

ROSE

LE MOT DES

FONDATEURS

Au moment de présenter la 3ème édition du bilan carbone d'IZIPIZI, nous avons un regard fier mais humble sur le chemin parcouru depuis 2019. Mais puisque nous restons persuadés que les actions valent mieux que les mots, nous continuons à agir au quotidien pour atteindre nos objectifs, plutôt que de surcharger un paysage déjà dense en messages environnementaux.

Nous constatons aujourd'hui avec plaisir qu'IZIPIZI est bien sur le chemin que nous nous étions fixé, et que nos avancées sur ce dernier sont encourageantes. De nous voir nous rapprocher sainement de notre ambition est un plaisir autant qu'un challenge à conclure. Nous gagnons en expérience, en granularité et en moyens d'anticiper les problématiques pour identifier de manière plus rapide et transversale nos axes d'amélioration.

La réduction de 50% de notre empreinte carbone d'ici fin 2023 est le plus audacieux des objectifs que nous avons décidé de viser en 2019. Nous n'en sommes pas loin, le bilan carbone de 2021* validant toutes les directions et changements entrepris depuis 4 ans.

A côté de ces engagements pour la planète, nous continuons également d'avancer sur des causes ancrées dans l'ADN d'IZIPIZI depuis sa création : le soutien matériel, financier ou de compétences à des associations caritatives, ainsi que le bien-être, le développement et l'implication de nos collaborateurs au sein de la société.

Car si nous faisons aujourd'hui notre possible pour rendre la planète plus agréable à vivre, c'est pour que des hommes et femmes plus heureux en profitent. Et pourquoi pas à travers nos lunettes.

Charles
Xavier
Quentin

LE MOT DES FONDATEURS

*Nous collectons actuellement la data pour le Bilan 2022.

SOMMAIRE

04 OBJECTIFS

05 EMPREINTE CARBONE

12 MATÉRIAUX

15 ENGAGEMENT CARITATIF

18 PROJET HUMAIN

21 MANIFESTE

22 ANNEXES

OBJECTIFS

2021

En 2021, nous avons défini deux axes d'actions majeurs :

01

RÉDUCTION
DE NOTRE
EMPREINTE
CARBONE

02

AMÉLIORATION
DE NOS
MATÉRIAUX



2022

En 2022,
nous avons

RENFORCÉ NOS
ACTIONS SOCIALES
ET SOCIÉTALES,

en nous engageant tant
auprès de nos
collaborateurs que
d'associations caritatives.

NOTRE PREMIER BILAN CARBONE,
BASÉ SUR NOS ÉMISSIONS 2019 NOUS
A PERMIS DE FIXER L'OBJECTIF DE

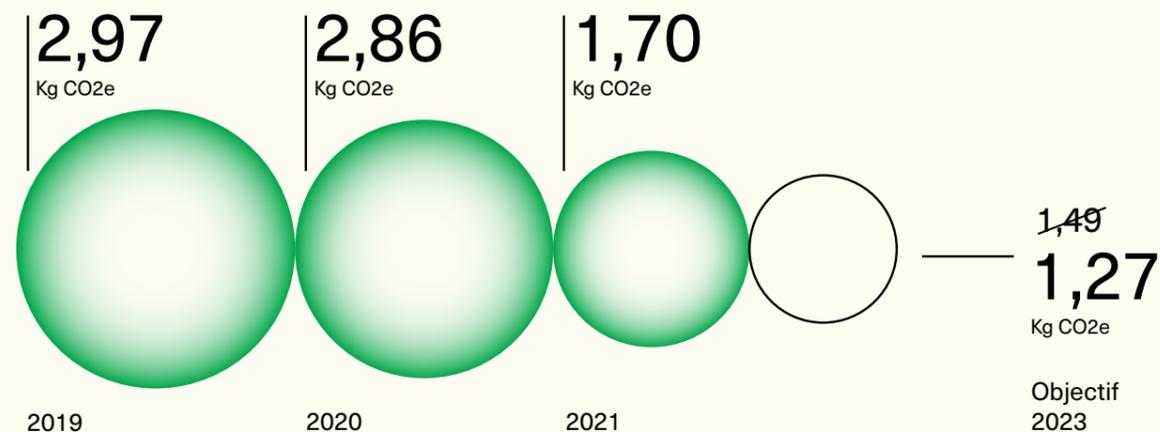
500%

**DE RÉDUCTION
D'ICI 2023**

POUR ATTEINDRE
1,27 KG DE CO2 PAR
PAIRE DE LUNETTES.

OBJECTIF

50% DE RÉDUCTION D'ICI FIN 2023



EMPREINTE CARBONE D'UNE PAIRE DE LUNETTES

Point chiffres

Lors de notre premier Bilan Carbone, nos émissions sur l'année 2019 étaient estimées à 2,55 kg. En 2020, nous avons enrichi la donnée, pour constater que cette première estimation devait être réévaluée à 2,97 kg. Pour autant, nous n'avons pas revu notre objectif final : 1,27kg de CO2 - qui auraient pu se transformer en 1,49 kg. Notre objectif est ambitieux, mais nous sommes confiants dans sa réalisation.

De quoi s'agit-il ?

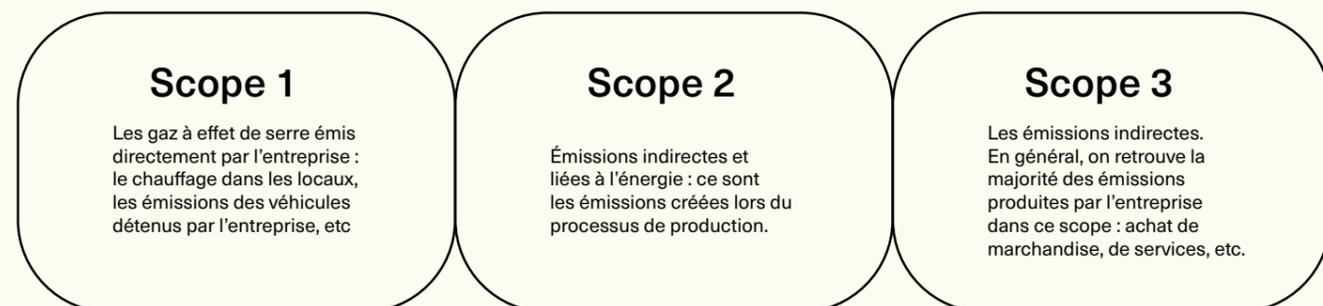
Depuis 2019, nous établissons notre Bilan Carbone annuel en analysant l'ensemble des 3 scopes définis par l'ADEME .

En 2019, nous avons identifié nos postes d'émissions majeurs et défini un plan d'action afin de **réduire notre empreinte carbone de moitié d'ici fin 2023.**

Chaque année, nous pilotons l'évolution de nos émissions par poste d'activité, afin d'évaluer l'efficacité de nos actions et les adapter. Nous analysons aujourd'hui notre **3e Bilan Carbone**, qui porte sur **notre activité 2021.**

Ce décalage est expliqué par le temps de récolte et de traitement de la donnée carbone : l'année d'activité doit être terminée avant de pouvoir récolter, trier et analyser la donnée. À terme nous souhaitons pouvoir piloter nos émissions au semestre, voire au trimestre.

Scopes définis par l'ADEME



Où en sommes-nous ?

L'année passée, nous avons enrichi notre périmètre de calcul en incluant notamment les données relatives à notre activité digitale. Nos résultats - stables comparés à notre premier exercice - devaient être étudiés à la lumière d'un contexte covid.

