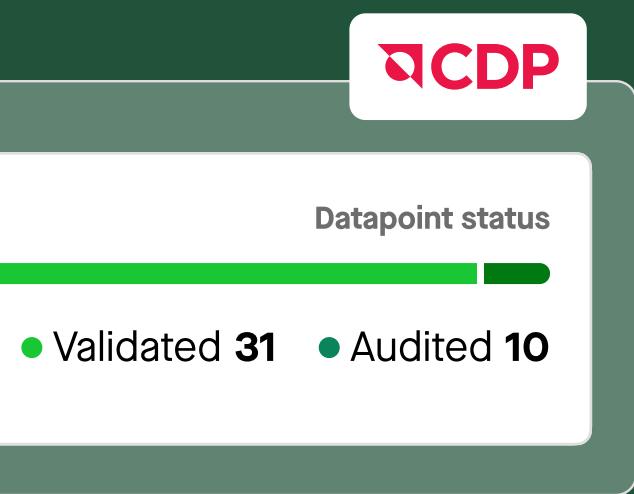


Comment améliorer votre score CDP ?



GUIDE



Disclosure coverage

58%

● Covered



Dans ce guide vous allez :

- ✓ Comprendre comment fonctionne la notation CDP
- ✓ Préparer efficacement votre reporting
- ✓ Découvrir comment améliorer votre score

Sommaire

- 01 Introduction
- 02 Partie 1 : Comprendre le système de notation CDP
- 03 Partie 2 : Votre roadmap vers le score A
- 04 Partie 3 : Votre boîte à outils CDP

Ils nous font confiance

L'ORÉAL



CAUDALÍE

THALES

CRÉDIT
AGRICOLE

CMA CGM

engie

TF1

LACOSTE



SWEET

O1 Introduction

En 2025, plus de 22 000 entreprises ont répondu au questionnaire CDP. Parmi elles, 4% ont obtenu la meilleure note - un score "A" – sur au moins un des trois volets évalués : Climat, Eau ou Forêts.

Comment rejoindre ce cercle restreint d'entreprises qui démontrent un leadership environnemental reconnu ? C'est tout l'objet de ce guide.

Pourquoi le score CDP est stratégique

Les scores du CDP sont de plus en plus utilisés pour orienter les décisions d'investissement et d'approvisionnement.

Obtenir un bon score est donc à la fois une preuve de votre engagement, mais aussi un moyen d'améliorer votre performance business.

Votre score CDP est important pour :

- **Les investisseurs** : ils utilisent le CDP pour évaluer les risques climatiques de leur portefeuille
- **Vos clients** : de nombreuses grandes entreprises regardent attentivement le reporting CDP de leurs fournisseurs

Améliorer votre score CDP, c'est aussi l'occasion pour vous de structurer durablement votre démarche climat et d'impliquer toute l'organisation dans la transition.





“La transparence stimule l'action à tous les niveaux. Dans les deux ans qui suivent la demande d'un investisseur, les entreprises qui publient des informations par l'intermédiaire du CDP réduisent leurs émissions directes de 7 à 10 %.”

Simon Fischweicher
Chief Delivery Officer



02 Partie 1 : Comprendre le système de notation CDP

Les bases

À quoi correspondent les notes données par le CDP (A à F) ?

Le CDP note les entreprises de A à D-, avec un F pour celles qui ne fournissent pas assez d'informations.

Voici ce que signifie chaque niveau :

- **A (A-list)** : l'entreprise fait partie des leaders en matière de durabilité
- **A- (Leadership)** : l'entreprise démontre un leadership fort mais n'atteint pas tous les critères pour être A-list
- **B/B- (Management)** : l'entreprise prend des mesures coordonnées sur les enjeux environnementaux
- **C/C- (Awareness)** : l'entreprise connaît ses impacts environnementaux et commence à agir
- **D/D- (Disclosure)** : l'entreprise divulgue des données mais n'a pas encore démontré de gestion des enjeux
- **F** : absence de réponse

Les trois volets évalués

Le CDP évalue les entreprises sur trois thématiques distinctes :

1. **Climat** : vos émissions de GES, risques et opportunités climatiques, stratégie de réduction
2. **Eau** : votre gestion de l'eau et les risques liés au stress hydrique
3. **Forêts** : votre impact sur la déforestation et la gestion des matières premières à risque

La plupart des entreprises commencent par le volet Climat, le plus demandé par les investisseurs et clients.

