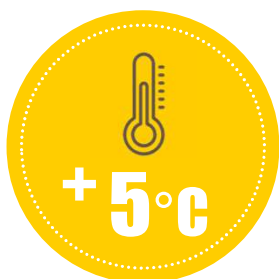


Introduction

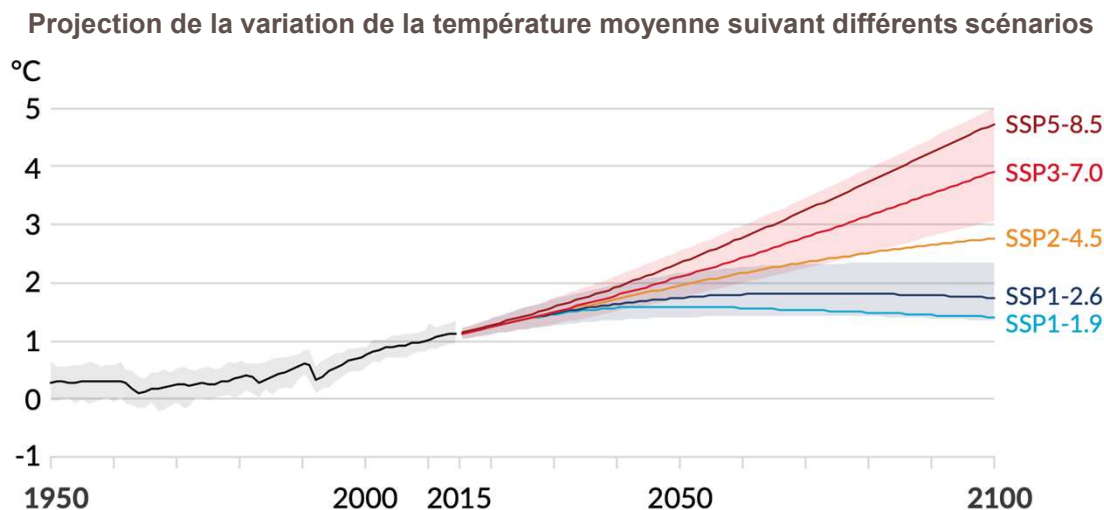
1

Groupe
MOULIN
de la
FORGE

Groupe Moulin de la Forge est spécialisée dans l'hôtellerie et l'organisation de séminaires sur 3 sites implantés à Boutencourt, Chaumont-en-Vexin et Bouchevilliers.



C'est l'**augmentation maximale de la température terrestre** qui est attendue en **2100** en l'absence de l'adoption de mesures fortes.



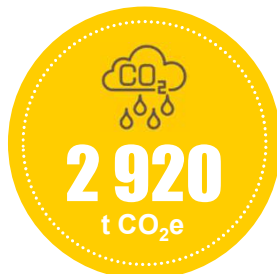
Source : GIEC, 1^{er} groupe de travail, 2021

Les **conséquences de ce changement climatique** sont déjà visibles et s'accroîtront dans les années à venir.

En tant qu'acteur engagé, Groupe Moulin de la Forge a souhaité réaliser un bilan de ses émissions de gaz à effet de serre et s'engager dans une **démarche de transition via le Diag Décarbon'action** proposé par Bpifrance, en partenariat avec l'ADEME et en collaboration avec l'ABC. L'accompagnement a été réalisé par la société **R3**.