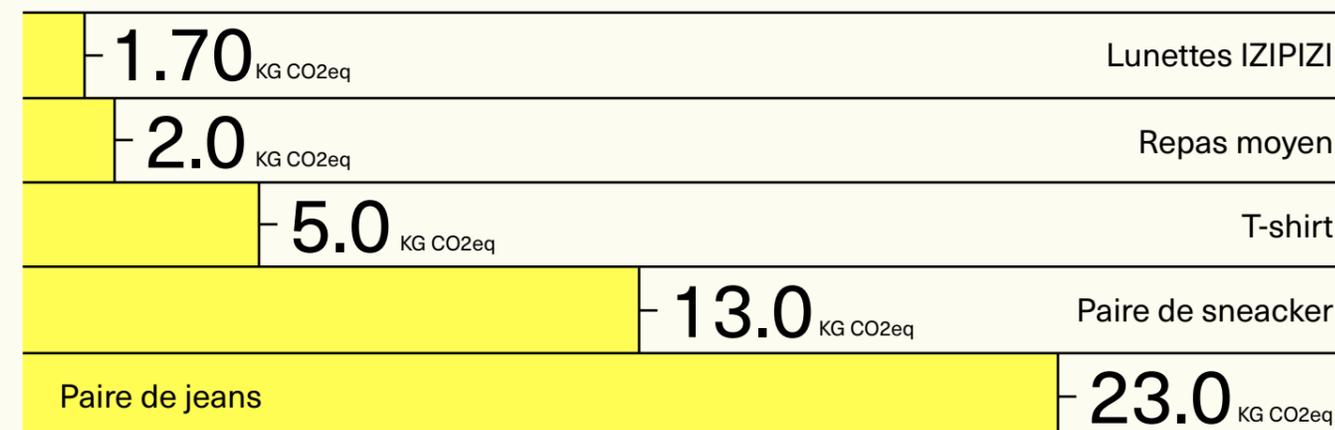
Le Bilan Carbone 2021 correspond au **premier exercice sur lequel les actions correctives ont été mises en place** afin de réduire nos émissions.

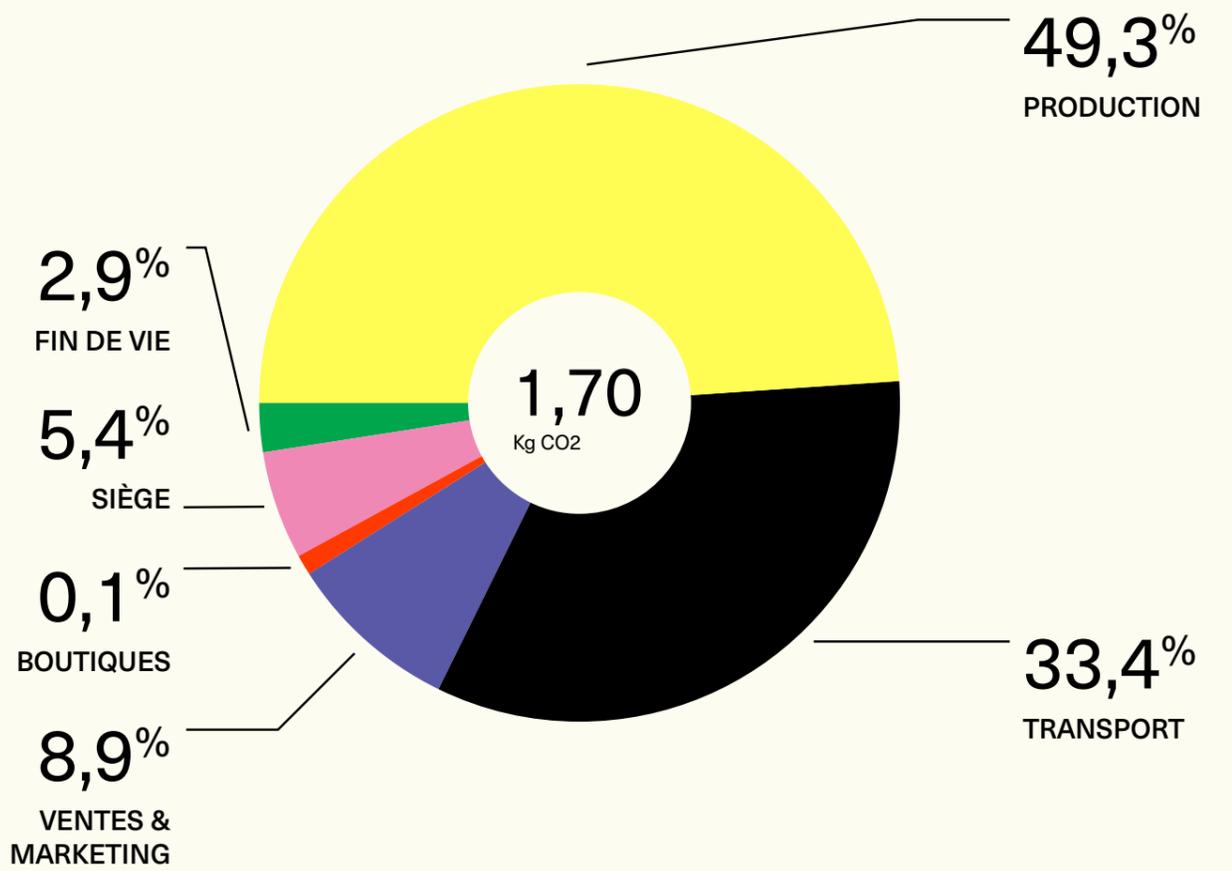


Nous sommes accompagnés par Carbo, une solution 100% web dont la mission est d'amplifier la prise de conscience pour réduire notre empreinte carbone, en construisant un bilan carbone simple, complet (sur les 3 scopes) et clé en main.

COMPARATIF

Avec différentes empreintes carbonées





ÉMISSIONS 2021 PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

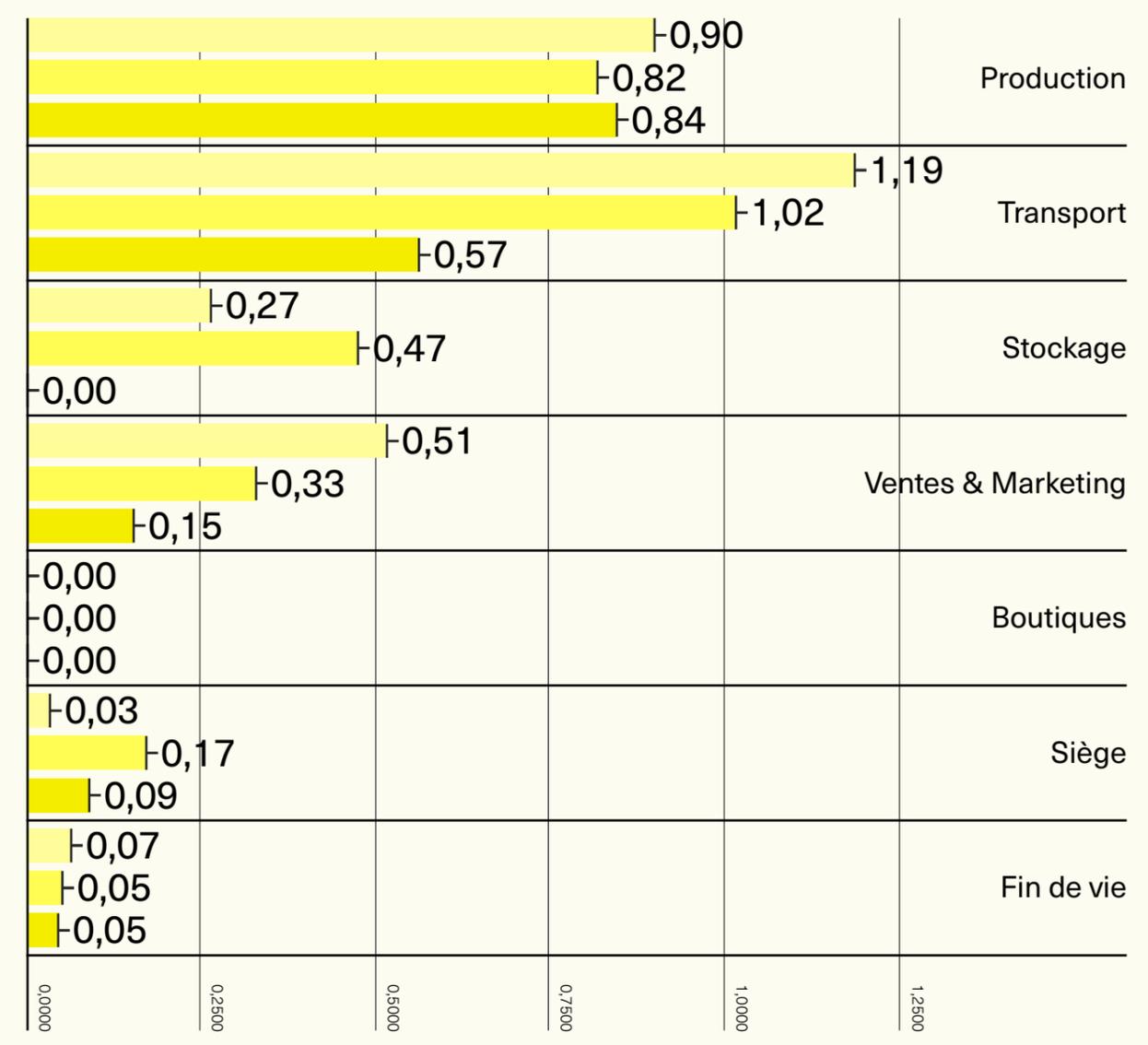
En 2021, comme pour les deux exercices précédents, **le transport & la production restent les postes d'émissions majeurs** sur lesquels nous concentrons nos efforts.