La méthodologie de scoring du CDP

Pour chaque question, le CDP évalue :

- **La complétude** : avez-vous répondu à toutes les parties de la question ?
- **La qualité** : votre réponse est-elle claire, précise et étayée ?
- **La cohérence** : vos réponses sont-elles cohérentes entre elles ?
- **Les preuves** : pouvez-vous démontrer ce que vous avancez ?

Chaque question rapporte des points

Chaque question du questionnaire CDP peut vous rapporter des points dans plusieurs catégories en même temps (Leadership, Management, Awareness, Disclosure).

Exemple :

Imaginons la question : "Quels sont vos risques climatiques ?"

- Si vous répondez de manière complète : **+8 points Divulgation**
- Si vous identifiez des risques précis : **+3 points Sensibilisation**
- Si vous expliquez comment vous les gérez : **+1 point Management**
- Si vous montrez que vous anticipiez et innovez : **+1 point Leadership**

Vos réponses impactent les points disponibles

C'est important de le garder en tête : le nombre de points maximum que vous pouvez gagner dépend de votre réponse.

Exemple : l'identification de vos risques et opportunités environnementaux

Scénario 1

Vous dites : "Nous n'avons pas de processus d'identification des risques et opportunités"

- Points gagnés : 0
- Points disponibles : 7
- Résultat : 0/7

Le CDP vous pénalise doublement ici car vous n'avez rien déclaré :

- **Pénalité 1 : Vous ne gagnez aucun point**
- **Pénalité 2 : Vous êtes jugé sur le maximum de points (7 au lieu de 3), ce qui fait chuter votre score global**

Scénario 2

Vous dites : "Nous avons un processus pour identifier les risques, mais pas pour les opportunités"

- Points disponibles : 3
- Si vous répondez bien : jusqu'à 1.5/3

Scénario 3

Vous dites : "Nous avons un processus pour identifier les risques et les opportunités environnementaux"

- Points disponibles : 3
- Si vous répondez bien : jusqu'à 3/3

Conclusion : plus votre réponse est ambitieuse et complète, plus vous avez de points à gagner.

Les 3 étapes du calcul final

Étape 1 : Attribution des points

À chaque question, vous gagnez des points selon la qualité de votre réponse.

Étape 2 : Calcul de votre pourcentage

Le CDP fait la somme de tous les points gagnés dans chaque catégorie (Disclosure, Awareness, Management, Leadership), puis calcule le maximum de points que vous auriez pu gagner (les points disponibles) en fonction de vos réponses.

$$\frac{\text{Points gagnés}}{\text{Points disponibles}} = \text{Votre pourcentage dans chaque catégorie}$$

Étape 3 : Attribution de la note finale

Le pourcentage que vous obtenez dans chaque catégorie va définir votre note globale.

Pour atteindre une catégorie spécifique (et donc la note finale associée), il faut contribuer à plus de 80% à chaque catégorie précédente.

Pour obtenir un A (Leadership) :

- Vous devez avoir au moins 80% en Management
- Vous devez avoir au moins 80% en Sensibilisation
- Vous devez avoir au moins 80% en Divulgation
- ET respecter tous les critères essentiels

Pour obtenir un B (Management) :

- Vous devez avoir au moins 80% en Sensibilisation
- Vous devez avoir au moins 80% en Divulgation
- ET respecter les critères essentiels

Pour obtenir un C (Sensibilisation) :

- Vous devez avoir au moins 80% en Divulgation

Le « - »

Si votre pourcentage dans votre catégorie actuelle est inférieur à environ 45%, vous obtenez un moins.

Exemple :

- Vous avez 85% en Divulgation, 82% en Sensibilisation, mais seulement 40% en Management
- Vous obtenez un **B-** (pas assez fort en Management pour avoir un B)

Les critères essentiels : des conditions non négociables

Certaines actions sont obligatoires pour atteindre certains niveaux, peu importe vos points.

Exemple pour obtenir un A

Même si vous avez tous les points nécessaires, vous **devez absolument** avoir :

- Une vérification tierce de 100% de votre Scope 1
- Une vérification tierce de 100% de votre Scope 2
- Une vérification tierce d'au moins 70% de votre Scope 3

Si vous ne respectez pas ces critères, vous obtiendrez la note de A-, même avec d'excellents scores dans toutes les catégories.



