accroissement fort de la durée de vie de nos systèmes par leur digitalisation, ils deviennent très rentables. Par exemple, les systèmes de stockage chinois sont généralement surdimensionnés à hauteur de 1,6 fois pour atteindre la durée de vie cible d'un projet. Chez Olenergies, la qualité de conception et l'utilisation de techniques d'optimisation par le digital permettent un dimensionnement au plus juste. Par ailleurs, notre industrialisation 4.0 et l'augmentation des capacités de production qu'elle induit rendront nos systèmes de stockage encore plus compétitifs et réduiront les coûts d'investissement pour nos clients.

People - Planet - Profit ça vous parle ?

Anne-Sophie : Bien entendu, en tant qu'entreprise sociale et solidaire. Ce modèle nous permet de réinvestir nos bénéfices dans des projets qui pérennisent la préservation de l'océan comme récupérer du plastique au fond de la mer, financer des aires marines protégées etc. Sans être le cœur de notre activité, ces projets représentent vraiment les côtés vertueux qu'offre l'entrepreneuriat social. On effectue alors des partenariats avec des ONG en répondant à un besoin existant : l'entreprise devient

alors aussi gagnante que l'ONG, la communauté locale, les écosystèmes... c'est un cercle vertueux !

Julien : Oui bien sûr, c'est complètement intégré à la société. C'est dans notre ADN et c'est inscrit dans nos statuts ! Les équipes sont portées par notre engagement dans l'économie responsable et par nos développements technologiques innovants. Ces deux piliers de la culture d'entreprise font notre différence. Chacun apporte ses compétences et son envie de progrès et de changement.

Pour le mot « planet » je dirais que l'on s'inscrit vraiment dans les équipements qui vont accompagner les énergies renouvelables. On peut mesurer très facilement l'impact de nos systèmes : nos logiciels intègrent des indicateurs qui mesurent cet impact écologique.

La neutralité carbone est à l'agenda de nombreuses organisations. Intégrez-vous cet objectif dans votre feuille de route ?

Salim : Si en effet l'objectif de neutralité carbone, dans son concept est effectivement intégré à notre feuille de route, en pratique il est encore difficile à mettre en place à notre stade. Actuellement nos efforts sont concentrés sur la solution et son impact positif sur le bilan carbone de nos clients. Idéalement, il faudrait en parallèle pouvoir s'attacher à retravailler notre chaîne industrielle et organisationnelle pour viser une neutralité carbone à terme. Mais en pratique à notre stade, le premier point est déjà un vrai défi ! On essaie d'être lucide sur l'impact écologique de notre solution.

La neutralité carbone impliquerait que l'entropie générée en interne pour créer cette solution et la mettre sur le marché soit structurée et améliorée, chose qui n'est pas simple. Cependant nous avons un poste qui va s'ouvrir en tant qu'ingénieur industriel écoresponsable. Etant donné que nous sommes à la phase d'industrialisation de cette solution, l'idée est d'y réinjecter un ADN durable, notamment concernant l'import, la limitation des câblages, le choix des matériaux utilisés, les méthodes de fabrication... Pour conclure, si nous tendons vers cet objectif et portons ces valeurs, je ne vois pas encore cette neutralité carbone ni suis encore capable de la quantifier.

Entretien croisé avec trois jeunes fondateurs de start-ups « vertes »

Anne-Sophie : Effectivement, dès le lancement de Tēnaka c'était déjà une priorité puisqu'on propose aux entreprises d'aller au-delà de la neutralité et devenir positives en carbone - en restaurant des hectares de mangrove par exemple.

Nous avons lancé en interne en octobre la restauration d'un premier hectare de mangrove au nom de Tēnaka. Le taux de séquestration de carbone à l'année de cet hectare est équivalent à deux fois notre empreinte carbone. Chaque année, nous souhaitons compenser toutes nos émissions et même plus.

La transition est pour certains secteurs beaucoup plus simple à mettre en place que dans d'autres (ex l'industrie lourde), mais je pense quand même que des solutions peuvent être activables à différentes échelles. Elles ne résoudront peut-être pas tous les problèmes et ne verdiront pas l'entièreté de l'activité mais ne serait-ce que débiter par de petites actions est important.

“ La transition est pour certains secteurs beaucoup plus simple à mettre en place que dans d'autres (ex : l'industrie lourde), mais je pense quand même que des solutions peuvent être activables à différentes échelles. ”

Julien : Absolument. Nous mettons en place des indicateurs dans nos plateformes de développement pour l'écoconception de nos produits. En 2021, nous lançons la construction d'une usine 4.0 qui se caractérise par l'intégration des technologies numériques dans les processus de fabrication pour une production plus flexible. Cette usine a comme objectif d'être à énergie positive, la production sera

maximisée en fonction du coût de l'énergie et de sa disponibilité au cours d'une journée.

Côté produits, nous apportons des solutions aux industriels qui veulent aller vers la neutralité carbone. Par exemple, Microsoft est notre accélérateur sur la gestion de notre plateforme d'optimisation des réseaux électriques et de supervision. L'objectif de Microsoft, au-delà de nous aider et de nous faire monter en compétences, c'est de voir émerger des solutions qui vont lui permettre – à son échelle – de remplir sa promesse de neutralité carbone sur ses data centers en 2030. Pour ce faire, ils ont besoin de batteries vertes ! C'est un véritable cercle vertueux.

Si l'on souhaite regrouper les trois mots « People – Planet – Profit », je pense que c'est tout à fait possible mais il faut le faire de manière cohérente. Mesurer l'impact carbone de production de nos produits est un exercice complexe et coûteux ; il convient de faire une analyse de cycle de vie complète à commencer par les matières minérales brutes comme le lithium et jusqu'au recyclage. Nous avons engagé ce travail sur un premier produit et en partenariat avec l'Institut pour la Transition Énergétique Efficacy. Il s'agit de « l'OlenMove », un système mobile d'accès à l'énergie remplaçant les groupes électrogènes. Un de ces systèmes est installé sur l'esplanade de La Défense, il est utilisé pour alimenter des food-trucks. Nous avons une roadmap très ambitieuse d'écoconception et de production 100% made in France, pour un impact positif !

Enfin, nous avons déposé un programme d'investissement d'avenir auprès de l'ADEME, qui nous permettra de maximiser très fortement les gains carbone par l'utilisation de batteries sur les réseaux smartgrid. Les gains carbone cibles sont considérables.

POUR EN SAVOIR PLUS

La communauté **Énergie & Environnement** de Mazars partage de régulières études, publications, interviews et décryptages sur www.mazars.fr

Contacts

Mathieu MOUGARD

Associé, Mazars Énergie & Environnement
mathieu.mougard@mazars.fr

Yann GUYOMAR

Associé, Mazars Énergie & Environnement
yann.guyomar@mazars.fr

Julien HENAULT

Sénior Manager, Mazars Énergie & Environnement
julien.henault@mazars.fr

Mazars est un groupe international et intégré spécialisé dans l'audit, la fiscalité et le conseil ainsi que dans les services comptables et juridiques*. Présents dans plus de 90 pays et territoires à travers le monde, nous nous appuyons sur l'expertise de plus de 42 000 professionnels – plus de 26 000 au sein de notre partnership intégré et plus de 16 000 via « Mazars North America Alliance » – pour accompagner les clients de toutes tailles à chaque étape de leur développement.

*Dans les pays où les lois en vigueur l'autorisent.

www.mazars.fr

mazars