Résultats

2

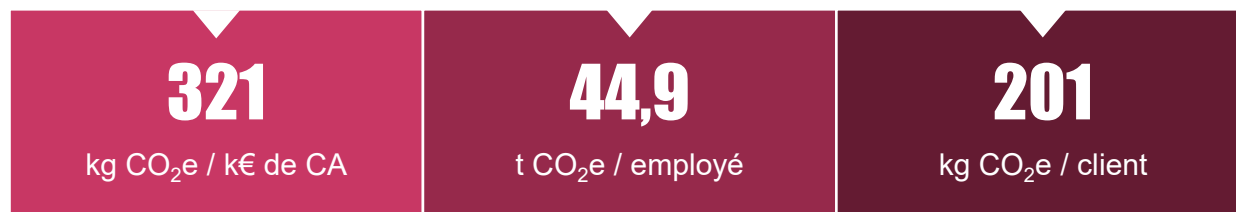


C'est le Bilan GES de Groupe Moulin de la Forge pour l'année civile 2025

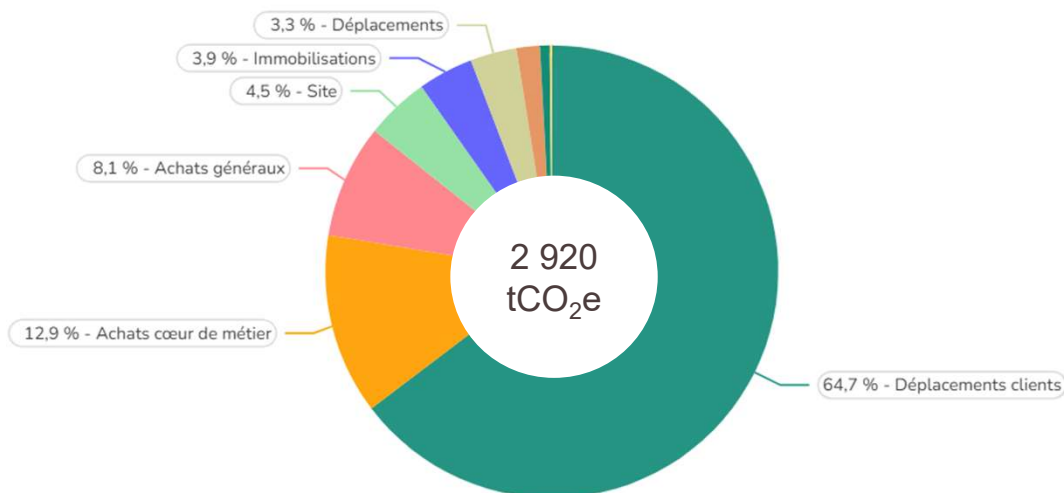
Ce qui est équivalent :

- aux émissions annuelles de 300 Français
- à 1 743 aller retours Paris/New York en avion

Indicateurs clés



Répartition des émissions

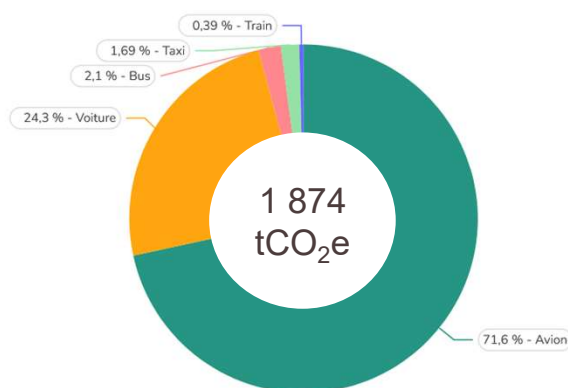


- Le profil des émissions de GES du Groupe Moulin de la Forge est typique d'une entreprise d'hôtellerie et organisatrice de séminaires : le principal enjeu réside dans le déplacement des clients pour se rendre sur les sites (65%). L'impact associé aux achats cœur de métier (alimentation) est le second enjeu (13%) et celui lié aux achats généraux représente aussi une part importante des émissions (8%).
- Le taux d'incertitude est de 49%. Groupe Moulin de la Forge s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue, le premier exercice de Bilan GES servant à identifier les principaux enjeux.