“La transparence stimule l'action à tous les niveaux. Dans les deux ans qui suivent la demande d'un investisseur, les entreprises qui publient des informations par l'intermédiaire du CDP réduisent leurs émissions directes de 7 à 10 %.”

Isabelle Simon
Secrétaire Générale

THALES

03 Partie 2 : Votre roadmap vers le score A

Étape 1 : Inscrivez-vous au CDP

Créez votre compte et régler les frais

Rendez-vous sur le portail CDP (cdp.net) et créez un compte pour votre entreprise. Vous aurez besoin :

- Des informations légales de votre entreprise
- D'un contact principal pour le reporting
- De valider les frais d'administration (variables selon la taille de l'entreprise, le nombre de volets que vous choisissez, votre statut, etc.)

Choisissez les bons volets

Suivant les demandes des investisseurs et de votre secteur d'activité, le CDP vous conseillera de répondre à un, deux ou trois volets parmi lesquels :

- **Climat** : le plus demandé par les investisseurs et clients
- **Eau** : pour les secteurs à forte dépendance hydrique
- **Forêts** : pour les entreprises utilisant des matières premières à risque



Commencez par le volet Climat si c'est votre première année.

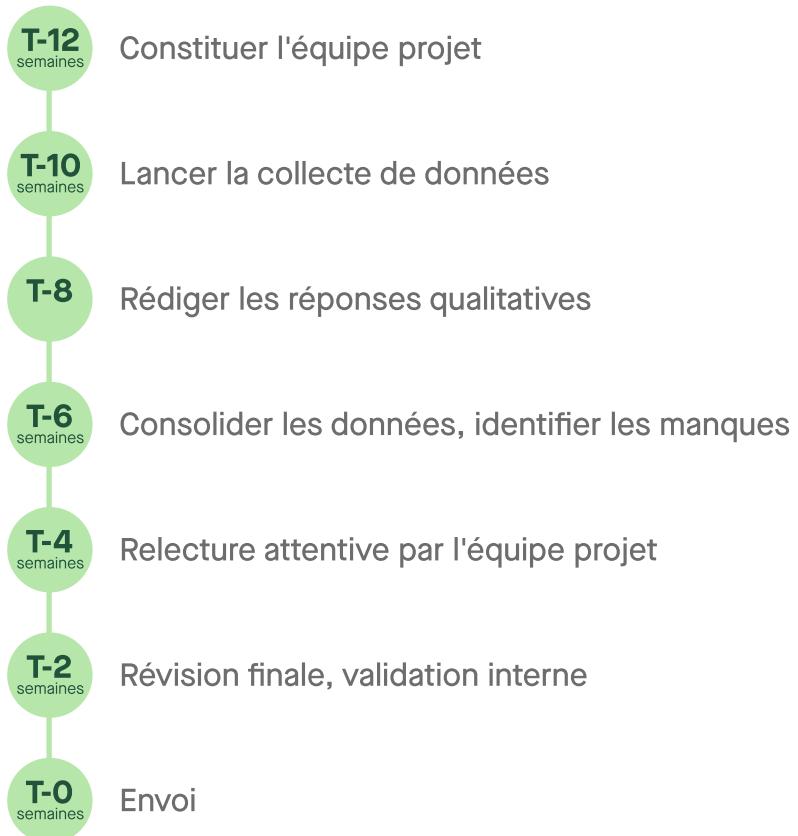
Étape 2 : Préparez votre reporting

Penchez-vous sur les nouveautés du questionnaire

Le questionnaire CDP évolue chaque année. Prenez le temps de :

- Lire le guide de reporting mis à jour
- Identifier les nouvelles questions
- Repérer les changements de critères de notation
- Consulter les exemples de bonnes réponses publiés par le CDP

Mettez en place un calendrier



Constituez votre équipe projet

Désignez clairement les rôles :

- Un **chef de projet** responsable du reporting
- Des **contributeurs** qui fournissent les données
- Des **validateurs** qui vérifient la qualité
- Un **sponsor** du projet, issu du comité de direction

Mobilisez les bonnes équipes :

- **RSE** : pilotage du projet
- **Finance** : données financières, budgets, investissements
- **Achats** : données fournisseurs, engagement Scope 3
- **Opérations** : consommations énergétiques, déchets
- **Risques** : analyse de scénarios, matérialité
- **Légal** : validation des engagements publics
- **Communication** : cohérence avec les autres publications

Étape 3 : Identifiez les données dont vous aurez besoin

Pour le volet Climat, vous aurez besoin de :