Nos émissions liées au transport ont diminué de moitié par rapport à 2019, grâce à la poursuite de notre stratégie de **réduction des envois aériens** - ce qui implique une revue en profondeur des processus internes.

Côté production, nous avons enrichi la donnée en incluant les informations de fournisseurs secondaires. Les efforts menés sur le **renouvellement des matériaux** ont permis une diminution de nos émissions globales sur ce poste par rapport à 2019, bien que nos émissions liées à la consommation d'électricité aient augmenté avec le nombre de lunettes produites (2020 étant une année covid).

Nous avons par ailleurs réduit nos émissions liées aux déplacements commerciaux et affiné notre collecte de données concernant la publicité, d'où une diminution conséquente des émissions sur le poste "Ventes et Marketing" : plutôt que des éléments financiers, nous tenons compte des matériaux utilisés et du lieu de production. C'est également le cas sur nos émissions liées au stockage : nous avons obtenu les données concernant l'électricité utilisée par notre entrepôt plutôt que des données financières liées à l'envoi de nos lunettes.

En ce qui concerne nos boutiques, nos émissions ne sont pas nulles, mais minimales en comparaison des autres postes d'émission.



ÉVOLUTION DES ÉMISSIONS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ (kg CO2)

Demain

Nous poursuivons en équipe nos efforts de réduction, avec l'objectif d'atteindre -50% d'émissions d'ici fin 2023.

Afin de rendre chaque département plus autonome dans la gestion de ses émissions et orienter son activité en fonction, nous cherchons à structurer nos outils pour plus de visibilité.

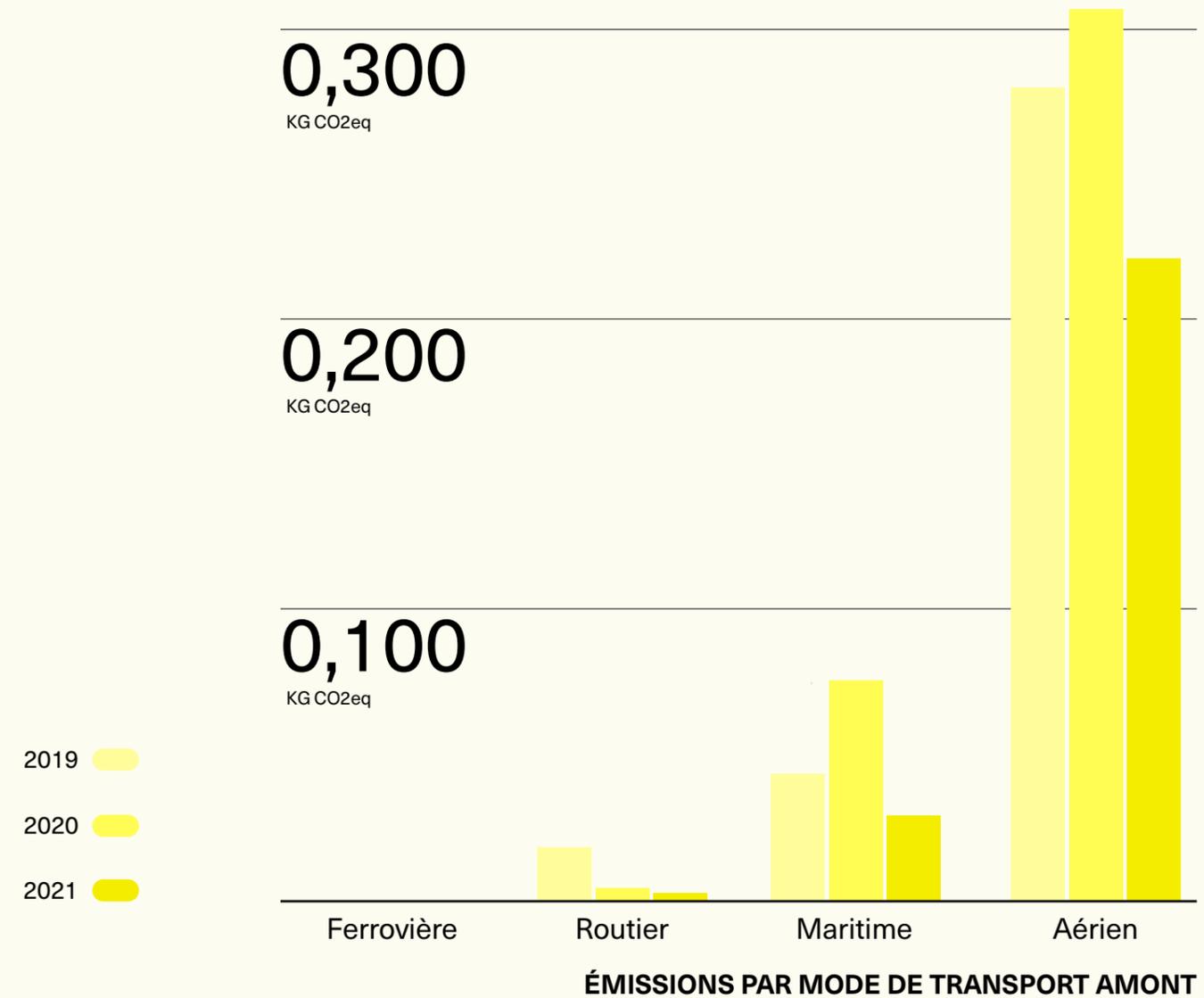
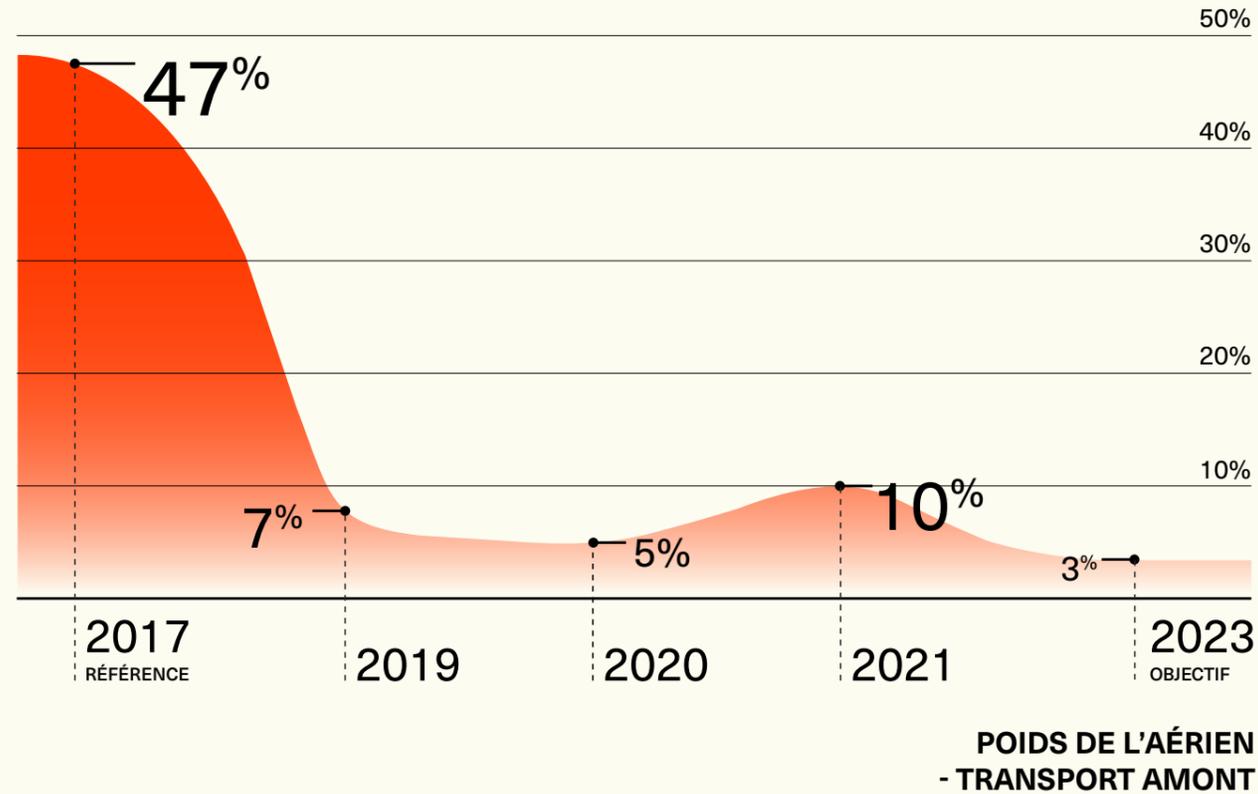
Une fois notre objectif atteint, **nous étudierons les possibilités de réduction encore plus poussées**, notamment en ce qui concerne la gestion de la fin de vie de nos lunettes.