Analyses

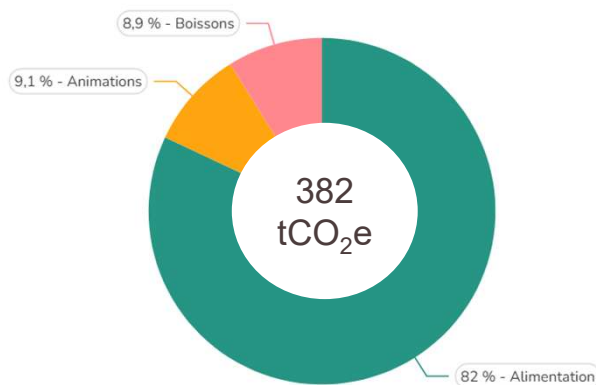
3

1^{er} poste d'émissions : Déplacements clients (65%)



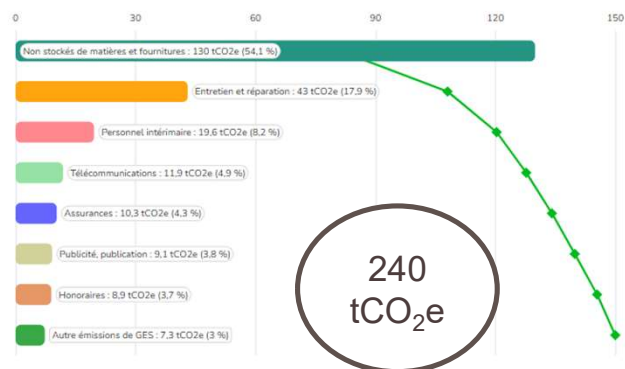
- La grande majorité des émissions de ce poste provient des trajets **en avion** représentant 67% des kilomètres pour 72% des émissions pour un total de 1 370 tCO₂e. A contrario, les trajets **en train** participent à 0,4% des émissions (pour 12% des kilomètres)
- Les actions telles que la **prise en charge d'une partie des trajets en car** ou la **mise à disposition des taxis pour les clients venant en train** vont dans le bon sens et doivent être conservées.

2^{ème} poste d'émissions : Achats cœur de métier (13%)



- Les achats de **produits alimentaires** représentent **82% des émissions**, notamment car il s'agit du plus gros volume d'achats.
- Les achats de **matières premières d'origine animale** (viandes, fruits de mer, poissons et BOF) sont de loin la première source d'émissions. Ces produits représentent à eux seuls plus de **80% des émissions des achats de la famille alimentation**.

3^{ème} poste d'émissions : Achats généraux (8%)



- Les dépenses conséquentes en fournitures et en Entretien & réparation sont à l'origine de plus de 2/3 des émissions du poste.
- Si certaines dépenses sont incompressibles, il est possible d'agir sur les émissions des prestations en :
 - **Embarquant vos prestataires** dans la réduction de leurs émissions
 - Proposant une **stratégie d'achat responsable** incluant des critères de sélection RSE & Carbone.

Pistes d'actions

4


-10%

C'est l'objectif de réduction des émissions que s'est fixé **Groupe Moulin de la Forge** pour 2030, hors empreinte des déplacements clients

THÉMATIQUES	PRINCIPALES ACTIONS ENVISAGÉES
 ACHATS RESPONSABLES	• Réduire la consommation de bœuf • Proposer des alternatives plus écologiques à certaines typologies de produits (chocolat, lait, beurre, café) • Transformer les excédents de cuisine • Développer la cuisine végétarienne : Formation à la cuisine végé et % min d'options végétarienne sur la carte • Fixer des objectifs RSE achats (cuisine, technique,...)
 ENERGIE	• Réaliser un diagnostic énergétique • Mettre en place des GTB • Sensibiliser aux écogestes • Développer l'autoconsommation via des panneaux solaires • Adapter les temps de fonctionnement des chauffages et climatisations
 DEPLACEMENTS	• Favoriser le covoiturage
 IMMOBILISATIONS	• Acheter français • Continuer à réparer les appareils • Continuer de favoriser le prêt d'équipements entre site • Développer la part des achats groupés
 STRUCTURATION DE LA DONNEE	• Mise en place d'un outil pour faire le suivi des déplacements clients • Challenger les fournisseurs sur la qualité de la donnée et sur leur réduction d'impact • Suivre mieux les déchets