Données quantitatives :

- Émissions Scope 1, 2 et 3 (en tCO2e)
- Consommations énergétiques détaillées
- Facteurs d'émission utilisés
- Périmètre organisationnel et méthodologie

Données qualitatives :

- Gouvernance climat (qui, quand, comment)
- Objectifs de réduction et trajectoires
- Risques et opportunités identifiés
- Plan de transition et investissements
- Actions d'engagement fournisseurs

SECTION CDP	DONNÉES NÉCESSAIRES	RESPONSABLE	STATUT
C0 - Introduction	Infos entreprise, périmètre	RSE	✓
C2 - Gouvernance	Rôles, responsabilités, rémunération	RH/Legal	En cours
C6 - Émissions	Scope 1, 2, 3 + facteurs	Ops/Achats	À compléter
C7 - Scope 3	15 catégories, engagement fournisseurs	Achats	En cours

Les pièges à éviter

- **Périmètre flou** : soyez précis sur ce qui est inclus ou exclu
- **Facteurs d'émission inadaptés** : utilisez les plus récents et adaptés à votre géographie
- **Scope 3 incomplet** : le CDP attend une couverture des 15 catégories
- **Manque de preuves** : chaque affirmation doit pouvoir être documentée
- **Incohérences** : vérifiez l'alignement entre vos différentes réponses



“Nous sommes très fiers d'avoir été reconnus avec une note 'A' du CDP.

Nous investissons massivement dans la décarbonation de l'ensemble de notre chaîne de valeur, en utilisant des énergies plus propres, en repensant nos produits, et en développant nos modèles économiques circulaires.”

Barbara Martin Coppola
CEO de Décathlon

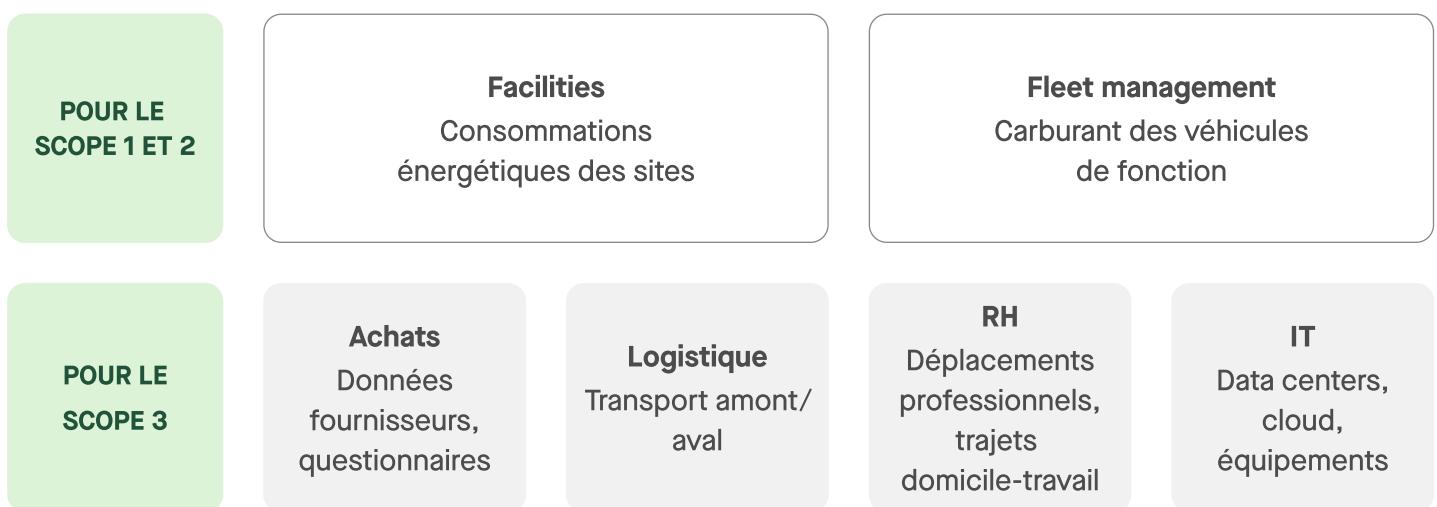


Étape 4 : Collectez les données

Mettre en place un système de collecte efficace

- Rationalisez la collecte de données via un questionnaire standardisé à envoyer à tous les responsables de données
- Prévoyez des deadlines intermédiaires
- Automatisez les relances pour ne pas courir après les contributeurs
- Organisez des points réguliers pour évaluer l'avancement