Découvrez le détail de nos actions dans les pages suivantes.



OBJECTIF TRANSPORT AMONT

3% D'AÉRIEN D'ICI FIN 2023



De quoi s'agit-il ?

Il est ici question du **transport depuis nos centres de production en Asie vers notre entrepôt de stockage français.**

Où en sommes-nous ?

Nos efforts nous ont permis de réduire de plus d'un quart nos émissions par rapport à 2019.

En 2021 l'aérien représente encore **10% de notre transport amont, pour presque 90% de nos émissions** sur ce poste.

Cette hausse dans la part des transports par rapport à l'année dernière est due à une sous-évaluation de nos performances commerciales, nécessitant de recourir à des modes d'envois rapides. Nous y avons par ailleurs été contraints par des délais de production rallongés que nous n'avions pas anticipés.

Demain

Nous maintenons notre objectif de **3% d'aérien d'ici fin 2023.**

Nous avons appris de nos erreurs de 2021 et avons augmenté nos stocks de sécurité sur nos produits best sellers afin de faire face à des pics d'activité et **prévenir tout recours en urgence à l'aérien.**

Nous continuons par ailleurs à travailler sur la régionalisation de nos centres de stockage et de production pour **réduire des distances parcourues par nos lunettes.**

Nous aurons pour autant toujours du transport entre ces lieux, et étudions de nouveaux leviers de réduction tels que le choix d'**énergies moins émettrices** sur les approvisionnements maritimes (bio fioul...)

AUGMENTER LA PART DU TRANSPORT ROUTIER : 80% EN B2B ET 60% EN B2C

De quoi s'agit-il ?

Le transport aval concerne les **envois de notre entrepôt vers nos boutiques et revendeurs.**

Comme pour le transport amont, l'aérien est le mode de transport le plus émetteur. Nous avons donc la volonté de **favoriser les solutions de transport routier**, afin de réduire nos émissions au maximum.

Où en sommes-nous ?

Entre 2019 et 2021, **nous avons réduit nos émissions de plus de 60%** sur ce poste en limitant l'aérien. Ce mode de transport concerne en 2022 moins de 30% de nos envois B2B et 50% de nos envois B2C, pour 90% de nos émissions.

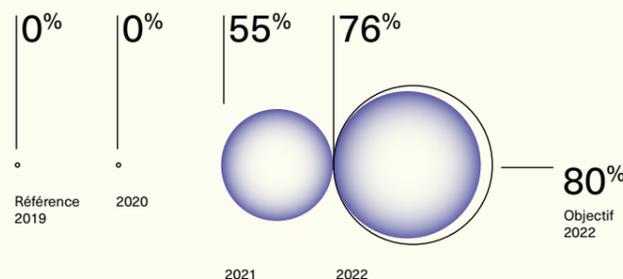
En comparaison, le **transport routier représente aujourd'hui 72% des envois B2B et 50% des envois B2C**, pour moins de 2% de nos émissions !

Nous avons donc pour objectif d'**inciter nos clients à choisir des envois en routier** - bien que ce soit plus long.

En complément de cette démarche de réduction, nous nous sommes associés à des **partenaires de transport qui compensent leurs émissions** : Chronopost, ainsi que le programme Go Green de DHL.

En 2021, nous nous étions fixé l'objectif de compenser 80% des volumes d'envois B2C, en encourageant nos clients web à opter pour les solutions de transport concernées. Nous avons atteint **76% fin 2022.**

En début d'année, nous avons étendu nos actions aux **envois B2B** - qui concernent des commandes plus lourdes et donc d'autant plus émettrices. Les émissions de 72% de ces envois ont été compensées cette année.



VOLUMES D'ENVOIS COMPENSÉS - TRANSPORT AVAL

Demain

Nous poursuivons nos efforts pour réduire nos émissions en révisant le catalogue d'offres de transport que nous proposons à nos clients : **en proposant un maximum de solutions d'envoi en routier** plutôt qu'en aérien, nous souhaitons que ce mode de transport atteigne **80% de nos envois B2B et 60% de nos envois B2C** d'ici la fin de l'année.

Pour 2023, nous visons par ailleurs de **compenser 80% de nos volumes d'envoi** tant sur le B2B que le B2C.



RÉDUCTION DES ÉMISSIONS LIÉES AUX MATIÈRES PREMIÈRES

De quoi s'agit-il ?

Nous parlons ici des **émissions liées à la production de nos lunettes** (la production de mobilier & PLV est exclue). Ces émissions sont liées à la consommation d'électricité, aux matières premières, aux déchets de production...

Où en sommes-nous ?

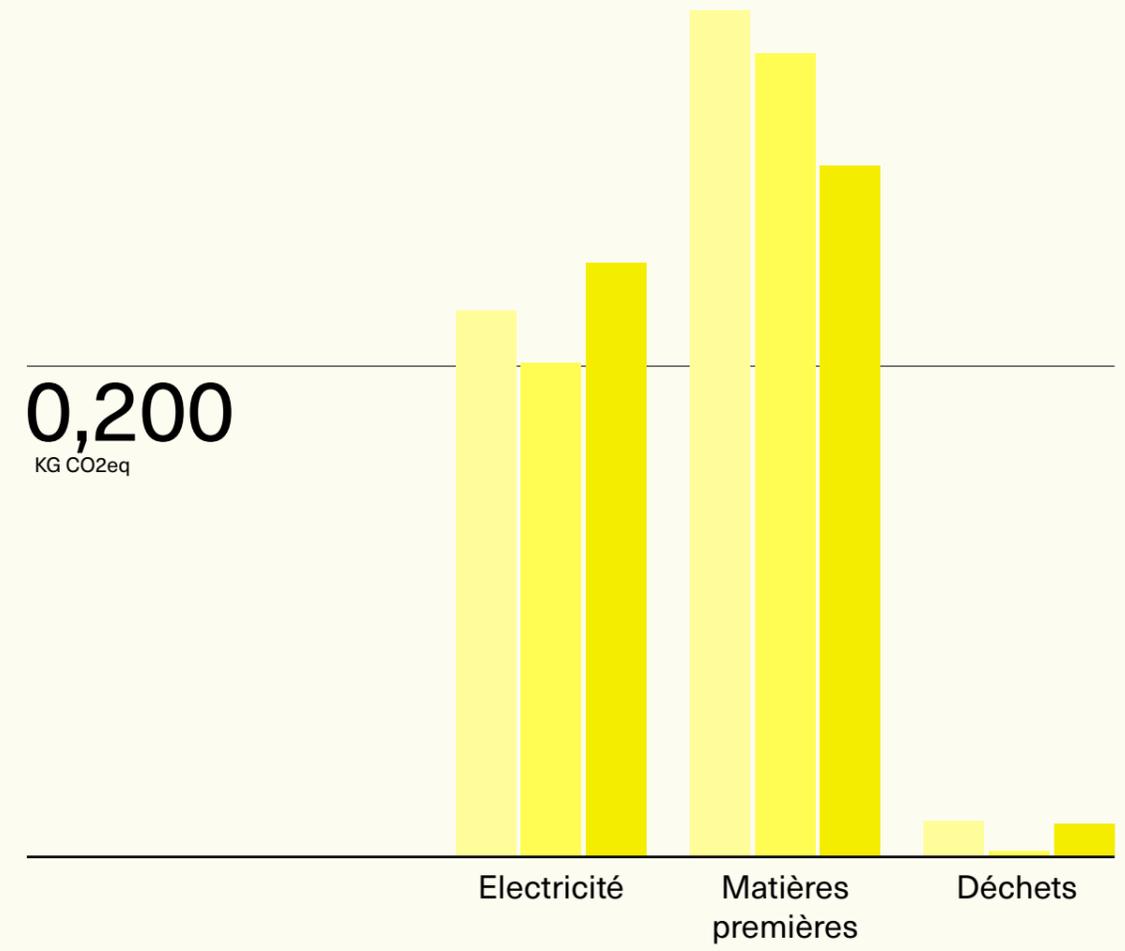
Pour notre bilan carbone 2021, nous avons enrichi notre donnée en intégrant les émissions liées à nos fournisseurs secondaires.

