



Durabilité : HubSpot s'engage à atteindre son objectif net-zero d'ici 2040 et révèle ses avancées dans un nouveau rapport dédié

- *HubSpot rejoint la liste des 300 entreprises officiellement engagées dans des objectifs net-zero et certifiées par l'initiative Science-Based Targets*
- *Les employés sont guidés et encouragés à réduire leur empreinte carbone*
- *Ces critères de durabilité sont progressivement exigés auprès de leurs fournisseurs*

Paris, France – le 05 juin 2024 – [HubSpot](#), la plateforme de gestion de la relation client (CRM) pour les entreprises en croissance, dévoile aujourd'hui son rapport annuel "[2024 Sustainability Report](#)" portant sur ses engagements net-zero, la responsabilité vis à vis de l'utilisation de l'IA ou encore les programmes internes liés à la réduction de l'empreinte carbone. Avec pour mission ultime d'accompagner ses clients dans une croissance responsable, HubSpot a en effet récemment pris de solides engagements, validés par les standards de l'initiative Science-Based Targets (SBTi).

L'année dernière a été la plus chaude jamais enregistrée sur Terre. Les océans, qui représentent plus de 70 % de sa surface, n'ont jamais été aussi chauds et la planète a connu d'intenses vagues de chaleur. Les dernières études climatiques du GIEC soulignent ainsi l'importance de réduire de moitié les émissions carbone mondiales d'ici à 2030 et de parvenir à un résultat net zéro d'ici à 2050.

Dans ce contexte, HubSpot dévoile la 4ème édition annuelle de son "[Sustainability Report](#)" et révèle plusieurs progrès significatifs en ce sens :

Un environnement de travail plus responsable pour les employés sur site

En 2023, HubSpot a approvisionné ses bureaux en électricité renouvelable chaque fois que l'occasion s'est présentée. D'autres mesures d'économie d'énergie ont également été prises comme l'optimisation de l'utilisation de l'espace, des ajustements de température et une évaluation complète de la consommation d'énergie. 8 bureaux sur 18 ont aussi participé à des programmes de tarification verte, et des certificats de performance énergétique ont été obtenus pour les autres.

Le rapport conclut ainsi sur une projection de réduction de 47 % des émissions de gaz à effet de serre des scopes 1 et 2 d'ici à 2030, quant à l'utilisation des locaux.

Des politiques de voyage révisées pour les collaborateurs nomades

Alors que les modèles de travail hybrides continuent de progresser, HubSpot souligne que la connexion avec ses clients et ses partenaires demeure essentielle à l'exercice de ses activités et que les employés souhaitent d'ailleurs disposer de davantage de possibilités de rencontres. Pour équilibrer ce besoin avec les objectifs environnementaux, HubSpot a récemment introduit de nouvelles politiques de voyages, poussées par des campagnes d'engagement à destination de ses

employés. Celles-ci permettent ainsi de prévoir une réduction des émissions de scope 3 provenant des déplacements professionnels, à hauteur de 55% par employé d'ici à 2030.

Parmi les autres dispositifs mis en place pour sensibiliser les collaborateurs : un calculateur d'empreinte carbone lancé pour les aider à comprendre l'impact environnemental de leur travail hybride, ainsi que de nouveaux cours sur le développement durable intégrés dans les programmes d'onboarding des derniers arrivants.

Les critères de durabilité sont progressivement étendus aux fournisseurs

HubSpot révèle aussi avoir travaillé avec son équipe achats pour intégrer des critères de durabilité dans son processus de gestion des fournisseurs, y compris en ce qui concerne les engagements en matière de réduction des émissions carbone.

Les principaux fournisseurs ont alors été identifiés et un dialogue actif s'est instauré avec eux. Il s'agit notamment d'éduquer et d'encourager ceux qui n'ont pas fixé d'objectifs alignés sur le SBTi à le faire, de discuter des calendriers de certification avec ceux qui sont engagés dans le SBTi, et de travailler avec ceux qui sont déjà certifiés afin d'améliorer la qualité des données relatives aux émissions carbone.

L'objectif final est que 70 % des fournisseurs, en termes de dépenses, soient certifiés SBTi d'ici à 2027.

« Les entreprises technologiques ont une lourde responsabilité en ce qui concerne les émissions carbone. Notre objectif est de parvenir à un bilan carbone net zéro d'ici 2040 et nous le poursuivons ardemment en intégrant la durabilité dans notre activité, en réduisant notamment les émissions liées aux voyages d'affaires et en faisant appel à des fournisseurs qui partagent notre vision. » Whitney Sorenson, Chief Technology Officer, HubSpot

Méthodologie

HubSpot publie ce rapport de manière annuelle et le dernier en date a été publié en mai 2023. Sauf indication contraire, le présent rapport couvre les activités mondiales pour l'exercice clos le 31 décembre 2023, ainsi que quelques quelques étapes clés du premier trimestre 2024.

À propos de HubSpot

HubSpot est la plateforme client qui aide les entreprises à réussir leur croissance. HubSpot permet aux équipes de renforcer leurs connexions avec les clients en proposant une plateforme unifiée optimisée par l'IA qui inclut des logiciels d'engagement client, un CRM intelligent, un écosystème connecté fort de plus de 1 500 intégrations au sein de sa [marketplace d'applications](#), une communauté dynamique, ainsi que des formations et ressources pédagogiques avec [HubSpot Academy](#). Aujourd'hui, plus de 205 000 clients tels que DoorDash, Reddit, Eventbrite et Tumblr, répartis dans plus de 135 pays, utilisent HubSpot pour attirer les clients, interagir avec eux et les fidéliser. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.hubspot.fr

HubSpot a été récompensé pour sa culture par les sociétés Glassdoor, Great Place to Work, Comparably, Fortune, ou encore Entrepreneur, Inc. HubSpot a été fondé en 2006 et son siège se situe à Cambridge dans le Massachusetts. Les milliers d'employés de HubSpot travaillent dans le monde entier dans les bureaux de l'entreprise et à distance.

Contact presse

AxiCom pour HubSpot

hubspotPR.france@axicom.com