Impliquer vos équipes dans la collecte



Automatiser quand c'est possible

Les tâches à automatiser en priorité :

- L'import des factures énergie
- La collecte récurrente auprès des fournisseurs
- la réutilisation des données déjà publiées dans d'autres rapports (rapports annuels, études d'impacts...)
- Les calculs d'émissions avec facteurs standards
- Les alertes sur données manquantes

Étape 5 : Garantir la qualité des données

La fiabilité et la traçabilité des données est clé pour obtenir un bon score par le CDP. Pour cela, plusieurs processus doivent être implémentés.

Mettez en place des contrôles humains :

- Revue par un pair et validation par un manager
- Audit interne avant soumission
- Relecture croisée entre équipes

Mettez en place des contrôles automatiques :

- Valeurs aberrantes (ex : consommation multipliée par 10 vs année précédente)
- Données manquantes
- Incohérences entre sections (ex : total Scope 1+2+3 ≠ émissions totales)
- Facteurs d'émission obsolètes

Gérer les données manquantes avec transparence

- **Soyez transparent** : indiquez-le clairement au CDP
- **Estimez de manière documentée** : utilisez une méthode justifiable (moyenne sectorielle, extrapolation)
- **Justifiez** : expliquez pourquoi la donnée manque
- **Planifiez** : détaillez comment vous allez combler ce manque l'an prochain

Le CDP valorise la transparence : mieux vaut admettre un manque avec un plan d'action que de ne rien dire ou d'inventer un chiffre.

Globalement, pour chaque donnée communiquée, vous devez être capable de justifier la source, la méthode de collecte, le ou la responsable de cette donnée, et la date de dernière mise à jour.

Étape 6 : Prouvez vos engagements climat

Fixez des objectifs SBTi

Les entreprises avec des objectifs validés SBTi obtiennent systématiquement de meilleurs scores. Pour cela :

- 1. Soumettez** vos objectifs à la Science Based Targets initiative
- 2. Couvrez** 100% de vos émissions des Scopes 1, 2 et au moins 67 % du Scope 3
- 3. Définissez** des jalons court terme (2030) et long terme (2050)
- 4. Publiez** vos objectifs de manière transparente

Si vous n'avez pas encore d'objectifs SBTi, commencez dès maintenant : le processus prend plusieurs mois.

Démontrez votre gouvernance climat

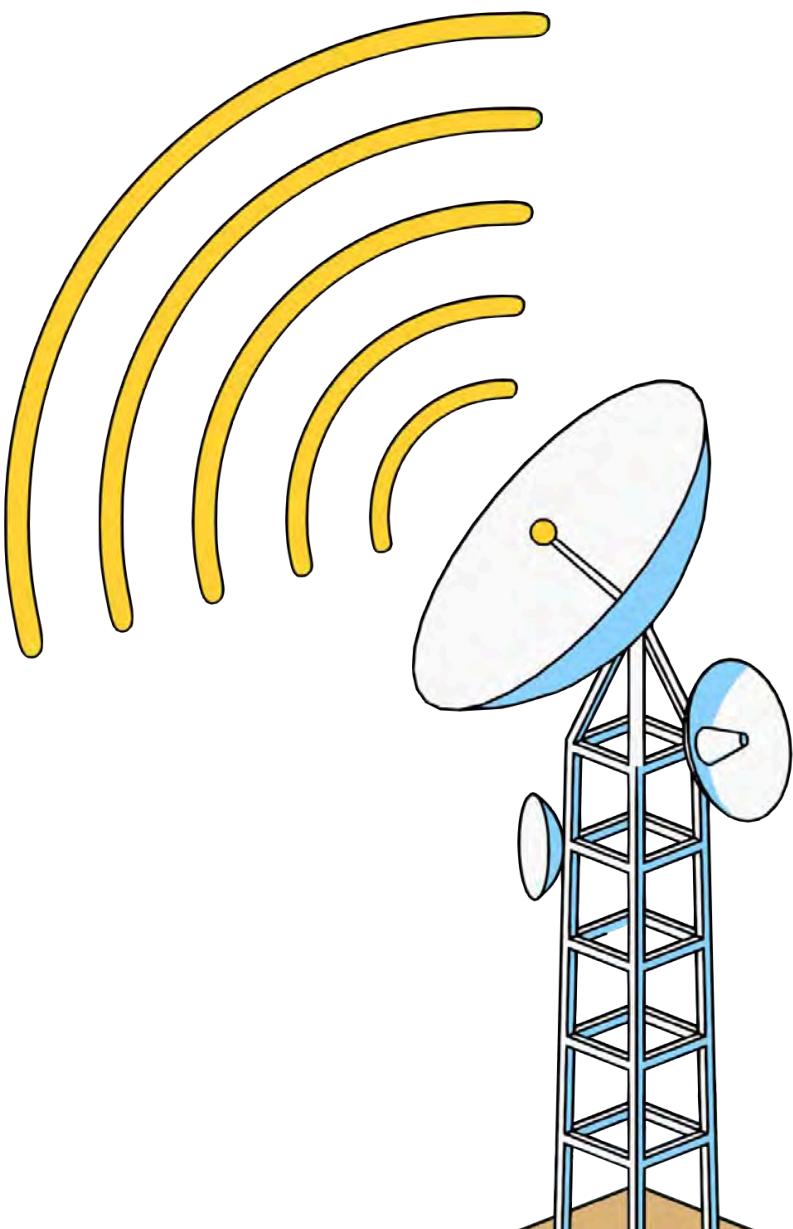
Le CDP attend des preuves concrètes de gouvernance :