Comme pour les années précédentes, **les émissions restent majoritairement concentrées sur les postes matières premières et consommation d'électricité.** Les volumes de production étant plus conséquents en 2021, nos émissions ont augmenté sur le poste électricité (+20% vs. 2020), et les émissions liées aux matières premières diminuent grâce à l'introduction de **nouveaux matériaux biosourcés.**

0,400
KG CO2eq

0,200
KG CO2eq

2019
2020
2021



ÉMISSIONS PAR MODE DE TRANSPORT AMONT

Demain

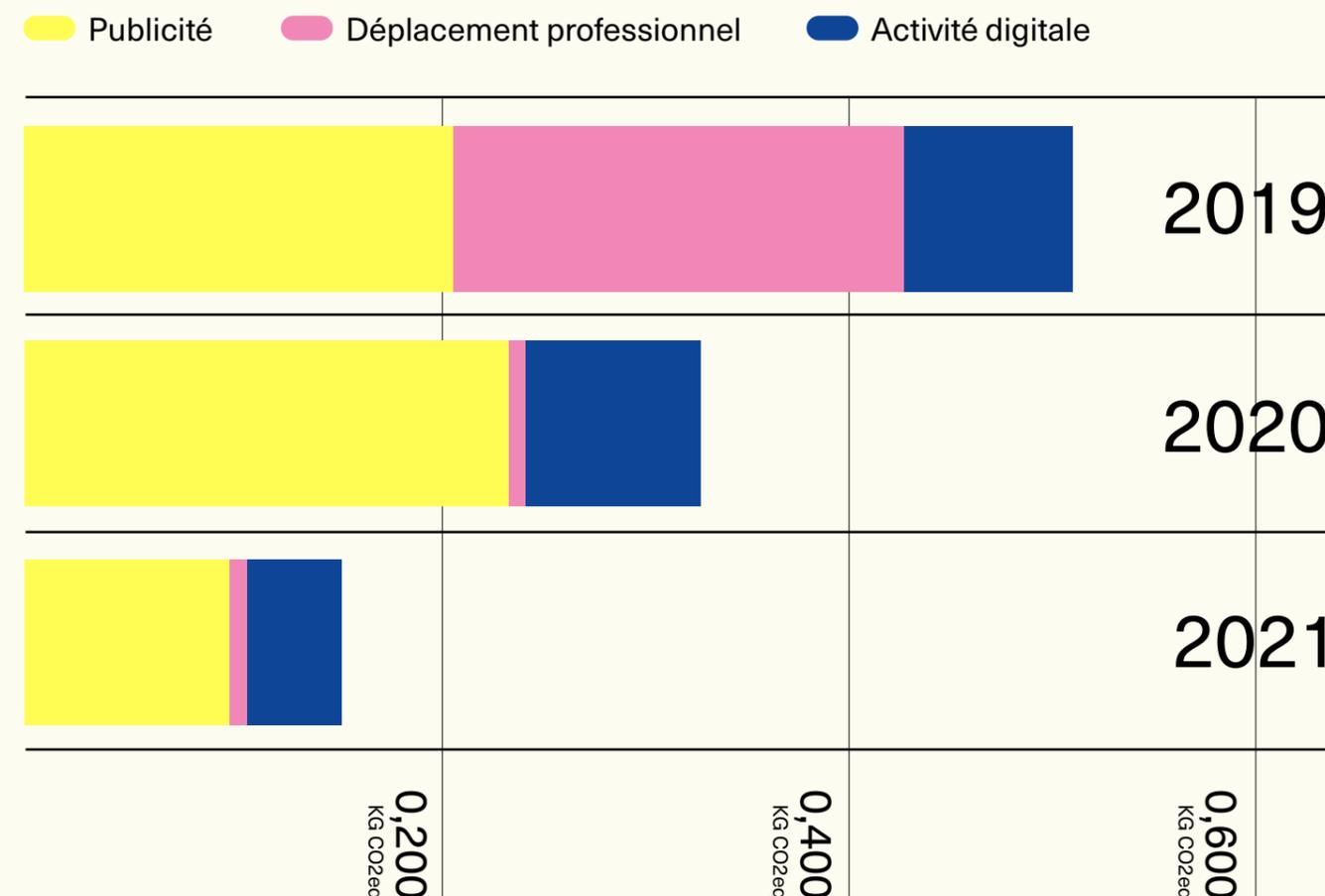
Nous nous sommes engagés à **renouveler nos matériaux** (cf. page 11) pour des solutions plus responsables tout en travaillant à **réduire à la fois la quantité de matière utilisée pour produire une paire de lunettes et la perte de matière.** Ces évolutions ont été opérées en 2022 et devraient porter leurs fruits sur notre Bilan Carbone 2023.

Il n'y a pas encore eu d'action concrète menée pour la réduction de notre consommation d'électricité en 2021. Nous souhaitons **engager nos partenaires dans une démarche de réduction**, en les accompagnant dans la réalisation de leur Bilan Carbone d'ici fin 2024.

Pour ce faire, nous avons rédigé notre **Charte de politique d'achats responsables** en 2022, que nous diffuserons prochainement à nos partenaires avant de construire ensemble la feuille de route leur permettant de s'y rendre conforme.

CHOIX DES SOLUTIONS DE TRANSPORT LES MOINS ÉMETTRICES

RATIONALISATION DES OUTILS PUBLICITAIRES



ÉMISSIONS PONDÉRÉES PAR POSTE

De quoi s'agit-il ?

Ce poste comprend les émissions liées aux déplacements professionnels, aux activités de promotion commerciale et à l'activité digitale de notre site web.

Où en sommes-nous ?

Malgré la reprise d'activité en 2021, nos émissions liées aux déplacements professionnels restent très basses : nous avons **favorisé des déplacements peu émetteurs** et commencé à structurer les équipes plus localement pour **éviter les longues distances**.

Plus de 60% des émissions de ce poste sont portées par la publicité, principalement en ligne. Nos émissions ont diminué, mais cette diminution est principalement liée à l'**affinage de notre méthode de calcul** : précédemment nous n'étions en mesure de prendre en compte qu'un facteur financier. Désormais, la matière première, le lieu de production et le transport liés aux outils publicitaires physiques sont pris en compte.

Demain

Riches de ces enseignements, nous poursuivons nos efforts pour réduire encore ces émissions :

- en optant pour des **solutions de transport moins émettrices**
- en **rationalisant nos outils publicitaires** (physiques & digitaux)
- en choisissant des **matériaux responsables** (recyclés / recyclables...) et une **production locale** dans la mesure du possible

NOUS NOUS SOMMES FIXÉ L'OBJECTIF
D'ICI FIN 2023 DE RÉALISER

300%

DE NOTRE PRODUCTION EN BIOSOURCÉ

C'EST-À-DIRE DANS
UN MATÉRIAU EN PARTIE
ISSU DE PLANTES. NOUS
CONTINUONS D'EXPLORER
EN PARALLÈLE DES
PISTES ALTERNATIVES.

OBJECTIF MATÉRIAUX

30% DE PRODUITS BIOSOURCÉS D'ICI FIN 2023

De quoi s'agit-il ?