- **Au niveau du conseil** : un membre du CA responsable du climat
- **Au niveau direction** : rémunération variable liée à des KPI climat pour les dirigeants
- **Au niveau opérationnel** : équipes dédiées, budgets alloués, reporting régulier

Présentez votre plan de transition

Votre plan de transition doit être crédible et actionnable :

- **Trajectoires chiffrées** : comment atteindre vos objectifs année par année
- **Investissements** : combien et pour quels projets (CAPEX/OPEX)
- **Leviers d'action** : efficacité énergétique, énergies renouvelables, engagement fournisseurs, innovation produit
- **Indicateurs de suivi** : KPIs concrets pour mesurer l'avancement
- **Scénarios de risques** : comment vous adaptez votre stratégie et votre modèle d'affaires au changement climatique



Étape 7 : anticiper les questions complexes

Scope 3 : la clé du score A

Le Scope 3 représente souvent plus de 70 % des émissions totales. Pour marquer des points :

- **Couverture complète** : évaluez les 15 catégories, même si vous utilisez des estimations les premières années
- **Engagement fournisseurs** : lancez des campagnes de collecte de données, fixez des objectifs d'engagement
- **Données primaires** : privilégiez les données réelles plutôt que les estimations sectorielles
- **Actions concrètes** : montrez comment vous réduisez votre Scope 3 (formation fournisseurs, critères d'achat, innovation produit)

Analyse de scénarios climatiques

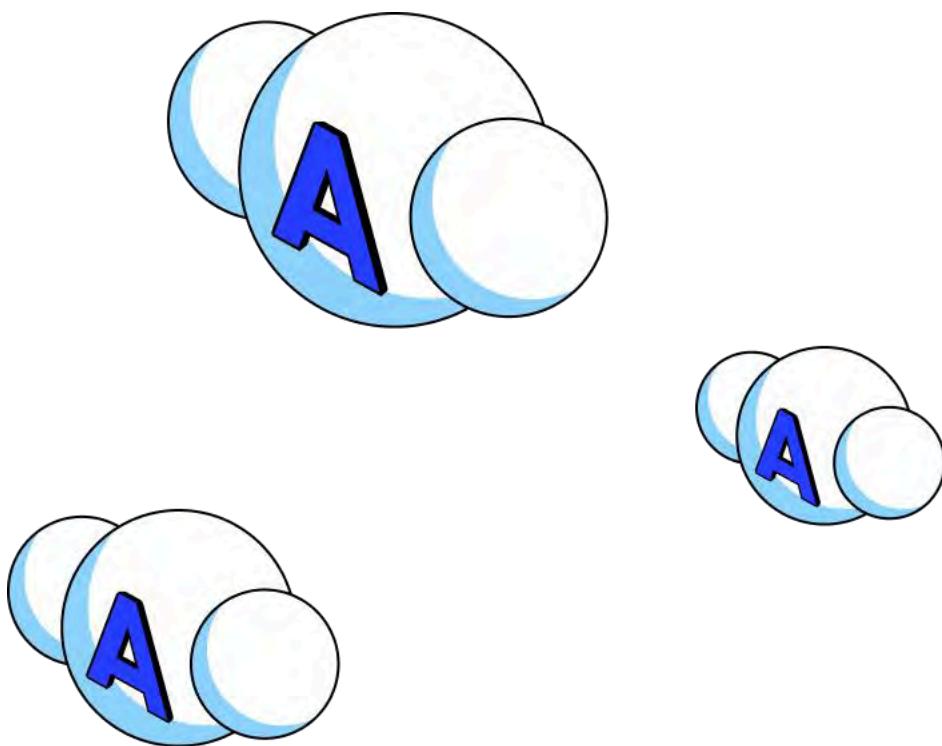
Le CDP demande une analyse de scénarios (conformément aux recommandations TCFD). Vous devez :

- **Tester au moins 2 scénarios** : un scénario optimiste (1,5°C) et un scénario pessimiste (plus de 4°C)
- **Identifier les impacts** : risques physiques (inondations, sécheresse) et risques de transition (taxe carbone, évolution de la demande)
- **Quantifier** : exprimez ces impacts en termes financiers quand c'est possible
- **Expliquer votre adaptation** : quelles mesures prenez-vous pour réduire votre vulnérabilité ?

Identification et gestion des risques

Le CDP évalue votre maturité sur la gestion des risques climatiques :

- **Identifiez** vos principaux risques (physiques et de transition)
- **Priorisez** par probabilité et impact financier
- **Mettez en place** des plans d'atténuation concrets
- **Intégrez** ces risques dans votre gestion globale des risques (ERM)
- **Suivez** l'évolution des risques dans le temps



Étape finale : Envoyez votre reporting

La checklist avant d'envoyer votre reporting :

- Validation direction**
Faites valider le contenu par votre sponsor (directeur RSE, CFO, ou membre de la direction)
- Revue légale**
Si nécessaire, faites relire les engagements publics par votre équipe juridique
- Vérification technique**
assurez-vous que tous les fichiers joints sont bien attachés et lisibles
- Export de sauvegarde**
exportez une copie PDF complète de votre réponse pour votre communication
- Confirmation**
vérifiez que vous recevez bien un email de confirmation du CDP

Délais de réception du score

Le CDP publie les scores quelques semaines après la deadline de soumission. **Vous recevrez :**

Votre score global (A à F)

Votre note détaillée par section

Un rapport de feedback expliquant les points forts et axes d'amélioration



Que faire après réception du score ?

Si votre score est bon, communiquez-le ! Ajoutez-le sur votre site, vos rapports, vos présentations investisseurs

Si votre score peut être amélioré, identifiez les sections où vous avez perdu des points et créez un plan d'action pour l'année suivante.



“Ce neuvième triple 'A'
consécutif du CDP témoigne
de l'engagement indéfectible
de nos équipes en faveur du
développement durable et
l'intégration profonde de ces
principes dans notre modèle
économique.”

Nicolas Hieronimus
Directeur Général de L'Oréal Groupe

L'ORÉAL

04 Partie 3 : Les outils à utiliser pour obtenir un score A

Collecter et vérifier les données nécessaires au reporting CDP n'est pas une mince affaire. Cela nécessite d'avoir une organisation solide et une collaboration simple avec tous les acteurs.

Pourquoi les tableurs ne suffisent plus

Gérer votre reporting CDP avec des tableurs et des emails crée 4 problèmes :

- 1. Temps perdu** : Des dizaines d'heures à consolider des fichiers, relancer les contributeurs et chercher la bonne version
- 2. Risques d'erreurs** : Formules cassées, versions multiples, calculs erronés non détectés
- 3. Traçabilité impossible** : Difficile de savoir qui a modifié quoi, quand, et pourquoi lors de la relecture des réponses
- 4. Collaboration chaotique** : Fichiers qui circulent par email, confusion sur les responsabilités, visibilité limitée sur l'avancement



Le coût caché

D'après Verdantix, les entreprises passent en moyenne **1700+ heures par an** sur la collecte, les calculs et les corrections.

Les avantages d'une plateforme dédiée

Centralisation des données

Une seule plateforme pour toutes vos données carbone et ESG, tous vos contributeurs (sites, fournisseurs, filiales), tous vos reportings (CDP, CSRD, GRI, ISSB) et tout votre historique.

Gain de temps

Import automatique des factures et données opérationnelles, calculs d'émissions avec les bons facteurs, pré-remplissage du questionnaire CDP, alertes et rappels aux contributeurs.