Depuis 2018, nous recherchons des alternatives durables au polycarbonate qui compose nos lunettes. Un exercice d'équilibriste, car nous souhaitons aussi que nos lunettes restent accessibles.

Nous avons identifié un nouveau matériau biosourcé répondant à ces besoins : il est composé à 45% à partir d'huile de ricin - soit d'autant moins d'énergies fossiles.

Notre objectif est de le déployer sur 30% de notre production à horizon 2023.

Où en sommes-nous ?

Nous avons démarré la transition en 2020 avec le modèle SLIM, et avons élargi l'utilisation de ce matériau à nos 2 nouveaux modèles SPORT : SPEED et ZENITH en 2021.

Depuis 2022, tout nouveau modèle est biosourcé !

En parallèle, nous déployons ce matériau biosourcé à nos modèles existants. Ceci nécessite de **revoir l'ensemble de notre système de production** : nos outils industriels actuels ne sont pas adaptés pour travailler ce nouveau matériau. Après avoir défini une feuille de route en 2021, nous avons opéré les premiers changements en 2022.

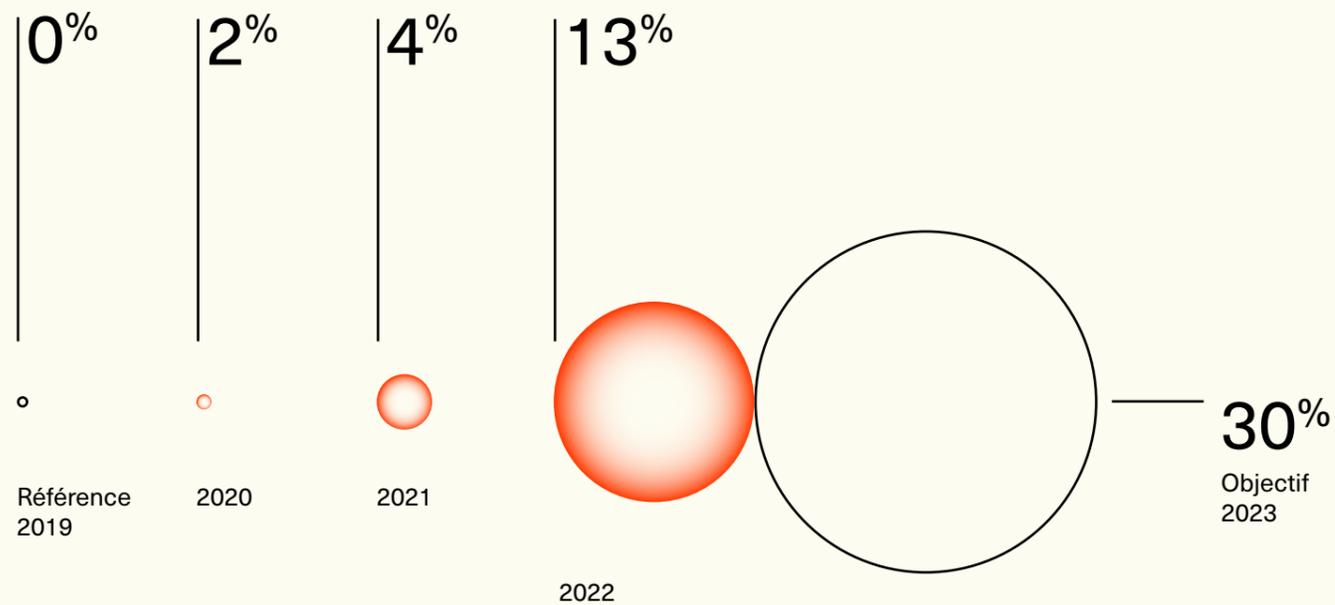


DEPUIS 2022, TOUS NOS NOUVEAUX MODÈLES SONT BIOSOURCÉS

Cette année, **13% de notre production est biosourcée**. Ces changements ne se reflètent pas dans le Bilan Carbone 2021, mais seront visibles dès l'édition 2022.

Nous travaillons également à l'amélioration de nos modèles enfant, qui respectent d'autres normes* et pour lesquels nous ne pouvons donc utiliser le matériau sélectionné pour nos modèles adultes.

**Norme EN71 relative aux jouets et accessoires pour enfant, qui doivent être anallergiques et sans Bisphénol-A*



Part des produits biosourcés dans la production

Demain

Au-delà de nos nouveaux modèles, nous souhaitons réviser l'ensemble de notre offre existante. Le changement est entamé cette année et se poursuit pour un renouvellement global. Notre objectif : **100% de produits biosourcés ou recyclés d'ici fin 2025**. Chaque jour, des progrès sont faits sur des matériaux, nous continuons donc d'explorer des pistes alternatives au biosourcé.

Au-delà du renouvellement de nos matériaux, nous travaillons à la réduction des volumes de matières utilisés pour la production - et les déchets qui y sont liés, afin d'éviter toute perte inutile.



Notre mission prend encore plus de sens lorsqu'elle s'incarne dans des actions concrètes, c'est pourquoi

**NOUS APPORTONS
NOTRE SOUTIEN À DES
ASSOCIATIONS
CARITATIVES**

en encourageant également nos
collaborateurs à s'investir
personnellement à leurs côtés.

PRENDRE SOIN DE TOUTE LA FAMILLE, DANS TOUS LES MOMENTS DE LA VIE

En 2022, nous continuons de soutenir nos deux associations partenaires : **L'Union pour l'Enfance** et **La Cloche**.

La première œuvre au service des enfants et des parents vulnérables. Elle développe des programmes de protection et d'insertion, afin de préserver le lien familial et de permettre aux enfants de s'épanouir.

La Cloche engage chacun à agir contre la grande exclusion. Elle anime des activités, formations et événements de proximité afin de changer le regard que nous portons sur le monde de la rue.

Ces missions font écho à notre ambition : **apporter de la joie au plus grand nombre et protéger les yeux de tous, dans toutes les circonstances de la vie.**



Nous nous sommes engagés à équiper les bénévoles de ces associations pendant au moins deux ans, mais aussi et surtout à les soutenir financièrement.

Nos dons doivent notamment permettre de :

L'UNION POUR L'ENFANCE



01 Prévenir et lutter contre tout décrochage

En rénovant une école pour garantir aux jeunes d'être formés à l'utilisation de nouveaux équipements répondant aux besoins des différentes filières de production.

02 Protéger les enfants

En ouvrant un nouveau lieu de vie pour accueillir les jeunes qui nécessitent une protection adaptée et accompagnante.

03 Aider à la parentalité

En fondant un gîte pour enfants, qui offrira un temps de répit à des familles en difficulté et facilitera ainsi la restauration du lien parent-enfant.

LA CLOCHE



01 Recréer du lien social dans 2 nouvelles villes françaises

à travers la distribution de repas, chorales, potagers partagés...

02 Changer le regard sur la vie dans la rue dès le plus jeune âge

En multipliant les actions d'information et de sensibilisation sur l'inclusion dans les écoles élémentaires.

03 Permettre à chacun de s'engager

En organisant des ateliers pédagogiques auprès des bénévoles mais aussi des nouveaux intéressés pour leur donner les clés et gestes simples pour aborder différemment le monde de la rue.