Traçabilité complète

Chaque donnée conserve son historique : qui l'a saisie, quelle est la source, quels changements ont été faits, qui a validé.

Collaboration facilitée

Workflows de validation, rôles et droits personnalisés, notifications intelligentes, vue d'ensemble pour le chef de projet pour voir où en est chaque contributeur.

Améliorez votre score CDP avec Sweep



Centraliser toutes vos données

Sweep se connecte à vos systèmes existants pour importer automatiquement :

- Factures d'énergie (gaz, électricité, carburant)
- Achats, dépenses, données de déplacement (ERP, systèmes comptables, etc)
- Données fournisseurs (questionnaires automatiques)

Plus besoin de ressaisir manuellement : les données arrivent directement dans Sweep.



Complétez votre rapport CDP 2 fois plus vite

- Sweep pré-remplit automatiquement les réponses CDP à partir de vos données consolidées.
- L'IA rédige vos réponses Complétez votre rapport CDP 2 fois plus vite narratives en quelques minutes
- Les workflows permettent de coordonner vos équipes efficacement



Améliorez votre score

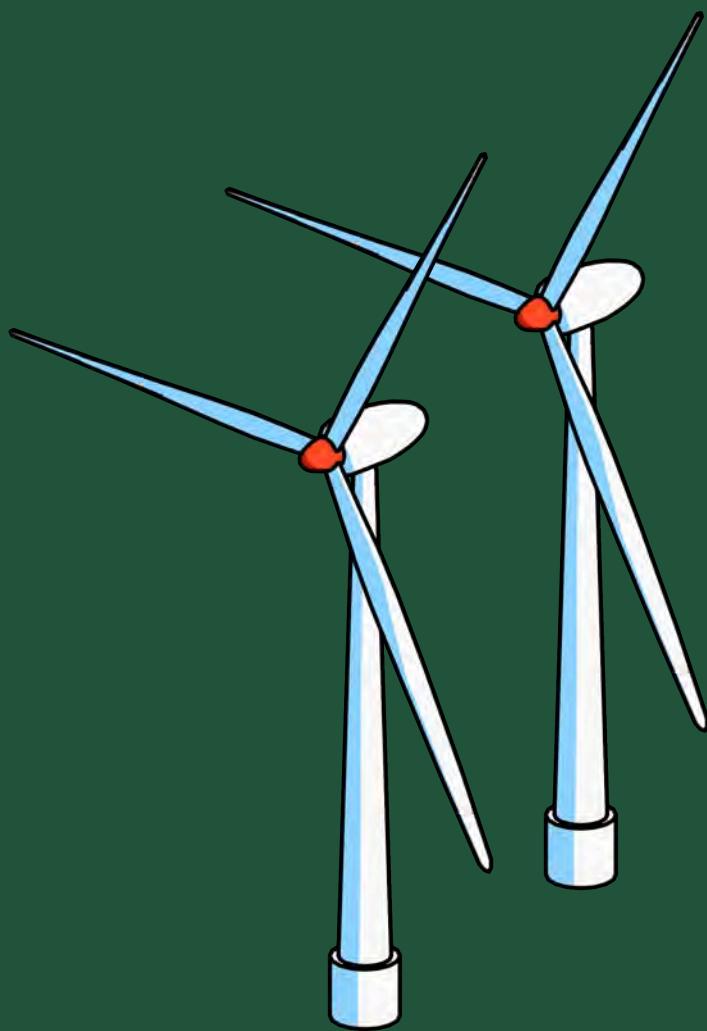
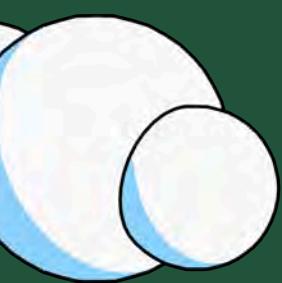
Les agents IA de Sweep vous aident à :

- **Déetecter les anomalies** : valeurs aberrantes, incohérentes ou manquantes
- **Choisir les facteurs d'émissions** les plus adaptés à votre contexte
- **Booster votre score CDP** via une analyse des réponses et des recommandations associées



Soyez prêt pour 2026

- Module CDP aligné sur le questionnaire 2026
- Services inclus pour accompagnement et soumission
- Support expert tout au long de votre campagne



SWEET

Simplifiez la gestion de vos données ESG.
sweep.net

Réserver une démo →