NOS COLLABORATEURS, MOTEURS DE NOTRE ÉLAN SOLIDAIRE

OFFRIR CE QUE NOUS FAISONS DE MIEUX

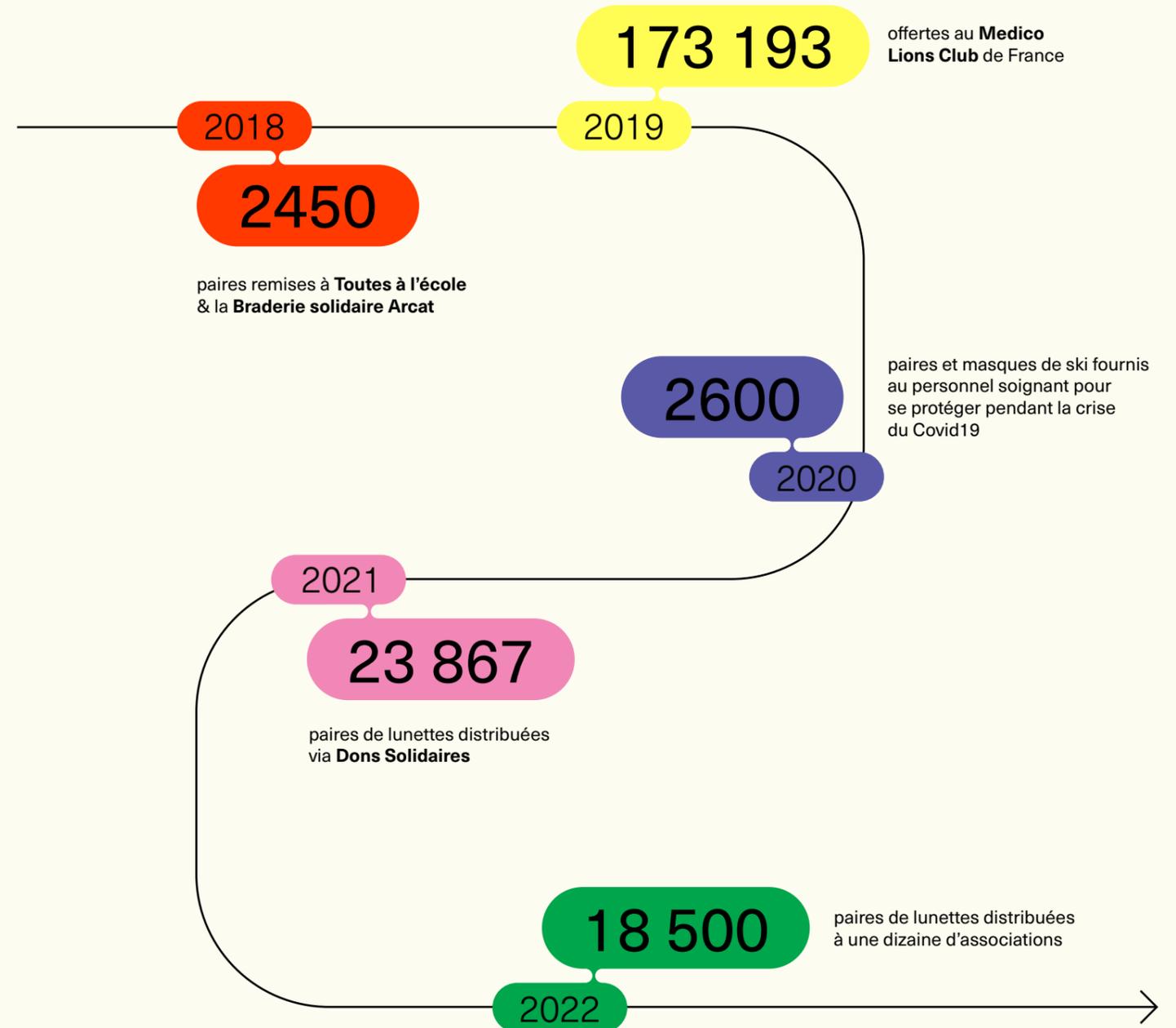
En parallèle de nos dons monétaires et de compétences, nous continuons à offrir des paires aux associations qui en ont besoin.



Nous proposons à chacun de nos collaborateurs d'offrir **deux jours par an** ses compétences à l'association de son choix. Pour ce faire, nous travaillons avec Vendredi, plateforme d'engagement citoyen qui simplifie la gestion des actions solidaires en mettant en relation associations et les collaborateurs qui souhaitent s'engager.

+100 heures de bénévolat

ont ainsi été réalisées en 2022, et **90% de nos collaborateurs** sont inscrits dans la démarche.



Avoir le smile et le partager est au
coeur du projet humain d'IZIPIZI.
Nous considérons que

LE BIEN-ÊTRE DE NOTRE ÉQUIPE ET SON DÉVELOPPEMENT

doivent nous permettre
de voir plus loin, ensemble.

CONSTRUIRE ENSEMBLE

Depuis plus de 10 ans, nous nous sommes engagés à **construire ensemble** une offre, une mission et une organisation qui nous ressemblent.

Toute l'équipe est investie autour de notre mission : donner le sourire au plus grand nombre, en créant des lunettes accessibles qui respectent la planète et protègent vos yeux à chaque moment de la vie.

L'ensemble de nos objectifs de développement sont donc partagés à tous nos collaborateurs de manière transparente et transversale. Notre objectif : **que chacun puisse s'investir dans une démarche collaborative**, dans le respect de nos valeurs.

GRANDIR ENSEMBLE

Le développement des équipes est au cœur de la démarche IZIPIZI : qu'il soit professionnel, managérial ou personnel.

Offrir des perspectives d'évolution est un enjeu majeur de la politique de nos ressources humaines. Nous réalisons donc régulièrement des évaluations des performances, entretiens de développement et formations, afin de permettre des montées en compétence, dans un cadre où la mobilité transverse est facilitée et accompagnée.

Notre culture managériale est construite dans cette perspective, et **nos managers apprennent à accompagner leurs équipes** pour être en mesure de les faire progresser.

Nous sommes persuadés que s'ouvrir au monde et à son actualité est un plus pour le développement de chaque collaborateur. Nous proposons donc des conférences, formations et ateliers de brainstorming sur des sujets d'actualité accessibles à tous !

HAPPY

Notre ambiance de travail est **positive** pour permettre à chacun de donner le meilleur de lui-même.

Résolument **optimistes**, nous nous améliorons en tirant des enseignements de chaque situation pour créer, avec le sourire, des lunettes qui le donnent !

EASY

Nous promovons **l'attention aux autres, la confiance et la transparence**, pour permettre à chacun de s'exprimer avec sincérité.

Nous simplifions toujours ce qui peut l'être, les process comme les discours.

OPEN

Nous nous appuyons sur les talents qui nous entourent pour encourager les **rencontres** et le **partage**.

En challengeant l'existant sans craindre le changement, nous renforçons notre capacité à mener à bien nos projets.

WOOW

Nous visons haut et cultivons notre **singularité** pour rester innovant et créer la surprise.

L'audace est au cœur de tous nos projets, pour que nos équipes soient fières de ce qu'elles accomplissent !

NOS VALEURS SONT LE CIMENT QUI FAIT DE NOUS UNE ÉQUIPE SOUDÉE ET ENGAGÉE.

VIVRE ENSEMBLE

La IZIPIZI House, notre Siège à Paris, et nos différentes boutiques ont été pensés pour que chaque collaborateur évolue dans **les meilleures conditions de travail.**

Un soin tout particulier est apporté à ces espaces, avec un design moderne, une technologie facile d'accès et la recherche des petits plus qui peuvent apporter du confort aux équipes. **Les lieux de rencontre et de partage** sont aménagés pour encourager la convivialité.



DES ENGAGEMENTS ÉVALUÉS PAR NOS ÉQUIPES

Pour que nos intentions ne restent pas à l'état de vœux, nos collaborateurs sont consultés chaque année pour récolter leur ressenti sur la qualité de vie au travail, mais aussi sur la performance RH et managériale de l'entreprise.

Et c'est grâce à leurs réponses que nous sommes fiers d'être **labellisés Great Place to Work**, intégrant même en 2022 le classement des 25 entreprises de notre catégorie les mieux notées.



MANIFESTE

Nous sommes une équipe soudée et investie, désireuse d'avancer ensemble vers un monde vertueux. Depuis plus de 10 ans, nous fabriquons des lunettes accessibles, colorées, pour tous, pour chaque moment de la vie.

À notre échelle, nous nous engageons à toujours améliorer notre organisation, à réduire notre impact sur la planète, à travailler la qualité de nos matériaux, à renforcer nos actions sociétales, tout en gardant cette accessibilité qui fait notre singularité.

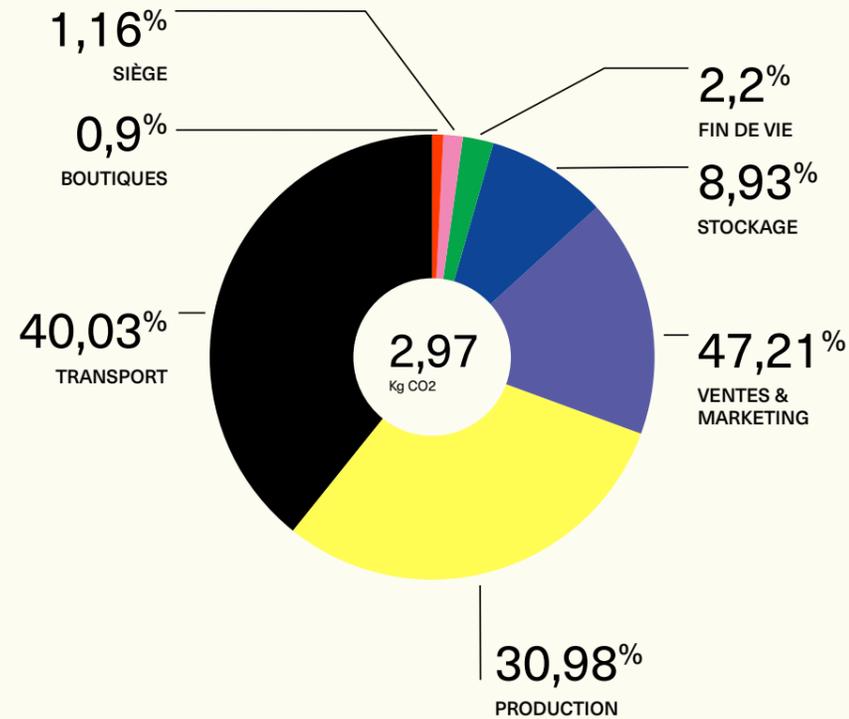
Nous sommes en chemin, nous avons à coeur d'évoluer avec vous en toute transparence et avec le sourire.

ANNEXES

ANNEXES

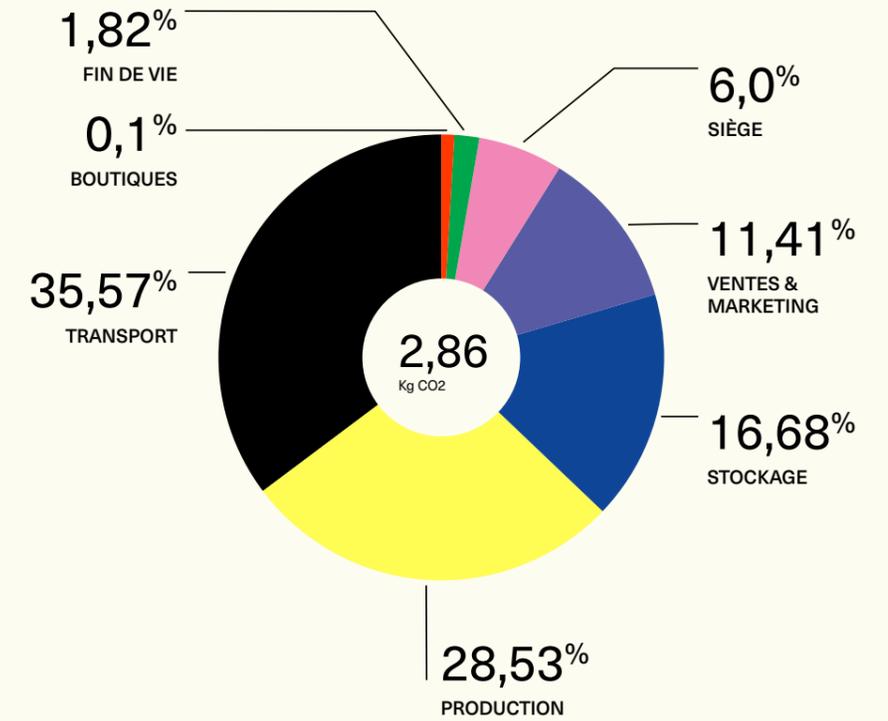
BILAN CARBONE 2019

En Kg CO2



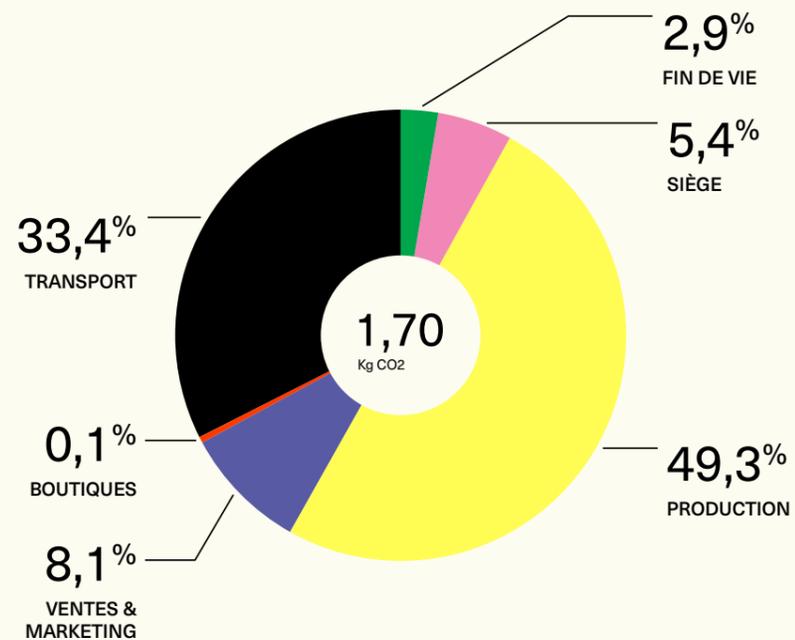
BILAN CARBONE 2020

En Kg CO2



BILAN CARBONE 2021

En Kg CO2



Le bilan carbone

Le Bilan Carbone consiste à évaluer les émissions de gaz à effet de serre (GES) directes et indirectes d'une entreprise dans le cadre de son activité sur une année.

Elles sont mesurées en CO2e et sont classées en 3 grandes catégories :



ANNEXES

Transport

	2019	2020	2021
fret	0,02	0,01	0,01
amont	0,36	0,39	0,26
aval	0,83	0,62	0,30
TOTAL	1,20	1,02	0,57

Kg CO2 pondéré

TYPES DE TRANSPORT *par paire de lunettes*

	2019	2020	2021
aérien	0,75	0,61	0,52
maritime	0,00	0,00	0,03
routier	0,07	0,01	0,01
ferroviaire	0,00	0,00	0,00
TOTAL	0,83	0,62	0,57

Kg CO2 pondéré

MODES DE TRANSPORT *par paire de lunettes*

	2019	2020	2021
aérien	0,28	0,31	0,22
maritime	0,05	0,08	0,00
routier	0,02	0,00	0,03
ferroviaire	0,00	0,00	0,00
TOTAL	0,35	0,39	0,26

Kg CO2 pondéré

MODES DE TRANSPORT AMONT *par paire de lunettes*

Ventes et marketing

	2019	2020	2021
communication	0,21	0,23	0,10
déplacements pro	0,22	0,01	0,01
site web	0,09	0,09	0,05
TOTAL	0,51	0,33	0,15

Kg CO2 pondéré

VENTE & MARKETING

	2019	2020	2021
aérien	0,22	0,01	0,01
routier	0,00	0,00	0,00
ferroviaire	0,00	0,00	0,00
TOTAL	0,22	0,01	0,01

Kg CO2 pondéré

MODES DE DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS

	2019	2020	2021
communication offline	0,04	0,07	0,04
communication digitale	0,16	0,16	0,06
TOTAL	0,21	0,23	0,10

Kg CO2 pondéré

TYPES DE COMMUNICATION

ANNEXES

Siège

	2019	2020	2021
bâtiments	0,008	0,013	0,010
déplacements quotidiens	0,001	0,035	0,000
activité digitale	0,013	0,051	0,010
électricité	0,001	0,000	0,010
entretien	0,011	0,001	0,000
support	0,000	0,072	0,040
vie d'équipe	0,001	0,001	0,020
TOTAL	0,036	0,173	0,090

Kg CO2 pondéré

SIÈGE

Production

	2019	2020	2021
électricité	0,34	0,30	0,37
matières premières	0,52	0,49	0,43
déchets	0,02	0,00	0,02
eau	0,00	0,00	0,00
emballage	0,02	0,01	0,03
TOTAL	0,90	0,82	0,84

Kg CO2 pondéré

PRODUCTION

Boutiques

	2019	2020	2021
bâtiments	0,0017	0,0013	0,00
électricité	0,0010	0,0015	0,00
TOTAL	0,0027	0,0028	0,00

Kg CO2 pondéré

BOUTIQUES

